

ИЗДАЕТСЯ С ЯНВАРЯ 1970 ГОДА,  
ВЫХОДИТ ЕЖЕМЕСЯЧНО

**5 (311) 2000**

Главный редактор **КАЗАНЦЕВ С. В.**

**РЕДКОЛЛЕГИЯ:**

**АБАЛКИН Л. И.**, директор Института экономики РАН,  
академик РАН, Москва

**АГАНБЕГЯН А. Г.**, ректор Академии народного хозяйства  
при Правительстве РФ, академик РАН, Москва

**БОРИСОВ В. А.**, директор Института сравнительных  
исследований трудовых отношений, кандидат  
социологических наук, Москва

**ВОЛЬСКИЙ А. И.**, президент Российского союза  
промышленников и предпринимателей, Москва

**ГРАНБЕРГ А. Г.**, председатель Совета по изучению  
производительных сил, академик РАН, Москва

**КУЛЕШОВ В. В.** (координатор), директор Института  
экономики и организации промышленного производства СО  
РАН, академик РАН, Новосибирск

**КУЛИКОВ А. С.**, доктор экономических наук, Москва

**ЛЬВОВ Д. С.**, академик-секретарь Отделения экономики  
РАН, академик РАН, Москва

**МИРОНОВ В. Н.**, президент Русской Американской  
стекольной компании, председатель Ассоциации  
товаропроизводителей Владимирской области, кандидат  
экономических наук, Владимир

**ПРИЛЕПСКИЙ Б. В.**, генеральный директор  
ПО «Сиббиофарм», доктор экономических наук, Бердск

**ХАНДРУЕВ А. А.**, проректор Академии народного хозяйства  
при Правительстве РФ, доктор экономических наук,  
Москва

**ЧЕКУРОВ В. В.**, начальник Департамента СНГ  
Правительства РФ, доктор экономических наук, Москва

Заместитель главного редактора **СИМОНЯН А. А.**  
Ответственный секретарь **БОЛДЫРЕВА Т. Р.**

Учредит ели: **ОРДЕНА ЛЕНИНА**  
**СИБИРСКОЕ ОТДЕЛЕНИЕ РАН,**  
**ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ОРГАНИЗАЦИИ**  
**ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА СО РАН,**  
**РЕДАКЦИЯ ЖУРНАЛА ЭКО**

# В НОМЕРЕ

## **ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО**

- 2 МИРОНОВ В. Н.  
На заводе должен быть  
один хозяин
- 7 ЕЛИЗАРОВА Е. Ю.  
История одного дела
- 20 ДМИТРИЕВ Ю. А.  
Все выпускники имеют  
работу
- 29 ЕЛИЗАРОВА Е. Ю.  
Место встречи –  
«Вестфалика»
- 40 ТИТОВ М. В.  
Экспансия «черного»  
импорта
- 53 БОРИСОВА Л. Г.,  
СОЛОДОВА Г. С.,  
ХАРЧЕНКО И. И.  
Экономическая предприимчи-  
вость – новое социальное  
качество поколения
- «ЭКО»-ИНФОРМ**  
27, 79, 91, 166, 190, 191
- ОБСУЖДАЕМ ПРОБЛЕМУ**
- 70 КУЧИН П. С.  
Собственность субъекта  
Федерации: миф  
или реальность?
- 80 КАЗАНЦЕВ С. В.  
Государственная собствен-  
ность и отношение к ней  
в современной России
- 92 ШАПОШНИКОВ А. А.  
Истина выше «правила»
- 98 ГЛАЗАТОВА М. К.,  
БУХВАЛЬД Е. М.,  
ВИЛЕНСКИЙ А. В.  
Малый бизнес в системе  
государственных  
и муниципальных закупок
- ЖИЗНЬ ПРЕДПРИЯТИЯ**
- 113 ПРИЛЕПСКИЙ Б. В.,  
ПРИЛЕПСКИЙ М. Б.  
Биотехнологии на внутрен-  
нем и внешнем рынках
- КОНЪЮНКТУРНЫЙ ОБЗОР**
- 126 СОКОЛОВ А. В.,  
СОКОЛОВ В. М.  
Россия на мировом рынке  
меди
- СТРАНИЦЫ  
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИСТОРИИ  
РОССИИ**
- 145 ГУСЕЙНОВ Р. М.  
Опыт рыночного  
хозяйствования
- СОВЕТЫ ДЕЛОВОМУ  
ЧЕЛОВЕКУ**
- 169 ФИЛЮРИН А. С.  
Что нам стоит брэнд  
построить
- ЗДОРОВЬЕ?.. НЕ КУПИШЬ!**
- 183 КОГАН Э. Э.  
Пагубная привычка губит  
не только курильщиков



# НА ЗАВОДЕ

В 1986 г., когда директором Анопинского стекольного завода стал В. Н. Миронов, на нем могло производиться 48 млн бутылок в год. «Продукция выпускалась очень низкого качества. Оборудование было все разбито, — говорит **Виталий Николаевич Миронов, президент Русской Американской стекольной компании** (пос. Анопино Владимирской области). — Начали реконструкцию единственного цеха. И теперь он выдает 70 млн бутылок. Стали делать современную упаковку. Потом построили за счет собственных средств второй цех мощностью 50 млн бутылок».

## ДОЛЖЕН БЫТЬ

– Много ли у вас конкурентов и как выглядит предприятие на фоне отрасли?

## ОДИН

– Всего в стране делают 3 млрд бутылок всех видов, компания находится на седьмом месте по объему их выпуска. Емкость рынка нашей продукции – это бутылки для пива, водки, шампанского – оцениваю в 1,5 млрд штук в год. Мы покрываем 8% рынка.

## ХОЗЯИН



Сейчас вводим новые мощности – это 240 млн бутылок, выйдем на объем производства в 360 млн бутылок в год. Скоро мы будем давать 15% всех таких бутылок в стране. Сегодня увеличили объем производства по сравнению с 1986 г. в 7 раз. Конечно, наш товар прост, но пользуется спросом.

В области четыре завода, вместе они производят бутылок меньше, чем один наш завод.

У нас большой отрыв от самых крупных предприятий России и по объемам, и по качеству.

### **– За счет чего удалось сделать такой рывок?**

– Завод реконструирован по европейскому проекту, полностью укомплектован европейским оборудованием. Впервые в России появился завод, комплексно оснащенный европейскими технологиями. Раньше тоже покупали оборудование и технологии за рубежом, но приобретали по частям, и в сочетании с отечественным оборудованием они плохо работали.

Имеющееся у нас оборудование позволяет производить 300 видов бутылок. На чешской линии идут бутылки двух форм вместимостью от 250 г до 1,75 л. На американской – трех форм, от 100 г до 3 л. Сменить форму бутылки можно за 15 минут. Мы заказали три такие американские машины, одну уже оплатили, за две внесли аванс. В Европе сейчас только три аналогичные машины – в Ирландии. Наша будет четвертая.

Европейское оборудование позволяет нам выпускать продукцию высокого качества по международному стандарту ISO 9000.

Как пример приведу наш уникальный для России цех, где готовится смесь-шихта. Ее производится 600 т в сутки, столько же, сколько и на крупном Саратовском заводе технического стекла. Я думаю, что там работает 200–300 человек, а у нас – механик, две уборщицы и больше никого. Цех-автомат. Стоит пульт, с которого можно управлять всем цехом.

Сейчас у нас три линии: чешская, итальянская и американская. Есть проект четвертой линии, производительностью 500 млн бутылок в год. Будем строить в Гатчине, начинаем в мае. Еще один проект намечено осуществить с августа 2000 г. в Московской области.

В результате через три года хотим выйти на объем производства в 1–1,5 млрд бутылок в год. Емкость рынка к тому времени будет составлять примерно 4 млрд бутылок. Мы хотим стать монополистами.

**– Каковы отношения с партнерами?**

– С поставщиками оборудования у нас нет проблем. Случилась поломка – звоним чехам, через три часа они приезжают с запчастями, своим инструментом.

**– Кому принадлежит компания?**

– У нее два собственника – Анопинский стекольный завод и американский инвестиционный фонд «Agribusiness», который дал инвестиции для реконструкции. Фонд работает под гарантии американского правительства. Есть страховая компания, которая страхует Фонд, в нем 100 млн дол.

Если идти по пути первой или второй модели аренды предприятия, то с приходом крупных инвесторов все деньги выкачивают куда-то, например, на Кипр, и завод оставливается. Таких инвесторов интересует одно – что взять с предприятия для себя. Приглашали меня генеральным директором на одно такое предприятие. Отказался, сказал: «С вами работать нельзя, вы все воруете и через три месяца меня выгоните».

На нашем заводе мы реализовали вариант аренды с правом выкупа. Для чего? Для того, чтобы сконцентрировать акции у небольшого круга людей. Движение акций в закрытом акционерном обществе тоже идет, и когда кому-то что-то нужно, расплачиваются акциями. И еще есть у нас внутренние аукционы, на которых продаются акции.

Работающие на заводе увидели, что производство развивается. И когда мы объявили коллективу, что наши партнеры хотят, чтобы мы сконцентрировали акции, за три недели все принесли и сдали свои акции. Американцы мне сказали, что на заводе должен быть один хозяин.

На некоторых предприятиях сложная ситуация (экономическая, техническая) возникла по вине руководителей. Они «подгребли» под себя контрольный пакет акций и не хотят ни с кем делиться. Я поступил иначе, поняв, что если не привлеку инвесторов, – жить заводу от силы лет пять. Потому что конкуренции он не выдержит.

С американцами работать хорошо, очень хорошо. Они дали нам деньги, и все. Единственная просьба у них была: платежки проводить с двумя подписями – моей и их финансового директора. Последний сказал, что хочет знать – не уходят ли деньги «налево». Мы – специалисты и знаем, что покупать, а они – нет.

Сейчас у нас 36% акций, а у американцев – 64%. Я по старой привычке спрашиваю: «О работе докладывать?» Они говорят: «Делай, что хочешь. Единственное требование – согласование и выполнение годового бюджета». Я его выполняю. Если бюджета не хватит на год, то им придется как инвесторам разбираться. Американцы прямо говорят, что деньги вкладывают «под меня» и не хотят, чтобы я ушел.

Мы договорились пять лет не получать дивиденды. Им хорошо – капитал растет, и нам хорошо – появляются новые рабочие места, увеличиваются налоговые отчисления. Наша промышленность получает продукцию высокого качества. Когда идут иностранные инвестиции – хорошо России.

**– Но кое-кто может подумать, что вы работаете на американцев...**

– Да, некоторые прямо говорят: «Ты работаешь на Америку». На самом деле она работает на нас: дает деньги. А некоторые наши российские предприниматели вывозят деньги за границу...

**– Удастся ли своими силами совершенствовать технологии, ведь у вас над этим трудятся кандидаты наук?**

– Конечно, например, в первом цехе у нас работают отечественные разливные машины ВВ-7. Единственный завод в стране, который их производил, уже развалился. (Замечу, что чехи за эти годы не только не развалили свое производство, но стали делать машины, отвечающие высоким европейским стандартам.) Мы на них изготавливаем изделия, которые раньше делали только на импортных машинах. Сейчас трудно отличить, какая бутылка выпущена на итальянском, а какая – на русском оборудовании.

Для московского винно-водочного завода «Кристалл» мы выпускали бутылки на итальянских машинах. Объемы

производства «Кристалла» растут, и мы предложили им делать бутылку на отечественных машинах. Они не поверили, что это возможно. Мы уговорили их выпустить экспериментальную партию. На «Кристалле» попробовали и поняли, что бутылки подходят.

Да, наши машины сложны в наладке. На чешских все можно делать с помощью компьютера, и мозги не надо напрягать. А отечественные линии налаживают очень опытные люди. И тут кандидаты наук весьма полезны.

**– С поставщиками сырья, наверное, проблем больше, чем с поставщиками оборудования?**

– Проблемы есть. И мы над ними работаем. Рядом с нами находится горно-обогатительный комбинат «Доломит». Его продукция – доломит – для нашего оборудования подходит, а для импортного – нет, в нем куча камней. Поехал туда наш коммерческий директор, с трудом добился смены сита для отсева камней.

Производителей кварцевого песка просим – дайте нам его с содержанием железа 0,025%. Отвечают, что 0,03% дадут, а 0,025% – не могут. Мы предлагаем купить для них новое оборудование, а они говорят: «Вам это нужно, а нам-то зачем?»

Что тут делать? Купить их контрольные пакеты – пустое занятие. Каждый должен заниматься своим делом. На любое предприятие должен прийти нормальный собственник. Все предприятия не купишь. Я – специалист по стеклу, и не буду заниматься песком, где есть свои профессионалы. Если по этому пути пойти, то мне и содой придется заниматься, и гофрокартоном, и многим другим. Конечно, то, что нам нужно, мы построили. Например, машиностроительный завод. Там 100 человек делают формы, запчасти.

Но люди потихоньку одумываются. Раньше мы хорошие поддоны не могли приобрести. Колхозы их делали, и делали плохо. Сегодня получаем поддоны из Владимира, там ребята купили итальянское оборудование и делают так, что хоть в Германию отправляй. Небольшая команда работает. Выбили кредит, поставили линию по обработке древесины. И этот пример – не единственный. Есть инициативные люди, за ними – будущее.

**Интервью вел Р. А. СКАЗ**



# ИСТОРИЯ ОДНОГО ДЕЛА

**Е. Ю. ЕЛИЗАРОВА,  
корр. «ЭКО»,  
Новосибирск**

В здании Института математики Сибирского отделения Российской академии наук работает процветающая и расширяющаяся фирма, в которой в три смены трудятся более 50 человек. Она занимает около 500 м<sup>2</sup> арендуемой площади. Причем фирма эта – производственная, имеет заказчиков из многих городов России, участник многих выставок и ярмарок, обладательница целой пачки дипломов.

Продукция – самые разные по форме и назначению детали современной упаковки – пластмассовые контейнеры для ампул, шурупов, мороженого, коррексы (гнезда для шоколадных конфет) и т. д.

За январь этого года выпущено около 900 тыс. изделий, и есть все основания для увеличения выпуска. Например, заказ из Подмосковья: там хотят упаковывать мороженое в красивые цветные футлярчики. Заказ выгодный, потому что перспективы продаж у этих клиентов большие, а значит, и производство упаковок получит возможность расширяться. Близлежащие хладокомбинаты тоже становятся партнерами: ведь до самого последнего времени ложементы – ванночки для мороженого – они закупали в Италии или Польше.

Еще одна категория клиентов – инструментальщики. Сегодня покупателю неинтересно брать гвозди и шурупы килограммами: их расфасовывают понемногу в маленькие прозрачные коробочки. Аналогичные упаковки делаются для сверл, дюбелей, прочего мелкого инструмента.

© ЭКО 2000 г.





Все эти пластмассовые штуковины делают... в Новосибирском Академгородке. А организовал производство в общем-то один человек.

\* \* \*

Меня всегда удивляло (и даже унижало мое российское достоинство), что все эти одноразовые стаканчики-тарелочки-формочки, которых в последнее время столько развелось, имеют явно заграничное происхождение. Ну неужели в России такого сделать не могут, что тратят на этукую дребедень валюту?!

Оказывается, могут и делают. Узнала я об этом «прорыве отечественного производства» абсолютно случайно: встретила на улице, на бегу, с одноклассником, переводчиком по образованию, а времени на разговоры у обоих в обрез. Только и поняла, что он теперь занят совсем другим делом, о чем и пригласил поговорить у него на службе. Заодно пообещал познакомить с интересными людьми. Мол, рядом, в Институте математики. А поскольку я сама проработала десять лет в этом институте после окончания матфака и была не прочь взглянуть на знакомые стены, это и решило дело.

Созвонились, встретились. Люди, и вправду, оказались удивительными, а история их занятий бизнесом – прямо-таки сказочной: в сказках героям все время приходится преодолевать препятствия, без них, в общем-то, нет и самой сказки. Или она скучна.

Называется фирма «Сампо».

## **Культурно-просветительское отступление**

В карело-финском эпосе «Калевала» есть легенда о волшебной мельнице Сампо, которая умела создавать буквально все: хлеб, рыбу, золото, одним словом, все мыслимые северянам ценности. Владело этим чудом племя карелов. Но однажды хозяйка Севера Лоухи похитила мельницу. Карелы отправились ее выручать. В ходе повествования с героями происходит нескончаемая череда историй. В конце концов создатель чудо-мельницы, куз-

нец Илмариннен, женится на дочери Лоухи и возвращает волшебную вещь себе, но не тут-то было. Когда он, счастливый, плыл на лодке домой, хозяйка Севера опомнилась и бросилась в погоню. Догнав лодку, она напустила страшный ветер и перевернула ее. Мельница пошла на дно. А поскольку как раз перед этим ей было дано задание делать рыбу, то она ее все делает и делает. Поэтому, согласно легенде, в океане и не переводится рыба...

## Досье

Первой неожиданностью оказалось, что мой одноклассник, Венедикт Алексеевич Кулаков, теперь не кто иной, как заместитель директора по производству, причем, по словам начальника, у него, человека с гуманитарным образованием, открылся яркий талант инженера-рационализатора.

Надежда Максимовна Шакирова – тоже заместитель директора, по образованию химик-технолог, закончила Кемеровский политехнический, раньше работала в научно-исследовательском институте.

Главным героем все же будет директор фирмы – Михаил Николаевич Лебедев.

Он – выпускник Ленинградского химико-фармакологического института по специальности «химия и технология производства лекарственных препаратов». Работал и главным технологом, и начальником цеха на действующем химическом производстве, так что опыт имеет солидный.

В 1993 г., когда жизнь заставила пуститься на поиски хлеба насущного, Лебедеву было 43 года. Согласитесь, что в этом возрасте мало кто может круто переменить собственную судьбу, даже если не платят зарплату и проклятый вопрос: как прокормить семью? – остается без ответа.

Михаил Николаевич и его соратники смогли. Их путь к успеху был так же труден и успешен и, кажется, столь же предопределен, как судьбы героев сказок и легенд.

На мой вопрос, почему многие и многие наши сограждане не ищут для себя занятий, позволяющих жить достойно, Михаил Николаевич отвечает: «Это предопределено генетически: всех, кто проявлял инициативу, уничтожили. Остались такие, какие остались»...

И рассказал про своего чудом спасшегося деда. Родом он из карельской деревни, имел огромное хозяйство — масло делал. Когда прошел слух о готовящемся раскулачивании, погрузил семью на повозку и, все бросив, рванул в город Петрозаводск. А поскольку дед был к тому же талантливым краснодеревщиком, его взяли на завод, сбивать деревянные кузова для грузовиков... Так и уцелел.

## Урок первый

Первое предприятие, «Сампо», было открыто в 1993 г. для переработки хитина, вещества, которое определяет скелетную структуру ракообразных и применяется в фармацевтической и косметической индустрии. Что еще важнее, хитин используется при адсорбции цветных металлов и золота из морской воды. Цена одного грамма хитина на мировом рынке достигает 32 долларов. Правда, столько платят известным производителям, создавшим себе имя. Но обо всем этом Лебедев тогда, летом 93-го, еще не знал.

Началось с того, что к химикам-технологам, работавшим в государственных учреждениях, обратилась некая довольно странная компания с вопросом: «Сможете ли вы изготовить хитин из панцирей крабов?» Технология была специалистам примерно известна, они согласились попробовать, получили от заказчиков авоську этих самых панцирей. Сделав пробную партию хитина в виде серо-бурого порошка, через некоторое время получили от фирмы-заказчика уже целый вагон панцирей и половину оговоренной суммы, причитавшейся им за труды.

Дело было летом, сырье источало отвратительный запах, и с ним срочно нужно было что-то делать.

Не имея возможности перерабатывать эту гору панцирей, обратились на некий завод, обучили аппаратчиков

технологии и получили около 380 килограммов порошка. Почти весь полученный от заказчика аванс ушел на оплату аренды, труда работников завода и покупку химреактивов – соляной кислоты, щелочи и т. д., которых для производства требовалось очень много.

Заказчику, не оплатившему свой заказ полностью, отдали около трети произведенного хитина и стали ждать, когда он оплатит остальное.

Через некоторое время заказчик появился, но не для того, чтобы рассчитаться. По его словам, порошок был отправлен в США, и оказалось, что полученный хитин сильно загрязнен примесями тяжелых металлов, а такую продукцию продать невозможно.

Лебедев усомнился в этом и обратился в Центр проверки продуктов питания, где провели анализ его порошка на наличие шести видов тяжелых металлов. Анализ обошелся недешево, но результат того стоил: пробы содержали столь ничтожное количество примесей –  $1 \times 10^{-10}$  металла на 1 грамм вещества, что их даже следом было трудно назвать. Михаил Николаевич понял, что его обманули, и прямо сказал об этом заказчикам. Те были удивлены, вину свалили на американцев.

Доверчивые производители передали злокозненному заказчику еще одну партию хитина – 1/4 часть всего произведенного порошка.

Вскоре заказчик сообщил, что вещество не прошло тест на радионуклиды, и на этот раз известие пришло якобы из Германии.

Анализ, произведенный в Институте геологии и геофизики, подтвердил, что Лебедева надули еще раз – в порошке не было радиоактивного фона. Но с другой стороны, теперь он имел документальные подтверждения соответствия его продукта (вернее, оставшихся 160 килограммов) медицинским и пищевым стандартам.

Не получив с заказчика денег, так и не расплатились до конца с заводом. (Хитин до сих пор лежит там, где его произвели.)

Попытки реализовать драгоценный порошок успехом не увенчались: выходить на рынок с дорогим продуктом, не имея на этом рынке имени, бесполезно.

Три месяца напряженной работы денег не принесли, но дали будущему директору бесценный урок: прежде чем начинать что-либо производить, нужно найти того, кому это можно будет продать.

Название фирмы «Сампо» было продано за сотню (тогда – за 100 тысяч). Эту сумму с горя и без труда (буханка хлеба тогда стоила 2500 рублей) «прогуляли» в один вечер. (Как тут не вспомнить злую Лоухи?)

Наутро оказались перед тем же вопросом: как жить дальше?»

Желание на него ответить заставило взяться за еще один безумный проект.

## Урок второй

К Лебедеву обратились с предложением подготовить регламент на производство дефицитного тогда лекарственного препарата – лидазы. Заказчик – фирма «Бексан».

Регламент – это основная и конечная техническая документация, где подробнейшим образом описываются все стадии производства препарата, все этапы технологии, схемы размещения аппаратуры и оборудования. Кроме того, требуется описать все отходы производства и способы их утилизации, а также меры взрыво- и пожарной безопасности и поэтажное размещение цехов.

Исходным материалом были лишь лабораторные записи. Вот за такой «левачок» взялись вдвоем, по трудовому договору – ведь все специалисты тогда еще находились на государственной службе (хотя и неоплачиваемой). Заказчиком на все про все был отведен месяц срока, да еще с дополнительным требованием: зарегистрировать этот регламент у авторов технологии получения лидазы. Так предписывают правила разработки регламентов.

Все выходные, все вечера, распределив между собой обязанности, наши герои работали не покладая рук. Ре-

зультатом стала толстая книга. Отпечатали они ее тоже сами и повезли в Москву на согласование к совершенно незнакомым людям из Института мясной промышленности. В конце концов все подписи и печати были получены и проставлены, работу завершили в срок.

Лебедев и соратники стали авторами новой, гораздо более чистой технологии производства «старого» лекарства. (Раньше лидазу получали методом осаждения в ацетоне, причем на тонну водного экстракта требовалось пять тонн ацетона. Это значит, что производство было экологически грязным, пожаро- и взрывоопасным. После того как на Новосибирском мясокомбинате в результате взрыва сгорел цех, за производство лидазы старым методом просто не брались.) Но фамилий создателей новой технологии, которую теперь используют многие заводы – в Кургане, Томске, Новосибирске, в регламенте не было... Более того, когда пришло время получать за работу деньги, оказалось, что у заказчика, фирмы «Бексан», их нет. Предложили взять продукцией, и выбора не было.

Стало ясно: от торговли не уйти. Михаил Николаевич никогда прежде этим не занимался, но вся партия лидазы у него ушла за неделю. Появились деньги, на них решили и дальше покупать препарат у производителя и продавать его аптекам. Так возникло второе предприятие: «Самплюс». Шел 1994 год.

Вскоре эта структура стала единственным покупателем лидазы, производимой «Бексаном»: Лебедев так рьяно взялся за дело, что практически все аптеки Новосибирска работали с «Сампо-плюс». И тогда «Сампо-плюс» предложили войти в состав фирмы-производителя в качестве готового отдела продаж, а Михаила Николаевича ввели в состав учредителей.

Вроде бы пришел успех.

### Урок третий

Но нашему герою этого было мало, он стал искать другие возможности для приложения своей энергии. Как-

то раз судьба свела его с главным технологом Института прикладной физики (в дальнейшем – ИПФ). Институт переживал трудные времена, от отдела главного технолога из ста пятидесяти сотрудников к тому моменту осталось человек семь-восемь...

В институте занимались разработками и мирного характера. В частности, там делали вакуум-формовочные машины, на которых с помощью вакуума из разогретого листа пластмассы по готовой матрице формуют изделия. Автором аппарата был некто Измер Олег Иванович, бывший сотрудник отдела главного технолога, которого уже успели выставить из института за якобы слишком высокие притязания. Он как разработчик, видите ли, хотел стать заместителем директора малого предприятия «ИПФ-технолог», чтобы выпускать им же созданные машины.

Измер из ИПФ ушел и сегодня прекрасно живет, но об этом потом.

Итак, Лебедев увидел стоявший без дела вакуум-формовочный аппарат, и у него возникла идея: что если с его помощью делать пластиковые упаковки для ампул? Эдакие сомкнутые ладошки, в которых, если раскрыть «руки», с двух сторон в гнездах будут лежать хрупкие стеклянные сосуды.

Решение компактное, экономичное и... красивое. До Лебедева так лекарства не упаковывали – впоследствии он получил патент. Расчеты показали, что новая упаковка не дороже старой, картонной, но зато прочнее и удобнее. Посетив многие лекарственные заводы со своим предложением, Михаил Николаевич убедился, что пластиковые «ладошки» понравились, и заняться производством формовочных аппаратов стоит: их будут покупать.

Лебедев пошел к директору «Бексана» и представил своего рода бизнес-план создания производства машин с тем, чтобы убедить его вложить туда деньги. Директор одобрил идею и предложил создать производство в рамках «Сампо-плюс». Со своей стороны обещал помощь: оплачивать аренду помещений в ИПФ, где «Сампо-плюс»

будет делать свои аппараты. Лебедев приступил к производству. Он поверил на слово, и это стало его третьей ошибкой.

«Остатки» отдела главного технолога ИПФ дали согласие присоединиться к «Сампо-плюс», и работы по изготовлению формовочной машины начались. Нельзя сказать, что собственный капитал был велик, но и металл тогда стоил дешево, а если поискать, его можно было достать по бросовым ценам.

Машину сделали примерно за месяц, «Бексан» начал выпуск ампульных упаковок. Поскольку использовать машины можно не только для этого, например, делать пластмассовые гнезда, которые вкладывают в коробки с шоколадными конфетами, стали предлагать машины шоколадным фабрикам. Те купили. Приобрел машину и инструментальный завод (для упаковки мелкого инструмента, шурупов, гвоздей), потом – ряд других заводов.

И тут неугомонный Лебедев решает делать на продажу не только машины, но и сами упаковки. Появлялись все новые и новые заказчики, дело пошло.

Забегая вперед, скажу, что нашим героям весьма помог «черный» август 1998-го. Дело в том, что почти все виды пластиковых упаковок, включая контейнеры для мороженого и одноразовые стаканчики, покупали за валюту за границей.

Но давайте по порядку – в чем же заключался очередной урок?

А в том, что в один прекрасный апрельский день 1996 г. о себе напомнил директор «Бексана», о котором читатель, пожалуй, уже и забыл. Потребовал вернуть деньги в течение недели. Несмотря на то, что договаривались рассчитаться, когда «Сампо-плюс» встанет на ноги. К сожалению, соответствующего документа доверчивый Лебедев, приступая к производству машин, с «Бексаном» не подписал...

Но самое удивительное – «Бексан» и не думал платить ИПФ за аренду! Вырос огромный долг, и лебедев-



скую компанию стали гнать со двора. Сделать это «закрытому» институту было просто: всех, кто работал в «Сампо-плюс», лишили пропусков.

Поскольку Лебедев числился заместителем директора в «Бексане», конечно, можно было подать в суд, но ни средств, ни времени на это не было. Хотя оснований, кроме истории с арендной платой, имелось предостаточно.

Лебедев, Шакирова и остальные оказались опять без работы.

## Плоды

Лето 1996 г. было трудным: занимали по знакомым деньги, получали лицензию на торговлю медпрепаратами (к этому времени она уже была обязательна), подыскивали помещение.

На этот раз Лебедев решил стать снабженцем-посредником, так как увидел, что многие лекарственные заводы испытывают острую нужду в лекарственных субстанциях, а его знакомый, ставший большим человеком, имеет в Москве фирму по закупке этих субстанций за рубежом, может на первых порах помочь.

При социализме химфармзаводы получали лекарственное сырье централизованно, по разнарядкам, и там не интересовались, откуда именно. С тех пор прошел немалый срок, а интересоваться так и не научились или не захотели, и многие заводы встали как раз по этой причине.

Пока государство позволяет директору акционерного общества жить как рантье, сдавая, например, заводские площади в аренду и распустив коллектив в бессрочные отпуска, учиться зарабатывать деньги на всех ему, директору, вроде как и незачем. Еще безнадежнее дела на государственных заводах: система госплановского контроля рухнула, и проверять стало некому. Многие директора, получающие зарплату из бюджета и формально ничем не владеющие, живут совсем неплохо. Распоряжаться собственностью гораздо приятнее, чем ею владеть – ответственности никакой.

Казалось бы, Лебедев, предлагая директорам оживить производство, взялся раскручивать давно и прочно увязшее колесо. Но это на первый взгляд. Уроки пошли ему на пользу: он не пытался субстанции заводам продавать, а как бы возродил этакий мини-госплан: поставлял сырье и соглашался в оплату брать произведенные лекарства. (Продавать по аптекам свою продукцию в 96-м заводы тем более не умели.)

Итак, Лебедев и К<sup>о</sup> покупали субстанции за деньги, вырученные от продажи готовых лекарственных форм, и постепенно накапливали капитал. Можно было и успокоиться, но, как теперь говорится, не в этой жизни.

Все время, в течение которого шло «накопление капитала», Лебедева не покидала надежда, что производство удастся воссоздать, и он «придерживал» девять высококвалифицированных рабочих, выдворенных вместе с ним из ИПФ, выплачивая им небольшую зарплату (никто из них и не пытался искать другую работу).

В начале 1997 г. уже появилась возможность купить станки, металл, комплектующие изделия, сырье, и в «Сампо-плюс» снова начали делать вакуум-формовочные машины. С тех пор произведенные машины уже никому не продают, а используют для собственных нужд.

Эти машины хороши тем, что позволяют быстро переходить с одного вида продукции на другой: появляется заказ на новый вид упаковки – включают мозги, изготавливают соответствующую матрицу, и клиент не уходит с пустыми руками.

Здесь не боятся конкуренции, допустим, с производителями одноразовых стаканов, которые изготавливаются на поточных линиях огромными партиями. Понятно, что останавливать и «перенастраивать» линию с тем, чтобы перейти на выпуск другой продукции, невыгодно. У Лебедева производство менее серийное, но более гибкое. Этокое КБ.

В начале 1999 г. создали новую структуру, которую назвали «Апрель», наверное, в память о том апрельском дне, когда Лебедев «завершил» свое бизнес-образование.

Лекарственные дела тоже не забросили. Вот-вот заработает собственный цех по производству субстанций для изготовления лидазы, ингитрила и других медпрепаратов. Все оборудование разработано, сделано и смонтировано собственными силами. За месяц будут получать приличный объем субстанций, достаточный для выпуска 200–300 тысяч ампул лекарств.

А стаканчики, между прочим, делают в фирме, которую возглавляет тот самый Олег Иванович Измер, которого когда-то выгнали из Института прикладной физики. Еще там изготавливают упаковочные стаканы для йогуртов и сметаны. И фирма процветает: теперь она занимает один из корпусов бывшего ИПФ.

Ленточный полистирол, из которого производится одноразовая посуда, в фирме делают сами. Измер, найдя инвесторов, закупил за границей соответствующее дорогостоящее оборудование и обеспечил свое производство сырьем.

### **Маленькое техническое отступление**

Исходным продуктом для изготовления полистироловой ленты служат гранулы полистирола, которые приходится возить из Башкирии, Германии или Китая, потому что расположенное по соседству, в Омске, производство полистирола мощностью 100 тыс. тонн в год в процессе приватизации было разрушено, оборудование резали и продавали на металлолом... Недавно Омский завод выкупил его первый директор Сергей Федорович Потемкин, и есть надежда, что он его возродит.

Да и Лебедев подумывает об организации собственного производства сырья с тем, чтобы замкнуть производственный цикл и не зависеть от поставщиков.

Можно, конечно, сказать: «Чему радуется?» Ведь все эти пластиковые упаковки – лишь ненадолго в деле, а затем превращаются в горы несгнивающего мусора, растущие день ото дня. Все так, возразить можно лишь одно: если не делать у себя, все равно будут покупать за

границей и за валюту. Время, как и его веяния, как известно, не остановить. Кстати, там, откуда веяния, уже научились и сортировать, и утилизировать пластиковые отходы. Научимся когда-нибудь и мы.

Но здесь речь не об этом.

## Эпилог

«Сампо-плюс» прочно стоит на ногах, как сказочная мельница, все мелет и мелет, хотя постоянно сталкивается со всеми теми проблемами, без которых трудно представить нашу экономику. Возникает вопрос: «Если так работают “вопреки”, что же было бы, так сказать, в мягком экономическом климате?» Знаете, я не исключила бы в качестве российского варианта ответ «НИ-ЧЕ-ГО».

Во всяком случае, трудно спорить с тем, что для того чтобы захотеть пробить стену, нужна, как минимум, эта самая стена. Как для сказки нужны препятствия.

Не они ли и в жизни, вставая на пути человека символом ограниченности его возможностей, дают силы химику стать бизнесменом, лингвисту – инженером, математику – журналистом. Неправ Иван Андреевич Крылов, что в этом «беда»: по-моему, как раз благодаря таким превращениям непробиваемых стен становится меньше.

А вот когда их совсем почти не останется, тогда, наверное, смогут пирожники спокойно печи пироги, сапожники – тачать сапоги, швец и жнец спокойно займутся своими прямыми обязанностями (а в свободное время, возможно, будут играть на дуде и платить налоги), не ломая голову, чем бы таким заняться, чтобы прокормить себя и семью.





# ВСЕ ВЫПУСКНИКИ ИМЕЮТ РАБОТУ

**Ю. А. ДМИТРИЕВ,**  
доктор экономических наук,  
ректор Владимирского института бизнеса,  
Владимир

Дорога к организации института была довольно тяжелой. Мы почувствовали, что начиная с 1965–1970 гг. повсюду начал падать интерес к поддержанию высокого профессионального уровня управленческих кадров. При этом в это время Владимирская область становилась вполне индустриальной, в ней было самое современное производство. Наши предприятия в постсоветские времена участвовали во всех сложнейших народнохозяйственных программах. Например, в создании первого много-разового космического корабля «Буран».

**«Учатся работники налоговой полиции, банков...»**

Развитие промышленности и других сфер экономики требовало новых кадров и новых профессий. Был открыт бизнес-колледж. Он давал среднее специальное образование. Затем этот колледж стал высшим и в 1997 г. получил статус института бизнеса.

Мы начинали с нуля, не было ни кабинетов, ни туалетов. А ведь для того чтобы институт мог готовить кадры, нужны были еще и опорные научные и учебные базы – институты и университеты, работающие по новейшим технологиям подготовки кадров. Мы стали партнерами Московского государственного университета экономики, статистики и информатики. Это – учебное заведение, которое очень внимательно и серьезно отслеживает все новейшие веяния в мире в том, что касается образования. Оно по



престижности занимает второе место среди российских экономических вузов.

Кроме того, активно изучали рынок труда. Формирование рыночных отношений привело к неприятной тенденции: многие высококвалифицированные специалисты потеряли работу и не находили применения своим силам и знаниям. Среди таких людей было немало специалистов с оборонных предприятий и организаций, которых так называемая конверсия сделала «лишними людьми». Мы хотели помочь им найти свое место в рыночной экономике.

И вот сегодня наш институт переучивает и дает путевки в жизнь 1500 человекам ежегодно. Мы обучаем таким специальностям, как маркетинг, бухгалтерский учет и аудит, информационные системы в экономике и юриспруденции, финансы и кредит, оценка собственности. Было уже два выпуска, все выпускники нашли работу и показали себя достойно.

Сегодня каждый специалист должен иметь базовое образование, особенно это касается служащих муниципальных и государственных учреждений. И у нас учатся работники налоговой полиции, кредитных учреждений, банков, страховых организаций, производственники. Возраст наших студентов – от 18 до 55 лет. Например, начальнику районной налоговой инспекции 52 года, идет на два года к нам переучиваться. Значит, мы нужны людям.

### **«Продолжаем следить за рынком труда»**

**Е**стественно, в современных условиях организация работы института требует много усилий. Да и самим студентам надо оправдать затраченные деньги: на очном отделении годовая плата за обучение – 5600 руб., на заочном – 4600 руб. Понятно, что в первую очередь нас интересует качество подготовки специалистов, а оно начинается с подбора профессорско-преподавательского состава.

У нас более 80% преподавателей имеют ученую степень и ученое звание. Каждый преподаватель сначала

проходит сертификацию на право преподавания в нашем вузе. Кроме того, определен стандарт, в котором четко сформулированы требования к преподавателям со стороны института. Мы с ними заключаем контракт на один учебный год. Если преподаватель достигает ожидаемых от него «высот», контракт пролонгируем и продолжаем работать с ним.

Одно из главных наших требований к персоналу состоит в том, что одновременно с преподавательской работой необходимо вести научные исследования. В течение года преподаватель должен подготовить несколько работ: методики, сборники задач, конкретные исследования по специальности и т. д.

Во Владимирской области, для которой институт готовит специалистов, предприятия разных отраслей, с большим техническим потенциалом. Правда, сегодня заводы стоят, но у них есть мощные производственные фонды, и несмотря на их быстрое старение, на такой базе можно работать. Если обеспечить предприятия оборотными средствами, промышленность в области сможет быстро подняться.

Это прежде всего относится к машиностроению, электротехнике. Сегодня медленно, но верно выходит из кризиса стекольная промышленность, в основном за счет технического стекла. Поднимаются стеклотарные заводы и все больше начинают потреблять сортовое стекло.

Более сложная обстановка сложилась в текстильной промышленности, которая осталась без сырья. Раньше оно

---

---

Редакция попросила Ю. А. Дмитриева сказать несколько слов о себе. «У меня был трудный жизненный путь. Официальную трудовую биографию начинал колхозником. Прошел, можно сказать, через все операции сельского труда, дошел до помощника тракториста. Потом работал слесарем.

Учился в военно-морской школе в Астрахани, служил на Тихоокеанском флоте. После демобилизации учился и работал. Выдвинули на комсомольскую работу. Был первым секретарем горкома комсомола, инструктором горкома и обкома партии. 12 лет работал первым заместителем председателя облисполкома».

в плановом порядке поступало из Средней Азии. Фабрики сегодня работают в основном на давальческом сырье. Но и в этой отрасли ощущаются определенные сдвиги. В области начинают производить собственное сырье. Это – лен, его посевы будут увеличиваться, и это возродит текстильную промышленность.

На всех предприятиях, начинающих оживать, потребуются новые кадры, и прежде всего те, которые готовит наш институт. Так что мы продолжаем следить за рынком труда и контактируем с теми руководителями, которые хотят, чтобы у них работали наши выпускники.

### **«...Наблюдается неверие в наши силы»**

**У** нас в области были самые традиционные вузы, и руководители всех рангов привыкли работать с ними. Самое печальное, что наш институт сталкивается с довольно равнодушным отношением областной, городских и районных администраций, исполнительных органов. А они вроде бы должны в первую очередь нести ответственность за обеспечение кадрами народного хозяйства. Причем кадрами новой формации, с новым уровнем подготовки, с новыми взглядами и образом действий. Иначе мы не поднимем промышленность.

Ощущается неверие в то, что негосударственный вуз сможет подняться на такую ступень, что ни в чем не будет уступать государственным. За короткий срок мы наладили контакты со многими международными академиями наук, крупнейшими институтами России, в том числе с институтами Академии наук, издательскими организациями. Участвуем во многих всероссийских конференциях.

Несмотря на все естественные внешние трудности, мы пытаемся доказать нужность вот такого института. Рыночная экономика предполагает конкуренцию и в сфере образования. По форме мы – не государственные, а по содержанию не только не уступаем, но выше многих государственных вузов. И по качеству учебного процесса, и по материальной базе.



Учебный план обеспечивает требуемую государственным стандартом общеобразовательную подготовку.

Посмотрите на наши программы: 8 тыс. часов и 80 предметов за весь период обучения. У нас хорошая компьютерная база, студенты работают на компьютерах последних модификаций, могут выйти в Интернет. Имеется прекрасная библиотека, кроме того, мы арендуем библиотеки в других учебных заведениях. Вместе с арендуемыми мы имеем 180 тыс. томов учебной и научной литературы. Я думаю, это нормально.

Окончившие институт получают диплом Московского государственного университета экономики, статистики и информатики государственного образца с присвоением квалификации «дипломированный специалист».

Но со стороны отдельных чиновников, опекающих высшее образование, наблюдается не только неверие в наши силы, но и какое-то скептическое отношение. И не только они, многие считают: если вуз платный, то это какая-то коммерческая структура. Между тем по нашей смете большая часть денег идет на создание материальной базы, условий для студентов, на обеспечение научной литературой и техникой, на оплату преподавателей. У нас очень маленький штат, на этом мы и выигрываем. И низкая зарплата.

Работаем по скользящему графику для того, чтобы студенты могли приходить и работать в любое удобное время. Для меня как ректора нет мелочей, я занимаюсь всем, от вопроса — где и сколько повесить зеркал до планирования цикла обучения студента...

---

---

«Институт обязуется создать условия для организации учебного процесса по избранной учащимся специальности, который обеспечивает подготовку специалиста в соответствии с Государственным образовательным стандартом, квалификационной характеристикой специальности, требованиями Московского государственного университета экономики, статистики и информатики и с учетом новейших достижений науки, техники и технологии, передовых методов организации бизнеса».

**(Из договора Владимирского института бизнеса  
о подготовке специалиста)**

## «Получить университетский объем знаний»

**А** главное – высокое качество подготовки. В этом году будет выпуск около 200 студентов, и многие из них по итогам года будут избраны в состав Международной славянской академии. За время учебы они написали достаточно много научных работ.

Сама жизнь требовала создания нового учебного заведения с новыми специальностями, по которым в области не готовили. Меня вдохновляют на работу не какие-то там команды сверху, а требования жизни. Кроме Владимира мы ведем подготовку студентов в 12 населенных пунктах Владимирской области. У нас учатся и студенты из Прибалтики. Сейчас формируется группа с Украины.

Хочется, чтобы наши студенты были подготовленными специалистами высокой квалификации, чтобы каждый выпускник нашел свое место в жизни и творческую интересную работу. С этого я начинаю рабочий день и этим заканчиваю.

Мы сотрудничаем со многими крупными вузами мира. Это обмен студентами и преподавателями, изучение передовых технологий в образовании. Нам платят те, кто посылает к нам на учебу. За китайцев, например, платит государство, а наши студенты ищут спонсоров.

Мы ведем подготовительную работу с нашими будущими студентами: создаем лицейские классы в школах, преподаем там основы рыночной экономики и высшей математики. Готовим будущих абитуриентов для поступления к нам. Зачисление в институт проводится по результатам вступительных испытаний по математике и

---

---

«Учащийся обязуется посещать учебные занятия и выполнять в установленные сроки виды заданий, предусмотренные учебным планом специальности и программами учебных дисциплин. Соблюдать правила внутреннего распорядка, бережно и аккуратно относиться к фондам. Своевременно производить оплату за обучение».

**(Из договора Владимирского института бизнеса  
о подготовке специалиста)**

тестированию по русскому и иностранному языкам, по информатике.

Выпускники школ учатся 5 лет, лица со средним техническим образованием – три года, а имеющие высшее образование – два года. Используем три формы обучения: очную, заочную и экстернат. На период обучения на очном отделении дается отсрочка от военной службы.

### «У нас студент защищен»

Сегодня очень трудно будет учиться людям с периферии, как отметил министр образования. Накладно будет. Мы имеем 12 представительств (если мы назовем их филиалами, нас обложат налогами), где учатся от 50 до 400 человек, 800 человек будет на заочном отделении. В представительства приезжают преподаватели и читают полный цикл лекций, как и здесь, в институте. Все слушатели защищают дипломы, а принимают экзамены независимые аттестационные комиссии, которые имеют право выдавать дипломы.

Есть Постановление Правительства РФ от 02.12.99 г. № 1323 «Об утверждении Положения о государственной аккредитации высшего учебного заведения». Этот вопрос меня очень волнует. Я ощущаю, что придется преодолеть много препон со стороны чиновников, которые хотят не помочь институту, а уничтожить его. Но за мной сегодня стоят 2000 студентов, с каждым подписан договор, по которому мы несем ответственность за его подготовку.

В договоре определены наши обязанности перед студентом и его – перед институтом. Наш студент имеет право потребовать выполнения стандарта образования. Мы обязаны выдать ему диплом государственного образца. А он обязан знать преподаваемые дисциплины. У нас студент защищен.

---

---

«Невнесение оплаты за обучение менее чем за 10 дней до дня зачетно-экзаменационной сессии влечет отчисление учащегося из института».

**(Из договора Владимирского института бизнеса  
о подготовке специалиста)**

**Динамика макроэкономических показателей  
в 1999 г., %**

<b>ВВП</b>	<b>Объем промыш- ленной продукции</b>	<b>Инвестиции в основной капитал</b>	<b>Денежные доходы населения</b>	<b>Индекс потреби- тельских цен</b>
103,2	108,1	101	157,3	136,5

**Темпы роста выпуска продукции по отраслям  
промышленности в 1999 г., %**

<b>Отрасль</b>	<b>Темп роста</b>
Электроэнергетика	100,2
Топливная промышленность	102,4
Черная металлургия	114,4
Цветная металлургия	108,5
Химическая и нефтехимическая	121,7
Машиностроение и металлообработка	115,9
Лесная, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная	117,2
Промышленность строительных материалов	107,7
Стекольная и фарфоро-фаянсовая	119,5
Легкая	120,1
Пищевая	107,6
Микробиологическая	129,2
Мукомольно-крупяная и комбикормовая	100,3
Медицинская	109,6
Полиграфическая	106,8
Прочие отрасли промышленности	109,1

По данным Госкомстата России.



*«Запад есть Запад. Восток есть Восток, и вместе им не сойтись». Но они все же встретились.*

*Одним из мест встречи стала «Вестфалика» – Сибирская обувная компания. Предприятие, на сто процентов оснащенное импортным оборудованием, динамично развивается и собирается стать лидером своей отрасли.*



*Вторая встреча «миров» обернулась противостоянием: российский товарный рынок захлестывает волна «черного» импорта. Она же с головой накрывает и отечественных производителей товаров народного потребления.*

*Принять меры по спасению утопающих может и должно государство, причем сделать это не так уж сложно: есть испытанный способ – политика протекционизма.*

*Читайте подборку на эти темы.*



# МЕСТО ВСТРЕЧИ – «ВЕСТФАЛИКА»

**Е. Ю. ЕЛИЗАРОВА,**  
корр. «ЭКО»,  
Новосибирск

Обувь с маркой «Вестфалика» жительницы Новосибирска носят уже несколько лет, но лишь немногие из них знают, что их качественные кожаные туфли и сапоги сделаны на российском предприятии. Между тем это действительно так.

Сибирская обувная компания – во многом уникальное предприятие: там и модели разрабатывают, и персонал обучают, и недостающие инструменты сами делают. Все с одной целью – делать только классную обувь, потому что плохую производить – невыгодно.

«Вестфалика» – единственное отечественное предприятие «непищевого» профиля среди вошедших в каталог «Сто лучших товаров России» за 1999 г. За продукцией Сибирской обувной компании оптовики стоят в очереди, и сегодня она продается во многих городах.

Объяснить успех этой обуви у покупателей просто – модный вид, натуральная кожа, удобная колодка, хорошее качество при весьма доступной цене. Но это лишь одна, внешняя сторона. Как в наше время такого успеха добиться – вопрос посложнее. Попробую рассказать, и начать хочется со знакомства с генеральным директором компании, благодаря которому тысячи людей получили добротную стильную обувь, сотни – хорошую работу, а легкая промышленность целого региона – шанс на возрождение.

Зовут генерального – **Михаил Владимирович Титов**: он умен, напорист, даже грубоват. Хорошо представляет цель, к которой стремится, и уверен, что своего добьется.

## Пролог

Прежняя, «советская» жизнь Михаила Титова закончилась в 1991 г., после вывода дивизии, в которой он служил замполитом полка, из Германии на Украину и его отказа принять присягу. Пришлось написать рапорт и уволиться из вооруженных сил. Так в 37 лет кадровый военный, окончивший политучилище и академию имени В. И. Ленина, был вынужден все начинать заново.

Время начала рыночных реформ заражало не то оптимизмом, не то романтизмом, во всяком случае, на недостаток здоровья и сил Титов не жаловался и свою новую жизнь начал строить достаточно энергично. Как он говорит, ему повезло с жизненными уроками. Он собственными глазами видел развал Варшавского блока, воссоединение обеих Германий и, имея хорошее гуманитарное образование, не то что бы предвидел, но был внутренне готов и к грядущему развалу СССР, и многим другим политическим процессам, с которыми столь короткое время спустя столкнулась Россия.

Романтический настрой в отношении России наблюдался и у западных бизнесменов, с которыми Михаил Владимирович за тот год встречался. Романтизмом Титов называет отношение немцев к России как к громадному рынку с хорошими перспективами. Отсутствие законодательной базы почти не смущало, вернее, все были уверены, что это недоразумение разрешится очень скоро.

В Тюрингии у Титова остались кое-какие знакомства (в структурах, занимавшихся приватизацией в Восточных землях), что позволило ему на год уехать на работу в Германию.

Семья Титова жила в Николаеве, а он – в Германии, пытался заинтересовать немецких предпринимателей некоторыми проектами администрации Николаевской области. Проекты касались совместного использования брошенных объектов Очаковстроя, строительной базы, предназначенной для выполнения работ в рамках печально известного плана переброски северных рек. Громадная ничья стройка (один

завод железобетонных конструкций чего стоил!) сулила большие прибыли, если за дело взяться с умом.

Из всех затей ничего не вышло: как приехавшие, так и уехавшие из Николаева немцы ничего не смогли понять в наших «реалиях» – шел 1992 год. В частности, так и не добились, кто ж хозяин всего того, что им показали. Считать таковым главу Николаевской области наотрез отказались и уехали.

Титов понял, что Запад со своими инвестициями – это далеко не завтрашний день (он и сегодня примерно того же мнения), и подался в торговлю. Но не просто так, а в крупную фирму, замом по внешним связям. И опять уехал в Германию закупать товар – от конфет до электротехники.

Очень быстро освоившись с новыми обязанностями, бывший замполит решил начать собственное дело и заодно перебраться в Новосибирск, поближе к родным местам. Организовал товарищество с ограниченной ответственностью, взял кредит, закупил в Германии товар, реализовал его, расплатился с банком и через три месяца смог купить квартиру и перевезти из Николаева семью.

Из Германии же привез имя своей фирме: запомнился ему городок Порто-Вестфалика. (Название свое город получил еще во времена Римской империи, и означает оно что-то вроде Ворот в Западные области.)

К осени 93-го рост объемов продаж, а значит, и прибыли, были такими, что Михаил Владимирович называет тот период своей жизни полетом шмеля. Через год полет прервался: рухнувший Сибинвестбанк похоронил под обломками среди прочих и фирму Титова, лишив ее очень существенных денег. «Черный вторник» лета 94-го дополнил картину разрухи.

Компаньоны разбежались, и «шмель» остался один. Зато удары судьбы превратили его в настоящего бизнесмена, хотя пока без средств. (Горький опыт научил многому: кризис августа 98-го Титов встретил, имея крупные застрахованные кредиты четырех впоследствии лопнувших банков, и, можно сказать, отделался малой кровью.)



Поторговав еще некоторое время импортной обувью и восстановив капитал, к 95-му году Михаил Владимирович открывает собственное обувное производство с итальянскими линиями, закупленными – заметьте – на собственные деньги. Даже его западные партнеры, через которых заказывал оборудование, до последнего не верили (и не скрывали этого), что этот парень взялся за дело всерьез. Титов же, прекрасно изучивший (и занявший) со своей фирмой рынок женской обуви, еще занимаясь торговлей, был уверен в успехе.

Правда, денег было лишь на выпуск примерно двух тысяч пар сапог да презентацию с шампанским, и никто не знал, что будет завтра. Банки денег в производство почти не вкладывали, и если бы не подвернулся один «инвестор» (кстати, женщина, оценившая качество выпускаемых «Вестфаликой» сапог), все могло бы быстро закончиться. Но деньги пришли, и весь 96-й год конвейер крутился, продажи шли влет, прибыли были бешеные. Его производство тогда было «отверточным»: практически все комплектующие шли из-за границы.

С введением валютного коридора в стране сложились условия, очень выгодные для импорта товаров. В том числе, конечно, и обуви, что создало серьезнейшую конкуренцию ее отечественным производителям. Хорошо жить стало труднее – пришлось искать пути экономии.

---

### **Из списка присужденных фирме «Вестфалика» званий и призов:**

«Большая Золотая медаль» и диплом Сибирской ярмарки «за динамичное развитие современного обувного предприятия и последовательное завоевание регионального рынка»

Диплом Союза дизайнеров России за коллекцию женской обуви «Осень-Зима 1999–2000»

Диплом ОАО «Рослегпром» за высокие потребительские свойства коллекции модной женской кожаной обуви с использованием современных конструктивных решений

Престижная международная награда «Факел Бирмингема», учрежденная Международным институтом финансов и партнерства, Международной академией лидерства в бизнесе и администрировании за успешное экономическое выживание в условиях социально-экономического кризиса

## Итальянский дизайн, немецкое качество, русский характер

В 1995 г. на «Вестфалике» обувь просто собирали из итальянских комплектующих. Постепенно к сборочному конвейеру прибавились швейная линия и раскройный цех.

Определяющим принципом работы было и есть высокое «немецкое» качество, при этом строго придерживаются ГОСТов. Каждый раз при запуске в производство новой модели или нового фасона подошвы изделия проходят предварительную экспертизу в Новосибирском центре стандартизации и метрологии.

На сборочном конвейере установлены станки таких известных итальянских фирм, как «Despa», «Cegim», «Sigma», «Bombelli». Технология сборки тоже пришла из Италии, где веками отработывалась на лучших обувных предприятиях.

С весны прошлого года «Вестфалика» с помощью своего давнего партнера, мирового лидера в области производства обувных отделочных материалов, фирмы «Kenda Farben», начала использовать новейшую технологию отделки обуви специальными восками и водоотталкивающими кремами.

Нужно сказать, что Титов не стоит за ценой, когда речь идет о качестве, и закупает все самое лучшее. Именно к такой категории относится швейное оборудование германских фирм «Pfaff» и «Zinger», теперь они поставляют швейные обувные линии и «Вестфалике».

Вся внешнеэкономическая деятельность «Вестфалики» направлена на то, чтобы предприятие соответствовало самым высоким мировым стандартам. При всем этом с 1998 г., по понятным причинам, Титовым взят курс на

---

Диплом с подписью президента США Билла Клинтона как почетного председателя международной программы «People to People International»

Золотой диплом всероссийского конкурса «Сто лучших товаров России»

максимально возможное использование отечественных комплектующих при производстве обуви.

При всей схожести с «европейской» обувь марки «Вестфалика» имеет свои особенности. Прежде всего – она прочнее (у них там в голову никому не придет, что обувь будут носить по пять сезонов). Затем: зимняя – более теплая и менее скользкая, демисезонная – более влагостойкая. Специально для сибирских условий в Италии разработали новый материал, выдерживающий до  $-40^{\circ}\text{C}$ .

Наконец, многие модели обуви от «Вестфалики» имеют расширенную, рассчитанную на русскую ногу, колодку. Есть модели сапог, выпускаемые в трех вариантах – с разной полнотой голенища.

В текущем году производство возрастет в несколько раз за счет покупки дополнительных линий оборудования и открытия новых производственных площадок. Чуть ли не каждый месяц устанавливают по новому конвейеру – все на собственные средства, сегодня у Титова нет ни рубля заемных средств. (Михаил Владимирович называет это классическим примером расширенного воспроизводства. С чем-чем, а с трудами Маркса он познакомился еще в политучилище.)

Кроме женской обуви, скоро появится мужской и детский ассортимент.

#### **Динамика выпуска обуви за последние месяцы, тыс. пар:**

Октябрь 1999 г.	15	Январь 2000 г.	33
Ноябрь	20	Февраль	40
Декабрь	27	Март	43

### **Административные барьеры в действии**

На «Вестфалике» делают обувь европейского класса выше среднего уровня. Эта ниша до кризиса 1998 г. была практически полностью занята продукцией иностранных производителей. С ростом цен импортных изделий в 2–2,5 раза ниша освободилась. Спрос на изделия «Вестфалики» уже

в течение полутора лет превышает предложение. Настало время для резкого расширения производства.

Но теснота прежних помещений сделать этого не позволяла, а найти то, что можно купить (вернее, что могли продать), все не удавалось. Дело в том, что в городе есть миллионы пустующих «производственных» квадратных метров, но все они – федеральная собственность в силу того, что на них в прошлом работали предприятия военно-промышленного комплекса, преобладавшие, как известно, в структуре промышленности Новосибирска.

Пробить через Москву, через Госкомимущества разрешение на вывод пустующих зданий из категории имущества ВПК Титову помогали представители местной власти – без них это сделать невозможно. В 1999 г. фирма приобрела, наконец, в собственность две площадки в разных районах Новосибирска. В одном здании разместилось производство подошв, в другом корпусе введены в эксплуатацию сборочный и швейный конвейеры.

Представить, какими были эти сооружения, когда их выставили на аукцион, несложно. В разгар отопительного сезона в сибирских условиях пришлось заменить несколько «КАМАЗов» труб и батарей, вскрывать коммуникации и производить прочий ремонт помещений площадью около 26 тыс. кв. м. Все было сделано за три месяца, без снижения объемов текущего производства.

## **Русский акцент**

За годы реформ обувная отрасль была разрушена чуть ли не больше всех остальных, многих предприятий просто не стало. Сегодня отрасль начинает возрождаться, но обувное производство технологически очень сложно, фондовооруженность высока – оснащение рабочего места стоит примерно столько же, как в электронике. Доля иностранного капитала в отечественных (так называемых совместных) обувных предприятиях мизерна, во всяком случае, несравнима с теми средствами, которые западные инвесторы направляют в добывающие отрасли.

Хотя трудностей много, производство обуви все же имеет одно важное преимущество – оно конечно, т. е. его продукция идет на потребительский рынок, и если изделия качественные, они раскупаются, а значит, деньги оборачиваются быстро.

Абсолютно другое положение у смежников – производителей комплектующих. Особенно тяжело приходится базовым производствам. Взять, к примеру, изготовление обувной колодки: технология сложнейшая, оборудование очень дорогое, окупаемость – лет пять, не меньше. В один день такое производство не создать, да и строиться оно должно для обслуживания нескольких заказчиков, например, в масштабах региона.

На сегодня в России такой завод один – в Санкт-Петербурге. За его продукцию обувщики буквально дерутся.

Второй пример касается предприятий по выделке кожи. На строительство новых нужны громадные деньги: там необходимы сложные и дорогие очистные мощности, ресурс имеющихся фабрик незначителен. Оставшиеся в России кожевенные производства – в Ярославле, Бобруйске, Рязани, Пскове, Ельце – предлагают низкосортное сырье: только малая часть кож годится для хорошей обуви, в частности, для той, которую шьют на «Вестфалике». Это лицевые гладкие кожи, от желающих их купить нет отбоя, и не всем они достаются. Компании Титова приходится работать с поставщиками на условиях полной предоплаты.

Натуральный мех фурами закупают в Бельгии, у фирмы, которая поставляет его знаменитым фабрикам «Salamanca». В отечестве овчину как следует выделывать так и не научились...

Термоэластопласт – то, из чего льют подошвы, в России вообще не производится, приходится везти из Италии. (А сырье-то итальянцы покупают в России...)

В странах, где обувное производство является традиционным, фабрики, изготавливающие комплектующие, находятся под боком у обувщиков и обслуживают по несколько

«конечных» заводов. Поэтому последним не нужны запасы, увеличивающие накладные расходы и замораживающие оборотные фонды. Такое положение складывалось в какой-нибудь Вероне веками, у нас нет времени ждать так долго.

## **Деньги – не главное**

Хорошую обувь нельзя сделать из негодных деталей – колодок, кожи, меха, стелек, молний, клеев, ниток и т. д. и т. п. Иными словами, производство качественного конечного продукта невозможно без отлично работающих смежных производств. А их в России практически нет. Титов собирается создать.

И здесь не обойтись без хорошо продуманной региональной отраслевой программы. Похоже, именно директор «Вестфалики» станет одним из основных ее авторов. Созданная им рабочая группа, состоящая из ученых-экономистов, уже разрабатывает концепцию. После обсуждения документа с руководителями еще живых местных предприятий и внесения дополнений он будет предложен вниманию администраций Новосибирской области и областей, входящих в межрегиональную ассоциацию «Сибирское соглашение».

Цель программы – на условиях кооперации привлечь местные инвестиции на местные предприятия.

Для закупок за рубежом технологий и оборудования можно использовать такой широко распространенный на Западе инструмент, как финансовый лизинг.

Идея лизинговых закупок зреет уже года четыре. Поначалу все упиралось в нежелание банков работать в данном направлении, выступая гарантом и связующим звеном между лизингодателем и лизингополучателем. Сегодня есть среди банков такие, которые осуществляют очень серьезные лизинговые проекты, правда, в Москве. Пройдет совсем немного времени – будут и в Сибири.

Переговоры с финансовыми институтами, в частности со Сбербанком и Новосибирсквнешторгбанком, ведутся, интерес с их стороны несомненен.

Титов мечтает «внедрить» лизинг в Сибири. Организация региональной лизинговой компании в Новосибирске, кроме всего прочего, позволит повысить рейтинг тех работающих предприятий, которые захотят (и смогут) таким способом обновить свое оборудование за рубежом, где мало кому известны. Не говоря уж о том, что избавит от необходимости посылать специалистов в заграничные командировки для переговоров, заключения договоров и т. п. один на один с крупными западными производителями.

Десятилетиями не пополнявшиеся и не восполнявшиеся основные фонды России – клондайк для западных финансово-промышленных компаний. Многие понимают, что Россия – огромный рынок сбыта технологий. Если рынок товаров народного потребления – это 50–100 млрд дол., то емкость рынка технологий оценивается в триллионах. Осталось выстроить реальные цепочки и схемы лизинга, и российский рынок будет открыт для современных достижений в области промышленных технологий, потому что у нас уже есть много людей, подобно Титову, заинтересованных в расширении своих предприятий, но (в отличие от него) испытывающих острую нужду в финансовых ресурсах. Кстати, отвлекать на закупку оборудования оборотные средства, даже если таковые имеются в избытке, очень рискованно.

Банковские кредиты по-прежнему дороги, и получить их многим не так просто. Генеральный директор «Вестфалики» с конца 1998-го в долг не берет, хотя предложений от банков много, в том числе от иностранных. Более того, он абсолютно уверен, что в организации бизнеса на первом плане должна быть продуманная идея и дееспособная команда, а деньги найдутся. Идей у Титова много.

### **Маленький пример**

В 95-м застежки-молнии производили в Новокузнецке, там их «Вестфалика» и закупала. Качество было не хуже итальянских – видимо, на заводе стояло импортное оборудование. Вскоре производство «легло» просто из-за недостатка оборотных средств, но ведь завод сохранился.

Можно консолидировать заказ нескольких местных обувных предприятий и вместо того чтобы отправлять деньги в ту же Белоруссию, откуда сейчас приходится возить застежки, организовать производство этого товара в Сибирском регионе. Если, например, годовой заказ новокузнецкому предприятию оплатить вперед, оно встанет на ноги, и от этого выиграют все.

По грубой оценке, сибирский обувной рынок – это около трех миллионов пар обуви в год.

Производство подошв, стелек и многого другого тоже можно создать у себя. Кое-что «Вестфалика» уже выпускает, но пока только для себя. Если появятся заказчики со стороны, соответствующие мощности будут быстро наращены, и сибирякам<sup>1</sup> не придется ездить в Москву и за границу в поисках комплектующих. Консолидированный заказ – стоит его организовать – это мощное и в общем простое средство спасения.

И даже если этот объединенный заказ на какое-либо изделие размещать не в регионе (пока), его крупный объем позволит процентов на 20 сбить цену его исполнения.

## **Первым делом – отнюдь не самолеты**

К сожалению, власти региона, в котором долгие годы наблюдалось преобладание предприятий ВПК, до сих пор никак не расстанутся с прежней идеологией управления такой «перекошенной» экономикой. Значение легкой промышленности до сих пор не осознано. Им все хочется развивать наукоемкие производства, машиностроение и т. п. А на это требуются огромные деньги, которых нет.

Но они появятся, если встанут на ноги легкая и пищевая отрасли: именно с их стороны пойдут заказы на станки и оборудование. Пока такого заказа нет, все усилия по возрождению «тяжеловесов» будут тщетны.

---

<sup>1</sup> Два обувных предприятия расположены в Красноярске, по одному – в Иркутске, Кемерово, Новокузнецке, Ачинске, Омске, Томске, Барнауле. Помимо «Вестфалики», еще одна обувная фабрика есть в Новосибирске.



Развитие легкой промышленности – это еще и экономия крупных объемов валютных средств, которые пока идут на импорт одежды, обуви, продовольствия, хотя валюте можно найти гораздо более эффективное применение.

Только с развитием отраслей, производящих ТНП, можно всерьез ожидать подъема мелкого бизнеса, представленного на сегодня почти исключительно торговлей. Становление устойчивого слоя мелких предпринимателей, как показывает опыт многих стран, – один из испытанных путей пополнения числа налогоплательщиков.

## **ЭКСПАНСИЯ «ЧЕРНОГО» ИМПОРТА**

**М. В. ТИТОВ,**  
генеральный директор  
Сибирской обувной компании «Вестфалика»,  
Новосибирск

Главная помеха развитию отечественной промышленности – это «черный» импорт. Он душит отечественное производство, лишает страну источников развития. Сегодня основная масса импортных товаров поступает в нашу страну контрабандой. По данным Госкомстата РФ, в 1999 г. объем нелегального импорта в России составил более 10 млн дол. Цифра условна, потому что получена по методике расчета платежного баланса, которая не учитывает оплаченного наличными, а «черный» импорт как раз предпочитает наличные деньги.

По некоторым товарным позициям доля контрабанды в России до сих пор превышает долю легального импорта в несколько раз. Например, около 80% импортной обуви ввозится без уплаты таможенных пошлин, доля «черного» рынка телевизоров составляет 85–90%. На сегодня, по официальным данным ГТК России, контрабандой ввезено примерно 40% всего импорта. Независимые эксперты называют более высокие проценты.

## Льготы

Когда хозяйствующим субъектам было разрешено самостоятельно вести внешнеэкономическую деятельность, таможенные пошлины были довольно низкими, и в незаконных операциях не было особого экономического смысла. Однако низкие таможенные ставки били по интересам отечественных производителей, и последние пролоббировали в парламенте и правительстве существенное повышение импортных пошлин. Когда же в конце 1991 г. был введен налог на добавленную стоимость, ставший существенным фактором ценообразования, импортеры, которым грозила потеря сверхприбылей, начали искать обходные пути продвижения товаров в Россию.

Одним из способов сохранения прежнего уровня рентабельности импорта стало предоставление таможенных льгот различным спортивным организациям, фондам инвалидов и ветеранов войны в Афганистане, лицам, пострадавшим в результате катастрофы на Чернобыльской АЭС, и т. д.

Другая лазейка – использование разницы в ставках на однородные и сходные по потребительским свойствам товары, например, когда под видом запчастей ввозят автомобили. Потери государства возрастают: большинство импортеров вообще предпочитают обходиться без таможенного оформления.

Нерациональный подход к формированию величины таможенных пошлин и ставок усиливает криминализацию внешнеторгового бизнеса. А сближение криминальных структур, вовлеченных в этот бизнес, с чиновничьим аппаратом постепенно ведет к непомерному разрастанию «черного» импорта.

## Дела таможенные

Эффективность российской таможенной системы характеризует следующий факт. В 1996 г., накануне выборов президента России, таможня в течение одного только

месяца увеличила сбор пошлин примерно в 2 раза. Спрашивается, что ей мешало всегда работать с той же эффективностью?

Не спасла положения и отмена таможенных льгот в 1996 г. Сверхдоходы внешнеторговых организаций позволили им «купить» отдельных таможенников, так что импорт и сегодня обходится без уплаты таможенных пошлин. Неофициальные таможенные «ставки» общеизвестны: в Москве, например, за таможенную очистку одной фуры с товаром на 200–500 тыс. дол. надо платить 5–10 тыс. дол., в зависимости от вида товара. Естественно, эти деньги идут не в казну государства, а в карман отдельных чиновников. Недаром же председатель Государственного таможенного комитета Михаил Ванин, подводя итоги работы своего ведомства в 1999 г., сообщил об усилении криминализации внешней торговли и росте коррупции среди таможенников. По его словам, в прошлом году после проведения «чистки» в рядах таможенников суммы ежедневных платежей в бюджет возросли на 15%. Однако, опять же по его собственному признанию, только за прошедший год количество нечистоплотных работников увеличилось примерно в два раза.

Сегодня колоссальную брешь в таможенной границе России создают Белоруссия и Казахстан. Формирование единого таможенного пространства, как мне кажется, обернулось вредом для всех участников. После отмены льгот многие импортные товары, прежде чем попасть в Россию, «заглядывают» в Белоруссию или Казахстан, где обзаводятся белорусскими или казахскими сертификатами. Пошлины в России практически не выплачиваются.

Но и перевалочные пункты контрабандного товара сами сильно страдают от подобного «транзита». По сведениям председателя ГТК Казахстана, около 80% товарооборота республики составляет контрабанда. Только в результате нелегального импорта алкогольной продукции бюджет республики ежегодно недополучает более 200 млн дол.

Такие бреши в границе вряд ли возможны без участия больших столичных чиновников.

## Заграничные российские губернии

Китай, Турция, другие государства, поставляющие в нашу страну колоссальные объемы товаров народного потребления, кровно заинтересованы в активизации торговли, в том числе нелегальной. Например, на китайском направлении контрабандный бизнес функционирует с точностью швейцарских часов. В городе Урумчи построен мощный комплекс для обслуживания челночного бизнеса стран СНГ. Тщательно продуманы и решены такие вопросы, как представление товара, его доставка, продажа и отгрузка на территорию России. Благодаря спайке власти и криминалитета схема построена таким образом, что «мешочники» практически не пересекаются с таможенниками. В Китай они обычно прибывают на самолетах, а товар вывозят автомобильным транспортом в Казахстан, откуда он расползается по России, минуя с помощью «больших людей» таможенные преграды.

Еще один популярный способ доставки – через туристические фирмы. Базой исчисления «импортных» платежей при этом служит вовсе не стоимость товара, и не какие-то его потребительские свойства, а... кубометр груза. Естественно, при ввозе такого товара в Россию таможенные платежи не осуществляются, все деньги поступают перевозчикам и отдельным чиновникам, закрывающим глаза на нарушения закона.

Благодаря четкой и продуманной организации из Китая идет колоссальный грузопоток. Экономика Турции также поднимается на наших деньгах. Список стран, получивших мощный толчок для экономического развития благодаря российскому капиталу, можно продолжить. Вот только самой России в этом списке нет.

Когда смотришь на расписание рейсов российских авиакомпаний, складывается впечатление, что Китай – это часть России, причем одна из наиболее важных. А ведь каждый чартерный рейс в Китай означает, что российские производители недополучат инвестиций в результате вывоза валютных ресурсов.

## Товарная война

В условиях экономического кризиса ценовая конкуренция играет самую важную роль, и создание дополнительного конкурентного преимущества иностранным товарам в виде низких цен – это самый настоящий нож в спину отечественного производителя. Импортные товары получили от российского правительства карт-бланш при входе на российский рынок.

Иностранные производители и без того получают огромную помощь от своих государств – в виде экспортных субсидий и дотаций, льготных кредитов под экспорт, более низких налогов для экспортной продукции. За границей все делается для того, чтобы стимулировать собственного производителя и его экспортный потенциал, потому что это ведет к увеличению объемов производства, созданию рабочих мест, увеличению сбора налогов, и в конечном итоге к экономическому росту, увеличению валового внутреннего продукта, повышению благосостояния граждан.

В России не только не принимаются меры по поддержке предприятий-экспортеров, но к тому же отсутствуют серьезные заслоны для контрабанды товаров.

Контрабандные товары народного потребления продаются главным образом на оптовых и вещевых рынках, но их без труда можно найти и в уважаемых магазинах. Например, тотальная проверка крупных салонов бытовой техники, недавно проведенная в Москве таможенными органами, показала, что значительная часть товара была ввезена с нарушениями закона.

Таким образом, к низкой входной цене иностранной продукции за счет различных протекционистских мер добавляется также контрабандный ввоз и последующая продажа практически без уплаты налогов, что дает импортным товарам колоссальные конкурентные преимущества на рынке и одновременно лишает шансов российскую продукцию. Мы столкнулись с опаснейшим видом экспансии – товарной. При вооруженной экспансии для отпора

агрессору консолидируется вся нация, даже идейные противники становятся на патриотические позиции. А вот опасность товарной экспансии видят далеко не все. Павших на поле брани товарной войны очень много. Например, по данным Рослегпрома, в легкой промышленности производство за период реформ сократилось в 18 раз<sup>1</sup>, многих предприятий просто не стало, миллионы людей остались без работы.

## **Челночный вирус**

По экспертным оценкам, каждый мешочник «уничтожает» примерно 100 рабочих мест в нашей промышленности. Из-за него с рынка вытеснены не только производители отечественных товаров, но и их смежники – производители сырья, материалов, полуфабрикатов. А это значит, что данные предприятия остаются без прибыли, их работники – без зарплаты, бюджеты разных уровней – без наполнения. Кроме того, оплачивать труд транспортников, энергетиков, связистов и т. д. могут только действующие промышленные предприятия. То же самое можно сказать и об образовании, и о науке.

Развивая производство внутри страны, мы тем самым поддерживаем ее потенциал: и промышленный, и экономический, и оборонный. Уничтожая отечественную промышленность, в том числе поддерживая челночный бизнес, мы идем к безработице, обнищанию большей части населения, разрушению социальной инфраструктуры, прекращению всякого развития. Вот таков реальный эффект челночного бизнеса. Интересно при этом, что у мешочников платежи «крыше» зачастую оказываются выше, чем все налоги вместе взятые, но криминализация бизнеса зашла так далеко, что легализовать свою деятельность многие из них не смогут даже при желании.

---

<sup>1</sup> По данным Госкомстата России, объем производства продукции легкой промышленности в 1992–1998 гг. сократился в 8 раз. В 1999 г. выпуск продукции этой отрасли увеличился на 20% (прим. «ЭКО»).

Есть и еще один негативный результат: привыкнув к спекулятивным доходам, многие из подавшихся в челноки уже не хотят заниматься производительным трудом.

### **Ломать – не строить**

Главная наша беда – криминализация власти. Власть бесконтрольна, неподотчетна, чиновники действуют безнаказанно, в России сложилась криминально-клановая бюрократическая система управления – об этом много уже сказано. Криминальная доминанта сегодня не позволяет ни силовым структурам, ни обществу поставить заслон «черному» импорту. Для того чтобы начать реальную, а не популистскую борьбу с коррупцией, нужна политическая воля федеральной власти. Нужно активное включение в процесс Госдумы и всего общества.

Ошибка была сделана в самом начале реформ, при либерализации внешнеэкономической деятельности. Рыночная экономика без нее немыслима, но наличие рынка вовсе не означает отсутствия регулирования вообще. В России же методы и темпы осуществления либерализации иначе как преступлением против страны не назовешь. Просто стало очень модным называть себя «рыночником». А так как ни образование, ни практический опыт чиновников не давали качественного представления о рыночной экономике, высказывание Адама Смита о «невидимой руке» рынка было воспринято буквально. И, словно по мановению волшебной палочки, государственное регулирование практически во всех сферах деятельности исчезло.

Отечественная промышленность оказалась перед лицом конкуренции с высокоразвитой, технологически оснащенной промышленностью Запада. По-хорошему, либерализация должна была бы проводиться последовательно, постепенно, в течение 10–20 лет. По мере того как реформировалась бы наша экономика, постепенно менялись бы и правила игры. Но правители выбрали вариант «открытых дверей». В результате отечественная промышлен-

ность оказалась на боку, а российский рынок подвергся мощной экспансии иностранных производителей.

## **Альтернативы протекционизму нет**

В последнее время властные структуры признали необходимость поддержки промышленности, заговорили о государственном регулировании. Но пока все это только на словах, на деле государство за эти годы так и не повернулось лицом к промышленности.

Впрочем, следует признать, что малейшие попытки России защитить собственные рынки наталкиваются на яростное сопротивление Запада, пропагандирующего идеи свободной торговли. Различные международные финансовые организации оказывают на страну мощное давление. Так, МВФ, принимая решения об очередном кредите России, нередко ставил условие о снятии ограничений с внешней торговли. И нам приходилось идти на поводу у Запада, во вред собственной промышленности и собственному экономическому развитию.

Это в корне неверная позиция. Если говорить о вовлечении России в мировую экономику на основе полной либерализации внешней торговли, необходимо иметь в виду следующее.

Во-первых, ни в одной стране мира нет полной свободы торговли, везде существуют те или иные ограничения, затрудняющие вход иностранных производителей на местные рынки. Различается только степень жесткости протекционистских мер.

Во-вторых, говоря о свободной торговле, следует исходить из экономической ситуации в стране. В современной России, при условии, что государство намерено сохранить отечественную промышленность, целостность страны и единство нации, альтернативы разумному протекционизму просто не существует.

Сторонники свободной торговли апеллируют к тому, что она ограничивает монополию, стимулирует конкуренцию и технический прогресс. Рост конкуренции заставляет компании переходить к новым технологиям, обеспе-



чивающим более низкие издержки. Но все не так просто. Во-первых, для модернизации российской промышленности требуются значительные средства (по данным Минэкономики РФ – около 2 трлн дол. в течение 20–25 лет). Во-вторых, не меньшие средства необходимы на переобучение персонала. В-третьих, новое оборудование нередко требует кардинального изменения сложившихся бизнес-процессов, а это весьма дорогое удовольствие. В-четвертых, новые технологии предполагают переход на более качественные сырье и материалы. И если технология импортная, то и сырье зачастую приходится импортировать, а для этого нужны валютные ресурсы, причем, как правило, иностранные поставщики требуют от наших компаний предоплаты.

Словом, в настоящее время российские предприятия не в состоянии модернизировать основные средства и переходить на высокие технологии, большинство из них все еще борется за свое выживание. Иностранные инвестиции так в страну и не пришли. Те крохи, которые получила Россия в качестве прямых инвестиций, просто несопоставимы с потребностями промышленности и... с объемами вывоза капитала. Более того, известно немало примеров, когда иностранные компании во время обвальной приватизации покупали российские предприятия буквально за бесценок и преднамеренно их разоряли. Поэтому рассчитывать нужно только на собственные силы. А деньги в стране есть, и немалые. Но владельцы не хотят вкладывать их в производство – им это невыгодно.

---



---

## **Наша справка**

### **Производство обуви в России, млн пар**

<b>1991</b>	<b>1992</b>	<b>1993</b>	<b>1994</b>	<b>1995</b>	<b>1996</b>	<b>1997</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>
336	220	196	76,5	51,6	36,8	33,0	23,8	29,3

### **Импорт кожаной обуви в Россию, млн пар**

<b>1992</b>	<b>1993</b>	<b>1994</b>	<b>1995</b>	<b>1996</b>	<b>1997</b>	<b>1998</b>
42,1	61,5	41,7	28,3	46,0	15,8	2,9

По данным Госкомстата России.

## **Импорт технологий и политика**

И все же нам не обойтись без иностранных инвестиций. Чтобы инвестиции в российскую промышленность пошли, государству необходимо поставить эффективный барьер на пути «черного» импорта и, ограничив импорт товаров народного потребления, стимулировать ввоз в Россию технологического оборудования. Пока кроме таможенных пошлин за импортное оборудование нужно платить еще и НДС. Хотя таможенные пошлины на импортное оборудование – это вообще нонсенс, тем более когда речь идет об оборудовании, которое у нас не производится. Складывается впечатление, что наша промышленность испытывает кризис перепроизводства, на российских предприятиях наблюдается избыток свободных ресурсов и государство специально ограничивает развитие производства.

В России защитников протекционизма почему-то сразу обвиняют в антирыночных взглядах. А между тем США на протяжении всей своей истории активно и умело использовали политику протекционизма в отношении своих производителей. Вспомните недавние антидемпинговые разбирательства против российских экспортеров стали. Известны даже примеры применения США вооруженной силы для защиты экономических интересов своих компаний. Например, в 1954 г. с подачи компании «Юнайтед фрут» (крупнейшего поставщика бананов во многие страны мира) ЦРУ организовало государственный переворот в Гватемале. Аналогичная ситуация была в Панаме. Как только президент этой страны стал действовать в интересах собственного народа, американские войска высадили десант и арестовали «преступника». Президента обвинили в торговле наркотиками, хотя реально за всем этим стояла проблема Панамского канала.

Зато стоит России предпринять какие-либо меры по ограничению импорта, затрагивающие интересы американских компаний, в СМИ начинается мощная антироссийская PR-кампания, на правительство начинают давить МВФ и другие международные организации. И в конечном сче-

те Россия либо отменяет свои решения, либо существенно их смягчает.

Успехи российской промышленности находятся под пристальным вниманием западных стран. Прорыв российского оружия на рынки Индонезии, Кипра, Колумбии и ряда других государств незамедлительно вызвал противодействие со стороны американских компаний-конкурентов. Они включили в действие механизмы лоббирования, и очень скоро конгресс США выступил с угрозой заблокировать экономическую помощь России. После этого наша деятельность на мировом рынке вооружения, особенно в освоении новых рынков, стала гораздо менее активной.

Подобная политика двойного стандарта, когда для себя и для других устанавливаются разные правила игры, широко практикуется США и другими развитыми западными странами. И не только по отношению к России, но и практически ко всем развивающимся странам. Для того чтобы противостоять акулам мировой экономики, надо иметь определенную смелость.

### **Помочь можно не только деньгами**

Сегодня на официальном уровне широко распространён тезис, что государство объективно не в состоянии поддерживать отечественных производителей. Дескать, казна пуста и страна находится в долгах как в шелках. Но ведь никто не просит денег. Реально от власти требуется только установить единые для всех правила игры и защитить экономическое пространство страны. Именно в этом и заключается основной принцип рыночных отношений – в установлении для всех равных возможностей и единых правил поведения.

Контрабандный ввоз товара – это игра против правил. Если бы иностранные производители экспортировали свою продукцию в Россию официально, платили бы все налоги и пошлины, их продукция оказалась бы на порядок дороже, и наша промышленность получила бы мощное конкурентное преимущество, стимул к развитию.

Главное, что это не требует каких-либо кредитов, субсидий, инвестиций или займов. Нужны только желание федеральной власти, ее решимость и готовность проводить реформы.

Определенные позитивные сдвиги уже есть. В последнее время крупных импортеров стали проверять более тщательно, и у большинства из них обнаружались весьма серьезные нарушения законодательства: неизвестно откуда и от кого поступивший товар, поддельные таможенные документы и сертификаты соответствия, фальшивые акцизные марки и т. д. Очень хочется думать, что такой подход не был инструментом PR-кампании в рамках предвыборной гонки.

Остается надеяться, что новый президент возьмет на себя смелость обуздать черный импорт, что пойдет на пользу развитию отечественной промышленности, а значит, и будущему России.

И еще. Плохие советские товары приучали нас видеть в импортных гарантию качества. Ценить хорошее – вполне естественно, жаль только, что обернулось это опасным пренебрежением к отечественному, ставшему синонимом низкого качества. Это тем более обидно, что зачастую плохой была только упаковка или обертка.

Такое положение дел необходимо исправлять – следует воспитывать покупателя. Во многих, правда, небольших странах, где сохранилось национальное самосознание, покупать отечественные товары стало хорошим тоном. Я не призываю к квасному патриотизму. Но объяснять людям, как много значит сегодня для российской промышленности тот самый рубль, которым они «голосуют за отечественного производителя», нужно.

Как нужно учить людей гордиться своей страной вовсе не потому, что у нее есть ядерное оружие.

**К печати подготовила Е. ЕЛИЗАРОВА**



# **Экономическая предприимчивость – новое социальное качество поколения\***

**Л. Г. БОРИСОВА,**  
доктор социологических наук,  
Новосибирский государственный университет,  
**Г. С. СОЛОДОВА,**  
кандидат социологических наук,  
Институт философии и права СО РАН,  
**И. И. ХАРЧЕНКО,**  
Институт экономики и организации  
промышленного производства СО РАН,  
Новосибирск

Современное поколение называют «поколением next», «поколением пепси», «поколением X». Что же выбирает это новое поколение?

Цель статьи – проанализировать, как включаются подростки в новые экономические отношения, изучить влияние оплачиваемой работы и занятия предпринимательской деятельностью на их сознание и поведение<sup>1</sup>.

---

\* Работа выполнена при финансовой поддержке РГНФ (проект № 99-03-19577) и программы «Партнерство» (грант № НВС 806, Институт «Открытое общество», Фонд Сороса).

<sup>1</sup> Приведены результаты социологического опроса 1600 учащихся 11-х классов средних школ, проведенного весной 1999 г. в Новосибирске и его городах-спутниках Бердске и Краснообске, а также в Барнауле и Томске. В декабре того же года в Новосибирске состоялся дополнительный мини-опрос, включающий проведение формализованных интервью с подростками, имеющими опыт самостоятельных заработков. Авторы благодарят учениц 10-го класса школы № 112 М. Колину и Е. Погорельцеву за участие в сборе и обработке информации мини-опроса.

## Бедность и богатство в сознании подростков

Привычка старшего поколения жить в уравнительном, чаще всего минимальном достатке, сформировала представление о бедности как о норме жизни. Считалось, что «бедные люди – самые нравственные». На этом фоне характерная черта современных молодых людей – иметь высокий доход, стать богатыми – кому-то может показаться безнравственной. Большинство старшеклассников хотели бы стать богатыми (табл. 1). Заметим, что, по данным мини-опроса, уровень среднеобеспеченности устроил бы 15%.

Ответы на вопрос: «Что тебя тревожит в настоящее время больше всего?» – распределились так: проблемы, связанные с близким окончанием школы и поступлением в вуз, назвали 91%, «как сложится моя судьба» – 49, будущая работа – 48, учеба в школе – 35%. Проблема добывания денег остро стоит уже сейчас для 30% юношей и 19% девушек. «Бедность, недостаток средств» волнуют 8% подростков.

Таблица 1

### Распределение ответов выпускников школ на вопрос: «Как ты относишься к богатству?», %

Отношение к богатству	Юноши	Девушки	Вместе
Хочу стать богатым, даже с риском уголовного наказания	14	4	8
Хотел бы стать богатым, но только законным путем	68	75	72
Отношусь безразлично, считаю, что богатство – не главное в жизни	15	19	17
Отношусь к богатым с презрением: они разбогатели за счет других	3	2	2

Цели, ради которых подростки хотят стать богатыми, прагматичные, в настоящее время не осуждаемые обществом. Вот примеры суждений: «Богатство – это деньги, власть, независимость, связи, друзья, оно дает много пре-

имуществов, ни от кого не зависишь»; «Богатой я хотела бы стать ради удовольствия, важно то, что все можно купить»; «Богатство – это вечный достаток, комфорт и власть, но всегда есть риск быть ограбленным»; «Деньги не бывают лишними, но сказочного богатства мне не надо»; «Богатство – это достаток, когда не надо волноваться, что нет чего-то необходимого»; «Если есть деньги, то тебя уважают, а если денег нет – то ты никто и ничто...»; «Хотела бы стать богатой, чтобы не стесняться, как ты одета, чтобы были деньги на оплату обучения своего и будущих детей».

Богатыми людьми подростки считают мафиози, рэкетиров, «новых русских», известных политиков, людей, занимающих высокие посты.

Быть бедным сегодня непрестижно, а молодым людям – даже стыдно. В целом они принимают складывающуюся социальную дифференциацию. «Если у всех будет одинаковый доход при разных умениях, навыках, стараниях, то у людей не будет стимула трудиться»; «Я считаю, что каждый человек должен иметь столько, сколько может, потому что одни люди работают день и ночь, а другие не хотят работать и просят милостыню».

Вместе с тем выпускники понимают, что разный уровень достатка может быть обусловлен разными причинами. «В нашей стране очень много бедных людей. Среди них большее количество людей, которые не хотят работать. Я считаю, что наша страна живет по принципу: “Хочешь жить – умей вертеться”. Но в стране есть люди и богатые. Я их подразделяю на две группы: люди, которые нажили богатство своим трудом, работая днем и ночью, и люди, которые живут за счет других людей (в основном это рэкетеры). Первую группу людей я уважаю, потому что я знаю таких людей и вижу, как они работают не покладая рук».

В то же время неравенство стартовых возможностей, особенно в получении образования, подростки принимают близко к сердцу: «Одни смогут достичь богатства, другие – нет, но возможность попробовать должна быть у



каждого»; «Да, есть возможность получить хорошее образование и выучиться на желаемую специальность, но сейчас все упирается в деньги; получается, что стране не нужны умные люди»; «Новые возможности появились, но воспользоваться ими могут далеко не все, сейчас за многое приходится платить – за обучение, за спортивные секции»; «Считаю, что высшее образование должно быть бесплатным, возможность учиться должна быть не только у богатых».

В молодежной среде присутствует два диаметрально противоположных мнения о причинах дифференциации доходов:

1. «Богатые люди – успешные люди: их капитал – плод ума и хорошей работоспособности»; «Я считаю, что бедность людей зависит от их лени. В нашей стране хоть немного, но можно зарабатывать».

2. «Честные люди не могут быть богатыми, а человек, который ворует, наживается как раз за счет честного человека, вот потому он и богатый»; «Я считаю, что зарабатывать большие деньги честным путем невозможно. Люди бедные с начала своей жизни выбрали путь честный, и из этого ничего не выходит. Это сразу понятно, что виноваты не люди. По моему мнению, виновато государство. В какой-то степени и народ, потому что выбрал таких дурных правителей». И резюме: «Богатый должен содержать бедного».

### **Что подростки рассчитывают получить в будущем и какими средствами**

Несмотря на трудности современной жизни, 29% опрошенных старшеклассников уверены в своем будущем, смотрят на него с оптимизмом; 52% более осторожны (что-то получится, что-то нет, не все от них зависит), а 14% – смотрят на свое будущее с неуверенностью и тревогой. При этом 65% юношей и девушек видят для себя новые возможности, которых не было у их родителей.

Реально достижимым выпускники считают получение высшего образования (67%) и работы по душе (66%), 59% надеются создать дружную семью, 54% – приобрести собственную квартиру. На высокооплачиваемую работу рассчитывают 45%, надеются жить лучше, чем родители – 42%. Как видно, притязания подростков не чрезмерны, но и не занижены. В благоприятной социально-экономической ситуации эти цели достижимы для большинства, тем более, что молодые люди ориентированы на активный, деятельный подход к жизни. И все же такой «средний» уровень притязаний несколько расходится с высокой ориентацией на богатство.

В анкете мы предложили старшеклассникам высказать свое отношение к разным способам добывания денег (табл. 2).

Таблица 2

**Распределение ответов на вопрос:  
«Как ты относишься к следующим способам  
добывания денег», %**

Способ добывания денег	Одобряю			Иногда годится			Отрицаю		
	Все	Юноши	Девушки	Все	Юноши	Девушки	Все	Юноши	Девушки
Заняться перепродажей	18	26	12	62	57	66	20	17	22
Вступить в брак по расчету	14	8	18	35	32	37	50	59	45
Работать на нескольких работах, подрабатывать	45	42	47	40	43	38	14	15	14
Вступить в физическую близость за плату	3	6	1	13	18	10	84	75	90
Взять то, что плохо лежит	7	14	3	24	32	20	68	53	78
Просить у родителей, родственников	6	6	6	44	42	45	49	51	49
Добыть хитростью	21	31	15	42	39	45	37	30	41
Взять деньги силой	3	7	1	12	22	6	84	71	92
Не платить налоги	24	35	18	30	22	35	45	43	47

Чтобы выяснить, какими принципами предпочитают руководствоваться старшеклассники в жизни, из двух высказываний респонденту предлагалось выбрать то, которое соответствует его личностной позиции (табл. 3).

Таблица 3

**Распределение ответов на вопрос:  
«Какими принципами ты предпочитаешь  
руководствоваться в своей жизни?», %\***

Не выделяться, быть как все	16
Пробиваться в жизни, пытаться занять высокое положение	83
Стремиться к богатству, полному достатку для себя и своей будущей семьи	63
Жить по средствам, помнить, что «не в деньгах счастье»	37
Рассчитывать, что в трудной ситуации люди помогут	15
Рассчитывать только на себя, на свои собственные силы	84
Получить высокое образование и активно его использовать для успеха	86
Образование – не главное, достигнуть успеха можно другим путем	14
Помнить, что без упорного труда в жизни ничего не добиться	85
Не забывать, что «трудом праведным не наживешь палат каменных»	14

\* Сумма процентов в парах не составляет 100%, так как часть респондентов не смогла сделать выбор.

Вопреки мнению, что молодежь настроена на потребительское отношение к жизни, иждивенчество, опрос показал, что выпускники школ в подавляющем большинстве демонстрируют баланс притязаний и способов достижения целей, превалируют трудовые легальные способы достижения жизненного успеха и материального достатка. Молодые люди в основном ориентируются на собственные силы и личный успех, признают приоритет таких стратегий достижения жизненного успеха, как получение высшего образования и трудовая карьера. Однако конкретное воплощение этих жизненных установок будет зависеть от многих обстоятельств, и не только от самой

молодежи. К сожалению, современная экономическая действительность не способствует формированию стойкого «иммунитета» к нелегальным и криминальным способам ведения бизнеса.

## **Труд подростков**

Старшеклассники и раньше работали и получали за это деньги. По данным социологического опроса, проведенного Институтом экономики и организации промышленного производства СО РАН в Новосибирской области в 1990 г., 80% учащихся 11-х классов имели опыт работы за плату, а 14% подрабатывали более или менее постоянно. Были распространены работа в лагерях труда и отдыха, ученические производственные бригады и кооперативы, работа в цехах предприятий и научных лабораториях. Летом подростки занимались озеленением, сбором ягод, сезонной торговлей (мороженым, фруктами), работали пионервожатыми, в полях и на фермах. В учебное время подрабатывали нянечками, санитарками, техничками, лаборантами в НИИ. Часто устраивались на заводы или в магазины рабочими, разнорабочими. За труд в учебно-производственных комбинатах или на школьной практике также платили, хотя и немного. В то время почти вся работа проводилась в организованных формах или с официальным трудоустройством.

Сейчас картина принципиально изменилась – возросло число сфер занятости. Официальное оформление на работу стало необязательным, а часто и нежелательным. Хотя, как это ни парадоксально, доля школьников, имеющих опыт работы за плату, в настоящее время уменьшилась по сравнению с началом 90-х гг. в 2–2,5 раза, а доля постоянно подрабатывающих – в 3–3,5 раза.

В наши дни постоянно работающих среди старшеклассников – всего 4%; 29% подрабатывающих – заняты «от случая к случаю», 19% работают только летом. Половина выпускников пока еще не имели оплачиваемой работы.

Наиболее часто встречаются следующие виды оплачиваемой работы старшеклассников:

- неквалифицированный физический труд – 10% (уборщики, гардеробщики, дворники (уборка пляжей), грузчики, сторожа, вахтеры, фасовщики, лепщики пельменей, разнорабочие);
- квалифицированная умственная работа – 8% (работа с компьютером, канцелярская, секретарская, бухгалтерская, библиотечная, архивная, участие в социологических опросах и рекламных кампаниях, работа в средствах массовой информации);
- торговля – 6% (торговый агент, распространитель товаров, продавец в магазине, на рынке, в ларьке, продажа и перепродажа вещей, газет, хозяйственных товаров, ягод и овощей с огорода, щенков своей собаки и др.);
- оказание бытовых услуг – 5% (обслуживание автомобилей, перевозка грузов, ремонтно-строительные, парикмахерские, швейные услуги, работа в кафе, пиццериях, выгул и дрессировка собак и др.);
- художественная и творческая работа – 4% (дизайн, фото-, видеосъемка, аудио-, видеопиратство, демонстрация и моделирование одежды, организация и проведение дискотек и детских праздников, выступления на концертах, в ресторанах и др.);
- сельскохозяйственный труд – 3% (сбор трав, овощей и ягод, копка картофеля, работа в теплице, озеленение, уход за животными в зоопарке, на конюшне и др.);
- социально-педагогическая работа – 2% (вожатые, воспитатели, няни, медицинские сиделки, санитарки, тренерская работа и др.);
- оплачиваемая помощь родителям – 2% (у родителей в фирме, магазине, баре; помощь в бизнесе, на работе, на «калыме»; бытовые услуги по дому).

## **Непридуманные истории: интервью с подростками, имевшими опыт самостоятельных заработков**

*Маша, 15 лет, 10-й класс.* Начала работать с 8-го класса. Первая работа – в течение года по 2 часа в день мыла полы. Помогла найти работу и устроиться бабушка. В месяц зарабатывала по 200 руб. Потом еще несколько раз устраивалась на эту работу на тех же условиях.

Вторая работа – Снегурочка на 11 новогодних представлениях. В день работала по 6 часов. Работа подвер-

нулась случайно (узнала от работников клуба). Заработала 50 руб., стаканчик мороженого, 2 новогодних подарка и бесплатное питание. Не оформлялась.

Больше понравилось работать Снегурочкой, но будущую профессию Маша не собирается связывать с полученным трудовым опытом.

*Дима, 11-й класс.* В течение 10 месяцев работал диджеем в ночном клубе. Друзья рассказали про его опыт ведения школьных дискотек директору клуба, и тот пригласил его на работу. Учился тогда в 9-м классе. Работал по 8 часов в день. Заработал около 10000 рублей (новыми) плюс продукты питания. Впоследствии еще несколько раз устраивался на эту работу на тех же условиях. Не оформлялся.

Во втором случае месяц подменял барменов в том же клубе. Не оформлялся. Заработал около 1000 руб.

Больше понравилась работа диджея, так как появилась возможность создания нового имиджа, общения с разными людьми, обзаведения хорошими знакомствами. Работал по своей инициативе, цель – получение независимости. Считает, что работа помогла выработать характер, волю, стать общительным. Однако она вызвала конфликты в семье.

*Игорь, 11-й класс.* После 9-го класса на летних каникулах мыл самолеты в аэропорту поселка Т. Работал по 4–5 часов в день. Заработал около 5000 руб. Не оформлялся. После 10-го класса на летних каникулах работал там же и на тех же условиях.

Нравилось возиться с самолетами. Научился управлять вертолетом. За счет заработанных денег решил свои финансовые проблемы. Работал по своей инициативе. Цель – общение, работа с техникой, самолетами. Работу не связывает со своей будущей профессией.

*Ваня, 15 лет, 1-й курс профессионального лицея.* Устраивался работать 5 раз. Одна из работ – танцы и стриптиз в ночном клубе (!). Сначала были репетиции, потом три выступления. Продолжительность рабочего дня составляла 8 часов. Работу предложила знакомая. Заработал 600 рублей (за один концерт – 200 рублей). Считает, что получил немалый жизненный опыт. Будущую профессию собирается связать с этой работой.

*Лена, 10-й класс.* Первую свою работу нашла, когда училась в 8-м классе. В течение 6 месяцев мыла полы в фирме. Работу помогла найти мама. Не оформлялась. График свободный. Заработала 250 руб. Никакого интереса эта работа для нее не представляла, но на заработанные деньги удалось осуществить давнюю мечту – купить золотые сережки.

Отметим, что из всех работавших подростков оформлялись 27%, остальные, по данным анкетного опроса, работали нелегально, без официального трудоустройства.

На вопрос, есть ли намерение поработать в ближайшее время, всего 12% подростков ответили, что в этом нет необходимости, имеют работу в настоящий момент – 8%, собираются работать – 31%, и 36% не решили для себя этот вопрос. Только 3% отметили подсказку «Хотел бы работать, но меня куда не берут».

Видимо, найти приработок подростку сегодня несложно, было бы желание. Тем более, что подростки имеют доступ к тому сегменту рынка труда, на который не претендуют взрослые (из-за низкой оплаты, временного характера работы, отсутствия социальных гарантий и др.) или не могут рассчитывать (из-за возраста, невключенности в молодежные сообщества и др.).

Работавшие и планирующие работать есть среди детей из хорошо, средне- и малообеспеченных семей. Нами не обнаружено связи между успеваемостью и занятостью подростков: работали как хорошо, так и средне, и плохо успевающие.

## **Бизнес – новое явление в жизни российских подростков**

Предпринимательство, бизнес – занятие в первую очередь инициативное. Оно стало неотъемлемым элементом жизни молодежи 90-х гг. Работая, молодые люди зарабатывают деньги, накапливают первоначальный капитал и предпринимательский опыт.

Но что такое бизнес? Какой смысл в это слово вкладывают наши респонденты? Дело в том, что работа и бизнес – для молодых людей не одно и то же.

Приведем некоторые суждения: «Бизнес отличается от работы большим заработком»; «Бизнес – это купля-продажа, частные предприятия, предпринимательская деятельность и коммерция. Бизнес отличается от работы тем, что на работу надо устраиваться, а в бизнесе не надо»; «Бизнес – это свое дело, приносящее доход, которым не надо ни с кем делиться, отличается риском и прибылью»; «Бизнес – это хорошее финансовое положение, бизнес интересней, чем простая работа»; «Бизнес лучше, чем работа, есть свое дело, больше дохода, управление людьми»; «Бизнес – это больший масштаб деятельности»; «Бизнес – это риск, прибыль, немного везения, крутые связи, а работа очень быстро надоедает, бывает скучной и монотонной»; «Бизнес – это личное дело, когда работаешь не на кого-то, а на себя».

Итак, независимо от толкования понятий «работа» и «бизнес», молодые люди реально включаются в деятельность, которую называют бизнесом, многие намереваются это сделать в будущем (табл. 4).

Таблица 4

**Распределение ответов на вопрос: «Занимался ли ты бизнесом, коммерческой деятельностью?», %**

Отношение к занятию бизнесом	Юноши			Девушки		
	1995	1997	1999	1995	1997	1999
Да, и хочу продолжать	35	33	18	20	15	4
Да, но больше не хочу	10	10	5	10	10	3
Нет, но хочу заняться	14	29	51	21	37	58
Нет, и не хочу	41	29	26	49	39	34

Согласно полученным данным, наблюдается снижение реальной бизнес-активности подростков. Вместе с тем заметно увеличилось число желающих включиться в коммерческую деятельность. Эту тенденцию можно, во-первых,



связать с затуханием первой волны неорганизованного «народного» бизнеса, окончанием периода насыщения рынка дешевым ширпотребом, во-вторых, истолковать как отложенную активность – сейчас надо закончить школу и поступить в вуз, а потом можно заняться бизнесом.

Кто включается в бизнес охотнее и в более раннем возрасте – дети из бедных семей или отпрыски состоятельных родителей? Дети из семей богатых хотят и, скорее всего, будут жить богаче, они чаще, чем бедные, становятся бизнесменами. Так, 22% подростков из семей с высоким уровнем материального положения (по самооценке) ответили, что они занимались бизнесом, а из бедных семей – только 12% (табл. 5). Более того, доля подростков, собирающихся жить по принципу «стремиться к богатству, полному достатку для себя и своей будущей семьи», выше среди выходцев из богатых семей, чем среди подростков из семей с низким уровнем жизни.

Таблица 5

### **Отношение к занятию бизнесом в зависимости от уровня материального достатка семьи, %**

<b>Отношение к занятию бизнесом</b>	<b>Уровень материального достатка семьи (самооценка)</b>		
	<b>высокий</b>	<b>средний</b>	<b>низкий</b>
Да, и хочу продолжать	18	8	8
Да, но больше не хочу	4	3	4
Нет, но хочу заняться	56	56	54
Нет, и не хочу	23	32	34

В советские времена не принято было говорить о преэминентности материального благосостояния, передаче имущественного статуса. Основываясь на приведенных данных, можно выдвинуть гипотезу о том, что развивающееся в России материальное неравенство находит преэминентность в сознании (установках) и в поведении молодежи уже в подростковом возрасте.

## Плюсы и минусы подросткового бизнеса

Что хорошего дает подростку занятие бизнесом, коммерцией? Только 4% выпускников считают, что ничего хорошего в этом нет. Среди плюсов 83% отметили деньги. Около половины назвали моменты, связанные с личностным ростом: жизненный опыт (50%), уверенность в себе (47%) и развитие организаторских способностей (43%). 46% считают важными «накоплениями» молодого бизнесмена деловые связи, 45% – умение конкурировать. Многие оценили и такую сторону бизнеса, как возможность помогать семье (42%). Заметно меньше тех, кто отметил в числе плюсов профессиональную ориентацию (16%).

Однако минусов тоже хватает. По мнению старшеклассников, подростки, занимающиеся бизнесом, в первую очередь сталкиваются с трудностями из-за совмещения работы с учебой – это недостаток свободного времени и снижение успеваемости, а также конфликты с родителями и опоздания на уроки.

Из негатива чаще всего отмечались драки и разборки, конфликты с милицией, рэкет и вымогательство, реже – общий риск, опасность, связанная с занятиями бизнесом (табл. 6). Обращают на себя внимание большие различия в ответах на этот вопрос юношей и девушек. Как видно, мир «мужского» бизнеса заметно более криминален уже в подростковом возрасте.

Большинство школьников имеют наличные деньги, которые могут расходовать по своему усмотрению. Почти всегда деньгами располагают 17% подростков, частенько – 42, редко – 39, не располагают – 2%. Средняя недельная сумма «карманных» денег невелика – 56 руб. у юношей, 38 руб. – у девушек.

Источники денежных доходов достаточно разнообразны, однако главным образом деньги дают родители и родственники. В 1995 г. на это указали 78% респондентов, в 1997 г. – 85 и в 1999 г. – 91%. Каждый десятый подросток имел «секретные» источники денежных поступле-

ний – «достаю способами, о которых не хотелось бы говорить» (16% респондентов в 1995 г. и 11% – в 1999 г.). Но в целом (как говорилось выше), реальная бизнес-активность не выросла.

Таблица 6

**Распределение ответов на вопрос:  
«С какими трудностями приходится сталкиваться  
твоим сверстникам в бизнесе?», %**

<b>Трудности в бизнесе</b>	<b>Юноши</b>	<b>Ранг</b>	<b>Девушки</b>	<b>Ранг</b>	<b>Вместе</b>
Конфликты с родителями	23	6	27	4	25
Конфликты с учителями	9	12	9	11	9
Конфликты с друзьями, знакомыми	10	11	7	12	8
Конфликты с милицией	27	3	22	5	24
Опоздания, пропуски уроков	17	8	23	7	21
Снижение успеваемости	25	4	31	2	29
Недостаток свободного времени	28	2	37	1	33
Риск, опасность для жизни	17	9	18	8	17
Рэкет, вымогательство	24	5	21	6	22
Разборки, драки	31	1	25	3	27
Вред, ущерб для здоровья	13	10	9	10	10
Кража, материальный ущерб	8	13	7	13	7
Приходится поступать нечестно	18	7	16	9	17
Особых трудностей нет	27		22		24

**Откуда подростки берут деньги**

Попытаемся понять, что имеют в виду старшеклассники, говоря о «секретных» способах добывания денег. Школьники, выступившие экспертами, достаточно единодушно считают такие способы добывания денег, как «секретные» поступления, «посредничество при разных сделках», «организация собственного дела», криминальны-

ми и полукриминальными. Вот некоторые высказывания: «Те, кто не хочет называть источники своих доходов, скорее всего скрывают вымогательство, кражи, проституцию и торговлю наркотиками». За ответами «посредничаю при разных сделках» (1% в 1995 г. и 5% в 1999 г.) стоит посредничество при вымогательстве, кражах, наркомании или посредничество при продаже наркотиков, работа сутенерами. «Те, кто отвечает, что организовали собственное дело, наверняка имеют в виду проституцию, наркоманию, торговлю краденым». Как исключение выглядит такое мнение: «Организовал собственное дело – открыл ресторан, свою студию записи, создал ателье».

К сожалению, и слово «конкуренция» вызвало у большей части наших юных экспертов ассоциации с криминалом. Они считают, что под ответами старшеклассников о том, что «подростки, занимающиеся бизнесом, учатся конкурировать», имеется в виду «умение обмануть кого-то»: «Человек учится подавить того, кто ему мешает вести свое дело, подавить своего конкурента»; «убрать со своей дороги конкурентов, может быть, с помощью мафии, “братанов”». Лишь меньшая часть наших экспертов связала умение конкурировать со стремлением улучшать качество работы и «борьбой за более выгодные условия производства и сбыта».

Такая сторона подросткового бизнеса, как «деловые связи», в основном ассоциируется у наших экспертов со связями с влиятельными или богатыми людьми, «нужными для работы и бизнеса». В ряде интервью опять же звучали криминальные мотивы: «Деловые связи – это связи с мафией или “братанами”».

Главная цель, с которой подростки подрабатывают, – иметь карманные деньги (67%). Помогает семье – каждый четвертый. Для пятой части работавших важно, что самостоятельные заработки дают им независимость. Реальное распределение заработанных денег таково: на карманные расходы их потратили 43%; на одежду – 27, увлечения – 13; на повседневные нужды семьи – 12%. Каждому десятому подростку пришлось потратить зарабо-

танные деньги на свое обучение – подготовительные курсы, накопление на дальнейшую учебу.

Средняя сумма заработанных за последние 12 месяцев денег составила у юношей – 3043 руб., у девушек – 829 руб.

Большинство подростков хотят иметь высокооплачиваемую работу, однако представления о ней и возможности ее достижения – разные, что может служить одной из иллюстраций наблюдаемого сегодня в обществе расслоения. Приведем некоторые из высказываний старшеклассников. «Иметь в будущем высокооплачиваемую работу для меня вполне достижимо, но для этого надо сильно постараться. Высокий заработок – это не менее 15 тыс. руб. в месяц»; «Реально достижимой считаю не очень высокооплачиваемую работу. А высокооплачиваемая работа – это 100–150 дол. в месяц»; «Высокооплачиваемая работа – 10–20 тыс. руб. за раз, например, за один концерт»; «Не уверена, что высокооплачиваемая работа достижима, это будет зависеть от разных обстоятельств, от того, какое образование получу и какую работу удастся найти, в принципе, высокооплачиваемая работа – это 7–10 тыс. руб. в месяц».

## **Заключение**

По мере укрепления рыночных отношений в обществе наблюдается смещение интересов в сторону прагматизма. Вполне объяснима выраженная ориентация на получение высоких доходов, стремление стать богатыми. Деньги становятся необходимым условием полноценного развития личности – физического, интеллектуального, культурного, духовного. Высокий уровень достатка – предпосылка для повышенной самооценки и вхождения в референтную группу, получения хорошего образования и вступления в удачный брак.

Как видно, подростки чувствуют себя уверенно в рыночной среде и готовы использовать новые экономические и социальные возможности. Это касается и такого

блага, как деньги. Деньги можно доставать различными способами – и многие из этих способов известны подросткам.

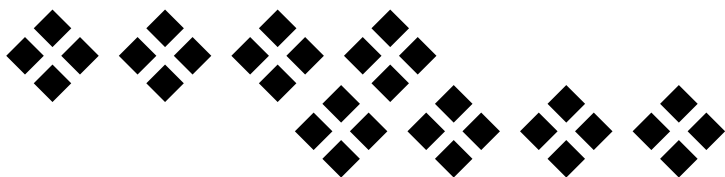
Подростки различают работу и бизнес. Последний для многих более привлекателен, обладает рядом преимуществ перед обычной работой.

Работа подростков носит добровольный характер и не связана напрямую с материальным положением семьи. В принципе их семьи могли бы обойтись без заработков детей. Чаще подростки специально не ищут работу, она подворачивается им случайно.

Юноши оказались более экономически активными, чем девушки, при этом они чаще, чем девушки, допускают для себя возможность идти криминальным или полукриминальным путем.

Есть основания предполагать, что для большинства опрошенных достижение богатства не является самоцелью, а служит средством и доказательством социальной успешности и состоятельности. Главное для подростков – стремление продуктивно и честно трудиться

Полученные результаты позволяют утверждать, что характер включенности старшеклассников в экономическую деятельность, различия в типах экономического поведения определяются не столько степенью удовлетворенности личным (семейным) материальным положением, сколько социально-психологическими особенностями, доминирующей системой ценностей, отношением к богатству.





# Собственность субъекта Федерации:

## *МИФ ИЛИ РЕАЛЬНОСТЬ?*

**П. С. КУЧИН,**

**консультант комитета по экономике, межрегиональным,  
внешнеэкономическим связям и управлению собственностью  
Новосибирского областного Совета депутатов,  
Новосибирск**

Реформирование отношений собственности в России шло скачкообразно. Начиная с 1990-х годов происходило коренное изменение законодательства, институциональных основ, базовых процессов управления. Так, в 1990 г. были приняты закон «О собственности в СССР» и поправки к Конституции СССР, в которых уже не упоминались такие категории, как «социалистическая», «всемирная», «основная» собственность. Вместо них ввели другие понятия: собственность граждан, коллективная и государственная собственность.

Понятия частной собственности в принятых документах не было. Оно появляется только в конце 1990 г. в законе «О собственности в РСФСР», в котором выделены категории частной, государственной и муниципальной собственности. Государственная собственность в РСФСР была определена как федеральная собственность и собственность республик, входящих в Российскую Федерацию, автономных областей, автономных округов, краев и областей. Самостоятельное значение получила «собственность общественных объединений (организаций)». Вышеуказанные три основные формы собственности были также зафиксированы в новой Конституции России (1993 г.) с допущением (без расшифровки) «иных форм собственности».



С целью реализации требований законов «О собственности в РСФСР», «О приватизации государственных и муниципальных предприятий в РСФСР» и для ускорения процессов приватизации был осуществлен процесс разгосударствления, то есть передачи государством прав собственности другому субъекту без изменения её экономической формы.

Разгосударствлению подлежала только государственная собственность, в рамках которой были выделены три уровня. Первый уровень – федеральная собственность, второй – собственность республик, входящих в Российскую Федерацию, автономных областей, автономных округов, краев и областей и третий уровень – муниципальная собственность.

Кроме того, еще в законе «О собственности в РСФСР» в общей форме было определено, какое имущество может находиться в собственности Федерации, какое – республик, входящих в Российскую Федерацию, автономных областей, автономных округов, краев и областей, какое – в совместной и муниципальной.

В 1993 г. в Конституции появилось новое определение – субъекты Федерации. Состав собственности на уровне субъекта Федерации – областной, муниципальной, федеральной – формировался в ходе раздела государственной собственности. Нормы, заложенные в законе «О собственности в РСФСР», были впоследствии конкретизированы Постановлением Верховного Совета Российской Федерации № 2030-1 от 27.12.91 г. «О разграничении государственной собственности в Российской Федерации на федеральную собственность, государственную собственность республик в составе Российской Федерации, краев, областей, автономной области, автономных округов, городов Москвы и Санкт-Петербурга и муниципальную собственность» и Распоряжением Президента Российской Федерации № 114-РП от 18.03.92 г. «Об утверждении положения об определении пообъектного состава федеральной, государственной и муниципальной собственности и порядка оформления прав собственности».



Это происходило следующим образом. Сначала были выделены те объекты и предприятия, которые с точки зрения Правительства и Верховного Совета России имели стратегическое значение для интересов всей Российской Федерации, – они остались в федеральной собственности. Затем были выделены те объекты и предприятия, которые относились к городскому и районному хозяйству, – их передали в муниципальную собственность. А та часть, что не вошла ни в одну из этих двух групп, стала собственностью субъекта Федерации.

**Как и в большинстве субъектов Федерации, формирование собственности Новосибирской области происходило по остаточному принципу.** В результате область оказалась, с одной стороны, **обременена ненужным ей имуществом**, которое затем вынужденно передавалось в муниципальную собственность (это, прежде всего, предприятия жилищно-коммунального хозяйства и инфраструктура промышленности, другие объекты), а с другой – **лишена возможности управления и влияния на ряд предприятий и объектов, имеющих важное, иногда градообразующее значение для области.** **Прежде всего, это предприятия пищевой промышленности, транспорта и энергетики.**

Процесс приватизации на всех уровнях с самого начала предельно жестко регламентировался федеральным законодательством. При этом федеральным центром устанавливались не только порядок проведения и темпы приватизации, но и задание по получению средств от нее. Невозможность влиять на ход приватизации, наряду с вышеупомянутым «остаточным» принципом, стала вторым важнейшим фактором, который негативно повлиял на формирование структуры областной собственности и финансово-экономический потенциал Новосибирской области. **Даже при проведении приватизации объектов областной собственности государственные органы Новосибирской области были лишены возможности сколько-нибудь действительно влиять на процедуру приватизации и очередность ее проведения.**

Следует отметить, что в структуре бывшей государственной собственности, находящейся в Новосибирской области, в ходе приватизации произошли негативные изменения в части «региональной» принадлежности объектов собственности. Во многом такое перераспределение собственности явилось следствием ваучерной приватизации. По данным нашего анализа (табл. 1), только около половины новосибирцев в той или иной мере использовали свои приватизационные чеки для приобретения ценных бумаг.

Таблица 1

**Динамика движения приватизационных чеков,  
(на начало года), тыс. шт.**

	<b>1994</b>	<b>1995</b>
Выдано гражданам	2860	2860,2
Собрано чеков	557	1246,3
Погашено чеков	0	1246,3
Удельный вес собранных чеков (без данных банков и других структур, получивших лицензии за пределами Новосибирской области) в общем объеме, %	19,5	43,6

Основная масса приватизационных чеков реализовывалась за наличные деньги, и скупали их чаще всего финансовые структуры. Поскольку основной финансовый капитал был сосредоточен в Москве, в руках московских финансистов оказалась значительная часть региональных приватизационных чеков, которые невозможно было вложить непосредственно в Москве и Московской области. Устремившийся вследствие этого в регионы «избыточный» капитал в виде приватизационных чеков позволил сконцентрировать немалую часть пакетов акций привлекательных новосибирских предприятий у московских коммерческих структур с последующим перераспределением прибыли и соответствующим уменьшением объема финансовых ресурсов, которые могли бы быть направлены на потребление внутри области.

В результате разгосударствления и приватизации в области сформировалась такая структура собственности на основные фонды (табл. 2).

Таблица 2

**Отраслевая структура основных фондов  
Новосибирской области по формам собственности  
на 1 января 1998 г., %**

Отрасль	Всего, трлн руб.	В том числе по формам собственности, % к стоимости всех основных фондов данной отрасли					
		Феде- раль- ная	Субъ- екта Феде- рации	Муни- ци- паль- ная	Общест- венных органи- заций	Част- ная	Смешан- ная без ино- стран- ного участия
Промышлен- ность	45,5	30,6	0,2	0,3	0,1	15,0	53,8
Сельское хозяйство	28,7	6,1	8,2	0,1	0,0	84,9	0,7
Лесное хозяйство	0,2	100	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Транспорт	24,1	77,2	0,2	10,1	0,0	19,0	10,6
Связь	3,0	50,5	0,0	0,0	0,0	1,2	48,3
Строитель- ство	4,4	13,8	1,6	1,9	0,0	26,0	56,7
Торговля и обществен- ное питание	2,0	5,6	2,5	8,7	0,1	26,2	56,9
Материально- техническое снабжение	0,8	9,7	3,0	0,5	0,0	0,4	86,4
Заготовки	0,8	5,7	0,0	0,0	0,0	7,1	87,2
Информа- ционно- техническое обслужи- вание	0,02	99,1	0,9	0,0	0,0	0,0	0,0
Общая коммерческая деятельность по обеспе- чению функциони- рования рынка	0,002	12,5	7,5	0,0	0,0	0,0	80,0

Отрасль	Всего, трлн руб.	В том числе по формам собственности, % к стоимости всех основных фондов данной отрасли					
		Федеральная	Субъекта Федерации	Муниципальная	Общественных организаций	Частная	Смешанная без иностранного участия
Геология и разведка недр	0,3	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Жилищное хозяйство	15,5	17,6	0,0	81,4	0,0	0,2	0,8
Коммунальное хозяйство	27,9	7,1	0,1	89,8	0,0	3,0	0,0
Непроизводственные виды бытового обслуживания населения	0,04	0,0	0,0	91,2	0,0	2,6	6,2
Здравоохранение, физическая культура и социальное обеспечение	0,4	29,7	1,4	0,0	0,8	8,6	59,5
Народное образование	3,6	3,1	0,0	95,8	0,8	0,3	0,0
Культура и искусство	0,1	23,6	37,8	31,9	0,0	6,5	0,2
Наука и научное обслуживание	3,4	68,8	0,0	0,0	0,0	10,6	20,6
Хозяйство области – всего	160,8	27,6	1,7	27,4	0,04	21,5	21,6

Доля основных фондов, принадлежащих области, составляет всего 1,7% от их общего объема.

Максимальная доля областной собственности – в сфере культуры и искусства (37,8%), минимальная – в лес-

ном хозяйстве, связи, заготовках, геологии и разведке недр, жилищном хозяйстве, непроектных видах бытового обслуживания населения, образовании и науке.

Обращает на себя внимание недопустимо маленькая доля областной собственности в промышленности и на транспорте (по 0,2%). Поскольку практически все промышленные предприятия, за исключением важнейших стратегических и оборонных, уже акционированы, увеличение областного государственного сектора в этой сфере экономики до уровня, диктуемого требованиями эффективного развития области, возможно лишь путем передачи в собственность субъекта Федерации федеральных пакетов акций, формально подлежащих продаже, с последующим их закреплением в областной собственности.

Удельный вес областной собственности в отраслях транспорта и связи, по нашему мнению, должен быть увеличен за счет федеральной собственности, не подлежащей приватизации.

В то же время объем областной собственности в сфере торговли и общественного питания (2,5%), очевидно, должен быть уменьшен путем не столько приватизации, сколько передачи (возможно – возмездной) в муниципальную собственность.

В структуре областных фондов, принадлежащих Новосибирской области, наибольший удельный вес занимают основные фонды сельского хозяйства (табл. 3). Затем – основные фонды предприятий промышленности и строительства.

Такое положение с составом областной собственности характерно для многих субъектов Российской Федерации. Вот почему руководители ряда регионов все настойчивее высказывают желание взять в свои руки управление федеральными предприятиями, а также пакетами акций предприятий, находящихся в федеральной собственности. Это отчетливо прозвучало на Всероссийском совещании «О системе управления государственным имуществом в Российской Федерации», прошедшем в конце ноября 1999 г. в Белом доме под председательством В. В. Путина.

**Отраслевая структура основных фондов  
Новосибирской области, находящихся  
в областной собственности, %**

Отрасль	Доля
Промышленность	3,7
Сельское хозяйство	86,9
Транспорт	1,7
Строительство	2,6
Торговля и общественное питание	1,9
Культура и искусство	1,4
Материально-техническое снабжение	0,9
Коммунальное хозяйство	0,5

Однако в январе 2000 г. в адрес Фонда имущества Новосибирской области поступило письмо от Российского фонда федерального имущества (№ ФИ-8-1/379 от 18.01.2000 г.) о выставлении на продажу всех находящихся в государственной собственности акций открытых акционерных обществ (кроме не подлежащих досрочной продаже) до 30 сентября 2000 г. Указание о продаже находящихся в федеральной собственности акций открытых акционерных обществ, расположенных на территории субъектов Российской Федерации, было сделано на основании п.91 Плана мероприятий по реализации Заявления Правительства Российской Федерации и Центрального банка Российской Федерации, согласованного с Международным валютным фондом и Международным банком реконструкции и развития и утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 19.07.99 г. № 829. Данное постановление было подписано ещё С. В. Степашиным, бывшим в то время председателем Правительства Российской Федерации.

Государственные органы власти Новосибирской области удивили поспешность и настойчивое стремление федеральных структур провести столь радикальные мероприятия

без согласования с субъектами Федерации даже для самых благих целей. Суть затеянной кампании состоит в реализации политики развития для целей третьего займа на структурную перестройку экономики, которую Правительство Российской Федерации вынуждено было согласовать с Международным валютным фондом и Международным банком реконструкции и развития.

Мы не беремся судить, насколько разработанные мероприятия могут способствовать оживлению налогово-бюджетной, денежно-кредитной политики Российской Федерации, однако **выражаем глубокое сомнение в целесообразности продажи всех пакетов акций, находящихся в федеральной собственности, для пополнения доходной части бюджета.**

Это может спровоцировать обострение социально-экономической обстановки в области, так как в график продаж попадают пакеты акций экономически и социально значимых для Новосибирской области объектов. Для примера назову крупнейшие даже по российским меркам предприятия: авиакомпания «Сибирь», Новосибирский электродный завод, Искитимский цементный завод, Новосибирский пивкомбинат «ВИНАП», большинство новосибирских элеваторов.

Ситуация обостряется ещё и тем, что после разделения собственности на федеральную, субъектов Федерации и муниципальную, а также прошедшего этапа приватизации Новосибирская область осталась без собственного экономического базиса. Как мы отмечали выше, доля основных фондов, находящихся в областной собственности, составляет всего 1,7% от стоимости основных фондов объектов всех форм собственности. В областной собственности нет пакетов акций социально и экономически значимых предприятий, из 146 пакетов 139 составляют пакеты объемом менее 25% уставного капитала, что делает невозможным реальное участие области в управлении этими акционерными обществами.

Вместе с тем в федеральной собственности находятся пакеты акций крупнейших новосибирских предприятий,

имеющих стратегическое значение для области, по отношению к которым сложилась определенная система государственного управления с участием органов власти Новосибирской области. Поэтому целесообразно ставить вопрос не о продаже этих федеральных пакетов акций, а **о передаче их в управление Новосибирской области на срок не менее 10 лет.**

Передача ряда предприятий и пакетов акций, находящихся в федеральной собственности и имеющих важное экономическое и социальное значение для Новосибирской области, в управление или в собственность области позволит, по нашему мнению, усилить государственное влияние на стратегически важных для области объектах, будет способствовать повышению эффективности использования государственной собственности и экономической стабильности субъекта Российской Федерации.

Важнейшим условием такой передачи является повышение уровня управления государственным имуществом со стороны региональных властей.

---

### *«ЭКО»-ИНФОРМ*

---

На конец мая 1999 г. в РФ было 13786 государственных предприятий и 23099 государственных учреждений; государство являлось акционером 3896 хозяйственных обществ и товариществ. В 25000 акционерных обществ доля государства в уставном капитале превышала 25%, в 852 АО оно имело свыше 50% акций, в 580 АО государству принадлежала «Золотая акция». В федеральной собственности находились объекты нежилого фонда общей площадью 337 млн кв. м.

(Семенцев В. Государственные сусеки//  
Интерфакс-Время. 1999. № 22. С. 11).





Наш журнал уже поднимал вопросы управления государственной собственностью. Мы продолжаем эту тему и будем признательны читателям, если они пришлют нам материалы, раскрывающие реальные механизмы управления конкретными объектами государственной собственности, расскажут о примерах перехода предприятий из государственной формы собственности в частную и результатах такого перехода.

Пишите, пожалуйста, на наш электронный адрес: [eco@ieie/nsc.ru](mailto:eco@ieie/nsc.ru)

---

---

# Государственная собственность и отношение к ней в современной России

**С. В. КАЗАНЦЕВ,**  
доктор экономических наук,  
заместитель директора Института экономики и организации  
промышленного производства СО РАН,  
Новосибирск

Объектами собственности надо с выгодой распоряжаться при господстве в обществе любой формы собственности. При этом собственник имеет законное право принятия стратегических решений об использовании принадлежащих ему объектов и контроля за ними, а также право определения целей, правил работы, прав и обязанностей лиц, которым он передает часть своих полномочий по владению, пользованию, распоряжению и управлению этими объектами.

Исследуем отношение к объектам государственной собственности трех типов субъектов: государственных чиновников; лиц, которым органы власти делегируют управ-



ление объектами государственной собственности; прочего населения, как работающего, так и не работающего на этих объектах. Понятно, что каждый из них предстает как некоторый собирательный образ (класс) множества типов реальных субъектов. Так, группа лиц, которым передано право управления собственностью (будем для краткости называть их управляющими), включает наемных и избранных управляющих всех уровней, органы управления и т. д.

В реальной жизни одно лицо может быть представителем нескольких таких субъектов. При этом отношение данного лица к объекту государственной собственности становится неоднозначным и может меняться в зависимости от того, функцию представителя какого типа субъектов это лицо выполняет в данный отрезок времени. Рассмотрим отношения субъектов к объекту и между субъектами по поводу объектов в чистом виде, без учета их возможной неоднозначности.

## **Государственные чиновники**

В отношениях общественной собственности есть противоречие. Объект общественной собственности принадлежит всем членам общества. В то же время он не принадлежит ни одному отличному от всего общества субъекту, то есть никому в отдельности. Он – всех, и он – ничей. Поэтому ни один субъект общества не вправе владеть, пользоваться и распоряжаться находящимися в общественной собственности объектами. В то же время общество нуждается в должном использовании и распоряжении этими объектами. Это противоречие находит свое разрешение в приобретении (путем передачи либо при-

«От имени Российской Федерации и ее субъектов права собственности осуществляют государственные органы, органы местного самоуправления в рамках их компетенции, установленной актами, определяющими статус этих органов».

**(Гражданский кодекс Российской Федерации.**

**Ст. 125, п. 1,2; ст. 214, п. 3)**

своения) прав собственности признаваемым обществом институтом, например, избираемым органом управления, органами государственной власти.

В результате часть общества получает права собственности на объекты общественной собственности. Исходя из этого государственную форму собственности можно определить как отношения, при которых часть общества становится собственником общественной собственности. Это – частная общественная собственность.

Думается, что общая тенденция долгосрочного развития состоит в том, что с развитием общества и государства в частной общественной собственности растет общественная компонента. В краткосрочном периоде государственная собственность может переходить как в частную, так и в общественную.

Органы государственной власти обладают всеми правами собственности на объекты, находящиеся в государственной собственности. Эти права или часть прав они могут делегировать своим представителям, например, некоторому коллегиальному органу (правительству, министерству, комитету и т.п.) или отдельному лицу (главе государства, главе правительства, государственному чиновнику и т. д.).

«Государственная собственность РСФСР является достоянием многонационального народа РСФСР.

Государственная собственность в РСФСР выступает в виде федеральной собственности и собственности республик, входящих в Российскую Федерацию, автономных областей, автономных округов, краев и областей».

**(Закон РСФСР «О собственности в РСФСР». Ст. 20<sup>1</sup>)**

«Государственной собственностью в Российской Федерации является имущество, принадлежащее на праве собственности Российской Федерации (федеральная собственность), и имущество, принадлежащее на праве собственности субъектам Российской Федерации – республикам, краям, областям, городам федерального значения, автономной области, автономным округам (собственность субъекта Российской Федерации)».

**(Гражданский кодекс Российской Федерации. Ст. 214, п.1)**

---

<sup>1</sup> Утратил силу в связи с введением части первой Гражданского кодекса Российской Федерации.

При этом у государственных чиновников, в той либо иной степени имеющих права владения, пользования и распоряжения объектами государственной собственности, возникает двойственное отношение к этим объектам.

С одной стороны, обладание всеми или частью прав собственности порождает у них отношение к объектам государственной собственности как к своим. С другой стороны, данные объекты не принадлежат им по закону, о чем время от времени (эпизодически, периодически или постоянно) отдельным чиновникам напоминают органы власти, представители государства и общества.

Отношение к государственному имуществу как к своему побуждает государственных чиновников использовать его эффективно. Но в то же время может подталкивать их к использованию государственной собственности в личных и узко групповых целях. Отчуждение же от государственного имущества может породить безразличное отношение к его судьбе. В результате может оказаться, что не все объекты государственной собственности в полной мере служат интересам населения страны. Примеры этого легко найти в средствах массовой информации многих стран мира. Последнему способствует и то, что не все представители и органы государственной власти в современной России выбираются обществом и не все им полностью контролируются.

В управлении объектами государственной собственности есть еще одна трудность. Одни и те же объекты, включенные в современную хозяйственную деятельность, одновременно являются объектами собственности и хозяйствования, что необязательно совпадает. Используя имущество как объект собственности, его владельцы имеют полное право на получение дохода, приносимого находящимися в государственной собственности объектами. От органов государственной власти и от общества зависит, пользуются они этим правом в полной мере, или нет.

В то же время двойственное отношение к объекту – как к объекту собственности и как к объекту хозяйствования – приводит к тому, что государственные чиновники

не управляют или плохо управляют процессом создания доходов на предприятии. Этому также способствует то, что, несмотря на обилие форм отчетности, собираемых с предприятий, учреждений и организаций, федеральные органы в силу ряда причин не владеют полной, достоверной и надежной информацией, по крайней мере, о многих удаленных от столицы объектах.

В результате возможно появление дисбаланса внимания: органы государственной власти могут сосредоточиваться на присвоении доходов от собственности и не уделять должного внимания формированию условий, способствующих их созданию, а также управлению объектами государственной собственности. Имея право на получение дохода от собственности и не уделяя должного внимания управлению ею, государственные чиновники больше занимаются изъятием дохода, чем его созданием.

Такая ситуация сложилась в России после 1991 г. Институты государственной власти забирали у хозяйствующих субъектов больше средств, чем вкладывали в экономику: доля налогов в валовом внутреннем продукте заметно превышала долю инвестиций (табл. 1). Вот и в 1999 г. при росте инвестиций в основной капитал на 1%, валового внутреннего продукта на 3%, промышленной продукции на 8% и денежных доходов населения на 57% объем налоговых платежей увеличился на 62%.

Таблица 1

### **Доля налогов и инвестиций в валовом внутреннем продукте России, %**

<b>Показатель</b>	<b>1993</b>	<b>1994</b>	<b>1995</b>	<b>1996</b>	<b>1997</b>	<b>1998</b>
Налоги на производство и импорт	16,7	13,9	16,4	17,1	18,7	18,4
Инвестиции в основной капитал без инвестиций частных предприятий	13,9	14,6	15,0	14,7	12,5	11,1
Инвестиции в основной капитал государственных предприятий и организаций	8,0	5,8	5,4	4,7	4,0	3,3

Данные табл. 1–4 рассчитаны по: Российский статистический ежегодник. Стат. сборник. М.: Госкомстат России, 1999. С. 141, 176, 246, 264, 308, 508, 532.

Изымающий доход и не занимающийся его созданием способен переступить границы разумного: забирать такую часть дохода, что оставшаяся не позволяет осуществлять расширенное или даже простое воспроизводство. Это лишает будущего объект собственности. Стремление к получению чрезмерного дохода может привести к отсутствию дохода или к убыткам. В экономике современной России мы уже давно наблюдаем постоянное ухудшение финансового положения многих предприятий и организаций (табл. 2). С 1992 г. по 1998 г. число убыточных предприятий и организаций в стране выросло более чем в 30 раз. В результате желание иметь доход приходит в противоречие с возможностью его удовлетворения.

Таблица 2

### **Ухудшение финансового положения предприятий и организаций**

<b>Показатель</b>	<b>1994</b>	<b>1995</b>	<b>1996</b>	<b>1997</b>	<b>1998</b>
Рост убытков предприятий и организаций (в действующих ценах), раз	9,9	2,5	3,1	1,2	3,5
Доля убыточных предприятий и организаций в общем числе предприятий и организаций, %	32,5	34,5	50,6	50,1	53,2

Разрешение этого противоречия возможно несколькими путями. Владелец может:

- лишиться объекта своей собственности<sup>2</sup>,
- осознанно уменьшить размер своих притязаний на доход,
- улучшить управление объектом собственности.

В последнем случае не исключено, что он увеличит ту часть дохода, которая направляется на развитие объекта и создание условий для его успешного функционирования.

Снятие сложившегося противоречия в России, начиная с 1992 г. и до настоящего времени, идет, к сожалению,

---

<sup>2</sup> Если присваиваемый доход, по мнению собственника, мал, последний может потерять интерес к такому объекту и избавиться от него, что неоднократно происходило в России после 1991 г.

по первому пути: доля государственной собственности в стране уменьшается<sup>3</sup> (табл. 3). При этом время от времени представители высших органов исполнительной и законодательной власти говорят о необходимости усиления государственного управления хозяйством, то есть о третьем пути.

Таблица 3

### **Свертывание государственной собственности в России, %**

Показатель	1994	1995	1996	1997	1998
Доля государственных основных фондов в общей балансовой стоимости основных фондов (на начало года)	53	42	44	45	45
Доля частных предприятий и организаций в общем числе предприятий и организаций	72	72	87	88	88

### **Управляющие государственной собственностью**

Лица, управляющие объектами, но не являющиеся их собственниками, относятся к этим объектам как к временно переданным им в управление. Их функции, права и обязанности, разрешенный уровень принятия решений в общем случае определены собственником, который также контролирует поведение и результаты работы управляющих. В зависимости от ситуации, действий, а также характера собственника и общества возможны два типа поведения управляющих.

**Тип 1.** Лица, которым делегировано управление государственной собственностью, действительно стремятся ею управлять и получать за это достойное вознаграждение.

Это стремление может прийти в противоречие с предписываемыми собственником границами управления и с его желанием присваивать получаемый доход. Возникно-

---

<sup>3</sup> «Общепризнанная стоимость в триллион долларов и бесценные природные ресурсы были проданы всего за 5 миллиардов долларов» (Экономика и жизнь. 2000. № 10. С. 3).

вание такого противоречия возможно даже в том случае, когда управляющий не преследует свои корыстные интересы и не отстаивает интересы третьих лиц. Добросовестно выполняя свои функции, он добивается развития вверенного ему объекта. Источником развития служит доход, а собственник способен изымать его для других целей. В результате между собственником и управляющим может возникнуть борьба (или торг) за право самостоятельного управления и за долю в доходе.

Борьба тем более вероятна, если устремления управляющего или отстаиваемые им интересы третьих лиц не совпадают с целями и интересами собственника.

Для усиления своих позиций и ослабления возможностей собственника управляющий, в частности, скрывает истинное состояние дел.

В результате такой борьбы интересов выявляются варианты решения названного противоречия. В их число входят следующие.

1. Собственник меняет управляющих или они уходят сами.

Данное решение является временным. Через некоторое время вновь назревает противоречие, так как интересы и поведение зависят не только от реализующих их личностей и институтов, но и от их положения в системе общественных отношений и определяемых этим положением и обществом функций физических и юридических лиц.

2. Управляющие (или лица, интересы которых они представляют) добиваются смены представителей или состава органов государственной власти, изменения их функций и полномочий и даже ликвидации некоторых государственных институтов.
3. Собственник и управляющие договариваются о разделе полномочий и дохода.

Исторический опыт показывает, что договор служит лучшим, с точки зрения сохранения и приумножения богатства, способом разрешения конфликтов равных по некоторому основанию сторон.



4. Собственник «сдается» и позволяет управляющему делать, что тот хочет.

При таком решении не исключена вероятность того, что через некоторое время собственник либо столкнется с нехваткой доходов, и тогда борьба возобновится, либо лишится своей собственности.

5. Управляющий «опускает руки», перестает управлять и бороться за доход.

Последствиями такого выхода из противоречия могут стать:

- потеря объекта в силу действия рассмотренного выше противоречия на уровне государственной власти;
- принятие собственником на себя функций управления;
- возобновление борьбы вследствие неудовлетворенности управляющего своими доходами или нажима на него со стороны третьих лиц.

6. Управляющий уводит объект «в тень», частично работает в теневой экономике.

В результате собственник полностью или частично теряет принадлежащий ему доход, а укрепление теневой экономики ослабляет национальное хозяйство, развращает членов общества, разрушает моральные нормы и деловую этику.

7. Управляющие проводят «скрытую приватизацию» объектов государственной собственности: приватизируют объект по частям, создают при нем самостоятельные хозяйственные структуры, которые живут за счет объекта и в которые перетекают его доходы, и т. п.

В конечном итоге владелец теряет доходы и, возможно, объект своей собственности.

В практике «трансформируемой» России нетрудно найти примеры реализации каждого из вышеперечисленных решений рассматриваемого противоречия.

**Тип 2.** Лица, которым делегировано управление государственной собственностью, плохо управляют объектом. Несмотря на это, они могут стремиться участвовать в присвоении дохода.

При таком типе поведения возможны все последствия плохого управления, описанные в разделе «Государственные чиновники». Справедливо также все сказанное выше о борьбе собственника и управляющего за долю в доходе.

### **Прочее население, работающее и не работающее на объектах государственной собственности**

Работающие на объекте государственной собственности относятся к нему, как наемные работники к капиталу, который использует их труд, дает работу и заработки. В их отношениях с владельцем средств производства возникают обычные противоречия между трудом и капиталом. Как они решаются в мире – тоже известно. Отметим лишь, что в сложившихся в России после 1991 г. условиях (падение реальной заработной платы, задержки и невыплаты денежной заработной платы, расчеты с работниками продукцией предприятий, криминализация общества, резкое падение исполнительской и трудовой дисциплины, снижение престижа честного зарабатывания средств и т. д.) широкое распространение получил такой выход из рассматриваемых противоречий, как работа «на стороне» и воровство на предприятиях, в учреждениях и организациях (табл. 4).

Таблица 4

#### **Динамика числа краж и реальных располагаемых денежных доходов населения России, % к предыдущему году**

<b>Показатель</b>	<b>1992</b>	<b>1993</b>	<b>1994</b>	<b>1995</b>	<b>1996</b>	<b>1997</b>	<b>1998</b>
Кражи	132,8	95,7	83,2	104,0	88,3	87,3	108,5
Доходы	52,5	116,4	112,9	84,9	99,3	105,8	81,9

Статистическое исследование приведенных в табл. 4 данных показало наличие значимой отрицательной ранговой корреляции между рассматриваемыми рядами. Это дает основание считать, что в 1992–1998 гг. с ростом реальных располагаемых денежных доходов число краж в России снижалось, а при падении доходов – росло.

Достойным снятием противоречия между трудом и капиталом является, думается, развитие производства на основе передовых технологических систем, систем организации производства и методов управления, позволяющих собственникам получать желаемую прибыль и выплачивать наемным работникам заработную плату, обеспечивающую удовлетворяющий последний уровень жизни.

В той мере, в которой не работающие на объектах государственной собственности не обладают правами владения, пользования и распоряжения такими объектами, они безразлично относятся к использованию государственного имущества. Однако, являясь гражданами страны и избирая часть государственных лиц и органов, люди хотят, чтобы государственная собственность употреблялась на благо страны и в целях повышения благосостояния ее жителей. Реализация этих желаний и способность населения влиять на действия государственной власти зависят от уровня развития общества и существующего в нем государства.

Заканчивая рассмотрение, отметим следующее.

В неоднозначном отношении государственных управляющих к объектам государственной собственности заложена возможность (но не обязательно неизбежность) нерационального использования этих объектов. При этом разнонаправленность воздействия противоречий в отношениях государственной собственности на ее судьбу позволяет считать, что государственная собственность, в ее определенном выше смысле, просуществует еще очень длительное время. А опыт ряда стран (например, скандинавских) свидетельствует, что эффективность управления объектами государственной собственности может быть очень высокой.

Если основанное на двойственном отношении к объектам государственной собственности раздвоение внимания государственной власти гипертрофированно смещается в сторону получения дохода от собственности, возможности создания последнего могут сократиться. В результате

государство может лишиться не только доходов, но и объектов собственности или прав на них.

Противоречия, содержащиеся в отношениях государственной собственности, будут неизбежно сниматься. Но вот какие из возможных направлений их решения станут основными на данном этапе исторического развития – зависит от ситуации в обществе, сформировавшейся в нем государственной власти и соотношения сил, заинтересованных в реализации тех либо иных путей решения возникших противоречий.

---

## «ЭКО»-ИНФОРМ

---

### Участие государства в уставных капиталах акционерных обществ, по состоянию на 1 июня 1999 г.

Показатель	Доля государства, %					Всего
	менее 25	от 25 до 50	от 51 до 99	100	Золотая акция	
Число акционерных обществ	863	1601	470	382	580	3896
% к итогу	22,1	41,1	12,1	9,8	14,9	100,0

Источник: Интерфакс-Время. 1999. 32. С. 10.



# ИСТИНА ВЫШЕ «ПРАВИЛА»

**А. А. ШАПОШНИКОВ,**  
доктор экономических наук,  
президент Новосибирского территориального института  
профессиональных бухгалтеров

Бухгалтерский учет в разных странах мира развивался и развивается под воздействием многих социальных факторов. Культура среди них – один из наиболее значимых. Сегодня тема взаимосвязи культуры и учета является предметом не только специальных исследований, публикаций, монографий, но и учебников по теории бухгалтерского учета. Г. Хофстид определяет культуру как «коллективное программирование разума, которое отличает членов одной социальной группы от членов другой». Одним из выражений культуры являются ценности. Ценности принято определять как «общие стремления к предпочтению определенного состояния».

Какое состояние может предпочесть простой российский бухгалтер и каково состояние бухгалтерской культуры вообще?

Вспомним, что по латыни культура означает «возделывание», поэтому уровень культуры профессионального сообщества измеряется его «возделанностью», обработанностью, иначе говоря, образованностью! Вот почему сущность бухгалтерской культуры вполне можно выразить не только совокупностью методов и технических приемов, но одновременно и комплексом этических норм, сопутствующих их применению.



Вообще говоря, этическая составляющая бухгалтерской культуры очень важна, ничуть не менее, чем, скажем, в медицине. Не случайно великий культуролог XX века Освальд Шпенглер в ряд знаковых фигур, определивших «лицо современной цивилизации», поставил Николая Коперника, Христофора Колумба и Луку Пачоли (отца-основателя двойной бухгалтерии).

Шпенглер в своем философском бестселлере «Закат Европы» размышлял и о России. Рассуждения его актуальны по сей день (напомним: это было написано в 1914 г.). «В России сегодня простираются один поверх другого два экономических мира: один верхний, чужой, цивилизованный, проникший с Запада, и другой, живущий в глубине среди одного лишь добра, никогда и ничего не подсчитывающий и невнимательный к лозунгам, идущим сверху». По мнению Шпенглера, «русский не борется с капиталом, он его не постигает! Потому-то и марксизм в России покоится на ревностном непонимании!»

Надо признать, что суждения этого скромного учителя математики оказались очень дальновидными, особенно в наше время, время активного приобщения российских бухгалтеров к международным стандартам финансовой отчетности (МСФО).

Не случайно на официальном обсуждении одобренного Министерством финансов России текста МСФО российские специалисты безоговорочно отвергли рекомендации иностранных коллег по использованию МСФО в качестве типовых нормативных документов. Чтобы погрузиться в пучину МСФО и свободно ориентироваться в этих стандартах, бухгалтер должен с детства жить в совершенно иной системе координат (нравственных, политических, экономических, социальных и т. п.). На эту тему ровно 80 лет тому назад, в 1920 г., высказался Шпенглер: «Ужас прибавочной стоимости» представляет собой непонятое литературное обличье того факта, что приобретение денег с помощью денег является кощунством, а если переосмыслить его исходя из русской православной религии, – грехом!»

Система учетных координат формировалась в условиях католицизма, у них богатство считалось благом, а у нас – грехом! Именно об этом говорил великий русский писатель Лесков: «Что русскому здорово, то немцу – смерть!»

Исследователи выделяют четыре характеристики, отражающие культурную ориентацию страны<sup>1</sup>:

- индивидуализм или коллективизм;
- сильное или слабое влияние властных структур;
- полное или частичное снятие неопределенности;
- мужественность или женственность.

Принято считать, что богатые страны ориентированы в основном на индивидуализм, тогда как бедные – на коллективизм. Это в итоге определяет и явные различия в представлениях о социальных ценностях. Выявлено и влияние власти, более заметное в условиях коллективизма. Вообще говоря, все четыре характеристики культурной ориентации взаимосвязаны. Скажем, от степени допустимой в обществе неопределенности зависит ощущение безопасности. В российском политическом словаре это называется «чувством уверенности в завтрашнем дне». На Западе в этой сфере сильно влияние религии, у нас многое решают, вернее, решали, господствующая идеология и сильное влияние власти.

Культурная ориентация прямо взаимодействует и с ценностями бухгалтерской субкультуры. Англоязычными авторами выделены такие ценности:

- профессионализм, который априори считают тем выше, чем выше уровень индивидуализма;
- единообразиие – имеет место там, где преобладает унифицированная учетная практика;
- консерватизм, влияющий прежде всего на систему оценок и предусматривающий самый неблагоприятный вариант развития будущих событий;
- секретность – некоторый уровень конфиденциальности и ограничения доступа к информации для непрофессионалов.

В традициях советского учета, которые формировались на протяжении восьмидесяти лет, уровень секретности, или ограничения доступа к информации, был наивысшим.

В большой мере это было связано и с невостребованностью информации обществом: не только средний гражданин, но и далеко не всякий директор умел читать

---

<sup>1</sup> Подробнее об этом см.: Грошев И. В. Как реформы разбились о... наш народный дух// ЭКО. 2000. № 3. – **Прим. ред.**

баланс или разбираться в отчетности. В настоящее время, в условиях экономической свободы, когда сотни тысяч предпринимателей «с Лениным в башке и с наганом в руке» вышли на рынок, положение меняется в лучшую сторону, но медленно.

Анализ взаимодействия социальных ценностей и бухгалтерской субкультуры позволяет сделать некоторые предположения.

1. В индивидуализированном обществе, где чувство уверенности в завтрашнем дне формируется вне зависимости от властных структур, выше профессионализм и меньше единообразие.

2. А при большом единообразии, характерным признаком которого является, например, единый план счетов, снижается уровень профессионализма. Бухгалтер в советских условиях являлся только винтиком государственной машины, а в «Положении о главных, старших бухгалтерях» бухгалтер прямо был назван государственным контролером.

3. Большой консерватизм бухгалтерской субкультуры определяется высокой степенью коллективизма в обществе и потребностью в снятии неопределенности. Соответственно, меньшая потребность в снятии неопределенности и высокий индивидуализм ведут и к меньшему консерватизму.

Общий вывод таков: в бухгалтерских субкультурах англо-американских стран предпочтение отдается индивидуальному профессиональному суждению, и потому активно поддерживается профессиональное саморегулирование. Континентальная Европа, напротив, ориентирована на достаточно жестко предписанные требования и контроль, бухгалтерские приемы унифицированы и применяются постоянно.

Россия, как всегда, выбирает третий путь. При высоком уровне единообразия, коллективизма, секретности все чаще определяющим мотивом профессионального поведения бухгалтера служит его собственное профессиональное суждение. Тем более, что все наши национальные бухгалтерские стандарты имеют множество вариантов толкования, а слово «выбор» может быть вписано в текст любого из них, даже самого спорного.



Надо сказать что слово «выбор» – ключевое в МСФО, оно повторяется там более 60 раз. А право на выбор дано российскому бухгалтеру ст. 13 Федерального Закона «О бухгалтерском учете». В свое время, в феврале 1996 г., когда Закон обсуждался в Государственной Думе, п. 4 ст. 13 вызвал много вопросов, предлагалось даже исключить его.

Методологический Совет по бухгалтерскому учету Министерства финансов Российской Федерации долго искал обтекаемые, мягкие формулировки. Но даже в обтекаемой форме содержание осталось безусловно жестким, невиданным в отечественной истории. Бухгалтеру разрешено не применять любые установленные правила бухгалтерского учета: «В пояснительной записке к годовой бухгалтерской отчетности должно сообщаться о фактах неприменения правил бухгалтерского учета в случаях, когда они не позволяют достоверно отразить имущественное состояние и финансовые результаты деятельности организации с соответствующим обоснованием».

Но пока наш бухгалтер существует вне предлагаемой, более того, узаконенной свободы выбора. Он к этому не привык. На встрече в Новосибирске с «главным бухгалтером России», руководителем Департамента методологии бухгалтерского учета и отчетности Министерства финансов РФ А. С. Бакаевым, некоторые очень и очень квалифицированные бухгалтеры предлагали разработать инструкцию или хотя бы рекомендации по применению п. 4 ст. 13 Федерального Закона. Иначе говоря, инструкцию о порядке неприменения любых инструкций!

Между тем Минфин России достаточно последовательно использует потенциал законодательных формулировок. Так, с 1 января 2000 г. отменено применение утверждаемых им типовых форм бухгалтерской отчетности. Взамен Минфин предложил образцы форм отчетности только в качестве рекомендаций, также как рекомендованы и объемы форм бухгалтерской отчетности. Смысл этого, как утверждает А. С. Бакаев, – выработка самостоятельности у организаций в формировании отчетных показателей для внешних пользователей, исходя из общих требований к бухгалтерской отчетности.

При этом упор должен делаться на пояснительную записку. Ведь до сих пор в российском отчете 9/10 – это

цифры и только 1/10 – текст, а в западном отчете – наоборот. Может, поэтому западный отчет считается несравнимо более прозрачным. Ибо каждый шаг бухгалтера там объяснен. И объяснения эти бухгалтер дает, будучи убежденным в собственной правоте!

В англо-американской бухгалтерии есть такое понятие «true and fair» – истинное и беспристрастное представление данных. Англо-американский бухгалтер искренне верит в собственную непогрешимость и всерьез полагает, что истина не может быть записана в первичном документе, инструкции или даже GAAPe. Ибо каждому свободному человеку дано от Бога понимание этой истины, и он вправе беспристрастно сопоставлять свое решение в той или иной ситуации с требованиями нормативных документов. Если эти требования, по мнению независимого и свободного бухгалтера-профессионала, не позволяют ясно и точно отразить ситуацию или операцию в бухгалтерском учете, то бухгалтер делает так, как считает нужным, описав сделанное в пояснительной записке.

В этом корни американского капитализма и американской бухгалтерии, сформированных янки севера. А на севере общественное сознание формировалось сектантами, главным образом кальвинистами. Основа же кальвинизма – глубокое непоколебимое убеждение его адептов, что Господь с ними, а значит, они всегда правы. «Какой-то неизъяснимой свежестью веет от непосредственной прямолинейности», – писал американский историк В. Паррингтон. Потому-то средний американский бухгалтер считает, что там, где нет американского учета, просто нет никакого учета. В отличие от, скажем, англичанина, который все-таки может понять, что в Германии или России другой учет, плохой, по его мнению, но другой!

Может ли российская бухгалтерия стать американской или английской? На мой взгляд, нет. И тем не менее предоставление российскому бухгалтеру свободы выбора весьма знаменательно. Ну, а опора выбора – профессиональное суждение, формирование которого и определяет новый этап развития национальной бухгалтерской культуры.



# МАЛЫЙ БИЗНЕС В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ ЗАКУПОК

**М. К. ГЛАЗАТОВА,**  
**Е. М. БУХВАЛЬД,**  
доктор экономических наук,  
**А. В. ВИЛЕНСКИЙ,**  
кандидат экономических наук,  
**Москва**

В области развития и государственной поддержки малого предпринимательства рассчитывать на значительные бюджетные средства пока не приходится. Значит, необходим перенос акцента в государственной политике в отношении малого бизнеса на так называемые внебюджетные, или «бюджетозакономерные» инструменты поддержки на федеральном, региональном и местном уровне.

Один из таких инструментов – привлечение малого бизнеса к выполнению поставок товаров, работ и услуг для государственных и муниципальных нужд. Ниже речь пойдет о соответствующей нормативно-правовой базе и способах ее совершенствования.

## **Нормативные акты**

Указ Президента РФ «О первоочередных мерах по предотвращению коррупции и сокращению бюджетных расходов при организации закупки продукции для государ-



ственных нужд» от 08.04.97 г. № 305 сделал возможным привлечение малого бизнеса в государственных заказах только через участие в конкурсах и торгах на размещение такого заказа.

Федеральный Закон «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации» от 14.06.95 г. (ст. 14) предусматривает резервирование для субъектов малого предпринимательства определенной доли заказов на производство и поставку продукции для государственных нужд, в том числе не менее 15% от общего объема поставок товаров для государственных нужд по приоритетным направлениям.

Такие приоритетные направления определены постановлением Совета Министров – Правительства Российской Федерации от 11.05.93 г. № 446 «О первоочередных мерах по развитию и государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации». Это производство и переработка сельскохозяйственной продукции; производство продовольственных, промышленных товаров, товаров народного потребления, лекарственных препаратов и медицинской техники; оказание производственных, коммунальных и бытовых услуг; строительство объектов жилищного, производственного и социального назначения; инновационная деятельность.

Данное законодательное положение развивается в Постановлении Правительства Российской Федерации «Об участии субъектов малого предпринимательства в производстве и поставке продукции и товаров (услуг) для федеральных государственных нужд» от 23.04.96 г. № 523. Постановлением определено, что государственный контракт на поставку продукции и товаров (услуг) общегражданского назначения для федеральных государственных нужд должен содержать отдельный раздел об участии субъектов малого предпринимательства в реализации этого контракта на условиях, предусмотренных ст. 14 Федерального Закона «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации».

Органам исполнительной власти субъектов РФ рекомендовано привлекать субъектов малого предпринимательства к производству и поставке продукции и товаров (услуг) для региональных нужд.

Процесс распределения и исполнения государственных заказов регулируется прежде всего Федеральным Законом «О поставках продукции для федеральных государственных нужд» от 13.12.94 г. № 60-ФЗ (последняя редакция – от 06.05.99 г. № 97-ФЗ). Однако, несмотря на многочисленные поправки, в данный закон до сих пор не внесены положения, касающиеся практического закрепления льгот и преимуществ (квот) для субъектов малого предпринимательства при распределении и выполнении заказов на поставку продукции для федеральных государственных нужд.

Частично это положение фиксируется в Постановлении Правительства Российской Федерации «О реализации Федерального Закона “О поставках продукции для федеральных государственных нужд”» от 26.06.95 г. № 594. П. 8 данного постановления гласит: *«государственным заказчикам при проведении открытых и (или) закрытых торгов, конкурсов и аукционов поставщиков продукции для федеральных государственных нужд предусматривать фиксированную долю средств на участие в них предприятий малого бизнеса...»*.

Практика показала, что нормативно-правовые документы федерального уровня, регулирующие процесс размещения заказов на поставку продукции для государственных нужд и участие в этих заказах субъектов малого предпринимательства, малоэффективны.

Работа по резервированию законодательно определенной доли отдельных видов продукции (товаров, работ и услуг) для государственных и муниципальных нужд для субъектов малого предпринимательства, требующая координации с государственными заказчиками, была практически сорвана из-за постоянной реорганизации структуры федеральных органов исполнительной власти, частой смены исполнителей этой работы в ответственных министер-

ствах и ведомствах, отсутствия нормативных актов и методических документов о порядке участия малых предприятий в процедурах закупки товаров, работ и услуг для государственных и муниципальных нужд.

Выборочный анализ соответствующих нормативно-правовых актов субъектов Российской Федерации и органов местного (муниципального) самоуправления показал, что работа по регулированию привлечения субъектов малого предпринимательства к выполнению госзаказов ведется лишь в нескольких регионах.

Так, в Тульской, Тверской, Нижегородской областях, республиках Коми, Марий Эл, Татарстан имеются (или разрабатываются) нормативно-правовые акты и ведется (или хотя бы продекларировано) привлечение малых предприятий к выполнению государственных заказов. Однако из-за финансовых трудностей участие малых предприятий в реализации госзаказов составляет десятые доли процента от стоимости заказа, в количественном выражении – несколько предприятий в каждом регионе.

В некоторых регионах малые предприятия участвуют в выполнении муниципальных заказов. Например, в Тобольске (Тюменская область), согласно распоряжению местной администрации «О предоставлении субъектам малого предпринимательства муниципальных заказов на ремонтно-строительные работы», предусматривается резервирование не менее 50% объема муниципального заказа для субъектов малого предпринимательства. В Новгородской области принят нормативный акт о привлечении субъектов малого предпринимательства к обеспечению населения лекарственными средствами. Работа по привлечению субъектов малого предпринимательства к участию в выполнении муниципальных заказов ведется в Нижнем Новгороде и Оренбурге. Однако конкретных данных о результативности принятых нормативно-законодательных документов пока нет.

На региональном уровне зачастую проявляется нежелание властей привлекать к участию в конкурсах фирмы и организации из других регионов. В некоторых субъек-

тах Федерации (Удмуртия, Татарстан, Ленинградская область и др.) даже существуют нормативно-правовые акты, ограничивающие участие неместных поставщиков в выполнении региональных государственных заказов.

## **Законы и реалии**

Анализ показал, что имеющаяся законодательно-нормативная база реализуется далеко не в полной мере. В частности, не удалось выявить случаи целенаправленного резервирования государственными заказчиками определенной законодательством доли государственного заказа для малых предприятий.

Объяснить такое положение дел можно разрывом между законодательством о государственном заказе и нормативно-правовой базой по поддержке малого предпринимательства. Чуть ли не единственным исключением из общей картины служит Нижегородская область, в которой создана система координации законодательных актов, нормативных актов органов исполнительной власти и муниципальных органов. Эта система предусматривает обязательную реализацию расходов бюджета области на конкурсной основе с учетом интересов субъектов малого предпринимательства.

Фактическую долю малого бизнеса в выполнении государственного и муниципального заказов оценить достаточно сложно. Информация об объемах и номенклатуре продукции, закупаемой государственными заказчиками, в органах статистики практически отсутствует. На федеральном уровне статистическое наблюдение за участием субъектов малого предпринимательства в конкурсах (и других способах размещения заказов для государственных нужд) введено лишь с первого полугодия 1999 г.

Серьезную проблему в привлечении субъектов малого предпринимательства к исполнению заказов для государственных и муниципальных нужд представляет ограниченность средств расходной части федерального бюджета России, бюджетов субъектов Федерации и местных бюд-

жетов. В итоге общая сумма средств, предусмотренная государственными и муниципальными заказчиками для размещения на конкурсной основе, начиная с 1997 г. (год введения конкурсной системы для размещения госзаказов), составляет около 2% от ВВП.

По данным Организации экономического развития и сотрудничества, в начале 90-х гг. доля государственных закупок в странах-членах этой организации составляла около 15% ВВП. В странах ЕС в 1996 г. закупки государственных органов и коммунальных систем составляли немногим менее 10% от их совокупного ВВП.

Как следует из статистических данных, большее количество контрактов заключается местными (муниципальными) органами самоуправления (см. таблицу). Выборочный анализ показывает, что именно на этом уровне более всего осуществляется участие малых предприятий в выполнении заказов. Однако точных данных, характеризующих фактическую возможность малого бизнеса участвовать в государственном и муниципальном заказах, нам получить не удалось.

**Ценовые параметры контрактов на поставку товаров для государственных и муниципальных нужд, заключенных в результате конкурсных процедур (данные I квартала 1999 г.)**

Показатель	Всего	Федеральный заказ	Заказ субъектов Федерации	Муниципальный заказ
Общая стоимость, млрд руб.	16,7	5,7	4,5	6,5
Средняя цена контракта, млн руб.	1,1	1,6	0,6	1,0

Одной из проблем, мешающих успешному размещению и выполнению государственных и муниципальных заказов, является дефицит бюджетов различных уровней. Он вызывает неоплату выполненных заказов на поставку товаров, работ и услуг и ставит предприятия-поставщики в



крайне сложное положение. Так, основные государственные заказчики федерального уровня до сих пор расплачиваются за закупки 1997 г. Это в ряде случаев является причиной отказа предприятий от участия в выполнении государственных и муниципальных заказов. Государственные заказчики игнорируют федеральное законодательство, запрещающее использовать в расчетах за поставку продукции для государственных нужд взаимозачеты и встречные поставки сырья, оборудования, комплектующих и пр.

В частности, Приказом Федерального дорожного фонда России от 24.12.98 г. № 504 (зарегистрирован в Минюсте 31.12.98 г. № 1677) введен «Временный порядок погашения задолженности предприятиям и организациям по налогам в Федеральный дорожный фонд Российской Федерации». Погашение задолженности по платежам в Дорожный фонд производится в форме товарного возмещения, а при выполнении подрядных работ для Федеральной дорожной службы РФ – встречными поставками в счет имеющейся задолженности. Подобные нормативные акты приняты и в других федеральных органах исполнительной власти, а также в субъектах Федерации.

Имеются и объективные причины, затрудняющие льготное (квотируемое) привлечение субъектов малого предпринимательства к участию в поставках товаров, выполнению работ, оказанию услуг для государственных нужд. Первая из них заключается в основополагающих, принятых на международном уровне принципах конкурсного размещения государственных и муниципальных заказов.

### **Принципы «государственного прокьюрмента»**

1. Экономичность, которая означает эффективное расходование бюджетных средств на наилучших для заказчика условиях. В большинстве случаев себестоимость продукции малых предприятий, стандарты качества и послепродажного обслуживания не выдерживают конкуренции с крупными поставщиками.

2. Открытость (гласность), т. е. общедоступность информации о порядке, объемах, стоимости и условиях размещения заказов. Пока субъекты малого предпринимательства не могут достаточно быстро получить такую информацию и не успевают принять решение об участии в конкурсе и подготовить конкурентоспособную заявку.

3. Справедливость – обеспечение доступа к конкурсу всех потенциальных поставщиков, на единых условиях и по общим критериям без разделения на категории в зависимости от количества занятых.

4. Подотчетность, т. е. строгое следование при распределении государственных заказов заранее определенным процедурам; при этом отклонения от таких процедур, условий и критериев распределения, а равно и вышеизложенных принципов являются поводом для судебного разбирательства в отношении государственного заказчика.

Кроме того, недавно принятый Федеральный Закон жестко ограничил круг участников конкурса.

Пункт 1. ст. 5 определяет, что участником конкурса может быть только поставщик (исполнитель), имеющий производственные мощности, оборудование и трудовые ресурсы, необходимые для производства товаров (работ, услуг).

От участия в конкурсе на государственные поставки законом отлучены предприятия сферы обращения, а также производители комплектующих, сырья, субподрядчики и т. д. (например, фермерские хозяйства, не производящие готовую к конечному потреблению продукцию).

На федеральном уровне привлечение субъектов малого предпринимательства к участию в выполнении госзаказов в настоящее время также осложнено по ряду причин, носящих субъективный характер, а именно:

- незаинтересованность государственных заказчиков – министерств и ведомств – в установлении контактов с субъектами малого предпринимательства по поводу размещения государственных заказов;
- отсутствие конкретных организационных механизмов привлечения субъектов малого предпринимательства к участию в выполнении госзаказов;
- отсутствие реестра субъектов малого предпринимательства по отраслям (видам деятельности) для приглашения на открытые и закрытые конкурсы в сфере госпоставок;
- несогласованность ведомственных и отраслевых нормативно-правовых актов с Федеральным Законом «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации».

Государственные заказчики недостаточно широко формируют о проведении конкурсов по государственным заказам. В большинстве случаев информация не доходит до субъектов малого предпринимательства и организаций, призванных поддерживать малый бизнес. По данным бюллетеня «Конкурсные торги», сообщения о предстоящем размещении заказов направляют им ничтожное количество государственных заказчиков по сравнению с проведенными торгами.

Малые предприятия не имеют пока и кадров, которые могли бы эффективно использовать эту информацию. К тому же у субъектов малого бизнеса возникают сложности при подготовке конкурсной документации и подаче заявок на участие в конкурсах. Нередко требуется доработка документов до подписания контракта с государственным заказчиком в случае, если предприятие приняло участие и выиграло конкретный конкурс, и т. д.

Для преодоления всех трудностей, связанных с выходом на рынок государственных заказов, требуются усилия квалифицированных специалистов, которыми малое предприятие вряд ли располагает в настоящих условиях. Поэтому нужна подготовка управленческих кадров субъектов малого предпринимательства, намеревающихся выходить на рынок государственных и муниципальных закупок. Очень важно, чтобы в принятии квалифицированных решений участвовали научные и учебные заведения, консалтинговые фирмы, прочие организации, поддерживающие малый бизнес.

### **Малые предприятия и муниципальный заказ**

Практика показывает, что наибольший интерес у субъектов малого предпринимательства вызывает муниципальный заказ, средняя величина которого в настоящее время составляет около 1 млн руб. (см. таблицу).

Именно в этой сфере складываются наиболее благоприятные условия для массового привлечения малых пред-

приятий в качестве исполнителей таких заказов. Кроме того, в рамках муниципальных образований легче обеспечить взаимодействия, соблюсти баланс интересов потребителя и производителя.

Но использование муниципального заказа как инструмента поддержки малых предприятий имеет и определенные трудности. В правовом отношении это связано с тем, что статус местного самоуправления не позволяет издавать общегосударственные (и даже региональные) законы, обязательные для органов местного самоуправления. Следовательно, вопрос может решаться только на основе локального нормотворчества при методической поддержке федеральных и региональных органов, например, в виде примерного блока нормативных документов города (района) по муниципальному заказу.

В экономическом отношении острота проблемы определяется крайне низким уровнем финансово-бюджетной обеспеченности и дотационностью органов местного самоуправления, бюджетов которых в большинстве случаев хватает только на финансирование «защищенных» статей. При этом на местах крайне ограничен объем финансовых ресурсов, которые могут быть направлены на заказ товаров, работ и услуг для муниципальных нужд. В основном такие заказы сводятся к выполнению самых неотложных работ по поддержанию местного и коммунального хозяйства, элементарному содержанию жилья и социальных учреждений и пр. Однако такие работы часто лежат в сфере местной «естественной», давно сложившейся монополии.

Муниципальный заказ – это соглашение между органом местного самоуправления и исполнителем (поставщиком, подрядчиком) на поставку товаров, выполнение работ, оказание услуг для муниципальных нужд в сферах деятельности, отнесенных Конституцией РФ и иными законодательными актами к предметам ведения местного самоуправления. Муниципальными нуждами являются потребности муниципальных образований в развитии жилищно-коммунального хозяйства, социальной сферы,

инженерной и транспортной инфраструктуры, обеспечиваемые за счет средств местных бюджетов. Предметы ведения местного самоуправления устанавливаются ст. 6 Федерального Закона «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации».

Потребности муниципального образования (города, поселка) в развитии жилищно-коммунального хозяйства, социальной сферы, инженерной и транспортной инфраструктуры (муниципальных нужд) определяются на основании заявок, поступающих от отраслевых комитетов, управлений, отделов администрации муниципального образования (города, поселка) в сроки, отведенные для составления и утверждения местного бюджета. Заявки направляются соответствующему заместителю главы администрации муниципального образования (города, поселка).

Другим способом определения муниципальных нужд и формирования муниципального заказа является использование муниципальных программ. Формирование муниципального заказа осуществляет заказчик на основе утверждаемых представительным органом местного самоуправления одновременно с утверждением местного бюджета на предстоящий финансовый год муниципальных программ.

В большинстве случаев муниципальный заказ формируется на

- научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы;
- строительство, реконструкцию, техническое перевооружение, обслуживание, содержание объектов, находящихся в муниципальной собственности;
- ремонт и модернизацию оборудования, находящегося в муниципальной собственности, гарантированное обслуживание и утилизацию;
- производство и поставку продукции;
- жилищно-коммунальные, социально-культурные, транспортные услуги.

Все эти позиции содержат значительные «ниши», которые могут быть заняты представителями сферы малого предпринимательства.

## **Основные шаги по развитию нормативно-правовой базы**

Для того чтобы обеспечить не декларированное, а реальное участие малого бизнеса в поставках товаров и услуг для государственных нужд, на наш взгляд, необходимы следующие меры.

□ Привлечение малого предпринимательства к государственным закупкам не следует ограничивать «приоритетными отраслями», так как это сужает сферу доступа субъектов малого предпринимательства к данной категории поставок.

Целесообразно уточнить, что речь идет о поставках товаров и услуг, финансируемых за счет средств соответствующих бюджетов или средств внебюджетных фондов. С учетом огромных задолженностей бюджета надо закрепить в законе тезис о первоочередности оплаты государством поставок продукции, товаров, услуг и пр., выполненных малыми предприятиями.

□ Принципиально важно распространить квотирование на уровень субконтрактов (субподрядов) по государственным закупкам, с учетом того, что именно этот уровень в основном и «работает» в рамках аналогичных процедур поддержки малого предпринимательства за рубежом.

Весь вопрос в том, как «скомбинировать» две системы квотирования, ведь если они будут действовать параллельно, то получится, что фактическая квота малого бизнеса в совокупной стоимости распределяемых заказов окажется уже не 15%, а около 28% (15% при первичном распределении заказа плюс 15% от оставшихся 85%, частично распределяемых в процессе субконтрактации).

Скорее всего, система должна действовать по принципу «или-или». Если некие поставки может осуществить малое предприятие, система квотирования должна дей-

ствовать на первичном уровне контрактов. Если же предмет поставок малому бизнесу не под силу, система обязательного квотирования должна переводиться на уровень субконтрактов, что должно обязательно отражаться в договоре государственного заказчика (приобретателя) с генеральным подрядчиком (поставщиком, исполнителем).

Право выбора может быть делегировано генеральному приобретателю, так как в итоге интересы малого бизнеса не могут быть ущемлены – либо он сразу получает свои 15%, либо затем, в процессе субконтрактации, скажем, 17% (20% от 85%). Интересы малого бизнеса могут оказаться ущемленными в данном случае, лишь если генеральные подрядчики будут передавать квоту малого бизнеса только «своим» (скажем, дочерним) малым предприятиям. Но этот вопрос можно отрегулировать и контролировать.

Внедрение подобной системы может быть рекомендовано и для муниципального заказа на товары, услуги и работы. Это связано с тем, что в большинстве субъектов Федерации все уровни власти и управления, лежащие ниже самого субъекта, действуют уже как системы местного самоуправления. Как институты местного самоуправления действуют достаточно крупные хозяйственно-территориальные единицы (например, областные центры). Таковые, естественно, часто реализуют не только мелкие подряды, но и крупные заказы, в которых участие малых предприятий может происходить на уровне субконтрактации.

□ Интересы малого бизнеса на уровне субконтрактов по государственным закупкам могут быть реализованы и через систему «добровольных обязательств» генеральных подрядчиков. В этом случае при проведении первичного конкурса обязательство генерального подрядчика – привлечь наибольшее количество малых предприятий (по их общей доле в стоимости передаваемого ему заказа) – должно давать ему преимущество перед другими претендентами.

□ Нельзя обойтись и без привлечения к контрактам среднего бизнеса, который в значительно большей мере

ориентирован на реальный сектор экономики и значительно шире может быть представлен как участник на уровне первичных контрактов.

□ Для усиления позиций малого бизнеса в сфере государственных закупок следует допустить возможность его участия в соответствующих конкурсах не поодиночке, а в виде консорциумов, предприятий, что повысит их конкурентоспособность.

Необходимо также повысить уровень судебной защиты интересов субъектов малого предпринимательства в системе государственной контрактации.

Наконец, должны быть развернуты специализированные системы обучения для представителей малого бизнеса и соответствующих категорий государственных (муниципальных) чиновников по вопросам организации участия малых предприятий в системе поставок товаров, работ и услуг для государственных и муниципальных нужд.

□ Для выполнения этих положений на практике необходимо на правительственном уровне закрепить, какие именно государственные заказчики и по каким видам продукции должны резервировать долю госзаказа для привлечения субъектов малого предпринимательства; утвердить правила и порядок проведения конкурсов между субъектами малого предпринимательства на поставки продукции для государственных нужд.

## **О контроле**

Контроль за исполнением муниципального заказа должны осуществлять, прежде всего, сами заказчики и представительные органы местного самоуправления. Это может делать и специально созданная представительным органом местного самоуправления служба по проверке размещения муниципальных заказов – независимый орган в составе органов местного самоуправления.

Может быть также организована межмуниципальная служба по проверке размещения муниципальных заказов



для нужд нескольких муниципальных образований на основе соглашения между их органами местного самоуправления.

Для осуществления контроля должна быть создана правовая база, а также разработаны соответствующие статистические формы.

Функции контроля за соблюдением льгот (квот) в отношении субъектов малого предпринимательства в принципе могли бы исполнять специальные подразделения региональных (местных) администраций по делам малого предпринимательства. Однако в настоящее время такие подразделения есть не везде, а где наличествуют, имеют различный правовой статус и организационную форму, что затрудняет законодательное делегирование им названных выше прав. Поэтому поначалу функции контроля и вынесения санкций по поводу соблюдения всех норм (льгот, квот и пр.), касающихся участия субъектов малого предпринимательства в системе государственных и муниципальных закупок, следует возложить на территориальные органы Министерства РФ по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства.

Контролирующие инстанции должны иметь право на получение от государственных и муниципальных закупочных организаций (в виде предлагаемой формы отчетности) информации о фактической доле субъектов малого предпринимательства в осуществленных закупках товаров, работ и услуг.

При открытости подобной информации функции контроля смогут выполнять и общественные организации малого предпринимательства.

Перечисленные меры позволят сделать законодательную поддержку участия малого предпринимательства в системе государственных и муниципальных заказов последовательной и эффективной.



В СССР специальная отрасль, занимающаяся промышленным культивированием микроорганизмов с целью крупнотоннажного производства кормовой белковой продукции и различных биологически активных веществ для сельского хозяйства, пищевой, легкой, химической и медицинской промышленности, была создана в 60-е годы XX века.

В 1963 г. в г. Бердске Новосибирской области был введен в действие химический завод (в настоящее время – завод биологических препаратов). В его становлении принимали участие более 30 ведущих научно-исследовательских институтов страны. И сегодня большое значение для завода имеет сотрудничество с научными коллективами СО РАН и СО РАСХН, позволяющее совершенствовать технологию и внедрять новые препараты. С 1965 г. Бердский завод биологических препаратов – один из крупнейших производителей микробиологической продукции для сельского хозяйства, пищевой, легкой промышленности, природоохраненных целей.

---

# **БИОТЕХНОЛОГИИ НА ВНУТРЕННЕМ И ВНЕШНЕМ РЫНКАХ**

**Б. В. ПРИЛЕПСКИЙ,**  
генеральный директор ПО «Бердский завод  
биологических препаратов»,  
г. Бердск Новосибирской обл.,  
**М. Б. ПРИЛЕПСКИЙ,**  
Новосибирский государственный университет

Бердский завод биологических препаратов (БЗБП) – единственное государственное предприятие в России, которое удовлетворяет потребности страны в следующих видах продукции:

- антибиотики и пробиотики для животноводства и птицеводства;

© ЭКО 2000 г.



- ферментные препараты и их комплексы для комбикормовой промышленности, спиртового производства, пищевой, легкой промышленности и других отраслей;
- микробиологические средства защиты от вредных насекомых и болезней зерновых, овощных и плодовых культур, лесных массивов и хлопчатника, природные стимуляторы урожайности;
- биопрепараты для борьбы с личинками комаров, в том числе переносящих различные инфекции;
- биопрепараты для ликвидации нефтяных загрязнений воды и почвы.

В 1990–1991 гг. объемы производства кормовых антибиотиков достигли 4000 т, ферментных препаратов – 3000 т, средств защиты растений – 2500 т, природных стимуляторов – 10 т. Завод сохранил возможность для поставок продукции в таких объемах и сегодня.

## **БЗБП на внутреннем рынке**

### *Кормовые антибиотики и ферменты*

До 1991 г. кормовые антибиотики (бацилихин, биовит, гризин, фразизин) и ферментные препараты (амилосубтилин, протосубтилин, целловиридин) регулярно поставлялись на комбикормовые заводы страны для приготовления премиксов. Они позволяли обогатить биологически активными компонентами и получить не менее 10 млн т качественных, сбалансированных комбикормов (максимальный выпуск комбикормов в стране составлял 35 млн т).

Проблема обеспечения качественными кормами существует и сегодня, но ее, по нашему мнению, государство пытается решить за счет импортных препаратов. Они аналогичны тем, которые выпускает или может выпускать наш завод. Это, например, антибиотики бацитрацин, хлортетрациклин, тилозин, флавомицин (фирмы «Рон-Пуленк», «Провими», «Хехст» и др.), ферментные препараты (фирмы «Ново», «Хехст», «Финнфидс», «Рон-Пуленк» и др.).

По эффективности наша продукция не уступает зарубежной, она конкурентоспособна по цене. Но, несмотря на это, **крупных заказов на производство ферментных препаратов, антибиотиков и кормовых добавок для сельского хозяйства завод сегодня не получает.**

В 1998 г. промышленность произвела около 10 млн т комбикормов. Для повышения их качества потребовалось не менее 1,5–2 тыс. т кормовых антибиотиков и 1,5 тыс. т ферментных препаратов. Однако из 2–3 тыс. т производимого в последние годы на заводе бацитрацина на внутреннем рынке удастся реализовать лишь 290–300 т. Из 2,5 тыс. т произведенных ферментов комбикормовая промышленность страны использовала только 200 т.

Несмотря на отсутствие государственных программ по эффективному использованию биологически активных препаратов в кормопроизводстве, завод продолжает активно работать над совершенствованием этих видов продукции и увеличением их производства.

Так, освоена современная высокоэффективная технология выпуска ферментного препарата – целловиридина. Это позволяет организовать крупнотоннажное производство сложных комплексных ферментных препаратов (мультиэнзимные комплексы – МЭК) для комбикормов, содержащих трудные для усвоения рожь, ячмень, овес. Использование этих препаратов расширяет кормовую базу и дает большой экономический эффект. Производственное применение МЭК повышает эффективность использования кормов на 10–15%, один рубль затрат дает 12 руб. прибыли.

При наличии инвестиций на модернизацию оборудования и реконструкцию завод сможет произвести не менее 1,5 тыс. т МЭК в год, что позволит повысить качество до 3 млн т комбикормов. Окупаемость инвестиций по проекту – не более года. Думаем, он вполне заслуживает государственной поддержки и инвестирования.

Не менее важно для животноводства и птицеводства наличие кормовых и ветеринарных антибиотиков и проби-

отиков. Наряду с производством бацитрацина и хлортетрациклина наш завод может выпускать тилозин, кокцидиостатики, пробиотики, что позволит существенно сократить их импорт.

Для этого необходимо включить данную тематику в план комплексных государственных мероприятий, в которых одновременно участвовали бы академические институты, отраслевая наука и производство.

Завод постоянно совершенствует ферментные препараты для спиртовой промышленности. В 1991–1992 гг. по заявке спиртовиков на БЗБП был разработан фермент глюкаваморин в виде сухого порошка, усовершенствован препарат амилосубтилин. В 1993 г. на спиртовые заводы России поставлялось 2 тыс. т глюкаваморина в порошке и 1,5 тыс. т амилосубтилина. Однако с 1994 г. там начали применять аналогичные ферментные комплексы фирмы «Ново» (Дания). **Спрос на нашу продукцию при отсутствии государственной защиты рынка сократился, хотя испытания показали более высокую эффективность наших препаратов, а стоят они дешевле.**

Сегодня продукцию завода использует около половины спиртовых заводов России. **При государственной поддержке мы в состоянии обеспечить потребности спиртовой промышленности в амилосубтилине, глюкаваморине, целловиридине на 70–80%, что позволит значительно сократить импорт и повысить эффективность работы спиртовых заводов.**

Отработана эффективная технология применения ферментов в пивоваренной, текстильной и кожевенной промышленности. Завод готов участвовать в комплексных программах по усовершенствованию технологии и повышению эффективности работы данных отраслей.

В последнее время в Правительство страны поступают записки от коммерческих структур с предложением организовать строительство нового завода по производству ферментов. Целесообразность такого строительства понять трудно, поскольку продукция существующих отечественных производств пока не востребована.

## *Средства защиты растений*

Микробиологические средства защиты растений – это уникальный класс биопрепаратов, которые позволяют контролировать численность вредных насекомых и бороться с болезнями, не оказывая при этом отрицательного влияния на окружающую среду.

Завод выпускал до 2,5 тыс. т таких препаратов в год, что позволяло обрабатывать не менее 2 млн га угодий. Ранее ставилась задача обеспечить выпуск микробных инсектицидов в объеме 10 тыс. т.

Сейчас защитные мероприятия столь же актуальны, однако заказы на такую известную в сельском хозяйстве продукцию, как лепидоцид, битоксибациллин, боверин, бактофит, вертициллин, не поступают.

Специалисты Министерства сельскохозяйственного производства утверждают, что потребность в биологических препаратах для защиты растений составляет 35 тыс. т (см., например: Защита и карантин растений. 1997. № 12). Более того, для ликвидации дефицита предполагается организовать так называемое малотоннажное производство в каждом регионе и выделить на эти цели государственные инвестиции.

Не отрицая саму возможность организации таких производств, мы считаем, что **основным направлением должно стать использование существующих государственных производственных мощностей. Уже сегодня мы готовы поставлять препараты для борьбы с вредными насекомыми и стимуляторы урожайности как в сухом, так и в жидком виде, в соответствии с заявками хозяйств.**

Мы доказали это, четко выполнив конкурсный крупнотоннажный заказ Федеральной службы лесного хозяйства России (1997, 1998, 1999 гг.) по поставкам препарата лепидоцида для спасения лесов от массовых нашествий вредных насекомых. Заводские специалисты за полгода усовершенствовали препарат и технологию его изготовления. Новая технология позволила получить новую форму

жидкого препарата, включающую различные добавки, повышающие его эффективность. Появилась возможность использовать оборудование для ультрамалообъемной обработки, а также для обработки лесов и угодий аэрозольным способом. В результате резко снизились расходы на проведение защитных мероприятий при использовании самолетов и наземной техники.

Все это привело к повышению эффективности препарата (до 90%) при защите леса от самых опасных насекомых и обеспечило его конкурентоспособность по сравнению с таким известным импортируемым препаратом, как дипел фирмы «Аббот», США. За три года службе лесного хозяйства было поставлено 980 т препарата, что позволило защитить от вредителей 350 тыс. га лесных массивов.

Такую же работу мы готовы провести при заинтересованности соответствующих департаментов Министерства сельскохозяйственного производства РФ.

В 1999 г. резко выросла численность саранчи, лугового мотылька, серьезным вредителем оставался колорадский жук. Правительство выделяло целевые дотации на проведение защитных мероприятий и приобретение инсектицидов отечественного производства (распоряжение от 15.07.99 г. № 1128-Р). **Однако ни на региональном, ни на федеральном уровне в данных мероприятиях не использовались экологически безопасные микробные инсектициды завода, а значит, и дотации на него не распространялись.**

Помимо микробных инсектицидов мы имеем возможность выпускать препараты для борьбы с болезнями растений, а также природные стимуляторы урожайности и землеудобрительные препараты. Однако, к сожалению, остаются невостребованными такие известные природные стимуляторы урожайности, как гибберсиб, гумат натрия и др. Применение же гибберсиба при норме расхода всего 20–30 г/га позволяет увеличивать урожайность многих сельскохозяйственных культур (бобовых, зерновых, овощных культур, хлопка и др.) на 15–25%.

Заметим, что еще в 1985 г. перед заводом ставилась задача обеспечить выпуск данного препарата в объеме до 10 т, что позволило бы обработать до 5 млн га посевов.

**Снижение спроса на отечественные микробные препараты для растениеводства обусловлено не только скромными финансовыми возможностями хозяйств, но и позицией Министерства сельскохозяйственного производства РФ, а также инспектирующих органов – Госхимкомиссии, Госсанэпиднадзора.** Так, в настоящее время проводится очередная ничем не обоснованная перерегистрация микробных препаратов, которая ведет к исключению из списка разрешенных препаратов битоксибациллина, гибберсиба. Это происходит на фоне повсеместного внедрения импортных, прежде всего химических препаратов. Видимо, такая позиция заслуживает более внимательного рассмотрения Правительства.

**В нашей стране отсутствует система государственного регулирования рынка и развития отечественного производства, несмотря на некоторые указы Президента и постановления Правительства.** Поэтому завод испытывает сильное давление зарубежных фирм на внутреннем рынке. Тем не менее нам удалось удерживать объемы реализации продукции. Так, доля продукции Бердского завода биопрепаратов на отечественном рынке по шприцам одноразового использования объемом 5 мл составляет 16%; объемом 10 мл – 8%, по ферментным препаратам – 40%, кормовым антибиотикам – 60%, по микробиологическим средствам для борьбы с вредителями в растениеводстве – до 50%, в лесозащите препараты завода доминируют.

К сожалению, объемы применения микробных препаратов для защиты растений низки: ими обрабатывается всего 150–200 тыс. га в год. У сельхозпроизводителей популярны органические и неорганические импортные ядохимикаты («Каратэ», «Децис» и др.), пагубно влияющие на агроэкосистему, а биологические препараты составляют всего 10%.



Государство периодически финансирует проведение защитных мероприятий, но все средства направляются на использование химических инсектицидов.

### **БЗБП на внешнем рынке**

С 1992 г. завод успешно экспортирует свою продукцию, поставляя за рубеж антибиотики, микробиологические инсектициды и средства для борьбы с личинками малярийных комаров. Мы отправляем продукцию в США, Бразилию, Испанию, Португалию, Бельгию, Германию, Австрию, Италию, Грецию, Тайвань, Корею, Египет, Пакистан, Индию и другие страны (табл. 1).

Таблица 1

#### **Объемы экспорта продукции БЗБП, тыс. дол.**

<b>1995</b>	<b>1996</b>	<b>1997</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>
4348	6025	4221	4131	1072	2200

Сокращение объемов экспорта в 1999 г. связано с уменьшением поставок на зарубежный рынок бацилихина. Исследование внешнего рынка показало, что сейчас наряду с бацилихином пользуются спросом такие препараты, как витамин В<sub>12</sub> кормовой, триптофан и др. Поэтому специалисты завода начали работу по освоению современного препарата – витамина В<sub>12</sub> 0,1%-го кормового, промышленное производство которого началось уже в марте 2000 г. Годовой объем экспорта этого продукта – 600 т.

План 2000 г. предусматривает увеличение объемов производства на 66% за счет традиционной номенклатуры и внедрения новых видов продукции – ферментного комплекса целловиридина, витамина В<sub>12</sub> и жидких концентрированных ферментных комплексов.

Если качество нашей продукции отвечает мировым требованиям, то организация внешнеэкономической деятельности в России далека от мирового уровня. Каковы же наиболее уязвимые ее места?

## *Двойной досмотр импортных товаров*

Мы приобретаем большое количество сырья для производства биопрепаратов в странах дальнего зарубежья. Введение обязательного двойного досмотра увеличивает время прохождения товаров через таможню.

Обязательный двойной досмотр введен даже для образцов, которые мы получаем от инофирм курьерской почтой. Поскольку из-за нехватки инспекторов таможни он проводится с запозданием, усилия завода сводятся на нет.

Необходимо решить вопрос о более оперативном досмотре товаров и об отмене обязательного второго досмотра образцов товаров.

### *Определение кода импортных товаров по товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности*

Получая товары, мы предоставляем образцы и документацию на них в Западно-Сибирскую таможенную лабораторию и после заключения ее специалистов декларируем товары по коду ТН ВЭД, указанному в этом заключении. Однако иногда при определении кода товара возникают разногласия: его можно определить и как запасную часть к оборудованию, и как самостоятельное изделие. Соответственно различаются и таможенные платежи (импортные пошлины). Отделы товарной номенклатуры и происхождения товаров рассматривают правомерность определения кода товара только после того, как декларация уже подана. И даже если код товара неправильно определен не по вине участников внешнеэкономической деятельности, они должны заплатить штраф за неверное указание его таможенной стоимости.

Необходимо предусмотреть для участников внешнеэкономической деятельности возможность обращаться в отделы товарной номенклатуры и происхождения товаров для подтверждения кода товаров до подачи декларации.

### ***Предоставление странами-импортерами своих требований к товарам, подконтрольным органам Госветнадзора***

Основной продукцией, которую экспортирует наш завод, являются добавки в корм животных. Эта сфера подконтрольна органам Государственного ветеринарного надзора, позиция которого приводит к тому, что экспорт этих добавок для нас часто становится невозможным. По инструкции страна-импортер должна предоставить в ветеринарную службу страны ввоза требования к импортируемому продукту (согласно инструкции Департамента ветеринарии Министерства сельского хозяйства и продовольствия РФ от 20.01.94 г. № 19-8-05/250 «О порядке оформления экспорта и импорта животноводческих грузов в Российской Федерации»). Во многих зарубежных странах такой документ выдает только Министерство сельского хозяйства, так как ветеринарная служба входит в его состав. Но российские пограничные ветеринарные службы не признают такие документы действительными.

Ветеринарно-санитарные службы других стран отказываются выдавать иной документ, ссылаясь на то, что импорт таких препаратов у них не контролируется. Так, наши зарубежные партнеры в ответ на просьбу предоставить требования к витамину  $B_{12}$  кормовому заявили, что Россия нарушает правила международной торговли (качество товара, требования к нему касаются только продавца и покупателя). Таким образом, не имея требований многих стран-импортеров к цинк-бацитрацину, витамину  $B_{12}$ , мы не можем экспортировать свою продукцию и из-за этого теряем зарубежных партнеров. Они покупают аналогичную продукцию у наших конкурентов в Китае.

### ***Увеличение провозной платы по территории РФ на экспортные и импортные грузы***

После 5 сентября 1998 г. в соответствии с решением МПС плата за перевозки экспортных и импортных грузов по российским железным дорогам стала определяться по

курсу доллара США, и транспортные расходы возросли в 4 раза.

**Если указанные проблемы будут решены, выиграют и отечественный производитель, и государство.**

## Перспективы

Конечно, будущее предприятия и его коллектива зависит от ситуации в экономике страны, от внешних условий хозяйствования.

Надо иметь в виду и то, что Бердский завод биологических препаратов – градообразующее предприятие. Третья часть города обеспечивается теплом котельной нашего завода. Объем реализации тепловой энергии за год составляет 247 тыс. Гкал на сумму 35 млн руб. **Однако расчеты за тепловую энергию, отпущенную на отопление бюджетных организаций, проводятся несвоевременно**, а в 1997 г., например, оплата проводилась векселями, а не живыми, как принято говорить сегодня, деньгами.

Убытки от продажи векселей, полученных от Администрации области (в счет дотации городу Бердску) на погашение задолженности за отпущенное тепло 1997 г., составили 1,9 млн руб. Задолженность заводу за тепловую энергию по состоянию на 01.01.2000 г. составила 17567 тыс. руб. **Начиная с 1997 г. завод вынужден постоянно отвлекать собственные оборотные средства на приобретение угля и мазута, а это приводит к остановкам основного производства, к срыву договоров и контрактов, а в конечном итоге – к убыткам в производстве.**

Ситуация осложняется и тем, что с 1992 г. постоянно росли цены на материалы, сырье, энергоресурсы. Так, с 1992 по 1999 гг. стоимость электроэнергии увеличилась в 460 раз, мазута – в 398; угля – в 574 раза; муки кукурузной – в 242 раза, полиэтилена – в 318 раз, пропилена гранулированного – в 190 раз. В то же время цены на продукцию завода существенно не изменились. Ситуация на внешнем и внутреннем рынках не позволяла нам про-

порционально увеличивать цены, поэтому мы не могли достичь рентабельности, необходимой для развития производства.

Мы считаем, что программы развития промышленного производства и сельского хозяйства России должны включать внедрение и постоянное применение биопрепаратов, которые наш завод способен выпускать в необходимых объемах. Программы должны быть комплексными. В их реализации должны участвовать разработчики штаммов и технологий (НИИ), производство (завод), потребитель.

Но, несмотря на все сложности экономики «переходного периода», мы стремимся удерживать объемы производства и основную номенклатуру (табл. 2–4).

Таблица 2

### **Объемы продукции, выпускаемой БЗБП (в ценах 1998 г.)**

Год	1985	1990	1995	1998	1999	2000 (план)
Объемы продукции, млн руб.	89,1	108,2	82,9	96,9	159,1	265,5
Темп роста к предыдущему году, %	–	21,5	–	17,0	64,2	66,8

Таблица 3

### **Объемы выпуска продукции в 2000 г.**

Продукт	Объем производства	Стоимость, млн руб.
Амилосубтилин	108,7 усл. т	20,4
Ферменты	1515,5 усл. т	71,4
Средства защиты растений	452 т	23,4
Гибберсиб	2 т	1,7
Витамин В <sub>12</sub>	595 т	40,5
Шприцы одноразовые	103,5 млн шт.	73,1
Теплоэнергия	247 тыс. Гкал	35,0

**Динамика технологических показателей  
(1995–2000 гг.)**

Продукция	Съем готового продукта с 1 м <sup>3</sup> , кг				
	1996	1997	1998	1999	2000
Средства защиты растений (лепидоцид)	30,0	30,5	32,1	36,9	38,0
Ферменты (глюкаваморин)	1,1	54,1	75,0	94,3	96,0
Антибиотики (бацитрацин)	11,2	11,3	11,4	11,6	18,0

Реализация программы 2000 г. (при условии своевременных расчетов за теплоэнергию) позволит достичь рентабельности 10,6%, получить прибыль в производстве в размере 25,5 млн руб., перечислить текущие платежи по налогам в бюджет на сумму 18,4 млн руб., во внебюджетные фонды – 36,5 млн руб. Оставшаяся прибыль (после уплаты налогов в сумме 6,0 млн руб.) будет направлена на погашение недоимок прошлых лет в бюджетные и внебюджетные фонды.

Считаем, что предпринимаемые меры по увеличению объемов производства, обновлению номенклатуры при определенной государственной поддержке позволят сохранить уникальное микробиологическое производство Бердского завода биологических препаратов.





# РОССИЯ НА МИРОВОМ РЫНКЕ МЕДИ

**А. В. СОКОЛОВ,  
В. М. СОКОЛОВ,**  
кандидаты экономических наук,  
Институт экономики и организации промышленного  
производства СО РАН,  
Новосибирск

В начале 80-х гг. XX в. страны Запада выступали то в качестве незначительного нетто-импортера рафинированной меди, то нетто-экспортера; в целом импорт и экспорт примерно уравнивали друг друга. Положение изменилось в 90-х гг., когда промышленности этих стран собственной меди стало не хватать, и на западный рынок вышли производители этого металла из бывших социалистических стран. Среди них ведущим поставщиком рафинированной меди на западный рынок стала Россия, за ней следуют Казахстан и Польша.

## Добыча меди

Объемы добычи меди в мире за последнее десятилетие возрастали в ускоренном темпе. Если за 1987–1994 гг. добыча меди (по содержанию в руде) выросла более чем на 1,1 млн т, то за 1995–1998 гг. – почти на 2,5 млн т.

В последние годы мировой лидер в добыче меди – Чили – еще более упрочил свои позиции. Благодаря выводу на полную мощность рудника «El Abra» и существенному увеличению отдачи рудника «Escondida»<sup>1</sup> объемы добычи меди в этой стране выросли с 1995 по 1998 гг. почти в 1,5 раза, а доля Чили в мировой добыче меди – с

---

<sup>1</sup> БИКИ, 19 сент. 1998 г.



25% до 31%. Второй в мире производитель медной руды – США – сохранил свои позиции по объему добычи, но доля его упала. Вместе на Чили и США приходится почти половина мировой добычи меди.

При этом Россия за три года снизила добычу меди более чем на 140 тыс. т, или на 24% (табл. 1).

Таблица 1

### **Добыча медной руды основными странами-производителями (по содержанию меди)**

Страна	1995		1998		
	тыс. т	%	тыс. т	%	% к 1995
Чили	2490	24,8	3660	30,8	147,0
США	1850	18,4	1850	15,5	100,0
Индонезия	444	4,4	750	6,3	168,9
Канада	726	7,2	710	6,0	97,8
Австралия	437	4,3	600	5,0	137,3
Перу	381	3,8	450	3,8	118,1
Россия	591	5,9	450	3,8	76,1
Китай	370	3,7	440	3,7	118,9
Польша	384	3,8	420	3,5	109,4
Мексика	332	3,3	400	3,4	120,5
Казахстан	260	2,6	340	2,9	130,8
Замбия	329	3,3	280	2,3	85,1
Другие страны	1459	14,5	1550	13,0	106,2
Всего в мире	10053	100,0	11900	100,0	118,4

\* Источник: US Geological Survey, Mineral commodity Summaries, February 1997, January 1999.

### **Производство и потребление меди в странах с рыночной экономикой**

Анализ динамики производства и потребления рафинированной меди в странах с рыночной экономикой позволяет говорить об устойчивом дефиците металла в этой группе стран с 1989 г. по настоящее время. При этом зависимость западной промышленности от поставок меди



из стран бывшего «восточного» блока была максимальной в 1994–1995 гг., но затем производство меди на Западе стало постепенно приближаться к объемам потребления.

Более корректное сравнение, нивелирующее влияние кратковременных спадов и подъемов производства и потребления, можно провести по пятилетиям (табл. 2).

Таблица 2

### Рост объемов производства и потребления меди в странах с рыночной экономикой в 1981–1998 гг.

Показатель	1981–1985, млн т	1986–1990		1991–1995		1996–1998		
		млн т	% к 1981– 1985	млн т	% к 1989– 1990	млн т	% к 1991– 1995	% к 1981– 1985
Производство	7,2	8,0	111,0	9,0	112,0	10,7	118,6	147,4
Потребление	7,2	8,2	114,9	9,6	116,7	11,1	115,4	154,8
Избыток (+), дефицит (-), в среднем за год	0,09	-0,2		-0,6		-0,4		

Как за весь рассматриваемый период (80–90-е гг.), так и в 1986–1995 гг. потребление меди опережало производство и по абсолютной величине, и по темпам роста. В 1986–1990 гг., например, ежегодный дефицит меди в странах Запада покрывался за счет импорта с Востока, который составлял 181 тыс. т, а в 1991–1995 гг. достиг уже 593 тыс. т. После 1995 г. рост производства меди стал опережать рост потребления. Потребность в нетто-импорте уменьшилась почти в 1,5 раза.

Как же на этом общем фоне обстоят дела у конкретных производителей и потребителей? С 1995 г. по 1998 г. производство рафинированной меди в основных странах-производителях выросло на 19% (табл. 3). В 1998 г. на долю США, Чили и Японии приходилось 54,5% всего объема производства меди. За три года их доля выросла на 1,6%. При этом темпы роста в США и Японии были значительно меньше средних по рассматриваемой совокупности стран, а в Чили прирост составил 56,6%.

**Первичное и вторичное производство  
рафинированной меди**

Регион	1995		1998		
	тыс. т	% к суммарному производству	тыс. т	% к суммарному производству	% к 1995
Всего	9366	100,0	11125	100,0	118,8
<i>Америка</i>	5019	53,5	6297	56,6	125,5
США	2280	24,3	2456	22,0	107,7
Чили	1491	15,9	2335	21,0	156,6
Канада	573	6,1	563	5,1	98,3
Перу	282	3,0	420	3,8	148,9
Мексика	208	2,2	345	3,1	165,9
Бразилия	165	1,8	168	1,5	101,8
Прочие страны	20	0,2	10	0,1	50,0
<i>Европа</i>	1725	18,4	1949	17,5	113,0
ФРГ	616	6,6	696	6,3	113,0
Бельгия	376	4,0	368	3,3	97,9
Испания	164	1,8	304	2,7	185,4
Швеция	111	1,2	128	1,1	115,3
Югославия	79	0,8	95	0,9	120,3
Прочие страны	379	4,0	358	3,2	94,5
<i>Азия</i>	1831	19,6	2175	19,5	118,8
Япония	1188	12,7	1277	11,5	107,5
Республика Корея	233	2,5	369	3,3	158,4
Филиппины	158	1,7	152	1,4	96,2
Прочие страны	252	2,7	377	3,3	149,6
<i>Африка</i>	501	5,4	419	3,8	83,6
Замбия	314	3,4	242	2,2	77,1
ЮАР	132	1,4	123	1,1	93,2
Демократическая Респуб- лика Конго	33	0,4	35	0,3	106,1
Прочие страны	22	0,2	19	0,2	86,4
<i>Австралия и Океания</i>	290	3,1	285	2,6	98,3

Источники табл. 3–4: БИКИ, 19 сент. 1998 г., 10 авг. 1999 г.

Помимо Чили очень быстрыми темпами росло производство рафинированной меди в Перу, Мексике, Испании, Республике Корея, на долю которых приходится 12% мирового прироста объемов производства меди.

Отраслевая структура потребления меди в промышленно развитых странах представлена на рис. 1.

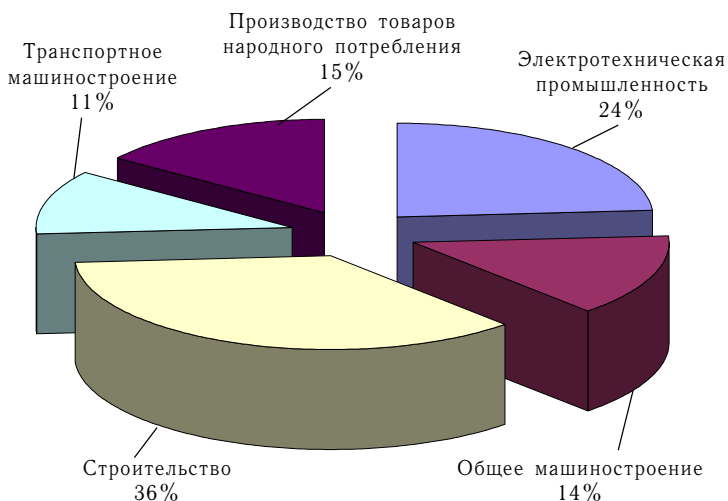


Рис. 1. Отраслевая структура потребления меди в промышленно развитых странах в конце 80–90-х гг.

Пострановое распределение потребления меди в 1995 г. и 1998 г. показано в табл. 4. Заметим, что в 1998 г. по отношению к 1995 г. темп роста потребления составил 110,2% при росте производства на 18,8%.

Львиная доля потребления рафинированной меди приходится на страны «семерки» – 64,2% в 1995 г. и 62,3% – в 1998 г. Но здесь надо отметить быстрый рост потребления в США, Канаде и Италии при снижении потребления на 11,3% в Японии. Можно предполагать, что последнее в значительной степени обусловлено кризисом 1998 г. в Юго-Восточной Азии, и в дальнейшем Япония, по всей вероятности, вернет свои позиции.

**Потребление рафинированной меди**

Регион	1995		1998		
	тыс. т	% к суммарному производству	тыс. т	% к суммарному производству	% к 1995
Всего	10296	100,0	11350	100,0	110,2
<i>Америка</i>	3235	31,4	3917	34,5	121,1
США	2534	24,6	2883	25,4	113,8
Бразилия	198	1,9	280	2,4	141,4
Канада	190	1,9	245	2,2	128,9
Мексика	127	1,2	280	2,5	220,5
Прочие страны	186	1,8	229	2,0	123,1
<i>Европа</i>	3414	33,2	3800	33,5	111,3
ФРГ	1042	10,1	1138	10,0	109,2
Франция	540	5,2	583	5,1	108,0
Италия	491	4,8	591	5,2	120,4
Великобритания	392	3,8	374	3,3	95,4
Бельгия	357	3,5	369	3,3	103,1
Испания	172	1,7	230	2,0	133,7
Швеция	50	0,5	167	1,5	334,0
Прочие страны	370	3,6	348	3,1	94,1
<i>Азия</i>	3362	32,7	3373	29,7	100,3
Япония	1415	13,8	1255	11,1	88,7
Республика Корея	540	5,2	560	4,9	103,7
Тайвань	513	5,0	584	5,1	113,8
Индия	116	1,1	180	1,6	155,2
Прочие страны	778	7,6	794	7,0	102,1
<i>Африка</i>	116	1,1	111	1,0	95,7
ЮАР	82	0,8	75	0,7	91,5
Прочие страны	34	0,3	36	0,3	105,9
<i>Австралия и Океания</i>	169	1,6	149	1,3	88,2

Ожидания производителей, их прогнозы в отношении развития рынка, появления новых областей применения

меди находят прямое отражение в объемах ввода новых мощностей. Если ожидается падение спроса, новые мощности вводить не будут, постараются выжать максимум из старых. В этом отношении анализ представленных в табл. 5 данных о нетто-изменениях величины производственных мощностей в медной промышленности позволяет сделать вывод о том, что продуценты и инвесторы видят хорошие перспективы рынка меди. Только за 1997–1998 гг. мощности по добыче руды и обогащению (по меди в рудах и концентратах) выросли на 894 тыс. т, выплавке черновой меди – на 755 тыс. т, производству рафинированной меди – на 901 тыс. т. При этом в 1998 г. в среднем введено больше мощностей, чем в 1997 г.

Таблица 5

### **Нетто-изменения размеров производственных мощностей в медной промышленности, тыс. т**

Регион	Рудники		Медеплавильные заводы		Рафинировочные заводы	
	1997	1998	1997	1998	1997	1998
Европа	-12	-35	65	0	28	0
Африка	-3	-23	0	-30	0	0
Азия	-9	180	120	380	100	370
Северная Америка	9	-160	120	30	0	23
Латинская Америка	262	600	120	-50	130	250
Австралия и Океания	92	-7	0	0	0	0
Всего	339	555	425	330	258	643

Источники: БИКИ, 22 сент. 1998 г., 12 авг. 1999 г.

Нельзя не заметить, что в последние годы происходят значительные изменения в размещении медной промышленности. Добыча руды, например, все больше концентрируется в Латинской Америке, в первую очередь в Чили. Здесь же наблюдается и наибольший прирост производственных мощностей в медной промышленности, а вот в Северной Америке, Европе и Африке они даже уменьша-

ются. Объемы энергоемкой выплавки черновой меди прирастают в Азии и Северной Америке, в меньшей степени – в Европе и Латинской Америке. В Африке мощности сокращаются.

Рафинирование как заключительная стадия производства меди мало связано с сырьевыми базами. Оно производится либо там, где есть металлургический передел, на специализированных предприятиях или наряду с выплавкой чернового металла, либо в регионах массового потребления готовой продукции. То обстоятельство, что мощности по рафинированию наращивают в основном в Азии и Латинской Америке, говорит и о расширении круга потребителей меди, и о тенденции к созданию в этих регионах комбинатов полного цикла – от добычи сырья до выплавки готового металла.

### Торговля Запада с Востоком, запасы

В торговле рафинированной медью одна и та же страна выступает обычно на рынке и как импортер, и как экспортер. Поэтому, говоря о крупных поставках меди из стран бывшего «восточного блока» на Запад, имеют в виду «нетто-экспорт» с Востока и, соответственно, «нетто-импорт» с Запада.

Табл. 6 иллюстрирует направления торговых потоков между западными странами и странами бывшего «восточного блока».

В табл. 2 показано, что среднегодовой дефицит меди в 1996–1998 гг. (разность между потреблением и производством) составлял в странах с рыночной экономикой 401 тыс. т. Нетто-импорт же из стран бывшего «восточного блока» в среднем за эти три года равнялся 651 тыс. т. Понятно, что цифры о потреблении могут быть не очень точными. Но тем не менее полученную разницу – 250 тыс. т в год поставок, по сути, излишнего металла – проигнорировать нельзя. Если поставки опережают потребление, значит, должны расти запасы, что и подтверждают данные табл. 7.

Таблица 6

**Динамика торговли рафинированной медью, тыс. т**

<b>Показатель</b>	<b>1995</b>	<b>1996</b>	<b>1997</b>	<b>1998</b>
Экспорт из западных стран	155	260	173	270
<i>В том числе в:</i>				
Китай	148	253	160	255
прочие страны	7	7	13	15
Импорт из стран бывшего «восточного блока»	972	830	978	849
<i>В том числе из:</i>				
СНГ	601	589	670	562
Польша	233	180	189	176
Китая	85	42	83	91
прочих стран	53	19	36	20
Нетто-импорт из стран бывшего «восточного блока»	817	570	805	579

Таблица 7

**Складские запасы рафинированной меди в западных странах (на конец года), тыс. т**

<b>Запасы</b>	<b>1995</b>	<b>1996</b>	<b>1997</b>	<b>1998</b>
Всего	699	492	861	1165
На биржах металла	318	152	421	678
У продуцентов	209	190	264	289
У потребителей	111	111	145	168
У торговцев	61	33	31	30
Доля бирж металла в видимых запасах, %	45,5	30,9	48,9	58,2
Относительный уровень складских запасов (1995 г. = 100%)	100,0	47,8	132,4	166,7

Источники: БИКИ, 22 сент. 1998 г., 10 авг. 1999 г.

Видимые запасы на конец 1998 г. превышали запасы на конец 1995 г. почти в 1,7 раза. При этом производители, потребители и торговцы медью стараются не затапливаться и поддерживать объемы запасов в разумных

пределах. А вот запасы на биржах металла выросли в 1998 г. более чем в 2,1 раза по сравнению с 1995 г. Цифры, приведенные в двух последних строках табл. 7, подтверждают закономерность: чем больше суммарные складские запасы, тем выше среди них доля биржевых запасов.

## Цены на мировом рынке меди

В динамике цен на медь на Лондонской бирже металлов (ЛБМ) за период, охватывающий более десятилетия (рис. 2), четко прослеживается цикличность их колебания. Так, если в январе 1989 г. цена меди на ЛБМ достигала 3540 дол./т, то в дальнейшем следует ее постепенное снижение, сопровождаемое краткосрочными колебаниями, иногда, как, например, в 1990 г., весьма сильными. 27 октября 1993 г. зафиксирован минимальный уровень цены – 1596 дол./т. За четыре года цена, как видим, упала более чем в 2 раза. Затем начинается постепенный рост, и менее чем за 2 года цена снова увеличивается более чем в 2 раза: 13 июля 1995 г. она достигала 3235 дол./т, после чего снова началось ее снижение.

Остановимся несколько подробнее на изменении цены на медь, начиная с 1996 г. (рис. 3). Она резко упала – с 2841 дол./т в мае до 1870 дол./т в июле. Затем начался постепенный рост, и в июне 1997 г. цена достигла своего пика – 2720 дол./т. В дальнейшем происходит почти двухгодичный плавный спад. Минимум – 1354 дол./т – был достигнут в марте 1999 г. Дальше опять идет повышение цены, которая в сентябре 1999 г. резко упала ниже отметки 1700 дол./т. В конце декабря она преодолевает рубеж 1800 дол./т, а за месяц, к концу января 2000 г., вырастает еще на 98 дол./т. Таким образом, за 10 месяцев, с января 1996 г. по ноябрь 1999 г., цена меди на ЛБМ выросла более чем на 40%.

Проведенный анализ причин колебаний цены на медь позволил нам сделать следующие выводы. Первое. Динамика цены не связана ни с динамикой производства, ни с динамикой потребления меди (данные за 1982–1997 гг.).



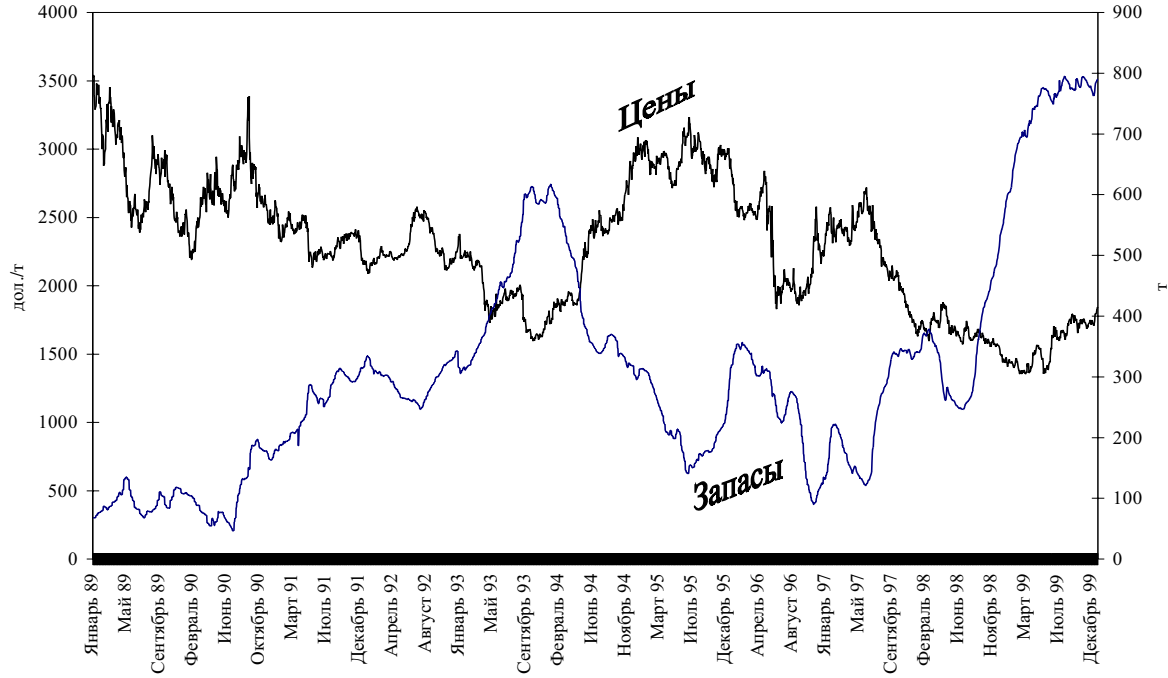


Рис. 2. Динамика цен и запасов меди на ЛБМ в 1989–1999 гг.

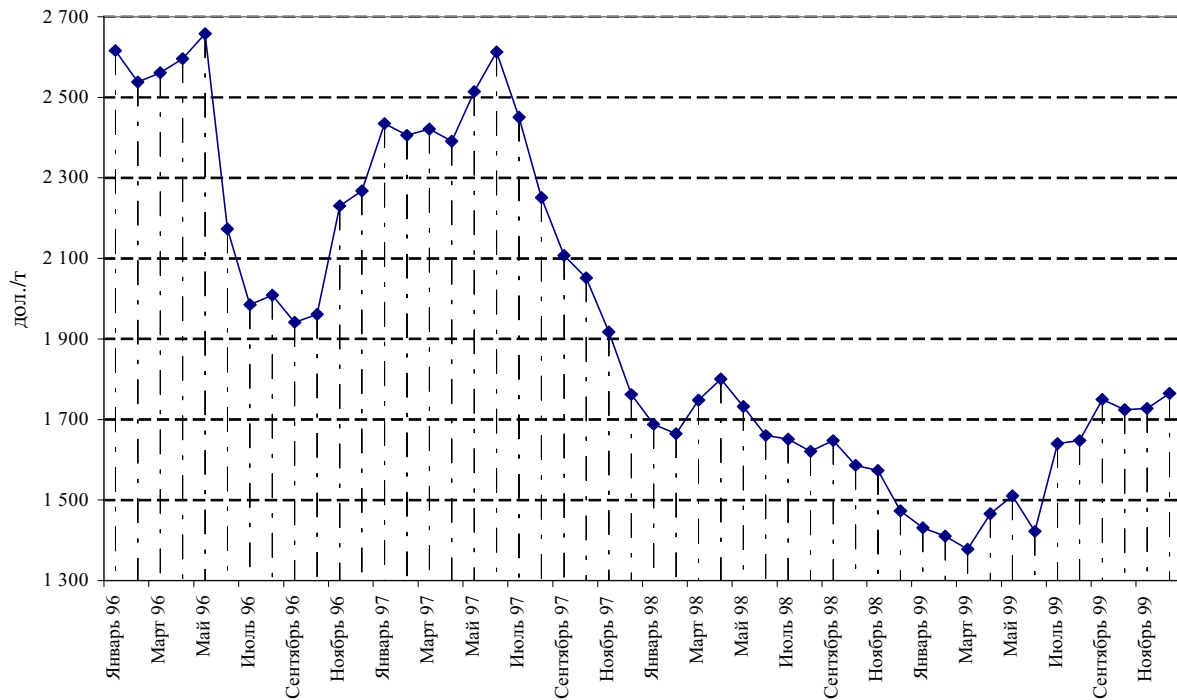


Рис. 3. Динамика цен на медь на ЛБМ (рынок наличных контрактов) в 1996–1999 гг., дол./т.

Второе. Существует обратная связь между ценой меди и объемами запасов на ЛБМ (рис. 2). Третье. За рассматриваемый период запасы меди на ЛБМ выросли на порядок – с 67,95 тыс. т на 6 января 1989 г. до 790,23 тыс. т на 30 декабря 1999 г., что соответствующим образом отразилось на уровне цен. Коэффициент корреляции между рядами данных, характеризующих количество запасов меди на ЛБМ, и уровнем мировых цен на этот металл составил 0,733.

### **Рынок меди России: производство и внешняя торговля**

В медной промышленности России выделяется два крупных производственных комплекса. Первый из них – это предприятия РАО «Норильский никель», перерабатывающие богатые комплексные руды Норильского рудного района. На этих предприятиях освоен весь производственный цикл – от добычи руды до выплавки рафинированной меди, а производственные мощности по технологическим переделам в целом по РАО сбалансированы. Второй комплекс – предприятия Урала, степень загрузки мощностей большинства из которых в значительной степени определялась кооперационными связями с предприятиями стран ближнего зарубежья и Монголии.

По состоянию на 1990 г. медная промышленность СССР, без учета предприятий РАО «Норильский никель», характеризовалась следующим размещением мощностей основных переделов (табл. 8). Медная руда из Казахстана поступала на обогатительные фабрики Башкирского и Учалинского комбинатов. Загрузка металлургических мощностей Красноуральского (ныне ОАО «Святогор»), Среднеуральского и Медногорского комбинатов, выплавляющих черновую медь, обеспечивалась поставками концентратов из Казахстана, Узбекистана, Армении, Грузии, Монголии. В свою очередь предприятия России отгружали черновую медь на рафинировочные заводы Казахстана и Узбекистана.

**Структура производственных мощностей основных  
переделов производства меди по республикам  
СССР в 1990 г., %**

Союзная республика	Добыча руды	Переработка руды	Производство черновой меди	Производство рафинированной меди
Россия	16,3	18,1	40,8	35,8
Казахстан	45,7	45,8	47,8	49,8
Узбекистан	35,5	33,4	11,4	14,4
Грузия	1,5	1,5	0	0
Армения	1,0	1,2	0	0
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0

После распада СССР уральские медеплавильные предприятия в первую очередь пострадали от разрыва партнерских связей и резко снизили объемы производства. Табл. 9 содержит данные о динамике производства рафинированной меди в России. В 1992 г., на который пришелся пик распада хозяйственных связей, производство меди на предприятиях Урала упало по сравнению с 1990 г. в 2,5 раза. Но по мере того как налаживался импорт медных руд и концентратов, внедрялись схемы толлинга, оно стало расти. В целом по России пик спада производства меди пришелся на 1993 г. (62,1% от уровня 1990 г.). Затем наблюдался рост, и в 1998 г. объем производства рафинированной меди в стране достиг 79,3% от уровня 1990 г.

Таблица 9

**Производство рафинированной меди в России, тыс. т**

Производство	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Всего по России	782,1	690,7	522,0	486,2	501,8	560,0	560,0	593,7	619,9
<i>В том числе:</i>									
РАО «Норильский никель»	443,7	416,4	388,6	305,8	313,8	338,7			
уральские предприятия	338,4	274,3	133,4	180,4	188,0	221,3			

Потребление рафинированной меди за 1991–1998 гг. уменьшилось в 4,4 раза. Доля России в мировом потреблении меди составила к концу этого периода всего 1,2%. Следствием всего этого явился быстрый рост экспорта меди, стал вывозиться почти весь выплавляемый металл.

Основные статьи российского экспорта меди – рафинированная медь и необработанные медные сплавы, а также отходы и лом. Почти 80% российского медного экспорта идет в Нидерланды (на склады Лондонской биржи металлов). На долю Нидерландов и Германии в сумме приходится более 93% экспорта меди России. В числе основных статей импорта – проволока, руда и концентраты. Обращают на себя внимание сравнительно малые объемы экспорта нерафинированной меди: основным покупателем российской меди является ЛБМ. В результате она же задает стандарт нашего экспорта (табл. 10, рис. 4). При этом объемы российского экспорта не зависят от мировых цен и, достигнув очень высокого уровня еще в 1994 г., продолжают расти (табл. 11). Другого выхода у российских производителей меди пока нет: не будешь экспортировать – снижай объемы производства.

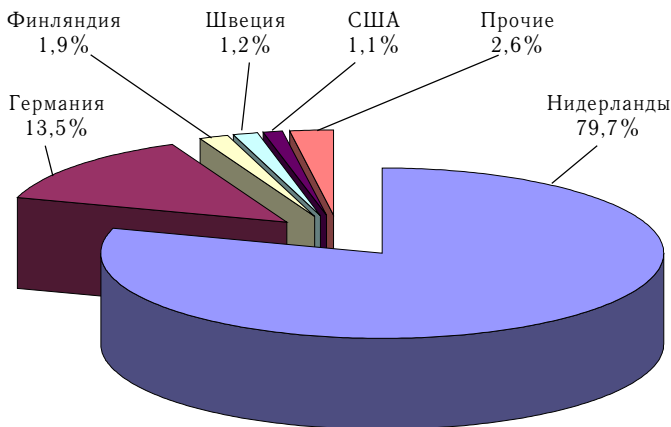


Рис. 4. Географическая структура экспорта рафинированной меди из России в 1997 г.

**Российский экспорт и импорт меди и изделий из нее**

Продукт	1996					
	экспорт		импорт		сальдо	
	тыс. т	млн дол.	тыс. т	млн дол.	тыс. т	млн дол.
Руды и концентраты медные	56,8	16,1	214,7	57,7	-157,9	-41,6
Медь нерафинированная	33,4	68,1	0	0	33,4	68,1
Медь рафинированная и сплавы медные необработанные	529,4	1134,6	3,3	7,1	526,1	1127,5
Отходы и лом	214,1	308,6	2,2	2,1	211,9	306,5
Порошки и чешуйки	3,3	8,9	0	0	3,3	8,9
Прутки и профили	11,8	24,5	10,8	27,5	1	-3
Проволока	4,5	11,4	11,6	29,6	-7,1	-18,2
Плиты, листы, полосы и ленты	16,5	33,0	2,6	12,8	13,9	20,2
Трубы и трубки	2,0	8,0	2,4	11,3	-0,4	-3,3
Всего		1613,2		148,1		1465,1
	<b>1997</b>					
Руды и концентраты медные	34,7	9,3	183,3	58,5	-148,6	-49,2
Медь нерафинированная	35,2	74,5	0	0	35,2	74,5
Медь рафинированная и сплавы медные необработанные	536,1	1126,2	30,6	63,8	505,5	1062,4
Отходы и лом	357,8	531,9	4,3	3,0	353,5	528,9
Порошки и чешуйки	2,6	7,5	0	0	2,6	7,5
Прутки и профили	2,9	7,0	1,4	3,5	1,5	3,5
Проволока	0,7	2,1	19,9	49,9	-19,2	-47,8
Плиты, листы, полосы и ленты	8,7	19,0	2,2	7,6	6,5	11,4
Трубы и трубки	1,8	7,1	3,0	10,5	-1,2	-3,4
Всего		1784,6		196,8		1587,8

### Среднегодовые цены на медь на ЛБМ и экспорт меди из России

Показатель	1994	1995	1996	1997	1998
Цена, дол./т	2315	2936	2289	2275	1653
Экспорт, тыс. т	469,7	449	492,7	520,8	543

Финансовые показатели отечественных предприятий медной промышленности зависят от эффективности экспорта, мировых цен на металл. Табл. 12 содержит данные о рентабельности производства.

Таблица 12

### Финансовые показатели деятельности предприятий медной промышленности (млрд деном. руб., в ценах 1995 г.)

Показатель	1995	1996	1997
<i>Предприятия РАО «Норильский никель»</i>			
Объем реализации	15,1	15,8	15,4
Балансовая прибыль	5,6	1,5	1,0
Платежи в бюджет	1,6	0,3	0,3
Чистая прибыль	4,0	1,1	0,7
Рентабельность выручки от реализации по чистой прибыли, %	26,69	7,15	4,64
<i>Металлургические предприятия Урала</i>			
Объем реализации	1,7	2,5	2,0
Балансовая прибыль	0,3	0,2	0,1
Платежи в бюджет	0,1	0,1	0,1
Чистая прибыль	0,2	0,1	0,1
Рентабельность выручки от реализации по чистой прибыли, %	12,45	5,36	5,57
<i>Горно-обогатительные предприятия Урала</i>			
Объем реализации	1,0	1,1	1,4
Балансовая прибыль	0,1	-0,02	0,03
Платежи в бюджет	0,04	*	*
Чистая прибыль	0,07	0,01	0,01
Рентабельность выручки от реализации по чистой прибыли, %	7,33	0,79	0,99

\* Менее 1 млн руб.

Анализ уровня рентабельности выручки от реализации по чистой прибыли позволяет сделать ряд выводов. Во-первых, в 1995–1997 гг. рентабельность российских предприятий, добывающих и перерабатывающих медные руды, была невысокой. При этом рыночная конъюнктура оставалась благоприятной. Экспорт рафинированной меди рос. Среднегодовые цены на медь на ЛБМ составляли: в 1995 г. – 2936 дол./т, в 1996 г. – 2295, в 1997 г. – 2277 дол./т.

Таким образом, даже в относительно худшие годы рассматриваемого периода среднегодовые цены держались на достаточно высоком уровне. Для сравнения: в январе–августе 1999 г. средняя цена меди на ЛБМ составила 1488 дол./т, или почти на 35% меньше, чем в 1997 г. И тем не менее рентабельность в 1996–1997 гг. была невысокой, а целый ряд предприятий имел убытки.

Во-вторых, относительно более высокая рентабельность наблюдается на металлургических и горно-металлургических предприятиях по сравнению с горно-обогатительными комбинатами. Среди последних в 1997 г. рентабельно работал только Гайский ГОК, перешедший от выпуска меди в концентрате к выплавке металла из собственного сырья и фактически перешедший в разряд горно-металлургических комбинатов.

В-третьих – в 1995–1997 гг. произошло падение уровня рентабельности. Из восьми уральских предприятий, по которым есть статистика за все годы, в 1995 г. рентабельно работали все восемь, в 1996 г. пять, в 1997 г. – четыре. На снижении числа рентабельных предприятий сказались такие факторы, как падение мировых цен и введение «валютного коридора».

В то же время надо отметить, что в лучшем положении находятся предприятия, выпускающие рафинированную медь. Так, в 1997 г. три предприятия медной промышленности повысили рентабельность – «Североникель», «Уралэлектромедь» и «Гайский ГОК». И именно на них в 1997 г. росло производство рафинированной меди.



## Перспективы расширения внешнего рынка сбыта меди для России

Изменение ситуации на мировых рынках меди можно оценить как благоприятное для российских производителей. Области применения меди расширяются, и потребление ее растет достаточно высокими темпами. Но сложившаяся практика российского экспорта требует корректив. Сейчас основная часть продукции с российских медеплавильных заводов вывозится на склады ЛБМ, что способствует постоянному поддержанию там достаточно высоких запасов. Это, как показано выше, приводит к снижению цены меди и, соответственно, к убыткам производителей. В то же время остаются очень слабо освоенными рынки стран Азиатско-Тихоокеанского региона (АТР).

Для подтверждения последнего тезиса рассмотрим географию импорта рафинированной меди в США. Россия является одним из крупнейших экспортеров рафинированной меди, доля ее в мировом экспорте превышает 9%. Но при этом на рынке США – крупнейшего импортера меди – присутствие российских продавцов почти незаметно. Так, российский экспорт рафинированной меди в США в 1998 г. составил 9170 т, или 1,34% от американского импорта. В 1999 г. эти цифры несколько увеличиваются, составив за январь–апрель соответственно 11800 т и 4,8%.

Освоение месторождений меди в восточных районах страны позволит перейти и к выходу на рынки АТР. Помимо рынка США перспективно освоение рынков «молодых тигров» – Тайваня, Республики Корея, Сингапура, а также объединившегося рынка Китая и Гонконга. Азиатские страны уверенно выходят из кризиса, и есть все основания ожидать там роста потребления цветных металлов.

Потоки меди, экспортируемой из России, целесообразно ориентировать на конкретные рынки стран-импортеров меди. Сложившаяся в 90-е годы ситуация, когда большая часть российского экспорта поступала на лицензионные склады ЛБМ, приводит к созданию излишков меди на бирже. А это влечет за собой снижение цен на медь, что бумерангом бьет по российским производителям.



# ОПЫТ НЕРЫНОЧНОГО ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

**Р. М. ГУСЕЙНОВ,**  
доктор экономических наук,  
профессор Сибирского университета  
потребительской кооперации,  
Новосибирск

## «Нематериалистическая революция»

В октябре 1917 г. произошло событие, историческое значение которого исследователи всех поколений будут оценивать по-разному, но которое никто не сможет игнорировать. «Упустить» Октябрьскую революцию в истории России невозможно, ибо она изменила всю картину человеческого сообщества. Человечество и без того никогда не было однородным, но после октября 1917 г. мир раскололся на противоположные системы, одна из которых пыталась отрицать все предшествующее развитие мира на том основании, что собиралась построить новое общество без эксплуатации человека человеком. В 1917 г. начался невиданный по своим масштабам эксперимент: попытка реализовать на практике в огромной стране социально-экономическую гипотезу.

Нельзя вину за это возлагать на К. Маркса. Вот уж кто действительно не виноват в том, что в России его учение стало «руководством к действию». К тому же то, что произошло в России и с Россией, очень мало походит на подлинный марксизм.

© ЭКО 2000 г.



Думается, что в политике большевистской партии и в первые годы Советской власти, и в период «сталинского социализма» марксистского было гораздо меньше, чем исконно русского, но доведенного до крайностей, до абсурда.



## Краткая история экономической целесообразности

Политическая революция большевиков победила быстро и относительно легко, но ее гарантом, по мысли В. И. Ленина и его последователей, могла стать лишь революция социально-экономическая. Но как конкретно претворить ее в жизнь – не знал никто. В арсенале большевиков не было практического опыта такого рода преобразований, поэтому опереться можно было только

- на теоретический багаж марксизма;
- на сугубо прагматические решения с целью сохранения власти;
- на усиленную социальную пропаганду и демагогию.

Отдадим должное большевикам: с задачей они справились блестяще, делая с Россией, в зависимости от ситуации, что хотели. И – скажем откровенно – делали таким образом, что большинство граждан советской России верили, что так и нужно делать.

Впрочем, свой прагматизм Ленин не очень-то и скрывал: «Нам наши противники не раз говорили, что мы предпринимаем безрассудное дело насаждения социализма в недостаточно культурной стране. Но они ошиблись в том, что мы начали не с того конца, как полагалось по теории (всяких педантов), и что у нас политический и социальный переворот оказался предшественником тому культурному перевороту, той культурной революции, перед лицом которой мы все-таки теперь стоим»<sup>1</sup>. Не скрывал Ленин и того, что именно конкретная социально-политическая ситуация в данном месте в данное время толкнула его и его партию к взятию власти, к изгнанию классовых противников, к организации Советского государства с тем, чтобы потом на этой базе начать догонять другие народы.

---

<sup>1</sup> Ленин В. И. Полн. собр. соч. Т. 45. С. 376–377.

Но эта гонка была крайне тяжелым делом. Во-первых, наличные производительные силы были «не на ходу», не функционировали многие промышленные предприятия, железные дороги. К лету 1918 г. было закрыто 37% промышленных предприятий в 33 губерниях, в стране оставалось всего 15 млн пудов хлеба, надвигался голод. Во-вторых, – и это особенно важно для всей нашей истории – **пролетарская революция произошла в крестьянской стране**, как это ни парадоксально звучит. В 1913 г. рабочие в России составляли 14,6% самостоятельного населения, а крестьяне (без сельской буржуазии) – 66,7%<sup>2</sup>. Само крестьянство было неоднородным. Летом 1918 г. В. И. Ленин считал из 15 млн крестьянских хозяйств – 10 млн бедняцкими, около 3 млн – середняцкими. «Кулацкие» хозяйства составляли 13,5%, или около 2 млн хозяйств<sup>3</sup>. Подчеркнем важный момент: в первые годы Советской власти процесс «окрестьянивания» населения продолжался. В 1924 г. в стране оставалось 10,4% рабочих, доля крестьян поднялась (без «кулаков») до 76,7%<sup>4</sup>. В том же году в деревне среди самостоятельного населения к пролетариату относилось 9,7%, бедноте – 25,9%, середнякам – 61,1% и «кулакам» – 3,3%<sup>5</sup>.

Вот в такой стране и в беспокойной политической обстановке предстояло сохранить точки индустриальной модернизации, развить производительные силы настолько, чтобы суметь обороняться от внешних опасностей и даже попытаться догнать далеко ушедший по пути индустриальной цивилизации Запад. В многоукладной и полуразрушенной России это можно было сделать, как всегда, только за счет ее граждан, за счет неисчислимых социальных жертв.

Недолгий и трагический период военно-коммунистических экспериментов сменился периодом экономической целесообразности – новой экономической политикой.

---

<sup>2</sup> Народное хозяйство СССР за 70 лет. М.: Финансы и статистика, 1987. С. 11.

<sup>3</sup> Ленин В. И. Полн. собр. соч. Т. 37. С. 40.

<sup>4</sup> Народное хозяйство СССР за 70 лет. М.: Финансы и статистика, 1987. С. 11.

<sup>5</sup> История социалистической экономики СССР. Т. II. М.: Наука, 1976. С. 360.

Я хотел бы восстановить справедливость в одном тонком вопросе. Был ли нэп неким «озарением вождя», толчком для которого послужил кронштадтский мятеж (февраль–март 1921 г.)? Или Ленин и раньше думал о необходимости сменить экономическую политику? Второе предположение более точно отражает ситуацию.

Уже в октябре 1920 г., хотя война еще не кончилась, Ленин выдвигает задачу организации правильных экономических взаимоотношений города и деревни<sup>6</sup>. В ноябре он вновь подчеркивает необходимость дать крестьянам взамен хлеба соль, керосин и хотя бы в небольших размерах мануфактуру, без чего «о социалистическом строительстве не может быть и речи»<sup>7</sup>. В ноябре 1920 г. Ленин задумывается о переходе к продналогу, а 4 февраля 1921 г. объявляет о приостановке разверстки в 13 губерниях России<sup>8</sup>. Через 4 дня он пишет черновой набросок тезисов о переходе к продовольственному налогу и разрешении продажи излишков в местном хозяйственном обороте<sup>9</sup>. Идея нэпа действительно «витала в воздухе». Кронштадтский мятеж лишь ускорил дело.

Этот нюанс был замечен некоторыми вдумчивыми исследователями и в 20-х годах. Так, крупный экономист той поры В. П. Сарабьянов в работе 1923 г. сделал весьма тонкое наблюдение, выделив небольшой, но очень характерный «переходный период» между «военным коммунизмом» и нэпом. Это период примерно с середины 1920 г. до X съезда партии большевиков (март 1921 г.), когда местные органы власти «нелегально», скрытно начинают оказывать сопротивление излишней опеке центра, сознательно срывают централизм заготовок и распределения, потихоньку начинают торговать, нарушать жесткую тарифную политику, выдавая премии рабочим. С точки зрения системы «военного коммунизма» это были нарушения установленного порядка, но с точки зрения бли-

---

<sup>6</sup> Ленин В. И. Полн. собр. соч. Т. 41. С. 359–360.

<sup>7</sup> Там же Т. 42. С. 27.

<sup>8</sup> Там же С. 51, 308.

<sup>9</sup> Там же С. 333.

жайших перспектив – знамения времени, показывающие, что закономерные процессы все равно так или иначе пробивают себе дорогу<sup>10</sup>.

X съезд РКП(б) ознаменовал начало **особого трансформационного периода** советской социально-экономической истории (**с марта 1921 г. по, примерно, 1928 г.**) – этапа новой экономической политики.

Вводя нэп «всерьез и надолго», Ленин вовсе не отказывался от строительства социализма, но он очень быстро преодолел левокоммунистические иллюзии. «Нужна гораздо более длительная подготовка, более длительный темп»<sup>11</sup>, – вот главный урок из истории предшествующего развития. Вопросом вопросов оставались взаимоотношения пролетарской власти с крестьянством. Теперь Ленин ставит проблему без обиняков: «Интересы этих двух классов различны, мелкий земледелец не хочет того, чего хочет рабочий», следовательно, необходима **компромиссная система** «сожителства» с мелкими земледельцами, без участия которых невозможны восстановление народного хозяйства и дальнейшее развитие страны.

Проследим за логикой развития новой экономической политики.

□ Политический расчет большевиков в тот период требовал удовлетворения чаяний крестьян – основной массы населения. А главным требованием крестьян было восстановление свободного товарного оборота продуктов. Поэтому нэп – это политика восстановления товарно-денежных отношений в «коммунистической» стране.

□ Но поскольку государственный сектор промышленности в то время мало что мог предложить крестьянам в обмен на их продукцию, в городе пришлось дать значительную свободу частному капиталу. Последний действительно восстанавливался, но восстановление его было вынужденным следствием компромисса с крестьянством, а не с самим капиталом.

---

<sup>10</sup> Сарабьянов В. Промышленность. М.: ВСНХ, 1923. С. 8–9.

<sup>11</sup> Ленин В. И. Полн. собр. соч. Т. 43. С. 13.

□ Новая экономическая политика – это политика реформистского типа. Это период государственного капитализма при Советской власти, когда ни в коем случае не снижался уровень государственного контроля над рыночными силами, но рыночные силы зачастую оказывались сильнее государства. Поэтому рано или поздно обязательно встал бы вопрос – «кто – кого».

□ Чтобы быть готовым снова вернуть себе «утраченные» позиции, Советская власть одновременно с нэпом начала формировать плановые органы. В феврале 1921 г. была учреждена Государственная плановая комиссия (Госплан), где были сосредоточены лучшие силы экономистов-ученых. В. А. Базаров, Н. Д. Кондратьев, В. Г. Громан не противопоставляли план рынку. Напротив, они считали, что рынок и рыночная информация могут служить индикаторами верности или неверности принятых плановых решений. Результаты сочетания макроэкономического планирования и развертывания рыночных сил были замечательными: в отличие от нынешней реформы в то время, при всех срывах и кризисах, экономика демонстрировала высокий темп роста. Только за 1926–1927 финансовый год прирост промышленной продукции составил 18%, были преодолены довоенные рубежи потребления пищевых продуктов, экономика была практически восстановлена.

□ Поскольку рынок немыслим без стабильной денежной системы, в 1922–1924 гг. была проведена эффективная денежная реформа, позволившая эмитировать новую советскую валюту – червонец, обеспеченный золотом, драгоценными металлами, иностранной валютой (на 25%) и высоколиквидными товарами (на 75%). Госбанк свободно обменивал новые банкноты на иностранную валюту по твердому курсу. Одновременно воссоздавалась нормальная кредитная система, появилась сеть акционерных банков, страховых компаний, других финансовых институтов.

□ В 1925 г. нэп утвердился и в деревне: были разрешены аренда земли и найм рабочей силы. Характерно,



что и того и другого требовала беднейшая часть деревни. Ведь именно бедняки отдавали свою землю в тайную аренду и тайком же подрабатывали в хозяйствах своих богатых соседей.

Казалось бы, все идет хорошо, экономическая целесообразность восторжествовала, безработица сократилась. Живите и радуйтесь! Но не тут-то было.

В 1928 г. начался самый длительный этап в истории советской экономики – период государственного социализма.

### **Возникновение экономики государственного социализма**

**В** нашей литературе встречались попытки объяснить прекращение новой экономической политики и переход к модели «сталинского социализма» исключительно субъективными причинами: намерениями руководителей большевистской партии и Советского государства, их амбициями, личностными качествами и даже болезнями. Обычный мотив такого рода публикаций сводился к тому, что «сталинский социализм» был построен исключительно с помощью насилия, зижделся на насилии и практически не имел социальной базы. Мне кажется, что такого рода объяснения – сильное упрощение. Не меньшим упрощением является попытка объяснить переход к политике государственного социализма исключительно идеологическими мотивами, приверженностью догмам марксизма. Большевики легко меняли тактику и стратегию в экономической политике, если этого требовали интересы сохранения власти. Нужен иной – политико-экономический взгляд на историю. Прежде всего стоит еще раз взглянуть на социально-классовую структуру советского общества середины 20-х годов XX в.

Я не без опасений предлагаю свою версию:

**главной причиной возникновения и длительного существования сталинской модели государственного социализма являлось крестьянское в основе сво-**

## **ей население республик, в которых осуществлялась пролетарская власть.**

С самого начала надо верно расставить акценты. Я ни в коем случае не пытаюсь обвинить крестьянство в сталинских деформациях российской экономики. Мне не хотелось бы и морализировать по поводу крестьянского или пролетарского сознания. Речь может идти лишь об объективных различиях в социально-экономическом положении крестьян и рабочих, тех 10% рабочих, которые стояли у власти в стране, где 80% населения были крестьянами.

Крестьянство никогда не было однородной массой. Накануне периода индустриализации более трети деревенского населения России составляли бедняки и сельские пролетарии-батраки, вовсе безземельные. Эти люди весьма восприимчивы к идее благосостояния за чужой счет и готовы достичь его ценой недолгой, но решительной борьбы, ценой мгновенного напряжения сил, политической атаки на богачей, к которым они приписывают и просто «справных» середняков. Взять у богатых, экспроприировать собственников крупных капиталов и установить царство уравнительного счастья, в котором никому не дозволено выделяться из общей, хотя и серой, но сытой массы — вот мечта бедняка. Такой бедняк, разоряющийся или уже разорившийся под ударами враждебного ему рынка, пойдет за Л. Д. Троцким или за «ранним» Н. И. Бухариным периода его увлечения «левым коммунизмом» (1918–1920 гг.). Ему понятны леворадикальные идеи красновардейской атаки на капитал, захвата, экспроприации. Он склонен к левому экстремизму, он есть социальная база троцкизма, а троцкизм есть его идеология и практика.

На другом полюсе социального спектра деревни мы видим действительного богача, капиталиста, «кулака». «Кулака» новой, нэповской генерации, возникшего в результате дифференциации мелкотоварного хозяйства под воздействием стихийных рыночных сил. Если считать в «штуках», то их в деревне немного, всего около 4% хозяйств. Но экономическая сила их, рассмотренная «по

капиталу», несравненно большая: именно они являлись главными нанимателями бедняцкой рабочей силы и арендаторами земли. Они ведут расширенное воспроизводство. Эти люди удачливы в хозяйствовании и рыночной борьбе, им нежелательно вмешательство властей в игру рыночных сил. Для них бедняк — неудачник и лентяй, который сам виноват в собственных несчастьях. К тому же бедняк не прочь прибрать к рукам нажитое им, «кулаком», богатство. Такой крепкий хозяин чутко прислушивается к идеологам «правого реформизма» среди большевиков, ему нравятся статьи и речи «позднего» Н. И. Бухарина (1925–1928 гг.), который ратует за нормальный воспроизводственный процесс, свободный рынок, создающий «равные условия» для всех.

И, наконец, основная масса российских крестьян — середняки, составлявшие в 1924 г. более 61% хозяйств. Средняки — самая массовая, но и самая нестабильная часть крестьянства. Осуществляя простое воспроизводство, середняк хочет и не может разбогатеть и страшно боится пролетаризации. Он мечется между ультрареволюционностью бедняка и основательностью хозяйственного богатея. Средняк может блокироваться с бедняком в борьбе с кулаком, монополизировавшим местный рынок. Но он может блокироваться и с кулаком против притязаний бедняков, сельских пролетариев и деревенских люмпенов. Его перспективы туманны и неопределенны. Страх перед будущим, неустойчивость социально-экономических и классовых позиций толкают его к поиску «сильной руки», «крепкой власти», «вождя», особенно такого, который обещает, что не позволит ему разориться, поможет в случае крайней опасности, защитит от несправедливых притязаний и кулака, и бедняка.

Этот крестьянин пойдет за тем олицетворением «вождизма», который, похоже, уверен в своей правоте, не робеет, «успешно» побеждает, а потом и уничтожает одного за другим своих противников слева и справа. Отсюда недалеко до вывода, что «вождь» и есть самый «правильный» и самый крепкий правитель. Он не угрожа-

ет экспроприацией земли, как троцкистские сторонники «первоначального социалистического накопления». Нет, говорит он, Троцкий не прав, мы не будем отнимать землю у крестьян, мы будем крестьян кооперировать. Он не поддерживает кулаков, как бухаринцы. Нет, говорит он, Бухарин не прав, мы не будем работать на кулаков, мы, напротив, уничтожим кулаков как класс. И вообще, если вы пойдете за мной, жить станет лучше и веселей.

Если сегодня ученым не всегда удается разобраться во всех перипетиях идейно-политической борьбы конца 20-х – начала 30-х годов, то крестьянину тех лет это было трудно сделать вдвойне. Ведь все крупные деятели большевистской партии выступали «за народ» и «за социализм», но один из них всегда как-то оказывался «правильным» борцом за справедливость, а другие – сходили со сцены с клеймом врагов. Этот-то внешний политический результат и сбивал с толку основную часть населения страны – среднее крестьянство. И хотя неизвестно, куда «вождь» приведет, но ему хотелось верить свою судьбу, а вместе с ней и заботу о стабильности государства и народного хозяйства.

Шестидесятилетнее господство сталинизма без социальной базы – это теоретический абсурд. Сталинизм опирался на двоякого рода социальные силы.

- Бедняцкую часть деревни и люмпен-пролетарские слои. Не следует забывать, что в силу неразвитости промышленности разоряющиеся крестьяне отнюдь не всегда становились пролетариями, они пополняли ряды деклассированных элементов города и деревни. Эти «генералы песчаных карьеров» имели не производительную, а потребительскую идеологию, а сталинская пропаганда давала им надежду на лучшее будущее, по крайней мере за счет нэпманов и «кулаков».
- Среднее крестьянство, которое в основной массе надеялось на «вождя», как раньше надеялось на царя, верило, что он спасет от крайностей внутриде-

ревенской борьбы. К тому же Сталин обещает вроде бы неплохие перспективы: жить артелью, чуть ли не общиной, хозяйствовать самостоятельно, выполняя лишь определенные налоговые обязательства перед государством. Государство обещает помощь в виде машинно-тракторных станций, семян, агротехнического и зооветеринарного обслуживания, кредитов. Бедняки войдут в колхоз и не будут больше враждовать, кулаков экспроприруют и вышлют – чем не жизнь!

Всем хотелось жить без борьбы, под заботливым крылышком государства, в стороне от крайностей конкуренции и классовых схваток.

Вряд ли кто из крестьян обратил внимание на тот угрожающий факт, что в 1925 г., когда в деревне, казалось бы, раскрепостились нэпманские силы, руководство страны в полный голос заговорило о необходимости **ускоренной индустриализации**. И тут же на практике встал вопрос о накоплениях. Пока троцкисты спорили с бухаринцами о том, где взять средства для инвестиций, Сталин прислушивался и ждал. Когда же он понял, что авторитет его укрепился, а в народе появилась вера в его непогрешимость, он принял решение: единственным поставщиком накоплений и рабочей силы для промышленности может быть только крестьянство. Стране нужны крупная индустрия и оборона, а раз так, то абстрактные гуманистические цели социализма могут подождать.

Сталинизм победил. Оппозиционные силы, стравленные Сталиным друг с другом, не смогли оказать сопротивления. Власть безропотно была отдана Сталину, а он ее взял.

Политика ускоренного продвижения по пути строительства «нового общества» стала преобладать. Проблема темпа индустриального развития приняла фетишистские формы. Благодаря невероятным усилиям народа были достигнуты действительно уникальные результаты. Темп был взвинчен такой, о котором в свое время не мечтал даже ярый

сторонник «ускорения» Л. Д. Троцкий. Сравним темпы роста промышленности по предложению троцкистов и реальные темпы «по Сталину» (таблица)<sup>12</sup>.

### **Капитальные вложения и среднегодовые темпы прироста промышленности по прогнозам Троцкого и фактические**

Показатель	1926–1927		1927–1928		1928–1929		1929–1930		1930–1931	
	Троцкий	Факт	Троцкий	Факт	Троцкий	Факт	Троцкий	Факт	Троцкий	Факт
Капитальные вложения, млн руб., в ценах 1926–1927 гг.	1543	1065	1490	1304	1320	1819	1060	4775		
Прирост промышленной продукции, %	31,6	19,7	22,9	26,3	15,5	24,3	15,0	32,0	–	47,0

Только за годы первой пятилетки было введено 1500 новых промышленных предприятий. Объем продукции вырос в 3 раза, удельный вес промышленности в ВВП составил 71%. Была достигнута технико-экономическая независимость страны, создано собственное машиностроение. Доля производства средств производства в промышленности достигла 51%. В колхозах было сосредоточено 61% крестьянских хозяйств, 76% всех посевов. Было создано почти 2,5 тыс. МТС с 150 тыс. тракторов. За пять лет учебными заведениями страны было подготовлено 170 тыс. специалистов с высшим образованием и 300 тыс. – со средним.

Не менее впечатляющими были итоги второй пятилетки. Построено 4500 новых предприятий промышленности. Рост промышленной продукции в 2 раза. Удельный вес промышленности в ВВП – 77%. Доля тяжелой промышленности выросла до 58%. В колхозах – 93% крестьян и 99% посевных площадей.

<sup>12</sup> По материалам: Ильин В.В., Панарин А.С., Ахиезер А.С. Реформы и контрреформы в России. – М.: МГУ, 1996. С. 119–120.

За две пятилетки созданы новые для России отрасли, оснащенные довольно современной для того времени техникой, – автомобилестроительная, тракторная, нефтехимическая, авиационная.

Вот бы остановиться на этом месте, показав замечательные преимущества государственного социализма, да еще напомнив, что западный мир в этот период был поражен «великой депрессией» 1929–1933 гг. Но экономист не может рассматривать абсолютные результаты без соотнесения их с затратами. За счет чего были достигнуты такие уникальные темпы? Как они отразились на жизни рядовых граждан?

Люди жили и трудились ради государства. Государство многое давало людям: образование, здравоохранение, пенсии. Но и держало их в постоянном подчинении и страхе.

Приведу лишь несколько фактов в хронологической последовательности.

- ❑ В 1927 г. рабочих крупной промышленности во всем СССР было 2,3 млн человек, а административный аппарат насчитывал 2 млн человек, на содержание которого затрачивалось 2 млрд рублей.
- ❑ В первом же году первой пятилетки была введена карточная система распределения хлеба, просуществовавшая до января 1935 г.
- ❑ В июне 1929 г. была узаконена обязательность продажи государству «хлебных излишков» зажиточными крестьянами. У «кулаков» экспроприровано 3,5 млн тонн зерна вопреки ранее данным гарантиям свободы продажи хлеба.
- ❑ В 1930–1931 гг. выдворено на поселение 381 тыс. крестьянских семей (около 1,8 млн человек).
- ❑ К концу 1930 г. 40% капитальных вложений было заморожено в незавершенном строительстве.
- ❑ Детская смертность в 1935–1939 гг. превысила 20%.
- ❑ В 1931–1933 гг. в стране разразился очередной голод. В тот же период экспортировано 70 млн пудов зерна.
- ❑ В 1931 г. учреждается Гулаг – главное управление лагерей.

- В 1932 г. принят закон, наказывающий расстрелом за хищение колхозной собственности (закон о «пяти колосках»).
- В 1932 г. введена единая паспортная система с обязательной пропиской граждан.
- В январе 1933 г. принята директива, запрещающая выезд крестьян из голодающих районов.
- В декабре 1939 г. принято постановление «О мероприятиях по улучшению трудовой дисциплины», предполагающее увольнение за 20 минут опоздания на работу.
- В июне 1940 г. принят указ о 8-часовом рабочем дне при семидневной рабочей неделе. Уход с работы и несоблюдение стандартов качества стали приравниваться к вредительству.

Такого рода примеров множество. Страна приобретала мощь – люди превращались в «винтики» огромной бюрократической машины. Промышленность бурно росла – люди испытывали постоянный дефицит товаров первой необходимости. Страна оснащалась новейшим вооружением – люди дрожали от возможного увольнения из-за пустяка с последующими репрессиями.

Древняя система государственного патернализма возторжествовала. Но сказать, что граждане сильно сопротивлялись, тоже нельзя. **Государственный патернализм комфортен.**

В результате интенсивных преобразований экономики в 1928–1940 гг. в стране был создан мощный промышленный потенциал, сделаны значительные шаги в сторону индустриальной цивилизации. Но социально-экономическая форма не соответствовала содержанию. Капитализм был разрушен, но **социализм в его классической модели не был создан.** Ведь классическая модель предполагает наличие трех важнейших компонентов:

- ☒ высокий уровень благосостояния населения;
- ☒ высокую степень демократизма в гражданском обществе;
- ☒ высокий гуманизм отношений между людьми.



В развитом виде ничего этого в России не было.

Усеченная «модель социализма» во второй половине 30-х годов была объявлена подлинным социализмом, что нашло свое отражение в Конституции СССР 1936 г.

На двадцатом году Советской власти трудящиеся, особенно рабочие, все еще жили надеждами на будущее. Когда же грянула Великая Отечественная война, все другие интересы, кроме единственного – спасения Родины, были отодвинуты на второй план. Опыт мгновенной мобилизации ресурсов в нужное время и в нужном месте, приобретенный в годы первых пятилеток, очень помог во время войны. Народ выдержал этот трагический экзамен. И вместе с ним этот экзамен выдержал тот строй, который был создан в нашей стране. Этот строй устраивал граждан нашей страны, и именно его народ защитил в схватке с фашизмом.

### **Пирамиды хозяйствования**

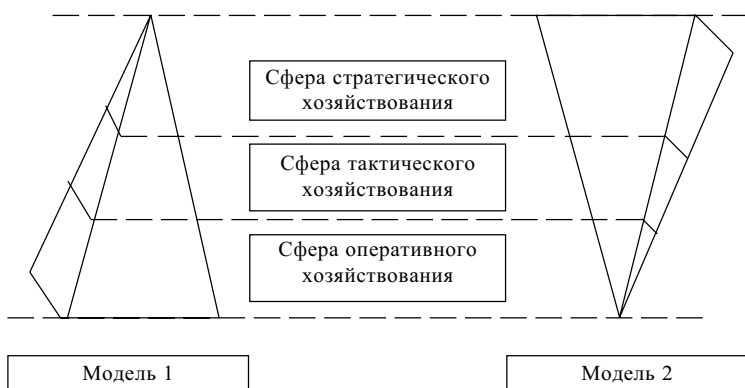
Сложившуюся в СССР (следовательно, и в России) систему централизованного государственно-административного хозяйствования очень соблазнительно нарисовать в виде пирамиды «феодалоподобного» типа. На ее вершине находится «верховный правитель», воля которого передается административным путем ко все более расширяющейся чиновничье-служилой бюрократии, к «условным держателям» хозяйственной власти, которые, независимо от трудящихся и вопреки их воле и интересам, принимают выгодные только им самим административные решения, навязываемые обществу принудительными мерами.

Но такое пирамидальное построение системы неверно отражает реалии российской экономики в 30–80-х годах. Рассмотрим две модели субординированного хозяйствования (рисунок). Модель 1 отражает ту картину субординированного хозяйствования, которую намеревались создать руководители советского государства. Модель 2, судя по всему, более реалистично отражает то, что действи-

тельно получилось в практике макроэкономического хозяйствования.

Предположим, что система хозяйствования имеет трехслойную структуру (в реальной жизни слоев было гораздо больше). Верхний слой – это сфера стратегического хозяйствования. В модели 1 она занимает небольшую по объему верхушку пирамиды. Здесь решаются немногие стратегической значимости макроэкономические долговременные задачи.

Соответственно хозяйствующих и управляющих лиц здесь должно быть немного. Но эти люди – суперпрофессионалы, хозяйственная элита, облеченная огромной властью, но и огромной ответственностью. Это люди, понимающие, что каждое правильное хозяйственное решение сразу же отразится благими последствиями на всем обществе, а каждая ошибка чревата общественными несчастьями. В условиях демократического правового государства за ошибки отвечает тот, кто их совершает, поэтому в сферу стратегического хозяйствования попадают не просто квалифицированные, но и очень мужественные люди. (Напомню, что речь идет о желательной, а не реально существовавшей модели.)



### Модели субординированного хозяйствования

Средний строй – это сфера тактического хозяйствования. Здесь больше управленческих и хозяйственных функций, соответственно и больше хозяйствующих субъектов. Здесь принимаются среднесрочные решения отраслевого или локально-территориального уровня. Сфера воздействия субъектов достаточно широка, но уже, чем на верхнем уровне. Их решения отражаются на всем народном хозяйстве, но не непосредственно, а опосредованно, через отрасль или территорию.

Наконец, третий слой, занимающий нижний этаж у основания пирамиды, – это сфера оперативного хозяйствования на уровне первичных ячеек. Здесь огромная армия хозяйствующих субъектов, но с ограниченными функциями. Здесь больше свободы для альтернативных решений. Ошибки отражаются непосредственно лишь на судьбе отдельного предприятия, затрагивая макроэкономику зачастую в виде слабых возмущений, если, конечно, отдельное предприятие не является монополистом в производстве того или иного продукта. В этой сфере гораздо больше возможностей для самоуправления, хозяйственного расчета, самостоятельности горизонтальных связей, инициативного решения многообразных технико-технологических, ассортиментных, номенклатурных вопросов, коллективно-групповых социальных проблем.

В такой «предполагаемой» экономике каждый субъект хозяйствования должен был делать свое дело. Каждое нижестоящее хозяйствующее звено, с одной стороны, приобретало бы большую свободу действий. Чем ниже оно располагалось в многослойной пирамиде, тем меньшей была бы степень риска от неверных решений, принимаемых субъектами этого звена. А с другой стороны – такая свобода была бы ограничена необходимостью реализовать стратегические и тактические цели, поставленные «сверху». Однако чем выше в такой пирамиде хозяйственное звено, тем рискованнее для всего общества принимаемые в нем решения, тем осмотрительнее должен быть субъект, тем меньше свободы альтернативных решений, ибо решения, принимаемые в нем, не могут не учитывать все многооб-

разие общественных интересов, и в то же время тем независимее, а следовательно, ответственнее, должны быть эти решения.

Таковой рисовалась советским руководителям противоречивая, но оптимальная пирамида хозяйствования в ее желательном для них варианте.

Теперь взглянем на реально существовавшую пирамиду, изображенную в модели 2. Она оказывается перевернутой и весьма неустойчивой. Исторически сложилось так, что верхние эшелоны хозяйственной власти все более и более сосредоточивали в своих руках не только стратегические, но и тактические и даже оперативные решения. Известны примеры совсем недавнего прошлого, когда на высших ступенях политического и экономического руководства нашей страны принимались решения даже по несущественным вопросам<sup>13</sup>.

Разберемся в причинах, приведших к формированию жестко централизованной и бюрократизированной системы хозяйствования в нашей стране.

1. Это все та же крестьянская база, на которой формировались органы пролетарской хозяйственной власти. Крестьяне с их микроэкономическим мышлением всегда были достаточно индифферентны к проблемам макроэкономического свойства, если они не касались их непосредственно. Здесь опять-таки не нужно морализировать, а следует просто констатировать факт, подчеркнуть лишь объективную сторону положения мелких хозяйств.

2. В нашей стране возникало слишком много экстремальных ситуаций, требовавших мгновенной мобилизации ограниченных ресурсов для решения чрезвычайных задач. Это и порождало сверхцентрализацию решений.

3. Свою роль сыграло то обстоятельство, что в стране слишком узок был слой инженерно-технической и управ-

---

<sup>13</sup> В 80-е годы, в бытность Н. И. Рыжкова премьер-министром СССР, по телевидению раз в неделю показывали заседания Совета Министров. Интереснейшее было зрелище, особенно когда, например, высший стратегический орган управления страной вполне серьезно, с дебатами, решал вопрос о вывозе помидоров из Узбекистана в связи с нехваткой тарной дощечки.

ленческой интеллигенции. В это трудно поверить, но еще к началу третьей пятилетки в промышленности работало всего 24,2 тыс. инженеров и техников со специальным образованием, что составляло 0,9% всех работающих<sup>14</sup>. Понятно, что лучшие инженерные и управленческие кадры в условиях развернувшейся индустриализации вынужденно сосредоточивались в центральных наркоматах и ведомствах.

На местах действовал институт выдвиженцев из рабочих и партийных функционеров. Это были мужественные люди, преданные делу социальные новаторы, но для управления крупным индустриальным производством этого было мало. Естественно, что руководители предприятий истроек и работники центральных аппаратов управления поддерживали друг с другом постоянную оперативную связь. Центр контролировал каждый шаг новоявленных управленцев, которые, в свою очередь, не рисковали принимать самостоятельные технико-технологические и экономические решения. В результате централизация еще более усугублялась, приобретала непробиваемую инерционность. К тому же физическое уничтожение части лучших научно-технических сил в годы репрессий сделало невозможной какую-либо иную ситуацию.

4. Жесткая централизация была освящена идеологически: среди руководителей большевистской партии и государства долгое время оставалось господствующим представление о социалистической экономике как о единой фабрике, управляемой из единого центра. Идеи хозрасчета и коммерческой самостоятельности, намерения развивать кооперативную собственность в Советской России, к которым пришел В. И. Ленин в последние годы жизни, так и не были реализованы.

---

<sup>14</sup> История социалистической экономики СССР. Т. III. М.: Наука, 1977. С. 132. Для сравнения: в 1989 г. в промышленности было занято 36414 тыс. человек, из них специалисты с высшим и средним специальным образованием – 9571,4 тыс. (26,3%). Персонал управления в промышленности (1988 г.) составлял 11,7% занятых // Народное хозяйство СССР в 1989 г. С. 48, 51, 61.

Раз сформировавшись, сверхцентрализация оказалась весьма инерционной и каменеющей системой. В результате появилось несколько крайне нежелательных следствий, с наибольшей полнотой выявившихся еще в середине 70-х годов:

- ◆ сосредоточив в своих руках массу неадекватных хозяйственных функций, верхние эшелоны власти количественно разбухли, а качественно оказались малоэффективны, неповоротливы и бюрократизированы;
- ◆ решая текущие тактические и оперативные задачи, верхние субъекты и органы хозяйствования не успевали заниматься делами стратегическими и декалифицировались;
- ◆ на тактическом и оперативном уровнях появились значительные «управленческие пустоты», когда хозяйствующие субъекты формально существовали, а реальных хозяйственных функций у них не оказывалось;
- ◆ теряя сначала функции, потом квалификацию, а следом и желание самостоятельно и рискованно хозяйствовать, субъекты нижних этажей хозяйствования стали небескорыстно делегировать ответственность все выше по пирамидальным слоям, сохраняя за собой лишь внешнюю атрибутику власти с соответствующими доходами и привилегиями;
- ◆ пирамида хозяйствования оказалась весьма неэффективной, ибо зыбкость точки опоры требовала не столько действий, сколько балансирования и беспрестанных поисков подпорок.

Взглянем еще раз на модель 2. Чтобы она стояла более 60 лет, ее должны были поддерживать мощные политические, идеологические и репрессивные подпорки (последние при этом назывались правоохранительными органами). Когда в середине 80-х годов, не справившись с машиной надвигающихся проблем, сами центральные власти страны стали демонтировать одно за другим сначала идеологические, потом политические, и, наконец, репрессивные подпорки, «пирамидальная экономика» не легла спокойно на бок с целью в будущем встать на «законное» основание, не стала перестраиваться, не показала своей способности к действительному реформированию. Она просто рухнула.



## КАПИТАЛ И РОССИЙСКИЕ БАНКИРЫ

Изменилась ли у банкиров советская, а затем и российская подозрительность к активному деланию денег, резко контрастирующая с благосклонным отношением, принятым в США?

По свидетельству банкиров (было опрошено 484 московских и петербургских банковских работника, проведены углубленные интервью с 61 банковским менеджером), роль денег в реформируемом российском обществе существенно повысилась, «денежная компенсация становится основным видом компенсации за труд», и «ряды альтруистов редуют». Также указывалось, что если раньше «работали, не думая о деньгах», то теперь ценность работы начала определяться размером зарплаты. Но в то же время, не являясь бессребрениками, банкиры представляли себя сосредоточенными скорее на самореализации, чем на деньгах. По мнению большинства, деньги приобретают настоящий смысл, если они позволяют заняться удовлетворением высших потребностей общения и саморазвития.

Успех американского образца обязательно имеет денежную составляющую. Нам же не удалось обнаружить свидетельств того, что именно деньги считались критерием успеха. Не подтвердилась и поговорка «Время – деньги». Когда банковским работникам была предложена гипотетическая ситуация увеличения суток на 12 часов, они распределили дополнительные часы преимущественно в пользу семьи и досуга, а «зарабатывание дополнительных денег» оказалось на последнем месте. Одновременно они признавали, что российское общество помешалось на деньгах.

В советские времена не деньги, а отношения между людьми служили основной «валютой». Ключевые слова «блат», «рука», «наш человек» отражали важность социального капитала. И в наши дни он не утратил своего значения.

Повествуя о начале своей карьеры в банковском секторе, респонденты указывали на решающее значение личных связей и принадлежности к должному кругу. Без социального капитала, т. е. взаимного доверия между вовлеченными в предприятие людьми, прояснения взаимных ожиданий и обязательств, а также согласия следовать определенным нормам поведения было практически невозможно поступить на работу в банк или обеспечить его успешную деятельность. Сети социальных отношений также служили своеобразной системой безопасности.

Однако банковские работники давали понять, что личные контакты могут приносить удовлетворение сами по себе, вне зависимости от связанных с ними осязаемых выгод («если я кому-то нужен, значит, есть успех»).

Успех ассоциировался чаще с семьей, детьми и любимой работой, чем с деньгами. Потребность в общении с людьми была поставлена



опрошенными на верхнюю ступень иерархии. А единство с коллективом, своей командой рассматривалось не только как условие преуспевания, но и как источник жизненного тонуса. Напротив, неприятие коллективом преподавания рассматривалось как мучительное, нарушающее душевное равновесие явление.

Наши интервью с банкирами, принадлежавшими к среднему и высшему звеньям управления, позволили нарисовать обобщенный портрет сравнительно молодого (как правило, «за тридцать», но в редких случаях старше 50), образованного, способного человека, с интересом и энергией осваивавшего искусство коммерческой банковской деятельности. Далеко не многие чувствовали себя или считали своих коллег отменными профессионалами. Но интенсивное самообразование, возможности получения второго высшего образования и стажировок в России и за рубежом, казалось, позволяли в рекордные сроки перековать бывших преподавателей, инженеров, переводчиков, военных в банкиры. Заметим, что интервью с ведущими банкирами в прессе, на радио и телевидении не оставляют сомнений в их уме, начитанности и внешнем лоске.

Согласно собственной характеристике банкиров, они мало отличались от типа западного человека. Их культурная экипировка не противоречила жестким требованиям работы в условиях капиталистического рынка. Никак не проявляя антимонетарный романтизм или самопожертвование во имя интересов коллектива, банкиры между тем придерживались такой версии собственного рационализма, которая существенно отличается от классического веберовского определения. Опора на личные связи и рискованные операции преподносилась как необходимое условие выживания предпринимателя в новой России. При этом «культура высокого риска» трактовалась как отражение авантюризма общества, связанного с институциональным несовершенством системы. Чрезмерное налогообложение интерпретировалось как государственное злоупотребление. Неизбежные вложения в политический патронаж рассматривались как санкционированный сверху рэкет.

В то время как в США деньги и капитал воспринимаются как символ самого бытия, а те, кто добился денежного успеха, видят в этом предмет первой гордости, многие из обследованных нами банковских работников не скрывали чувств неловкости и беспокойства в связи со своим нежданым особым положением. В противоположность американской «вере в равенство», трактующей равенство доходов как важный стимул жизнедеятельности, в России сохранилось острое неприятие социального расслоения. Идеи американских мыслителей о том, что накопление денег – это стержень жизненных устремлений, а богатство имеет интеллектуальное и этическое значение, в глазах банкиров выглядят вульгарными и недостойными.

Но при этом российские банкиры не выработали ни ясной стратегии развития, ни возвышающих мифов, ни привлекательных образов нового общества. Идеологические пустоты в России последних лет породили беспредел и произвол, раскрутившие спираль грабежа и разрушения.

Социс. 2000. № 2.



# ПЕРВАЯ РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ

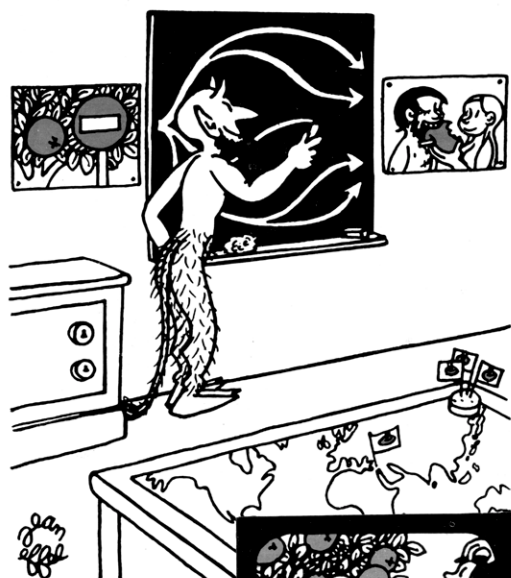


Рис. Ж. Эффеля

# ЧТО НАМ СТОИТ БРЭНД ПОСТРОИТЬ

*Российские особенности продвижения  
торговой марки и управления ею*

А. С. ФИЛЮРИН,  
творческий директор Рекламной группы  
«Мелехов и Филюрин»,  
Новосибирск

## Определимся в терминах

Прежде чем начать разговор о продвижении торговой марки, управлении ею и особенностях этого процесса на российском рынке, необходимо устранить терминологическую путаницу понятий «товарный знак» и «торговая марка» (или «бренд»). Довольно часто в российской литературе по рекламе и маркетингу эти определения используются как полные синонимы. Однако, на наш взгляд, понятие торговой марки значительно шире товарного знака. Поэтому будем придерживаться следующих определений.

По закону Российской Федерации «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товара» **товарный знак** – обозначение, способное отличать товары и услуги одних юридических или физических лиц от однородных товаров и услуг других юридических или физических лиц. В качестве товарных знаков могут быть зарегистрированы словесные, изобразительные, объемные или другие обозначения и их комбинации. Распространен термин «логотип» – комбинированный словесно-графический товарный знак.

Зарегистрированный в установленном порядке товарный знак (логотип) становится законодательно защищенным активом, его владелец застрахован от подделок или недобросовестного использования. Иногда товарный знак бывает и не зарегистрирован в силу различных обстоятельств (подробнее о том, как избежать расхождений с законом, см.: Филюрин А. С. Как Вы марку назовете... ЭКО. 1999. № 10). Однако эти случаи в статье рассматривать не будем. Итак, будем считать товарный знак юридически корректным термином для обозначения отличия товара или услуги.

Под **«торговой маркой»**, или **«брендом»**, мы подразумеваем товарный знак плюс всё, что знают и думают о том или ином товаре, всё, чего ожидают потребители. Это тот образ, который всплывает в сознании как реакция на товарный знак. Это, наконец, обещание производителя посредством товара постоянно предоставлять потребителю специфический набор качеств, ценностей и услуг.

Слово Соса-Сола является классическим примером логотипа, то есть комбинированного товарного знака. Для представителя, например, внеземной цивилизации оно не несет никакой эмоциональной нагрузки. Когда же слово Соса-Сола видит (или слышит) средний россиянин, то у него возникает ряд образов, ассоциаций и эмоций. Для него Соса-Сола – не просто товарный знак. Это торговая марка, имеющая определенные специфические характеристики. Конечно, на самом деле характеристики имеет продукт, но в сознании они приписываются самой марке (бренду).

Таким же образом «мерседес» как товарный знак – всего лишь слово «мерседес» и трехлучевая звездочка. Но как торговая марка – это целый понятийный ряд, в России обогащенный фольклором.

Торговая марка может быть сильной или слабой. Но, в отличие от товарного знака, который в силу своих объективных характеристик может подлежать или не подлежать регистрации, иметь или не иметь рекламную способность,

**сила или слабость торговой марки определяется не только качеством ее основы – товарного знака, но и действиями владельца товарного знака по продвижению и управлению.** Как сделать удачный товарный знак успешной торговой маркой – это есть ключевой вопрос брэндинга (брэндбилдинга).

Насколько нам известно, в западной практике brand не является прямым синонимом торговой марки. Обычно это понятие используется не самостоятельно, а в связке с определением: международный, национальный, региональный (international brand, national brand, local brand). В случае, если на рынок выпущена новая, еще не известная марка, употребляется термин «no brand».

Если говорить о России, то брэнды первого вида у нас совпадают с общемировыми: Coca-Cola, Mars, Mercedes и т. д. Брэндами второго вида можно считать пиво «Балтика», чай «Беседа», водку «Столичная»; примерами локальных (региональных) брэндов для Новосибирска могут служить «Карачинская-2» (минеральная вода), «Солнечные продукты» (маргарины, кулинарные жиры и майонезы, объединенные «зонтичным» брэндом), «Луканин» (макаронные изделия). Недавно возникли и развиваются такие торговые марки, как «Любимая чашка», «Веселый молочник». У них есть все шансы стать национальными брэндами.

## Мой брэнд – моя крепость

**Брэндинг – наука и искусство создания и продвижения торговой марки с целью формирования долгосрочного предпочтения именно этой марки.**

В условиях конкурентной борьбы российские производители в большинстве своем пришли к пониманию, что их товар хоть как-то должен отличаться от товара соседа по отрасли, чтобы покупатель легче и быстрее находил его на полках. Особенно актуально это было для тех производителей, чьи продукты имеют множество аналогов и не имеют собственного ресурса, чтобы выделиться, дистанцироваться от товара конкурента.

Например, только в Новосибирске около десятка крупных предприятий, выпускающих макаронные изделия. Плюс несчетное количество мелких, также поставляющих свою продукцию в розничную сеть. Кроме того, активную экспансию на новосибирский рынок ведут челябинские и алтайские производители макарон. И хотя представители каждого предприятия смогут с ходу назвать десять отличий своего товара от продукции конкурента, объективно эти отличия потребителю выделить очень трудно. Одни макароны от других отличаются все же значительно меньше, чем картошка от апельсинов.

И едва ли не единственный способ завоевать потребителя – «навязать» ему свой брэнд. Поскольку, как явствует из исследований, при покупке продуктов повседневного спроса потребитель прежде всего реагирует на знакомую «картинку», с которой у него связана цепь ассоциаций, – качество, свежесть, легкость приготовления, полезность, словом, все то, что производители вложили в свой брэнд, с чем выверили его цветовое, графическое, образное решение и что подтверждается в каждом рекламном продукте.

Все вышесказанное справедливо для сотен российских предприятий, выпускающих фасованные пищевые товары: маргарины, мясопродукты, напитки различной степени крепости, молочные продукты и т. д. За последние два-три года все или почти все из них обзавелись товарными знаками, в большей или меньшей степени удачными, уделили внимание упаковке, позаботились о фирменном стиле, обеспечили присутствие товарного знака на всей рекламной продукции. То есть вступили на первый этап брендинга – этап создания торговой марки. И – остановились на этом.

Кризис 1998 г., как ни странно, стал даже благом для крепкостоящих на ногах российских производителей, особенно выпускающих продукты повседневного спроса. Часть наших клиентов в это время полностью приостановили свои рекламные кампании, поскольку ажиотажный спрос опустошил их склады, и товар уходил «с колес». При

этом рост цен на аналогичные товары западного происхождения переместил их в другую потребительскую нишу – для более обеспеченного, и поэтому более узкого круга людей. На некоторое время конкуренция между западными и российскими товарами практически перестала существовать. Таким образом, кризис отсрочил столкновение российских производителей с более организованными в плане брэндинга транснациональными корпорациями. Отсрочил, но не отменил.

Здесь уместно прибегнуть к сравнению. История знает массу примеров, когда кочевые племена внезапно налетом брали хорошо укрепленные города и крепости оседлых народов. Не всегда удавалось за короткое время восстановить прежний баланс – татаро-монгольское иго на Руси тому подтверждение. Но через три года, тридцать или триста лет все возвращалось на круги своя. Кстати, в том числе благодаря тому, что кочевники, долгое время пребывая в соседстве с более организованной системой, сами понемногу становились оседлыми.

Сегодня в роли кочевников выступают именно отечественные производители. Тем более, что транснациональные компании временно отступили, сдав без боя огромный потребительский рынок на откуп россиянам. Надо сказать, что за время активного распространения и постоянного присутствия западных товаров на прилавках магазинов и полках холодильников мы кое-чему научились. И прежде всего предприятия более мобильно по сравнению с советскими временами переориентировали производство на востребованные населением продукты: многие масло-жиркомбинаты освоили или вот-вот освоят производство заменителей сливочного масла – наливных маргаринов, резко вырос ассортимент безалкогольных напитков, в том числе оригинальной разработки, переоборудованы хладокомбинаты и молочные заводы. Однако в части строительства брэндов мы восприняли гораздо меньше опыта.

И вот теперь ситуация такова: продукция освоена, Запад отступил, население уже привыкло покупать мягкие маргарины, соки, молочные продукты в тетрапаках и в

малой фасовке, поэтому российские «заместители» этих продуктов пошли на «ура». Фактически импортные товары подготовили почву, создали привычку потребления, и это тоже существенно облегчило выход на рынки российских аналогов. Однако подчеркнем еще раз: транснациональные корпорации, что называется, «отступили, но не сдались». Имея огромный опыт преодоления кризисов, они в настоящее время находятся в поиске путей возвращения своей доли российского рынка (и понять их, учитывая потребительский потенциал России, легко). Поэтому **тот, кто сегодня не позаботится о строительстве собственного брэнда, завтра реально может быть отброшен с лидирующих позиций на периферию рынка.**

Чтобы этого не случилось, стоит именно сейчас, в спокойной обстановке, задуматься о грамотном брэндинге. Тем более, что после отступления конкурента западного стал ясно виден конкурент российский – сосед по отрасли.

Многие российские производители фасованных пищевых товаров имеют достаточный производственный потенциал для выхода на межрегиональный и даже общенациональный уровень. Однако в сопредельных регионах есть свои пивные заводы, маргариновые комбинаты, макаронные фабрики. Которые, кстати, тоже стремятся увеличить сбыт, в том числе за счет соседней для них и родной для вас территории. Таким образом, при попытках, с одной стороны, расширить рынок сбыта, а с другой – удержать долю на освоенной территории каждое предприятие одновременно является и атакующей, и обороняющейся стороной.

**И самое эффективное оружие в этой борьбе – брэндинг.** Поскольку именно брэндинг позволяет не заниматься беспорядочным «рекламометанием», пытаться как кавалерийским наскоком освоить новый рынок или удержать старый при помощи превосходства объемов рекламы по сравнению с конкурентами. Брэндинг позволяет самим приходом вашего брэнда на информационное поле привычной ли, новой ли аудитории сразу ответить на те

эмоциональные ожидания, которые объективно существуют у потребителей, и, апеллируя к ним, вызвать нужный поток эмоций по отношению к вашему товару.

**Чем же брэндинг отличается от маркетинга и его составляющей – рекламы?** В первую очередь, системностью подхода к развитию товарного знака до торговой марки и ее дальнейшему функционированию. Брэндинг силен прежде всего тем, что учитывает и использует возможности как рекламных, так и маркетинговых средств. Фактически он существует на стыке маркетинга и рекламы. И выглядит это так.

На первом этапе производитель товара или услуги приобретает защищенное законом отличие своей продукции от аналогичной – это товарный знак. Затем решается задача «привязки» знака к товару, то есть создаются различные носители товарного знака – упаковка, фирменный стиль, рекламные материалы. Это этап знакомства потребителя с товарным знаком и перехода к созданию торговой марки. Именно этот момент в сознании потребителя начинается процесс наделения достаточно абстрактного понятия, каким является торговая марка, конкретными свойствами товара. При встрече с маркой создается определенный эмоциональный фон.

Рассмотрим идеальный случай: потребитель видит за торговой маркой именно те свойства товара, которые ему импонируют. Например, свежесть для молока, надежность для автомобиля или экологичность – для стирального порошка. Причем имеются в виду конкретные молоко, автомобиль или порошок. Марка вызывает положительные эмоции, которые, дополняя рациональный подход, создают потребительское предпочтение: при покупке из множества сходных товаров выбирается именно этот. Следовательно, задача брэндинга и ключевой фигуры процесса – брэнд-менеджера: подчинить любое присутствие марки на рынке закреплению у потребителя положительных эмоций. В этом случае выстраивается стройная система создания и распространения любых рекламных материалов



и прочих носителей марки, когда все они вместе и каждый по отдельности бьют в одну точку.

Таким образом, брэндинг позволяет обеспечить стабильность объемов продаж и значительно облегчить процесс освоения новых рынков. Ведь при подходе к продвижению товара с позиций брэндинга приход компании на новые территории – это не беспорядочное «рекламометание» своего предложения в потребительские массы, а четкий ответ на реальные потребности.

Итак, если брэндинг – стык маркетинга и рекламы, то кто же персонально должен им заниматься? Кто такой брэнд-менеджер и в каком отделе он работает?

## Брэндинг: управленческий аспект

### Как это выглядит у нас

Структура подразделений, отвечающих за рекламу и маркетинг, определяется в общих чертах той тактикой, которую производитель избрал в продвижении своего товара, то есть наличием или отсутствием брэндинга.

Типичный российский вариант: производитель имеет в структуре управления рекламный отдел и отдел эмиссаров, которые выходят на новые рынки, заключают там договоры, начинают «крутить рекламу».

При этом в рекламном отделе или отделе рекламы, который, как правило, наряду с отделом сбыта входит в структуру службы маркетинга, функции сотрудников распределены по видам рекламы – наружная, телевидение, газеты, POS-материалы. И часто каждый проводит на своем участке самостоятельную рекламную политику. Достижением считается, когда товарный знак присутствует на всей рекламной продукции. На небольшом предприятии рекламный отдел может состоять из одного-двух сотрудников, которые занимаются всем подряд. Тогда рекламное, да и маркетинговое поведение фирмы на рынке выглядит как кампания по латанию дыр, информационных и товарных.

Вот одно из крупных предприятий, которое производит напитки различной крепости. Структура: заместитель генерального директора по маркетингу имеет в своем подчинении отделы маркетинга, рекламы, фирменной торговли и продаж, кроме того, ему, а не отделу маркетинга или рекламы, подчиняется отдел дизайнера, при котором существует совет по упаковке. Кстати, по сути, это подчинение формально. Фактически последнее «добро» на дизайнерские разработки дает только генеральный директор.

Поведение на рынке: рекламная кампания основывается на сведениях, поступающих из отделов маркетинга, фирменной торговли и продаж (сбыта). И является, таким образом, кампанией по поддержанию интереса к тому или иному товару, но не к брэнду в целом: если плохо продается пиво, начинают рекламировать пиво, если «тормозит» лимонад, начинается его реклама. Плюс сезонные кампании: прохладительное – летом, горячительное – зимой, шампанское – к праздникам.

Таким образом, брэндинг практически отсутствует. Парадоксальность ситуации заключается в том, что предприятие имеет торговую марку с громадным потенциалом успешности: в ее основе очень удачный товарный знак; в свое время предприятию удалось при смене названия сохранить в сознании потребителя представление о себе как о крупнейшем производителе напитков. Имея такую основу и приложив некоторые усилия, можно было бы выстроить не только региональный, но и национальный брэнд. На практике же мы видим разрозненные рекламные кампании, не работающие на выстраивание торговой марки.

Другой производитель, работая в этой же товарной нише, проводит совершенно другую политику, ближе подойдя к брэндингу как таковому. Уделяя известное внимание различным товарным группам (минеральные воды, сладкие газированные, крепкие напитки), основные усилия предприятие сосредоточило на продвижении именно торговой марки. Товарный знак, находящийся в ее основе, обладает достаточной рекламоспособностью, но, к сожалению, не отвечает требованиям охраноспособности.

Таким образом, производитель оказался в ситуации, когда зарегистрированным и охраняемым может стать лишь графическое начертание названия, а не само название. Однако, несмотря на такие сложности, а возможно, благодаря им, строительство брэнда, как нам кажется, идет правильным путем. Приложив немало трудов для создания графического товарного знака, который теперь удобно использовать для любой рекламной продук-

ции, производитель сделал именно товарный знак, то есть, по сути, имя предприятия, центральным образом всей рекламной продукции.

Здесь мы вплотную подошли к тому, как неправильный образ может работать против брэнда. В лучшем случае в результате такой работы брэнд просто не продвигается, в худшем – ваша реклама может начать продвигать брэнд конкурента.

Как рождается образ? Из понимания того, к каким эмоциональным и рациональным представлениям потребителя стоит обращаться, чтобы образ, действующий в рекламе, связался в потребительском сознании с вашим брэндом. И если, к примеру, ваш посыл к потребителю формулируется как «Наш продукт – залог веселья и бодрости» (прошу понять правильно: формулируется не буквально этими словами на рекламном щите, а невербальными средствами рекламы), то веселый клоун, к примеру, будет подходящим образом, а сосредоточенный скрипач – менее подходящим.

Поясним на примере. Создавая очередную серию рекламных роликов к новогодним праздникам, крупный производитель напитков, предприятие «ВИНАП», видимо, хотело внушить своим потребителям, что его напитки – это хорошее настроение. Кроме того, возможно, ставилась задача обращения к патриотическим чувствам («ВИНАП» – наш производитель), а также напомнить о качестве товара. Для достижения этих целей был придуман ход – известные в Новосибирске (патриотизм) джазовые исполнители виртуозно и весело исполняют небольшие импровизации. И каждый ролик венчала фраза, появляющаяся на экране и произнесенная диктором, о том, что «ВИНАП» дарит всем это выступление и поздравляет с Новым годом.

И все было бы ничего, но проблема в том, что у конкурента по рынку – «Сибирского бальзама», есть в ассортименте продукт – водка «Сибирский диксиленд». И есть одноименный коллектив в Новосибирской филармонии. Который, совершенно логично, и был использован в свое время «Сибирским бальзамом» в качестве образа для продвижения товара на рынок. Кроме того, у «Бальзама» с «Диксилендом» вообще тесное сотрудничество, коллектив – обязательный участник всех мероприятий производителя. Таким образом, не учтя этих фактов, «ВИНАП» сделал рекламу не себе, а прямому конкуренту.

Еще об образах и еще о «ВИНАПе» (это – один из самых крупных рекламодателей Новосибирска, поэтому именно его кампании и его промахи – самые заметные). Две последние серии роликов по продвижению минеральной воды и пива направлены на абсолютно разные целевые группы потребителей, используют разные слоганы («На все случаи жажды» и «Не бросай товарища»), но при этом построены по единому шаблону и используют одни и те же образы – двух «больших» джентльменов. Видимо, таким образом сделана попытка объединить продукцию под единым брэндом и продвигать как раз его – «ВИНАП».

В этом случае реклама не работает на конкурента, но и на «хозяина» тоже работает слабо.

### **Как это выглядит у них**

Типичный западный вариант: в структуре предприятия-производителя нет рекламного отдела. А есть, во-первых, отдел сбыта, в чьи задачи входит обеспечить в торговых точках наличие достаточного количества и полного ассортимента продукции, а также поддержка мест продаж рекламными материалами. Во-вторых, отдел маркетинга или специалист-маркетолог.

Эти отделы не находятся в подчинении друг у друга и действуют независимо. Но – согласованно. Сотрудники отдела маркетинга – брэнд-менеджеры – отслеживают рекламную поддержку и продвижение товара. Они координируют действия рекламных агентств и исследовательских фирм. Анализируют позицию, занимаемую товаром в сознании потребителя, определяют, насколько она соответствует планируемому позиционированию.

На основе этих данных брэнд-менеджер определяет, какие шаги по продвижению торговой марки следует предпринять, усилить, от каких форм отказаться, чтобы максимально приблизить товар в сознании потребителя к тому идеальному месту, которое он должен занимать. Не забывая при этом, естественно, об объемах продаж. Эта программа движения от сегодняшнего положения к цели является у развитых компаний тщательно продуманной и включает массу мероприятий, направленных в первую

очередь на удержание интереса к торговой марке, а следовательно, на стабильность объемов продаж.

В крупных транснациональных корпорациях такой подход един для всех отделений компании, в какой бы стране они не располагались. Если внимательно проанализировать поведение на российском рынке любой из известных фирм, можно убедиться, что алгоритм действует и у нас.

Возьмем, к примеру, поведение на российском рынке компании Coca-Cola. В ее рекламной политике можно выделить два направления: проведение на российском рынке общемировых кампаний и разработка и проведение акций именно для российского потребителя. Но и в том, и другом случае Coca-Cola руководствуется едиными принципами в выстраивании бренда. Как и во всем мире, в России предъясняется имидж компании как производителя качественных напитков, несущих радость и веселье, здоровье, бодрость и т. д. Поскольку Coca-Cola на рынке уже более ста лет, имиджем продукта и компании занимаются давно и серьезно.

Перечисленные характеристики настроения, с которыми ассоциируются прохладительные напитки от Coca-Cola, взяты не с потолка, а получены в результате широких опросов потребителей. То есть сначала было установлено, какой именно эмоциональный ряд вызывает Coca-Cola, а затем приложены все усилия, чтобы каждый рекламный продукт компании, каждая акция работали на усиление именно этих эмоций. Учитывалось все – основные цвета, используемые образы, музыкальное сопровождение, даже динамика движения. И тот факт, что продукция Coca-Cola, пожалуй, раньше других западных товаров вернула себе достаточно устойчивые позиции на российском рынке, хотя и на более узком его сегменте, говорит об эффективности брендинга.

Отрадно сознавать, что аналогичные схемы начинают выстраиваться и на российских предприятиях.

Например, на Новосибирском жировом комбинате рекламномаркетинговая структура выглядит следующим образом: генеральному директору подчиняется главный маркетолог, который занимается координацией деятельности рекламных агентств и исследовательских фирм, торгового дома предприятия и отдела сбыта, а кроме того, мониторингом конкурентной среды. В подчинении главного маркетолога есть небольшой рекламный отдел для оперативных работ, не требующих привлечения рекламных или исследовательских фирм, и оперативного координирования взаимоотношений с подрядчиками.

Поведение на рынке: четыре года назад был создан товарный знак «Солнечные продукты». Уже при его разработке ставилась перспективная задача – объединить под товарным знаком всю продукцию Новосибирского жиркомбината на основе подсолнечного масла: маргарины, кулинарные жиры и майонезы, а в дальнейшем, с началом производства, подстроить сюда же мягкие бутербродные наливные маргарины – заменители сливочного масла. Таким образом, товарный знак должен был эволюционировать в торговую марку и как зонтиком накрыть весь пищевой ассортимент Новосибирского жиркомбината. В западной терминологии для таких марок есть специальное определение – зонтичный брэнд.

Для достижения этой цели была разработана перспективная рекламная программа, включающая в себя создание упаковки, POS-материалов, фирменного стиля, рекламных материалов. Сделанные в единой эмоциональной стилистике, они были призваны позиционировать в сознании потребителей «Солнечные продукты» как самые свежие среди аналогичных.

Эта характеристика – свежесть – стала основой строительства брэнда. И сегодня уже можно говорить о том, что на региональном уровне задача выполнена.

Таков пример российского варианта грамотного брэндинга.

Итак, хотя удорожание товаров западного происхождения на некоторое время отодвинуло лобовое столкновение интересов Соса-Сола и «ВИНАПа», «Солнечных продуктов» и «Рама», но эта передышка – не повод для расслабления. Во-первых, последствия кризиса не вечны, во-вторых, мировые компании накопили достаточный опыт маркетинговых ходов по выравниванию практически любой неблагоприятной для них ситуации. И если, вернувшись в Россию, транснациональные корпорации застанут наш брэндинг (брэндбилдинг) все на том же нулевом цикле, рынок может быть проигран.

Правда, практика позволяет надеяться, что наши предприятия в деле строительства собственных брэндов все-таки уже сдвинулись с нуля.



# Па губ на я Привычка

губит

НЕ ТОЛЬКО  
КУРИЛЬЩИКОВ

Э. Э. КОГАН,  
кандидат юридических наук,  
заслуженный юрист России,  
Хабаровск

## Число жертв курения растет

Известно, хотя и не всем курильщикам, что французский посол Жан Нико в 1560 г. прислал французской королеве Екатерине Медичи ядовитые листья американского растения и рекомендовал ей нюхать порошок из них при головной боли. Впоследствии нюхание табака сменилось его курением, которое быстро распространилось во Франции, Англии, других странах Европы. В Россию табак привезли англичане.

К концу XVIII века почти во всех странах земного шара курили табак в трубках. Сигареты появились в Турции в 1853–1856 гг.

С давних времен ведется во всем мире антитабачная война. В таких странах, как Турция, Индия, для курильщиков была предусмотрена смертная казнь. В России у торговцев табаком рвали ноздри, резали носы и ссылали в Сибирь, но после того как царь Петр сам пристрастился к табакокурению в Голландии, не запрещалось курить табак и в России.

© ЭКО 2000 г.



Ежегодно в мире на покупку табака люди тратят 400 млрд дол. В настоящее время в мире насчитывается 1,1 млрд курильщиков. По статистике, число жертв пагубной привычки неуклонно растет.

В Европе больше всего курильщиков в Дании (45% взрослого населения), а меньше всего – в Португалии (28%). В Канаде курят 44% мужчин и 36% женщин.

В России курят примерно 56% мужчин, 49% женщин и 2,5 млн подростков в возрасте от 15 до 17 лет. В Москве курят 42% мальчиков и 24% девочек в старших классах. С этими подростками в школах практически не ведется профилактическая работа.

При этом страдает не только тот, кто курит сам. В служебных кабинетах учреждений и предприятий, в коридорах и на лестничных площадках административных зданий – везде у нас курят и отравляют табачным дымом некурящих, которые становятся пассивными курильщиками, вдыхая в закрытых помещениях 70–80% табачного дыма. От табачного дыма повышается кровяное давление, начинается учащенное сердцебиение, что нередко приводит работников (чаще женщин) к обмороку.

На медицинском конгрессе в Берлине приводились данные о том, что от рака легких умирает ежегодно 3% пассивных курильщиков на работе и в семье. По мнению профессора Курта Поссигера, «курильщики – это убийцы». Поэтому курение в кабинетах и других закрытых помещениях необходимо полностью запретить.

## Почему табак так вреден

От сердечно-сосудистых и раковых заболеваний, связанных с потреблением табака и табачного дыма, ежегодно погибает на нашей планете до 3 млн человек в трудоспособном возрасте. Ежедневно табак убивает в мире 8 тыс. человек.

Сегодня 55% всех случаев смертей граждан в России вызваны сердечно-сосудистыми заболеваниями, за ними следует рак, на долю которого приходится 20% смертей. И 25–30% этих заболеваний вызваны курением.

В докладе «Смертность от курения в развитых странах 1950–2000 гг.» говорится, что от курения погибли 20% мужчин в возрасте от 35 до 70 лет. Это касается Польши, Венгрии, Словакии, Чехии, Эстонии, Латвии, Литвы, Белоруссии, Украины, Казахстана и Российской Федерации.

Причина возникновения раковых заболеваний при курении – радиоактивное излучение. Приборы показывают, что доза облучения, получаемая за один год курильщиком, выкуривающим по 29 сигарет в день, равна дозе, которую он получил бы, если бы подвергся 300 раз рентгеновскому просвечиванию. Радиоактивные элементы попадают еще при выращивании табака на полях, куда вносятся или вносились фосфатные удобрения, богатые ураном.

При распаде урана образуется радий, который выделяет радон, и наконец, свинец. Даже после того как курильщик бросит курить, свинец еще 5 лет присутствует в организме. Родственный свинца – полоний – испускает концентрированное ионизирующее альфа-излучение, которое исходит и от плутониевой атомной бомбы.

В дыме от сигарет есть радон – радиоактивный газ, который образуется при распаде радия, поэтому при вдыхании и курильщик, и его некурящие соседи подвергаются смертельной опасности. Лучший способ защиты при этом – бросить курить. Поэтому более 100 стран мира ввели запрет на курение в общественных местах.

### Избавиться от курения могут не все

**Н**а появление сердечно-сосудистых и раковых заболеваний влияют, помимо никотина, другие компоненты табачного дыма, из них более 4 тыс. продуктов сгорания табака, в том числе такие ядовитые вещества, как монооксид азота, деготь и иные канцерогены.

Одного только дегтя в организме курильщика накапливается за год до килограмма. Его легкие не успевают избавляться от этой грязи, и курильщик начинает кашлять и задыхаться, что свидетельствует о начальной стадии заболевания легких. По данным Всемирной орга-

низации здравоохранения, употребление табака вызывает в 95 случаях из 100 рак легких, в 75 случаях – хронический бронхит и эмфизему легких, в 25 – ишемическую болезнь сердца.

Выявлено пагубное влияние курения на слух человека. Швейцарские врачи проверили слух у 27 музыкантов симфонического оркестра, и выяснилось, что слух у некурящих значительно лучше, чем у курильщиков.

Казалось бы, что такие последствия должны привести к сокращению числа курильщиков и снизить количество выкуриваемых ими сигарет. В действительности каждый год потребление сигарет увеличивается на 3% за счет роста числа курящих подростков и женщин. В благополучной Дании курят 81% мальчиков и 56% девочек в возрасте от 11 до 14 лет. В Бельгии курит каждый второй школьник в возрасте до 14 лет.

У курильщиц-женщин наблюдается фригидность (половая холодность), нарушаются менструальные функции, значительному риску подвергаются детородные функции. Курящие женщины довольно часто рожают уродливых, неполноценных или даже мертвых детей. Курение – причина 50% сердечных приступов у женщин среднего возраста.

Предлагаются различные способы лечения от курения, созданы даже специальные духи, составленные из 36 видов трав. Они за 15–20 минут вызывают отвращение к курению. Китайские медики утверждают, что после использования этих духов в 98 случаях из 100 пациенты бросают курить.

В Италии разработан лазерный метод лечения от курения путем пропускания лазерного луча через ухо пациента. Врач Игорь Брайко избавляет самых заядлых курильщиков от вредной привычки 13 иголками. В США изобрели никотиновый пластырь (хабитрол), который прикладывается на любой участок тела желающего бросить курить. В течение 21 часа пациент носит пластырь, и в его организм вводится через поры примерно 52,5 мг никотина, что равно 5–6 сигаретам в день. Хабитрол удобен,

но небезопасен, особенно для страдающих сердечно-сосудистыми заболеваниями. В США есть методика отвыкания от курения за 5 дней, основанная на специальной диете.

Но бросить курить могут далеко не все. Это связано прежде всего с депрессивным состоянием, которое «глушит» никотин. Склонные к депрессии курильщики после трехмесячного перерыва снова начинают курить.

Применяются в отношении курильщиков различные виды ответственности. Еще в 1988 г. в Токио прошла шестая международная конференция по проблемам вреда курения, в которой приняли участие 700 представителей разных стран. Участники высказали пожелание, чтобы каждая страна приняла закон, защищающий некурящих. В 1988 г. 7 апреля было объявлено международным днем борьбы с курением. В настоящее время многие страны мира приняли меры по борьбе с курильщиками и в защиту некурящих.

### Карательные меры для курильщиков

**С** 1 мая 1996 г. в Польше вступил в силу специальный закон «О защите здоровья от последствий употребления табака». Этот закон ограничил места курения, а штрафы за его нарушение достигли 2000 дол. США.

Сейм Латвии принял закон об ограничении реализации и рекламы табачных изделий. В соответствии с этим законом в Латвии запрещаются производство, импорт и продажа нюхательного и жевательного табака, а с 2003 г. этот запрет начнет действовать в отношении табачных изделий с высоким содержанием смолистых веществ. С 1 января 1997 г. в Латвии запрещено продавать табачные изделия в лечебных и спортивных заведениях, лицам до 18 лет, а также в магазинах, торгующих товарами для детей и подростков.

В Италии не курят во всех общественных помещениях, включая рестораны и бары, а с нарушителей взыскивается штраф до 125 дол. В Финляндии в публичных местах

запрещено даже нюхать табак, а за нарушение может быть применено тюремное заключение сроком на 2 года.

В Сингапуре действует закон, по которому запрещается в возрасте до 18 лет появляться с сигаретой в общественных местах. Штраф взыскивается первый раз в размере 50 сингапурских дол., а при повторном нарушении – 100 дол. В этой же стране запрещено стряхивать пепел с сигарет или бросать пустые коробки из-под сигарет. В этих случаях может быть наложен штраф в размере до 525 дол.

Норвегия планирует в 2000 г. очистить воздух от табачного дыма. В 40 штатах США ограничено курение в публичных местах, в 33 запрещено курение в поездах, автобусах, такси и трамваях, в 17 штатах запрет курения распространяется на различные бюро и офисы. Например, в штате Нью-Йорк введен запрет на курение в банках, школах, больницах и других учреждениях. Штраф до 1000 дол. ждет каждого, кто вздумает закурить в любом нью-йоркском ресторане или кафе с количеством мест более 35.

Что это дало? В США курило 50% взрослого населения страны, а сейчас – только 27%. Потребление сигарет на душу населения снизилось с 4123 до 2500 штук в год, т. е. с 12 до 7 сигарет в день. Правительство США заботится об охране жизни и здоровья граждан своей страны, и поэтому применяются меры административного воздействия к курильщикам.

Штрафы за курение установлены во многих странах. В г. Квебек (Канада) за курение в больницах, поликлиниках, школах, колледжах, концертных залах, библиотеках, автобусах и метро установлен штраф в размере от 20 до 200 дол.

В Бельгии по закону запрещается курить в присутствии пожилых, детей и людей, страдающих от каких-либо недугов. Штраф взыскивается в размере от 1,5 до 18 тысяч бельгийских франков.

В некоторых странах курильщикам доплачивают за то, чтобы они не курили и не травили табаком некурящих.

В Японии строительная компания «Цукэн» в г. Саппоро любому из 720 служащих, согласившихся не курить, ежемесячно выплачивается дополнительно к заработной плате 10000 иен, или более 100 дол. США. В западно-германском городе Билефельд владелец предприятия выдает тем, кто бросил курить, 100 марок в месяц и ведет переговоры с финансовыми органами об освобождении этой суммы от налога.

## И России пора начать борьбу

**Б**илл Клинтон объявил Белый дом «зоной, свободной от курения». В России больше половины работников предприятий и организаций курят, и никто их не останавливает. За последние 17 лет не было принято ни одного постановления Правительства РФ, устанавливающего запрет на курение хотя бы в органах государственного управления.

Курят в России даже в самолетах, хотя с 1 января 1982 г. на внутрисоюзных авиарейсах было запрещено курение независимо от продолжительности полета.

Некоторые авиакомпании за рубежом ставят сигнальные устройства в туалетных комнатах самолетов, и когда кто-то начинает курить, раздается сигнал пожарной опасности. Курильщик должен отвечать в установленном законом порядке.

Очевидно, пришло время начать серьезную борьбу с курением и в России. На каждом предприятии, в организации, учреждении независимо от форм собственности, следует издать приказы о запрещении курения на рабочих местах и закрытых рабочих помещениях. Разрешать курить можно только в специально оборудованных помещениях с вытяжной вентиляцией и безопасных в пожарном отношении.

Следует установить запрет на курение во время работы в кабинетах служащих. Мэры городов России должны принять постановления о запрете курения в общественных местах, транспортных средствах, включая такси, в местах скопления граждан – на рынках, в магазинах,

больницах и поликлиниках, учебных учреждениях, школах, а также в жилых помещениях на первых этажах, поскольку дым от курящих через двери, форточки, систему вентиляции поднимается вверх.

Целесообразно Федеральным Законом РФ установить административную ответственность в размере от 10 до 200 минимальных зарплат за курение вне предусмотренного места. Причем на впервые нарушившего запрет курильщика следует налагать штраф в размере 10–50 минимальных, а при повторном нарушении взыскивать максимально – 200.

Многие бросят курить и травить табачным дымом своих сослуживцев и соседей по квартирам раньше, чем уплатят штраф, который должен взыскиваться за каждое нарушение правил табакокурения. По моему мнению, к тем курильщикам, к которым дважды в течение года применялись меры административной ответственности, целесообразно применять и более строгие меры.

Все это поможет спасти значительную часть граждан России от смерти, связанной с курением табака.

---

## *«ЭКО»-ИНФОРМ*

---

### Выпуск сигарет в России, млрд шт.

1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
115	113	108	100	92	100	112	140	196

**Источник:** Российский статистический ежегодник: стат. сб. Госкомстата России. М., 1999.

### Экспорт и импорт сигарет в России, млн дол.

Экспорт			Импорт		
1996	1997	1998	1996	1997	1998
9,8	3,6	0,6	353	663	684



## ИМЯ И ПРОФЕССИЯ

Взаимосвязь между именем человека и его характером и успехами в жизни была подмечена давно. Например, на Руси XIX века наиболее распространенными были имена Иван, Николай, Дмитрий. Однако выдающихся людей больше всего оказалось среди Александров.

Каждое имя пробуждает в человеке свойственные этому имени черты и одновременно налагает свои ограничения, пределы судьбы, оно как бы предрекает человеку выдающееся или теневое положение в жизни, до некоторой степени очерчивает его характер.

Исследование взаимосвязи между именем и профессией успешно реализовавших себя в жизни людей (общая численность – 863 человека) также показало резкое несоответствие между частотой встречаемости имен и числом замечательных людей в выборке. Так, у мужчин чаще всего встречались имена Александр, Михаил, Николай; у женщин – Наталия, Татьяна. А у писателей именами-фаворитами оказались, в порядке убывания, Виктор, Григорий, Юрий, Дмитрий, Михаил. Выдающихся актеров было удивительно много среди Олегов. Среди ученых чаще всего встречаются Иваны, Игоря, Владимиры, Михаилы. В группах высоких чиновников и общественных деятелей лидирующее место занимает имя Николай.

По признаку «универсальность» наивысшие значения оказались для Игорей и минимальные – для Анатолиев. По выраженности чувства юмора первенство держат Михаил, а также Олег, Виктор, Евгений.

Женщин-писательниц больше всего среди Светлан, актрис – среди Елен. Замечательные певицы носят в основном имена Надежда, Людмила, Ирина, а женщины-ученые – имя Наталья. В карьере чиновника наиболее успешны Людмила, Татьяна, Наталья; педагога и психолога – Татьяна, Людмила, Ирина. Самые высокие значения «универсальности» имеют Светланы и Татьяны, самые низкие – Елены, Марии, Ольги.

Таким образом, высокая достоверность различий по исследуемым признакам профессиональной успешности подтверждает взаимосвязь между именем и успешной реализацией человека в профессии.





*«ЭКО» я выписываю с самого первого номера...  
Вряд ли я стал бы директором-профессионалом, если  
бы не этот журнал...»*

(из письма в редакцию)

## **Подписка – круглый год!**

30 лет назад вышел первый номер «ЭКО» (полное название – «Экономика и организация промышленного производства»), основанного академиком А. Г. Аганбегяном. Тогда экономических журналов было не более десятка. «ЭКО» стал мостом между наукой и практикой и сразу нашел своего читателя.

Сейчас изданий по экономике и бизнесу – сотни.

## **Почему именно «ЭКО» нужен Вам?**

□ «ЭКО» – это объективные оценки и анализ того, что происходит в экономике.

□ «ЭКО» дает всю необходимую информацию, чтобы принимать решения на любом уровне управления.

□ «ЭКО» – серьезный журнал с очень серьезными авторами, но скучать читателю не приходится. Редакция считает: все жанры хороши, кроме скучного. Журнал практичен, но не тонет в повседневных мелочах.

Журнал помогает своим читателям всегда быть в курсе проблемных ситуаций в стране, за рубежом, в отраслях, регионах, на лучших предприятиях.

И, конечно, дает необходимую информацию руководителям любого ранга, ученым-экономистам, преподавателям и студентам.

## **О серьезном – квалифицированно и понятно.**

Подписаться на журнал можно с любого месяца.

Индекс в российском каталоге газет и журналов:

для индивидуальных подписчиков – **71117**;

для предприятий – **73540**.

**Адрес редакции: 630090 Новосибирск,**

**пр. Академика Лаврентьева, 17.**

**Тел./факс (8-383-2) 34-19-25, тел. 34-19-35.**

**Тел. в Москве (8-095) 332-45-62.**

***Заботы будут далеко, когда помощник Ваш – «ЭКО»!***



## *Уважаемые читатели!*

Вы можете через редакцию подписаться и на электронную версию журнала, а это означает, что Вы будете читать номер журнала на месяц раньше его выхода из типографии. Возможен также заказ любой отдельной статьи. Для этого отправьте Ваши запросы в редакцию по

**E-mail: [eco@ieie.nsc.ru](mailto:eco@ieie.nsc.ru).**

Сведения о содержании очередных номеров Вы найдете в Интернете:

**<http://econom.nsc.ru/eco.htm>.**

Сведения о содержании вышедших номеров и наиболее важные статьи Вы можете найти на сайте Издательства СО РАН:

**[www-psb.ad-sbras.nsc.ru/ecow.htm](http://www-psb.ad-sbras.nsc.ru/ecow.htm).**

Подписка принимается с любого месяца!

---

**0131-7652. «ЭКО». 2000. № 5. 1-192.**

---

Художественный редактор **В. П. Мочалов.**

Технический редактор **Л. Ф. Зубринова.**

---

Адрес редакции: **630090 Новосибирск, пр. Академика Лаврентьева, 17. Тел./факс: (8-383-2) 34-19-25, тел. 34-19-35; тел. в Москве: (8-095) 332-45-62. E-mail: [eco@ieie.nsc.ru](mailto:eco@ieie.nsc.ru)**

---

© Редакция журнала ЭКО, 2000. Подписано к печати **23.04.00.**

Формат **84x108 1/32.** Офсетная печать. Усл. печ. л. **10,1.**

Усл. кр.-отт. **19,1.** Уч.-изд. л. **10,1.** Тираж **3700.** Заказ **97.**

---

Сибирское издательско-полиграфическое и книготорговое предприятие «Наука»  
**630077 Новосибирск, Станиславского, 25.**

