



**Рекламный щит –
новое лицо России**

ИЗДАЕТСЯ С ЯНВАРЯ 1970 ГОДА,
ВЫХОДИТ ЕЖЕМЕСЯЧНО

4 (346) 2003

Главный редактор **КАЗАНЦЕВ С. В.**

РЕДКОЛЛЕГИЯ:

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

АГАНБЕГЯН А. Г., Академия народного хозяйства при
Правительстве РФ, академик РАН, Москва

ГРАНБЕРГ А. Г., председатель Совета по изучению
производительных сил при Правительстве РФ, Москва

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

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

ПРИЛЕПСКИЙ Б. В., председатель комитета по
промышленности Совета депутатов Новосибирской области,
доктор экономических наук

СЕНЧАГОВ В. К., Центр финансово-банковских исследований
Института экономики РАН, доктор экономических наук,
Москва

СТАРОВОЙТОВ М. К., председатель совета директоров ОАО
«Волжский оргсинтез», доктор экономических наук

Заместитель главного редактора **СИМОНЯН А. А.**

Ответственный секретарь **БОЛДЫРЕВА Т. Р.**

*Учредители: ОРДЕНА ЛЕНИНА
СИБИРСКОЕ ОТДЕЛЕНИЕ РАН,
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ОРГАНИЗАЦИИ ПРОМЫШЛЕННОГО
ПРОИЗВОДСТВА СО РАН,
РЕДАКЦИЯ ЖУРНАЛА «ЭКО»*



В НОМЕРЕ

ОБСУЖДАЕМ ПРОБЛЕМУ

- 3 АБАЛКИН Л. И.
Время определить стратегию
- 15 РЯБУХИН С. Н.
Целевые программы развития регионов
- 22 ГРИНБЕРГ Р. С.
Экономические реформы в постсоциалистических странах: концепции, результаты, уроки
- 38 КАЛУЖСКИЙ М. Л.
Система социальной глобализации
- 20 «ЭКО»-ИНФОРМ

СОЦИАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА

- 59 ЧУДАЕВА О. В.
Ожидаемая продолжительность жизни в Сибири, России и в мире

ТОВАРНЫЕ РЫНКИ

- 74 ВАЛОВ К. Н.,
ВОРОНОВ Ю. П.
Рекламный щит – новое лицо России
- 92 КИПЧАРСКАЯ Е. В.
Кондитерская промышленность: обзор рынка и состояние отрасли

ОТРАСЛЬ

- 110 СОКОЛОВ А. В.
Состояние и тенденции развития российской оборонной промышленности

ДИСКУССИЯ

- 135 ЧИРИХИН С. Н.
Каков эффект от увеличения доли предприятия на региональных рынках авиаперевозок?
- 146 ЛЕОНТЬЕВА Ю. О.
Антимонопольная «эффективность»

ЖИЗНЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

- 153 РЯБОВ В. И.,
НЕМЦЕВ А. Д.
Качество – важнейший фактор конкурентоспособности

СТРАНИЦЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИСТОРИИ РОССИИ

- 157 СЕРЕБРЕННИКОВ С. В.
Посещение И. В. Сталиным Красноярска в 1928 году

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ

*У нас в гостях журнал
«Персонал-Микс»
(Санкт-Петербург)*

- 167 РУБИНСКИЙ Ю. И.,
ШЕКШНЯ С. В.
Был ли Остап Бендер эффективным лидером?

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

- 182 АЛПЫСБАЕВА С. Н.,
МУНШ В. А.
Практика разрешения неплатежей в Казахстане: опыт Карагандинской области

POST SCRIPTUM

- 192 МИРОНЧЕНКО С.
Лучшие места под солнцем находятся в тени

Страничка «ЭКО» в Интернете:
www.econom.nsc.ru/eco





ВРЕМЯ ОПРЕДЕЛИТЬ СТРАТЕГИЮ

**Интервью с академиком Л. И. АБАЛКИНЫМ,
директором Института экономики РАН, Москва**

– В книге «Россия – 2015: оптимистический сценарий» Институт экономики РАН дал прогноз социально-экономического развития России. Соответствуют ли итоги развития страны этому прогнозу?

– Прогноз Института экономики охватывал период до 2015 г. На начальном этапе, в 1999–2000 гг. и начале 2001 г., развитие экономических и социальных процессов в стране соответствовало содержанию представленного прогноза. Однако со второй половины 2001 г. и особенно



в 2002 г. ситуация резко изменилась. Темпы роста экономики замедлились, но стали нарастать крайне отрицательные процессы в сфере инвестиций в основной капитал.

Так, если в 2000 г. валовой внутренний продукт вырос на 9%, то в 2002 г. его рост составил всего 4%. Замедлились темпы роста в промышленности. Резко, практически на порядок, упали инвестиции в основной капитал. Если в 2000 г. их прирост составил 17,4% по отношению к прошлому году, то в 2002 г. – всего 2,7%. При таком уровне вложений в основной капитал невозможно модернизировать

© ЭКО 2003 г.



экономику, предотвращать техногенные катастрофы, создавать высокую конкурентоспособность для отечественных производителей.

Отдельно надо сказать о приросте реальных доходов населения. Сейчас многие руководители правительства говорят о том, что мы восстановили докризисный уровень. Это – обман. Обман самих себя и обман населения страны. Докризисный уровень – это доходы 1997 г. По отношению к ним уровень реальных доходов по итогам 2002 г. составляет немногим более 90%. Реально пострадало от дефолта в первую очередь население страны. И пострадало не по своей вине, а в результате ошибок проводимой социально-экономической политики. Правительство должно, обязано вернуть населению эти доходы, потерянные не по его вине. Повышение реальных доходов было бы мощной поддержкой политики государственной власти. Причем такой прирост не должен зависеть от того, как растет производительность труда.

Кроме того, прирост реальных доходов отражает катастрофическую дифференциацию их получения беднейшими и более обеспеченными гражданами. Это соотношение составляет сегодня 1:14. В результате роста реальных доходов пропасть между бедными и богатыми не сокращается, а возрастает. О последствиях этого я расскажу дальше.

Состояние экономики зависит от многих факторов. Это понятно и хорошо известно. Однако главный среди них – это не уровень мировых цен на энергоресурсы, как обычно говорится в средствах массовой информации, а качество социально-экономической политики.

В чем же причина тех перемен в экономической динамике, которые описаны выше? Сегодня продолжается острейшая, скрытая от внимания общества борьба между сторонниками Вашингтонского консенсуса и новой экономической политики для России. В период с 1999 г. и до первой половины 2001 г. проводилась более реалистическая и правильная политика. Однако постепенно в составе правительства и прежде всего руководителей его экономического блока верх начали брать сторонники Вашингтонского консенсу-

са. Мощное давление на правительство оказывают и представители «либеральной альтернативы», среди которых немало тех, кто проводил эту политику в жизнь в 90-е годы. Они пытаются взять реванш и навязать власти решения, крайне негативные для исторических судеб страны.

– Каковы приоритеты социально-экономического развития страны на перспективу?

– Выбор приоритетов социально-экономической политики является результатом разработки долгосрочной социально-экономической стратегии. Это задача номер один для власти, думающей о завтрашнем дне. Пока такой политики у России, к сожалению, нет. Поэтому перспективы на ближайший период не могут быть намечены без учета долгосрочной стратегии, в которой определены приоритеты, последовательность решения задач, методы мобилизации ресурсов.

Развитие на нынешний год во многом уже предопределено, и ничего изменить по существу нельзя. Бюджет утвержден, налоги зафиксированы, распределение средств между Центром и регионами расписано. Реальные перемены могут быть не ранее 2004 г.

Суть перемен, которые назрели, пытается определить Институт экономики в готовящейся к завершению работе над книгой «Вызовы нового века и стратегический ответ России». Предлагаемая нами стратегия, ее концептуальные основы альтернативны тем мерам социально-экономической политики, которые осуществляются правительством сегодня.

Для того чтобы определить эти приоритеты, надо многое изменить. Надо постепенно преодолеть сложившуюся и резко ухудшившуюся структуру экономики и ее экспорта, жесткую привязанность доходов бюджета к уровню цен на энергоресурсы. Но чтобы сделать это, требуются огромные усилия и время. Мы должны вывести на первый план те отрасли, которые способны создавать высокую добавленную стоимость, реализовать потенциал отечественной науки, поддерживать российских производителей. Это требует соответствующих мер.

Предстоит создать, чего у нас не было до сих пор: Фонд развития, в котором могут быть аккумулированы средства, направленные на существенное ускорение экономического роста и, главное, на радикальное повышение качества жизни населения. Необходимо изменить структуру налогов с тем, чтобы не вся прибыль облагалась налогом, а только та ее часть, которая не идет на инвестиции в обновление основного капитала. К сожалению, сегодня властью принята концепция уравниловки, причем в самом примитивном ее варианте: надо брать единый налог на прибыль, независимо от того, проедается она или идет на инвестиции.

Государство должно вернуться в экономику, приступить к активной поддержке человеческого капитала, науки, обеспечить высокие доходы населения, устойчивое развитие образования и здравоохранения. Ведь мы вступили в век знаний, в век науки.

Большинство правительств мира уже поменяло свою политику. Россия, к сожалению, этого пока не сделала. Предстоит не за один рывок (это просто нереально) повысить уровень монетизации экономики с тем, чтобы существенно расширить внутренний спрос, в том числе инвестиционный спрос, дать мощный стимул развитию отечественного производства, четко регулировать таможенные и иные методы регулирования экономики.

Еще одна очень острая проблема – механизм функционирования акционерных обществ. Сейчас много пишут о том, что миноритарные акционеры – владельцы небольшого пакета акций – не получают доходов по своим акциям. Но дело не только в малых акционерах. Государство, когда оно держит часть акций, иногда контрольный пакет, тоже имеет ноль доходов от своей собственности!

Это традиция далекого прошлого, когда два субъекта – собственник акций и управляющий персонал или менеджеры – объединялись в одном лице. Они уже давно, более чем столетие, отделены друг от друга. У нас же владельцы большей части акций – одновременно и управленцы. Как предприниматели, они сами устанавливают себе крайне высо-

кую заработную плату. Она может составлять до миллиона долларов в год, а налог на прибыль при этом не платится.

Руководители предприятий не хотят проводить дополнительную эмиссию акций. В этом случае контрольный пакет уйдет из их рук. Логика вполне понятна. Мы пишем о том, что у нас крайне низкий уровень капитализации экономики. Крупнейшие компании имеют капитализацию своих средств в десяток и более раз ниже, чем аналогичные компании на Западе. Но если не изменить акционерное законодательство и не повысить значимость роли собственника, то такая ситуация сохранится с крайне отрицательными последствиями для экономики.

К этому надо добавить еще одно. Мы установили единый подоходный налог для всей страны – от бедных до богатых – 13%. Мы кричим, что это самый низкий налог в Европе. При отсталой экономике мы имеем самый низкий налог на доходы граждан! Это вряд ли справедливо и оправданно. Но дело в том, что если акционерное общество показывает прибыль, то оно должно сначала из этой прибыли уплатить налог в бюджет примерно 24%, потом оставшуюся часть разделить, в том числе в виде заработной платы руководителям компании, и потом с них заплатить еще 13%. А если прямо повышаете заработную плату, то платите всего 13%. Не надо иметь высшего образования, чтобы понять, что при такой модели порядка в стране не было и не будет.

Если вы хотите установить новый порядок, то должны ввести дифференциацию подоходного налога с тем, чтобы с высоких доходов надо было бы платить больше, чем налог на прибыль (25–30%). Однако, поскольку интересы крупнейших компаний лоббируются в Госдуме, во многих предпринимательских союзах, в том числе в Российском союзе промышленников и предпринимателей, то такое решение не проходит. А цена вопроса – это судьба страны.

Короче говоря, приоритеты социально-экономического развития вытекают из характера вызовов нового века, из потенциала российской экономики, из огромного по своим масштабам внутреннего рынка, за который идет острая борьба.

– Наш традиционный вопрос: каков Ваш прогноз экономической динамики России на ближайшую перспективу?

– Мне представляется, что оценки ситуации на ближайший год излишне оптимистические, неоправданно завышены, и население будет испытывать к концу года достаточно серьезные потрясения.

Я уже говорил о снижении инвестиций в основной капитал. Они на порядок ниже, чем необходимо. Их ежегодный прирост в ближайшие годы должен составлять примерно 18–20% к предыдущему году. Мы же имели всего 2,7%. Фонды устарели. В 2003 г. произойдет рост техногенных катастроф в нефтегазопроводах, на железнодорожном транспорте, в коммунальном хозяйстве, в авиации. Средств на то, чтобы восстановить последствия от техногенных катастроф, нужно в десяток раз больше, чем на своевременное их предупреждение. Но мы этого не делаем. И результаты будут неизбежны. Я не могу ткнуть пальцем в карту и сказать: где, в каком месте и какая труба или в каком городе канализация спровоцируют катастрофу. Но, повторяю, их будет больше, чем в 2002 г.

Оказывается мощное давление на законодательную власть, чтобы принять в срочном порядке многократно обсуждаемые и крайне опасные по своим последствиям реформы РАО ЕЭС и ЖКХ. Если они будут проводиться, то это вызовет серьезное нарастание недовольства в стране, которое выльется скорее всего уже не к моменту выборов в Госдуму, а ляжет тяжелейшей ответственностью на лидеров при выборе президента в 2004 г.

Нарастание внутреннего взрыва и недовольства населения – это глубинный процесс, который трудно предсказать. Вряд ли он может выразиться в таких очевидных формах, как массовое общественное движение, демонстрации, протесты или какие-то революционные действия. Но внутреннее недовольство отражает нарастание пассивности населения при выборах, питает рост криминализации общества, потому что разрыв между бедными и богатыми таков, что оправдывает нарушение закона, толкает к преступлениям.

Крайне снизилась цена человеческой жизни. Преступления против человека сохраняются на высоком уровне и имеют тенденцию к росту.

Сами темпы экономического роста, намеченные на 2003 г., крайне низки, и вряд ли можно ожидать их повышения. Руки у всех связаны.

Чтобы изменить ситуацию, надо уже сейчас готовиться к предстоящему году. Есть такой шанс, как обращение президента страны к Федеральному собранию, постановка бюджетных требований на следующий год. Есть возможность поменять законно и легально структуру налогов, доходов и расходов государства, отладить межбюджетные отношения между Центром и регионами. Если это удастся предпринять, то мы можем ожидать перехода к устойчивому росту в 2004 г. и постепенного, поэтапного (в один прыжок это невозможно) перехода к стратегии роста и улучшения качества жизни населения.

– В свете вышесказанного каковы могут быть роль и место России в мировой экономике?

– Наше представление о роли и месте России в мировой экономике сегодня – это часто старые, традиционные представления. Давайте сначала уточним, что Россия уже давно не является второй державой в мире по численности населения, по экономической мощи и по другим показателям. Мы сегодня занимаем примерно 6–7-е место в мире по численности населения. Скорее всего, учитывая динамику этого показателя, мы в ближайшие десять лет отойдем примерно на 10-е место. В России сегодня насчитывается около 150 млн человек. Это менее 2,5% мирового сообщества. Такова реальность, и изменить ее нельзя.

Тем не менее Россия обладает достаточно мощными ресурсами для того, чтобы определить свое место в меняющемся, окончательно еще не сложившемся мировом сообществе. Ее потенциал – это прежде всего наука с глубокими традициями и крупнейшими достижениями. Один из высочайших в мире уровень образования населения, хотя, естественно, различающийся по регионам, далеко не одинаковый,

но крайне высокий. Достаточно сказать, что среди победителей различного рода конкурсов, проводимых в мире, российские школьники и студенты, как правило, занимают первые места.

Мы обладаем уникальным, масштабным по своим возможностям внутренним рынком. При существенном росте доходов населения (в ближайшие пять лет рост примерно в 4 раза) мы соответственно увеличиваем внутренний спрос на потребительские и инвестиционные товары. Этот рынок, еще раз подчеркиваю, является предметом острейшей борьбы. Нам надо занять четкую позицию в этих вопросах. И только на последнее место в числе потенциальных возможностей России я бы поставил ее богатейшие природные и минеральные ресурсы. Они также являются предметом борьбы. И это нормально, поскольку рынок – не институт благородных девиц, а поле острейших столкновений. Надо смотреть правде в глаза и считаться с такими фактами, а не отмахиваться от них.

Перспективы самой России во многом зависят также от того, останется ли она единственной страной мирового сообщества, сопоставимой с другими регионами – Северной Америкой, Европой, Японией, Китаем, Индией и т. д., либо она станет одним из центров многополярного устройства мира, объединив вокруг себя большую группу стран, создав какой-то единый мощный комплекс (сложный и еще не очень ясный по своей структуре), объем внутреннего рынка которого существенно возрастет. Мы сейчас имеем и сохраняем единый язык межнационального общения между странами СНГ. Будут ли они сближаться с Европой, Средней Азией или Закавказьем – это тоже вопрос перспективы.

Но для того чтобы определить свое место в мире, России и нужна долгосрочная стратегия, рассчитанная, как минимум, до 2025 г. Сегодня мы вновь оказались как бы на распутье. У нас есть варианты. Их можно грубо свести в три группы. Возрождение России как одной из великих держав со своим научно-техническим потенциалом, качеством образования, высокими доходами, авторитетом граждан. Второй вариант – это постепенное сползание в сферу придатка

стран «золотого миллиарда» в качестве его поставщика сырья, топлива и энергии. Вариант, к сожалению, столь же реальный, как и первый. Выбор пока не сделан. Наконец, есть третий вариант – это вероятный распад России как единого государства, образование на его месте ряда самостоятельных государств. Вариант с такой же альтернативностью, как и первые два.

Выбор одной из стратегий – это предмет политической воли руководства страны и общественного согласия граждан. Пока он не сделан, мы остаемся на распутье. А оставаться на пороге, не выбрав одно из стратегических направлений, – это значит топтаться на месте и лишаться четкого представления о своем будущем.

– Вы, Леонид Иванович, являетесь действительным членом Российской академии наук. Известно, что в настоящее время Академия наук переживает очередную реорганизацию. В связи с этим разрешите задать два взаимосвязанных вопроса: Академия наук, как никакое иное институциональное образование в России, существует благодаря традициям, преемственности целей, сохранению принципов организации. Чем вызвана проводимая реорганизация, на какие принципы она опирается, и в чем ее суть?

– Реструктуризация Российской академии наук – это неизбежный процесс. Здесь действует много причин. Первую из них я назвал бы объективной. Сам мир становится иным, чем он был тогда, когда создавалась и успешно функционировала Академия. Мир стал другим. В России происходит формирование рыночной экономики. Мы говорим, что она должна быть социально ориентированной, эффективно регулируемой. Но это рыночная экономика, которая, естественно, меняет требования к науке и ее организации.

Возникает и вопрос о востребованности науки. Конечно, науку двигают и неистребимое чувство поиска истины, стремление человека познать мир, глубокая морально-нравственная устремленность ученого к поиску нового, борьба за престиж и авторитет. Все это верно. Но должна быть востребованность научных результатов со стороны общества. Сейчас, к сожалению, этой востребованности нет.

Мы много рассуждаем об этом вопросе. Есть специальное решение Госсовета о поддержке науки. Мне пришлось участвовать в подготовке этого решения, выступать со своими оценками. Но, к сожалению, они не были приняты в окончательном варианте утвержденной программы.

Если говорить о не востребоваемости науки, то в ее основе лежат низкие доходы населения. Низкие реальные доходы – главный тормоз, главная причина не востребоваемости науки, отсутствия спроса на ее результаты. Дело в том, что в рыночных условиях наука применяется там, где затраты на нее (на науку и научно-технические достижения) меньше, чем сэкономленная от высвобождения рабочей силы заработная плата. Если же затраты на науку выше, чем сэкономленная зарплата, то спроса на нее нет. Если мы не повысим, как я уже говорил, реальные доходы населения в 4–5 раз, то спроса на науку как не было, так и не будет.

Это очень четко обозначено в позициях, которые высказывают сотрудники Института экономики РАН и которую поддерживают очень многие крупные ученые России. В их числе представители технического направления, например, президент Башкортостанского отделения РАН, академик Р. Нигматулин. Поэтому вопрос о востребованности науки лежит именно в такой плоскости.

Конечно, речь идет в данном случае о прикладной части науки, когда она уже выходит непосредственно на практику, на массовый спрос. Но есть еще и фундаментальная наука – один из главных приоритетов, которым должна заниматься Российская академия наук. Фундаментальную науку во всем мире поддерживает государство в разных формах, разными льготами, методами финансирования и т. д.

Отсюда и необходимость наличия в Российской академии наук некоего исходного финансирования фундаментальных исследований, которое должно идти из госбюджета. Это первая объективная причина, которая требует реорганизации науки, четких приоритетов, последовательности действий.

Но есть и вторая причина, может быть, и не менее серьезная, чем первая. Речь идет о воздействии либеральных идей на реорганизацию самой Российской академии наук. В соответствии с ними ставится задача сломать или сломить российскую науку. Об этом много пишут, говорят. Вышел специальный номер журнала «Отечественные записки», посвященный перспективам развития отечественной науки. Я был поражен тем обилием дезинформации, которую прочитал на страницах этой работы.

Борьба против таких идей требует от самой Российской академии наук очень взвешенного подхода, умения защищать не личные интересы, а интересы страны, государства, интересы будущего России.

Так что проводимая реорганизация управления наукой необходима, неизбежна. Весь вопрос в идеологии и принципах реорганизации.

– Как изменится организация экономической науки, какова судьба Отделения экономики РАН, какова будущая структура научных организаций, занимающихся проблемами экономической науки?

– Как изменится организация экономической науки, сегодня неясно никому – ни президенту РАН, академику Ю. Осипову, ни вице-президенту, академику А. Некипелову, ни академику-секретарю Отделения общественных наук РАН, академику В. Макарову. Никто не знает, как она будет построена. Это связано с тем, что вопрос перенесен из собственно научной сферы в сферу политики. Именно поэтому никто из руководителей науки не может ответить на этот вопрос.

Действия, которые предпринимаются руководством страны, очень напоминают усилия начинающего шахматиста. Он мыслит очень примитивно: я сделаю один ход, противник ответит так. Никто не изучает долгосрочных вариантов, комбинаций, плюсов и минусов возможных решений. Отсюда – отсутствие стратегии и ясности целей.

Вы можете, естественно, спросить о моем мнении. Оно у меня в общей форме есть. Однако весь вопрос в том, кого

это интересует. Можно написать. Но написанное выбросят. Не хочется писать, если это никому не нужно. К тому же есть масса связей, опосредований, которые влияют на организацию науки. И вместо анализа этих связей, опосредований и сложности проблемы применяется самый примитивный подход, основанный на стереотипах массового сознания. Есть у таких стереотипов лозунги: либерализация, приватизация, глобализация. Кто против – тот ничего не понимает в современной жизни.

Вот таково массовое мышление при ответе на сложнейшие, многопрофильные вопросы. Оно является тупиковым, по существу, но, к сожалению, господствует...

Что касается реального положения, то помимо всего прочего я являюсь директором института и вынужден жить и работать в тех условиях, которые сегодня установлены для институтов Российской академии наук. Нынешняя система финансирования напоминает ту, которая существовала в России до 1965 г. Все статьи расходов расписаны, и ничего поменять нельзя. С одной статьи на другую средства перевести невозможно. Если у вас остаются средства на счете к концу года, то с начала следующего года они полностью изымаются. Поэтому мы в этих условиях к 25 декабря сводим по нулям все счета. Если у вас остались деньги на инвестиции, можете купить мебель. Если не успеете до 25 декабря купить, не будет ни мебели, ни денег. И это называется развитием рыночной экономики!

Конечно, мы ищем какие-то варианты решения проблем, действуя, как в свое время писал Остап Бендер, в рамках Уголовного кодекса. Мы пытаемся найти такие ходы, такие методы решения задач, которые не прописаны как преступные в Уголовном кодексе, чтобы как-то выжить. Как – это секрет фирмы. Им обладает каждый директор, который проработал в этой должности не один год.

– Леонид Иванович, спасибо за беседу.

**Вел беседу А. А. СИМОНЯН,
заместитель главного редактора «ЭКО»,
кандидат экономических наук**

ЦЕЛЕВЫЕ ПРОГРАММЫ РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ

С. Н. РЯБУХИН,
аудитор Счетной палаты,
Москва

За десять лет реформ в России была сделана попытка реализации более 200 проектов комплексных целевых федеральных программ. Около 60% программ остались практически не реализованными, а примерно 30% программ реализованы лишь наполовину. Большинство программ социально-экономического развития отдельных регионов и вовсе осталось «на бумаге».

Проведенный анализ позволил сформулировать основные недостатки и трудности, которые проявились при разработке и реализации региональных программ:

- слабая аналитическая проработка состояния экономики регионов и отсюда нечеткость при формулировании реальных приоритетов развития;
- недостаточная увязка между собой целей, задач и программных мероприятий, некомплексность намечаемых мер;
- нечеткая структуризация программ на стадии проектирования, наличие декларативных положений, постановка нерелевных задач;
- хроническое недофинансирование мероприятий программ в связи с плохой проработкой схем финансирования, отсутствия реальных источников финансового обеспечения ключевых мероприятий программ;
- слабое научно-техническое и инновационное обеспечение программных мероприятий;
- формальное использование эффективных методов программного проектирования, таких как системный подход, ситуационный анализ, сетевые модели и др.;
- отсутствие четко разработанных и эффективных схем управления программами с использованием современных методов стратегического управления;

© ЭКО 2003 г.



- слабость контроля за выполнением программных мер, неэффективность реализуемых схем надзора за реализацией мероприятий программ, особенно в части их финансового обеспечения.

В целях совершенствования процедуры рассмотрения и тщательного отбора проблем для их программной проработки и финансирования в 1995 г. был принят новый «Порядок разработки и реализации федеральных целевых программ и межгосударственных целевых программ, в осуществлении которых участвует Российская Федерация», утвержденный постановлением правительства Российской Федерации от 26 июля 1995 г. № 594. В этот документ вносились изменения и уточнения в 1996, 1997, 1999 и 2002 гг. Тем не менее финансовый контроль за разработкой и реализацией программ оставался недостаточно эффективным. Система государственного финансового контроля была слабо ориентирована на программно-целевую сферу бюджетного процесса государства, что стало одной из причин недостаточно эффективного использования программно-целевого подхода в реформируемой экономике страны. Поэтому проводился курс на существенное уменьшение количества ФЦП. К 1996 г. количество ФЦП уменьшилось до 107, но к 1999 г. вновь увеличилось до 130. За период 1999–2002 гг. количество ФЦП изменялось следующим образом (таблица).

**Количество ФЦП, принятых к финансированию
из федерального бюджета**

	1999	2000	2001	2002	2003
Всего ФЦП	130	143	128	47	51
В том числе отнесены к федеральным программам развития регионов (без региональных и экологических программ)	29	33	27	8	9

Уменьшение числа ФЦП развития регионов в 2001–2003 гг. произошло в основном за счет переноса некоторых ФЦП из группы программ регионального развития в другие группы, в основном в группу социального развития. Это, в частности, ФЦП развития малых и средних городов, возрож-

дения балкарского народа, возрождения российских немцев, развития коренных малочисленных народов Севера, поддержки казачьих обществ и др. Кроме того, некоторые программы стали подпрограммами более крупных программ.

Состав ФЦП развития регионов должен быть рассмотрен прежде всего с позиции приоритетности региональных проблем или социально-экономического развития регионов. Приоритетность – это главный критерий для выбора той или иной проблемы, чтобы разработать по ней федеральную целевую программу. Однако, если проанализировать перечень ФЦП развития регионов, действовавший до 2002 г., то можно сделать вывод, что многие из них далеко не отвечали критерию экономической приоритетности. Здесь явно действовали либо умелый лоббизм в отстаивании необходимости разработки по тому или иному субъекту Российской Федерации ФЦП социально-экономического развития, либо политические соображения.

Недостаточная обоснованность приоритетности отбора регионов для их развития на основе ФЦП является одной из причин низкой степени обязательности в их выполнении и отсюда слабого внимания федеральных и региональных органов исполнительной власти к ходу их реализации. Так, в перечне ФЦП развития регионов, предназначенных к финансированию из федерального бюджета на 2000 г., имелось 9 программ, которые должны были быть завершены уже в 2000 г.

Явно слабая обоснованность приоритетности включения того или иного региона в перечень ФЦП и хроническое невыполнение сроков их завершения вызвали необходимость упорядочения этого дела. В результате вместо множества ФЦП социально-экономического развития нескольких субъектов Российской Федерации были разработаны две крупные программы, которые вобрали в себя проблемы социально-экономического развития многих субъектов Российской Федерации. Развитие южных субъектов Российской Федерации было объединено в ФЦП «Юг России (2002–2006 гг.)», а развитие многих других регионов – в ФЦП «Сокращение различий в социально-экономическом разви-

тии регионов Российской Федерации (2002–2010 гг. и до 2015 г.)». В принципе разработку крупных ФЦП вместо ряда мелких следует признать правильной. Вместе с тем должен быть определен разумный предел масштабности ФЦП. Особенно это касается ФЦП развития регионов.

Имеются серьезные сомнения и относительно приоритетности ряда программ. Так, почти 40% всех бюджетных затрат на группу ФЦП развития регионов приходится на Республику Татарстан и еще 25% – на Республику Башкортостан. А ведь это регионы с весьма благополучным уровнем социально-экономического развития. Причем совершенно непонятно, почему необходимое социально-экономическое развитие этих благополучных регионов не может, как и раньше, идти на основе обычных рыночных механизмов. На остальные же шесть программ развития регионов приходится всего 35% затрат. При этом на такую крупную и действительно крайне приоритетную проблему, как сокращение различий в социально-экономическом развитии регионов страны, выделено всего 7,5% всех затрат на ФЦП развития регионов.

На основе проведенного анализа можно сделать вывод, что, хотя за последние годы происходили постоянные изменения в рационализации отбора программ, в подходах к их формированию и в унификации перечня ФПЦ, все еще не соблюдаются главные критерии отбора проблем для программной проработки – приоритетность и невозможность достичь необходимых целей в нужные сроки без этих программ. Второй вывод – сроки реализации ФЦП систематически не выдерживались.

Такое положение с реализацией ФЦП развития регионов в значительной мере явилось результатом несоблюдения важнейших методологических требований к ФЦП как особому инструменту государственного воздействия на экономику. Несоблюдение этих требований привело к хроническому недофинансированию ФЦП и их невыполнению.

Формирование перечня ФЦП и определение объема их финансирования за счет федерального бюджета является составной частью единого бюджетного

процесса. По сути, перечень ФЦП представляет собой самостоятельный программный раздел федерального бюджета страны. Что касается программ регионального развития, то в части финансирования ФЦП из региональных бюджетов они представляют собой составной элемент бюджетов субъектов Российской Федерации.

Естественно, что основным бюджетным критерием отбора проблем для включения в перечень ФЦП является возможность федерального бюджета в полной мере профинансировать все ФЦП без ущерба для остальной части бюджета и без образования его дефицита. Этот критерий может быть назван **критерием бюджетной достаточности.**

Ориентировочная сумма бюджетного финансирования ФЦП должна быть определена уже на предварительной стадии отбора проблем для программной проработки. Эту сумму надо сопоставить с прогнозной оценкой возможностей федерального бюджета. Если сумма финансирования всех ФЦП превышает возможности федерального бюджета, то следует исключить менее приоритетные проблемы.

Какого-либо порядка, обеспечивающего полное финансирование ФЦП на весь срок ее действия, практически не существует. Правда, есть указание, что при сокращении объемов бюджетного финансирования работ по целевой программе по сравнению с предусмотренными утвержденной программой заказчик должен дополнительно привлекать внебюджетные источники. Это по существу правильно, но это лишь пожелание, так как собственники этих источников совсем не обязаны выделять дополнительные средства.

Необходимо выработать методические основы сопоставления требуемых на реализацию программ бюджетных средств с перспективными бюджетными возможностями. Это и есть соблюдение критерия бюджетной достаточности.

Решение о необходимости корректировки ФЦП в принципе должно приниматься в процессе разработки очередного проекта федерального бюджета. Вместе с тем представляется излишним и даже вредным ежегодно разворачивать работу по корректировке ФЦП. Теоретически вероятно, конечно, форсмажорная ситуация, когда в каком-то году не-

возможно достаточное бюджетное финансирование ФЦП. Тогда возникает необходимость резко сократить число реализуемых программ. Однако это проблема не только и не столько программно-целевого планирования, сколько общая проблема преодоления резко кризисной ситуации в экономике, и в данной статье ее рассматривать неуместно.

Из восьми действующих в настоящее время программ ФЦП развития регионов по одной (Курильские острова) срок действия должен быть завершен в 2005 г., по двум (Татарстану и Башкортостану) – в 2006 г., еще по двум (Калининградская область, Дальний Восток и Забайкалье) – до 2010 г., по одной («Сокращение различий в социально-экономическом развитии») – до 2015 г. и по двум («Юг России» и Чеченская Республика) срок завершения вообще не указан. Таким образом, к 2005–2006 гг. из перечня ФЦП выбывают три весьма ресурсоемкие программы, и появится возможность разработки новых программ развития регионов. Но это означает, что **начинать разработку новых программ надо уже сейчас.**

«ЭКО»-информ

Внешнеторговый оборот Новосибирской области в 2002 г.

	Млн дол.	% к итогу	% к 2001 г.
Внешнеторговый оборот	1023	100,0	110,6
Экспорт, всего	656	64,1	114,7
<i>В том числе:</i>			
товары	560	54,7	112,7
услуги	96	9,4	128,0
Импорт, всего	367	35,9	104,0
<i>В том числе:</i>			
товары	341	33,3	104,0
услуги	26	2,5	104,0

По данным таможенной статистики и статистической отчетности.

В товарной структуре внешнеторгового оборота в 2002 г. возросла доля стран дальнего зарубежья (46% против 39% в 2001 г.), на страны-члены СНГ пришло 54% против 61% в 2001 г.

Материалы Новосибирского облкомстата.



**Всероссийский симпозиум
по экономической теории
(Екатеринбург, 18–19 сентября 2003 г.)**

Секция экономики Отделения общественных наук РАН, Институт экономики УрО РАН, Центральный экономико-математический институт РАН, Институт экономики РАН, Уральский государственный экономический университет, Уральский государственный университет им. А. М. Горького, Уральский государственный технический университет и Российский гуманитарный научный фонд извещают о проведении в Екатеринбурге 18–19 сентября 2003 г. Всероссийского симпозиума по экономической теории.

Работа будет проходить по следующим секциям.

1. Политическая экономия.
2. Мини-экономика (экономика предприятий и организаций).
3. Микроэкономика (экономика локальных рынков).
4. Мезоэкономика (региональная экономика).
5. Макроэкономика (национальная экономика).

Для участия в симпозиуме необходимо до 15 июня направить в адрес оргкомитета текст доклада (не более трех страниц) в двух экземплярах, заявку, электронные версии доклада и заявки на дискете.

В заявке следует указать:

- 1) фамилию, имя, отчество;
- 2) ученую степень, звание;
- 3) организацию, должность;
- 4) почтовый адрес с индексом;
- 5) телефон, факс;
- 6) E-mail;
- 7) секции конференции.

Адрес оргкомитета симпозиума:

**620014, Екатеринбург, ул. Московская, 29,
Институт экономики УрО РАН, каб. 220.
Телефоны: (343-2) 71-10-34, 71-07-26, 71-18-51;
факс: (343-2) 71-02-23. E-mail: green@uran.ru.
Сбор материалов конференции осуществляет
Соловьева Наталия Сергеевна.
Телефоны: (343-2) 71-10-34, 71-07-26.**

Экономические реформы в постсоциалистических странах: *концепции, результаты, уроки*

(выступление на научной сессии Отделения
общественных наук РАН 17 декабря 2002 года)

Р. С. ГРИНБЕРГ,
доктор экономических наук,
заместитель директора ИМЭПИ РАН,
Москва

*«Итоги реформы в России плачевны, потому что
последовательно выполнялись западные рецепты»*

Реформы начались без подготовки



В годы, предшествовавшие реформам, ситуация в социалистическом лагере, причем даже в ГДР и Чехословакии, казалась вполне стабильной. Реформы начались, в сущности, неожиданно, никакой концепции их реформирования не было. Впоследствии М. С. Горбачев вспоминал, что генеральные секретари «братских» партий не сразу поверили, что с его приходом к власти их страны смогут абсолютно самостоятельно обустроить свою жизнь,

не рискуя при этом получить от «старшего брата» пресловутую интернациональную помощь.

© ЭКО 2003 г.



Отношение к реформам на Западе было неоднозначным. Известные советологи – Алек Ноув, Стивен Коэн, Владимир Прус, Казимеж Ласки – склонялись к тому, что демонтировать командную экономику и внедрять демократию в странах Центральной и Восточной Европы надо постепенно. Но почти сразу такой подход был отвергнут, и победила школа неолиберализма. Господствовало мнение, что предлагавшиеся этой школой рецепты оздоровления экономики доказали свою эффективность в других частях мира. К возражениям уважаемых советологов не прислушались, а они говорили о том, что идеи Вашингтонского консенсуса, возможно, хороши для стран со сложившейся рыночной экономикой, пусть даже самой слабой, а в странах Центральной и Восточной Европы ситуация другая и, соответственно, стандартные решения не сработают. Так получилось не только потому, что идеи Вашингтонского консенсуса пришли с Запада, где эта концепция победила.

Самая главная, на мой взгляд, причина в том, что в социалистических странах возобладал тип мышления, который я называю магическим. Для него характерно признание неких универсальных, т.е. не зависящих от места и времени, закономерностей, которые надо лишь приложить к конкретной ситуации, и положительные результаты не заставят себя ждать. Элита и простые граждане соцстран надеялись быстро приблизиться к западным стандартам, и, конечно же, нашлись лидеры, которые им это пообещали.

Все предположения о том, что страны «второго мира», т.е. социалистического лагеря, выбрав этот путь, могут оказаться вовсе не в «первом», а в третьем мире, отвергались. Почему? Считалось, что в этих странах заложена хорошая основа для реформирования – высокий уровень культуры, образования, здравоохранения и науки. Правда, были и такие, кто полагал, что никакого «второго мира» и не было. Просто в странах социализма в начале 90-х годов произошло разоблачение «потемкинских деревень».

Как бы то ни было, магический тип мышления почти не испытывал какого-либо интеллектуального противодействия.

Дореформенный уровень еще не достигнут

За тринадцать лет рыночной трансформации (1990–2002 гг.) национальные экономики бывших социалистических стран существенно изменили свой облик. Преодолена их изолированность от остального мира. Полностью демонтированы механизмы командной экономики, ликвидирован тотальный дефицит товаров и услуг, значительно расширен их ассортимент. Повсюду раскрепощена ранее скованная личная инициатива, происходит достаточно быстрое становление предпринимательского класса.

Население посткоммунистического мира стремительно изживает приобретенные в условиях социализма иждивенческие комплексы и быстро усваивает «рыночный» образ мыслей и действий. Серьезно подорвана типичная для прежнего строя уравнительность в личных доходах. Налицо ощутимый прогресс в дисциплине и этике труда.

За годы реформ сформировались основные институты рыночной экономики – коммерческие банки, товарные и фондовые рынки, валютные биржи, качественно новые налоговые механизмы, правила антимонопольного регулирования и т. п. Значительное достижение подавляющего большинства рассматриваемых стран – обуздание галопирующей инфляции и резкое сокращение бюджетных дефицитов.

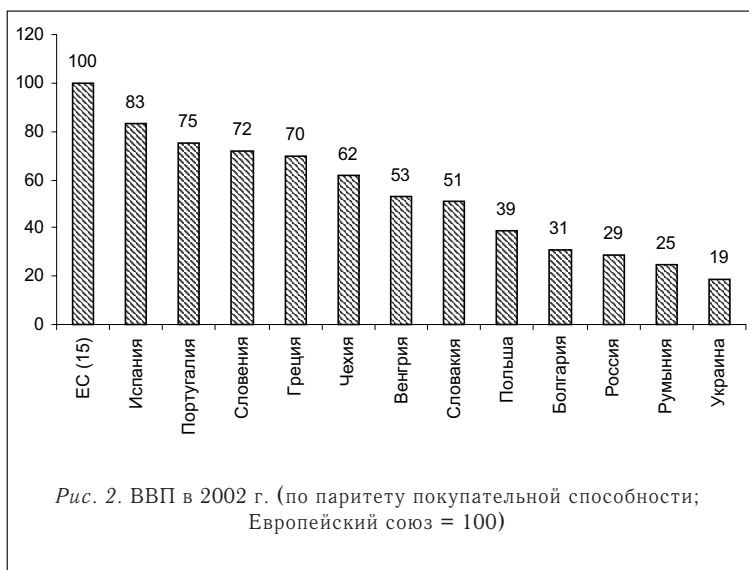
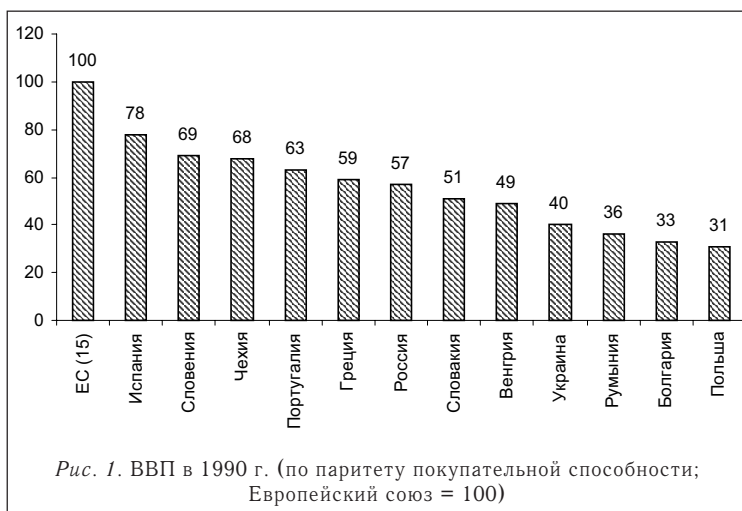
Однако издержки реформ везде оказались существенно выше, чем предполагали их инициаторы. Резко снизился средний уровень реальных доходов населения, и одновременно увеличилось неравенство в их распределении: уровень жизни повысился только у пятой части населения бывшего социалистического лагеря, при этом почти треть перешла в категорию «новых бедных». Зона бедности расширилась за счет размывания сложившегося в прошлом среднего класса (квалифицированные рабочие, инженерно-техническая интеллигенция, ученые, работники культуры, просвещения, здравоохранения). За годы реформ во всех странах бывшего социализма заметно увеличилась безработица, достигнув к настоящему времени 10–20% трудоспособного населения (в 1989 г. – 1,5–2%).

Надежды на сокращение разрыва между Востоком и Западом Европы не оправдались ни в социально-экономическом, ни в технологическом отношении. Судя по динамике ВВП на душу населения в 90-е годы, указанный разрыв только увеличился. В то время как большинство стран бывшего социалистического мира лишь приближаются к уровню среднедушевого ВВП за 1989 г., аналогичный показатель по странам ЕС за последние 13 лет увеличился в среднем на 20%. Таким образом, за годы перемен большая часть бывшего «второго» мира даже отделилась от желаемых стандартов «первого» и в целом скорее приближается к «третьему» миру. И Россия не исключение. Даже страны Центральной и Восточной Европы (ЦВЕ), не говоря уже о постсоветских государствах, не смогли совершить скачок в постиндустриальный мир и все еще не преодолели тенденции примитивизации производства и деинтеллектуализации труда, обозначившиеся с самого начала реформ.

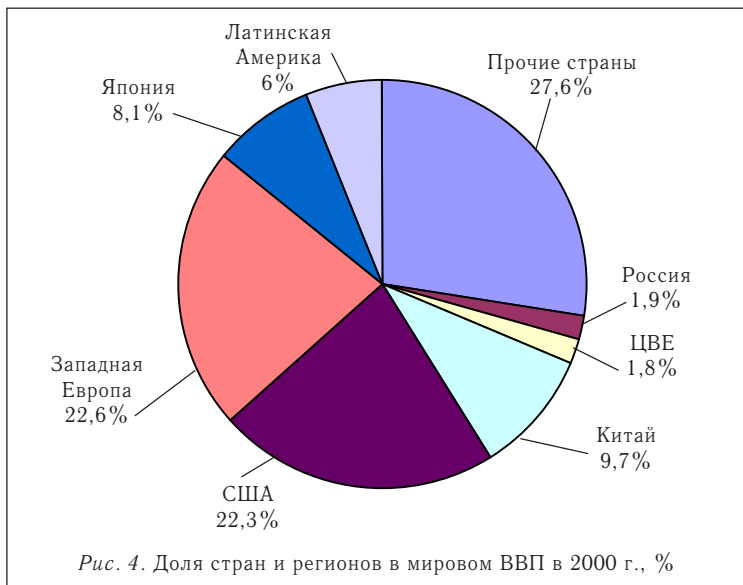
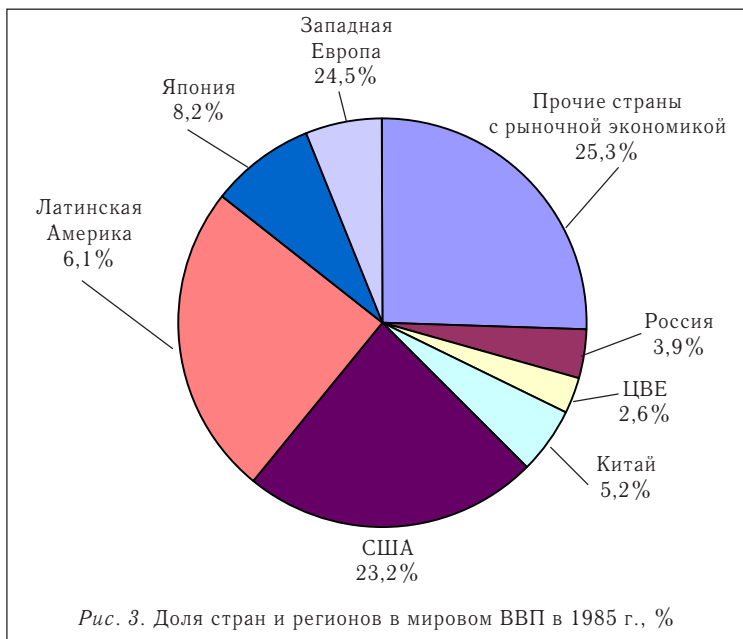
За 90-е годы разрыв между самыми успешными странами бывшего соцлагеря и самыми бедными странами Европейского союза увеличился в пользу последних (таблица, рис. 1–2).

Динамика ВВП и валовых инвестиций в 2001 г.

Страна	ВВП (1990 = 100)	Валовые инвестиции (1989 = 100)
Чехия	104,5	127,4
Венгрия	112,1	138,1
Польша	144,6	188,3
Словакия	108,7	105,7
Словения	123,7	165,7
Болгария	84,2	82,6
Румыния	88,3	73,5
Югославия	49,4	61,5
Россия	69,4	18,7
Украина	47,1	28,5
СНГ	67,2	27,3



Заметно изменился «вклад» России и стран Центральной и Восточной Европы в мировой ВВП (рис. 3–4).



В большинстве бывших социалистических стран произошло заметное сокращение государственной поддержки здравоохранения, науки, культуры и образования, не компенсируемое частным сектором национальной экономики. Иллюзией явилось бытовавшее на начальной стадии рыночных реформ представление о том, что при их проведении сохранятся все преимущества социалистического патернализма и к ним добавятся материальные блага, которые обеспечивает экономическая свобода. Логика поражения социализма как общественного строя оказалась безжалостной в отношении как мнимых, так и реальных его преимуществ. Даже в самых продвинутых странах бывшего социалистического лагеря не удастся преодолеть хронический дефицит платежного баланса и решить проблему крупной внешней задолженности.

Чемпионы и аутсайдеры

Конкретная ситуация и вектор развития в странах, переживающих системную трансформацию, выглядят по-разному. В одних государствах удалось достаточно быстро преодолеть рецессию, и уже с середины 90-х годов наблюдается хозяйственный рост, позволивший к концу прошедшего десятилетия превзойти предреформенный уровень ВВП (Польша, Словения, Чехия, Словакия, Венгрия). Другие страны, к которым, прежде всего, относятся республики бывшего СССР, в настоящее время по объему ВВП отстают более чем на треть от максимального уровня, достигнутого в советский период. И несмотря на начавшееся здесь с 1999 г. экономическое оживление, этот уровень будет, судя по всему, достигнут лишь к 2010 г., да и то при условии, что в текущем десятилетии ВВП будет расти не меньше чем на 4% в год.

Объективные факторы, обусловившие повышенную сложность системной трансформации на пространстве СНГ по сравнению со странами Центральной и Восточной Европы, таковы.

Во-первых, существенное значение имеет факт различной продолжительности «социалистической полосы» в раз-

ных странах. Если в государствах Центральной и Восточной Европы социализм, в большинстве случаев навязанный извне, продержался сорок лет, то в России он господствовал более семидесяти лет, являясь к тому же отечественным, а не импортированным «продуктом». К тому же в ряде стран Центральной и Восточной Европы (Польша, Чехословакия, Венгрия) имелся опыт внедрения некоторых рыночных инструментов в плановую экономику. Поэтому ментально-психологическая готовность народов этих стран к замене одной системы на другую была выше, чем в странах СНГ.

Во-вторых, постсоветские реформаторы проводили системную трансформацию в условиях стремительного распада единого государства (правда, он был ими же и инициирован). Каковы бы ни были намерения лидеров новых независимых государств («избавимся от грабительского центра, и легче будет проводить реформы»), действительность показала, что разрыв единого экономического пространства значительно затруднил переход к рыночной экономике каждой суверенной республики бывшего СССР, в том числе и России.

В-третьих, на старте реформ серьезным бременем для России и некоторых других стран СНГ оказалась огромная доля в экономике военно-промышленного комплекса. Как только Россия отказалась от поддержания постоянного военного паритета чуть ли не со всем остальным миром, выяснилось, что на первых порах затраты на конверсию чрезмерно милитаризованного производства будут неизмеримо выше возможных выгод от нее.

Миф о минимизации роли государства

Объективные трудности усугублялись выбором стратегии реформ, основанной на доминирующей сегодня в мире неолиберальной концепции. Разочаровывающие итоги системной трансформации в России преимущественно рукотворны. Они прежде всего обусловлены попытками исполнительной власти реализовать именно эту стратегию и лишь во вторую очередь предопределены неблагоприятными стартовыми условиями.

В России и на Западе продолжает жить полнокровной жизнью миф о том, что неудача российской трансформации в сравнении с результатами реформ в продвинутых странах Центральной и Восточной Европы обусловлена «неправильным» исполнением неолиберального плана Россией и его «правильной» реализацией ее партнерами по бывшему социалистическому лагерю. В этом смысле типично замечание руководителя второго европейского отдела МВФ Джона Олдинга-Сми после дефолта и обвальной девальвации рубля в августе 1998 г.: «Если бы экономические программы, которые МВФ поддерживал в последние годы, были проведены полностью, то сегодня экономика России выглядела бы по-другому».

На самом же деле страна пока не в состоянии выйти на траекторию устойчивого экономического роста именно потому, что с самого начала ельцинского периода рыночных реформ в России была сделана ставка на всесилье «экономической свободы» и игнорировалось все многообразие рыночных институтов.

Почему так плачевны итоги реформ в постсоветских странах? Я объясняю это исключительно тем, что, в отличие от Центральной и Восточной Европы, где интуитивно действовали вопреки рекомендациям Международного валютного фонда, мы исключительно последовательно выполняли все рекомендации Вашингтонского консенсуса. Таких стран было мало.

Цена реформ в России оказалась значительно выше, чем в странах Центральной и Восточной Европы, так как российские реформаторы пытаются реализовывать на практике три неолиберальных постулата, сомнительных с точки зрения их применимости даже в развитых, не говоря уже о переходных, экономиках.

1. Любое государственное вмешательство всегда вредит эффективному размещению ресурсов, то есть ошибки государства всегда хуже ошибок рынка.

2. Государственная собственность в принципе неэффективна, поэтому ее необходимо приватизировать как можно быстрее.

3. Любое изменение цен всегда происходит только вследствие сдвигов в объеме денежной массы.

Идеологи российских реформ любят говорить об органической слабости государства в «транзитных» странах вообще и в России особенно. Из этого тезиса следует, что функции государства, вполне легитимные в устоявшихся рыночных хозяйствах, в переходный период должны быть сведены к минимуму. Однако в странах Центральной Европы, обновив посредством демократизации государственную машину, сумели предотвратить ее ослабление и тем самым обеспечить дееспособность и авторитет власти как таковой. Поэтому при всех неизбежных ошибках там удается осуществлять рационально-прагматический подход к либерализации экономики, приватизации государственной собственности, достижению макроэкономической стабилизации и обеспечению экономического роста.

Практика не подтверждает широко бытующее представление о том, что сокращение участия государства в перераспределении национального дохода есть неременное условие увеличения темпов экономического роста. И это легко обнаружить, сравнив удельный вес государственных расходов в ВВП в странах с положительной (Польша, Венгрия, Словения) и отрицательной (Болгария, Румыния) хозяйственной динамикой. В первой группе стран этот показатель сейчас составляет 45–50%, во второй – 25–35%. В России же доля государственных расходов в ВВП к концу 90-х годов сократилась до беспрецедентно низкой отметки – 24,4%, что, кстати, обеспокоило даже деятелей МВФ.

Доля бюджетных ассигнований в ВВП в «успешных» странах не уменьшалась, а в некоторых из них даже увеличивалась в периоды трансформационного спада. Например, в 1990–1993 гг. в Венгрии она достигла максимального уровня в 62%, а затем последовательно снижалась до 47% (2001 г.). В Польше, Чехии и Словении удельный вес государственных расходов в ВВП на протяжении всего периода реформ оставался на уровне 50%.

О пользе «непродуктивных» затрат

О важности роли государства в становлении здоровой рыночной экономики свидетельствует не только сохране-

ние высоких бюджетных расходов в тех странах, где после короткой рецессии начался экономический рост. Принципиальное значение имеет структура расходов. И здесь межстрановые сопоставления указывают на то, что положительная хозяйственная динамика идет рука об руку с относительно крупными государственными расходами на образование и науку. И это не случайное совпадение. Например, к концу 90-х годов в Венгрии, Чехии и Польше удалось сохранить прежнее соотношение ассигнований на образование к ВВП, в то время как в Болгарии, Румынии и странах СНГ оно сократилось вдвое. Что же касается расходов на науку и научно-технические разработки, то и от их объема зависит направленность хозяйственной динамики. Хотя в абсолютном выражении эти расходы снизились практически везде, глубина падения в Болгарии, Румынии и странах СНГ оказалась намного больше, чем в продвинутых странах Центральной и Восточной Европы.

Возьмем Польшу – чемпиона реформ. Это единственная страна, где большие расходы на НИОКР – а это одна из самых важных предпосылок роста экономики. И в то же время Польша – единственная постсоциалистическая страна, которая развивалась быстрее, чем в среднем страны ЕЭС. Рецессия там была очень короткой — с 1990 г. по 1991 г., и после ее завершения наблюдается устойчивый рост.

Сравнительный анализ хода реформ и социально-экономического развития стран Центральной и Восточной Европы не подтверждает тезис о пользе неравенства в доходах для повышения хозяйственной активности при переходе от командной экономики к рыночной. Оценки динамики и уровня дифференциации доходов в постсоциалистических государствах свидетельствуют об обратном – оправдывается гипотеза, в соответствии с которой, достигнув некоторых пределов, поляризация доходов не только не стимулирует экономический рост, но и препятствует ему. В настоящее время в Чехии, Словакии, Польше, Венгрии и Словении среднедушевые доходы 10% самых богатых семей превышают доходы 10% самых бедных в 4,5–5,5 раза. В то же время в Болгарии и Румынии этот показатель превышает

10, а в России – 15. В самом начале системной трансформации как в «удачных», так и в «неудачных» странах разрыв в доходах самой богатой и самой бедной частей населения составлял 2,5–3 раза.

Опыт реформ в посткоммунистическом мире опровергает и широко бытующее представление об односторонней причинно-следственной связи между экономическим ростом (причина) и развитием социальной сферы (следствие). Можно лишь утверждать, что налицо тенденция к взаимодействию обоих процессов, при котором причина и следствие постоянно меняются местами. Несостоятелен также взгляд, что бюджетные расходы, особенно на социальные цели – непродуктивная трата ограниченных общественных средств, и без их сокращения невозможен устойчивый экономический рост. Скорее, справедлив противоположный тезис: верно выстроенные приоритеты и институты социальной политики не только не препятствуют экономической активности, а наоборот, стимулируют ее, обеспечивая к тому же политическую поддержку хозяйственным реформам.

Либерализация экономической деятельности – необходимое, но не достаточное условие формирования эффективного рыночного механизма. Анализ практики реформ демонстрирует ключевую роль институциональных преобразований, включая обеспечение прав собственности, действенное антимонопольное законодательство и контроль над его осуществлением, строгий банковский надзор, страхование банковских вкладов и т. п. При их отсутствии неизбежно возникает «системный вакуум», прямо ведущий к процветанию клановой и теневой экономики, криминализации хозяйственной сферы, росту и консервации неплатежей.

В относительно успешных постсоциалистических странах достаточно быстро проводилась либерализация оборота товаров и услуг. В то же время весьма осторожно снимались ограничения в сфере оплаты труда и особенно в сфере внешнеторговых и валютных операций, экспорта и импорта капитала.

Создание открытой экономики стало важным элементом реформ в странах Центральной и Восточной Европы. Но движение к открытости сочетается там с постепенностью в

отмене ограничений и достаточно строгим контролем, что позволяет избегать многих известных в российской практике негативных явлений. Полностью оправдывает себя привлечение прямых иностранных инвестиций. Обнаруживается прямая связь между накопленными объемами прямых иностранных инвестиций и темпами экономического роста, а также между накоплением критической массы прямых иностранных инвестиций и преодолением примитивизации структуры экономики (Венгрия, Чехия, Польша).

Дилемма «шоковая терапия – градуализм» в значительной мере искусственна. На самом деле нет принципиальной разницы между Польшей и Венгрией – странами, содержание реформ в которых исследователи обычно сводят к указанным понятиям. В условиях экстремального товарно-денежного неравновесия, имевшего место в Польше в 1988–1989 гг., либерализация цен, естественно, казалась шоковым мероприятием. Если же еще в 80-е годы более или менее гибкая ценовая политика не допускала такого неравновесия, как это было в Венгрии, та же мера уже не выглядела шоковой.

Массовая ускоренная приватизация – не лучший способ формирования подлинных субъектов рынка. Опыт постсоветских государств, в том числе России, показывает, что она ведет к возникновению крайне нерациональной системы корпоративного управления. Если не уделяется должного внимания управлению государственным имуществом, также возникают неблагоприятные последствия, в частности, криминализация экономики. В то же время исключительно важную роль играет создание благоприятных условий для развития частного сектора на собственной основе. Практика самых успешных в этом отношении стран (Польша, Венгрия, Чехия) показала, что эта задача решается с помощью государственной поддержки малого предпринимательства.

Прямой зависимости между масштабами частного сектора и темпами экономического роста нет. В большинстве стран наибольший экономический эффект был достигнут уже на этапе коммерциализации деятельности государствен-

ных предприятий. Опыт Польши в этом отношении особенно примечателен. Приватизация экономики может оказать позитивное воздействие на деятельность предприятий лишь в том случае, если сопровождается необходимой институциональной трансформацией и особенно формированием конкурентной среды. Душа рынка – конкуренция, а не собственность. Поэтому относительно высокие темпы экономического роста демонстрируют такие разные по реализованным моделям приватизации и масштабам созданного частного сектора страны, как Словения, где на протяжении 90-х годов преобладали самоуправляемые предприятия, Венгрия, где господствовал иностранный капитал, и Польша, приступившая к массовой приватизации «с большим опозданием» – лишь в конце 1996 г.

Макроэкономическую стабилизацию нельзя связывать с использованием рецептов ортодоксального монетаризма, ограничивающегося только регулированием денежного обращения. Реформаторы в странах Центральной и Восточной Европы отдавали себе отчет в том, что динамика цен в переходных экономиках определяется не только спросом на товары и услуги, но и разнообразными причинами на стороне их предложения. Они понимали, что инфляция зависит не только от динамики денежной эмиссии, но и от немонетарных факторов. Именно поэтому им удалось вычлениить две наиболее действенные порочные спирали в обесценении денег: «цены – доходы – цены» и «инфляция – девальвация – инфляция». А точный диагноз предопределил эффективность лечения, которое с самого начала реформ сводилось к использованию пакета взаимодополняемых мер по регулированию денежного обращения, части цен, личных доходов и валютного курса.

Через полтора года целый ряд стран Центральной и Восточной Европы вступит в Европейский союз. На этом пути многими из них достигнуты весьма впечатляющие успехи, среди которых надо, прежде всего, выделить продвижение к копенгагенским критериям и переориентацию внешнеэкономических связей. В Венгрии, Польше, Чехии и Словении доля ЕС во внешней торговле составляет уже от 60 до 70%.

Между тем оказалось, что принятие стран Центральной и Восточной Европы в ЕС – намного более дорогостоящий проект, чем считалось ранее. И это, разумеется, усиливает позиции так называемых «европессимистов», считающих, что Европейский союз не выдержит такой нагрузки. При распространении на страны-кандидаты финансовой поддержки отстающим регионам, а также обязательств в рамках общей сельскохозяйственной политики, ежегодные расходы бюджета ЕС придется увеличить минимум на 30–40 млрд евро. Тем не менее установка на расширение ЕС на Восток сохраняется, возможен лишь пересмотр финансовых условий. Становясь полноправными членами Европейского союза, страны Центральной и Восточной Европы официально включаются в его жесткий институционально-правовой каркас, несмотря на растущий дискомфорт в связи с новым изданием «ограниченного суверенитета».

У России же нет никаких шансов войти в Европейский союз. Призывы нашего правительства формально принять стандарты и критерии ЕС абсолютно несостоятельны.

Уроки теории и практики

Опыт реформирования доказывает громадное значение политической системы, в рамках которой проводится тот или иной экономический курс. Сопоставление опыта функционирования политических систем в России и относительно успешных странах Центральной и Восточной Европы свидетельствует о том, что только правительство, сформированное с учетом соотношения сил в парламенте, подконтрольно обществу, с одной стороны, и в состоянии проявлять «политическую волю» – с другой. В этой связи имеется объективная потребность пересмотреть российскую Конституцию, увеличив властные полномочия правительства, хотя общественное сознание в сегодняшней России к этому явно не готово.

Главный урок реформ в посткоммунистическом мире для теории – это дефицит адекватной целостной концепции современного государства вообще и его экономической деятельности в частности. Здесь приходится иметь дело с фундаментальным противоречием между доминирующей

теоретической установкой на минимизацию действий государства и его фактической ролью в хозяйственной жизни стран с рыночной экономикой. Есть очевидная потребность в теории, в которой государственная активность была бы так же легитимна, как и частная инициатива. Пока же систематическое участие государства в хозяйственной жизни, в сущности, незаконно, ибо осуществляется не благодаря, а вопреки требованиям господствующей современной экономической мысли. Определенным шагом на пути решения проблемы является концепция экономической социодинамики, ключевое положение которой заключается в том, что государство выступает в качестве самостоятельного и равноправного субъекта рынка, активность которого направлена на реализацию несводимых общественных интересов, не выявляемых в индивидуальных предпочтениях*.

Главный урок для практики таков: необходим не механический перенос институтов, стандартов и критериев Европейского союза на российскую почву, а создание «анклавов фактической солидарности» с заинтересованными партнерами по СНГ и параллельное формирование на постсоветском пространстве зоны свободной торговли при естественном лидерстве России.

Реальные предпосылки для превращения ныне аморфного СНГ в жизнеспособный региональный блок появятся только тогда, когда на смену благостным мечтаниям об интеграции придут вполне конкретные задачи, вытекающие из такого же конкретного коллективного интереса. Если Россия иницирует комплексную программу структурной перестройки постсоветской экономики на основе тщательно выбранных приоритетов и широкого распространения современных технологий, такой интерес появится без всякого принуждения. Его можно было бы обозначить как коллективную заинтересованность в организации и развитии в рамках Содружества собственных конкурентоспособных транснациональных корпораций, способных участвовать в глобализации мировой экономики в качестве субъектов, а не объектов процесса.

* См.: Гринберг Р.С., Рубинштейн А.Я. Экономическая социодинамика. М.: ИСЭПРЕСС, 2000.

В статье обсуждаются проблемы глобализации – явления, которое еще 20–30 лет назад можно было отнести скорее к жанру фантастики, нежели к реальной действительности. Современная глобализация не только унифицирует все сферы социального бытия, она объективно снижает социальную значимость государственной политики, идеологии и религии. Реальность такова, что в современном обществе они уже не обеспечивают реализацию задач социального управления.

СИСТЕМА СОЦИАЛЬНОЙ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

М. Л. КАЛУЖСКИЙ,
кандидат философских наук,
директор Фонда региональной стратегии развития
Омской области,
Омск

Политическая глобализация

Ситуация в мире такова, что никакая, даже сверхмощная держава неспособна самостоятельно ввести экономические санкции по отношению к неуголному режиму или провести «миротворческую» операцию¹. Точно так же любые принципы межгосударственных отношений жизнеспособны лишь там, где существуют надгосударственные механизмы их реализации. Вот как выглядит список некоторых наиболее влиятельных в современном мире международных политических организаций (табл. 1).

Таблица 1

Структура глобальных политических организаций

Международные политические организации	Макрополитические цели
<i>Группа 3</i>	
Организация объединенных наций (ООН)	Поддержание международного мира и безопасности через принятие коллективных мер и мирное урегулирование споров

¹ Примеры: Абхазия, Афганистан, Югославия, Гаити, Ирак и т. д.



Международные политические организации	Макрополитические цели
Европейский союз (ЕС)	Формирование единого европейского пространства без внутренних границ со всеми надгосударственными атрибутами (армия, валюта, законодательство, суд, парламент)
Организация по безопасности и сотрудничеству в Европе (ОБСЕ)	Формирование общеевропейских демократических стандартов; урегулирование возникающих споров до обращения в Совет безопасности ООН
<i>Группа 2</i>	
Организация американских государств (ОАГ)	Формирование общеамериканских демократических стандартов; урегулирование возникающих споров до обращения в Совет безопасности ООН
Организация «Северное сотрудничество»	Принятие и реализация совместных программ; содействие межгосударственной интеграции
Ассоциация государств Юго-Восточной Азии (АСЕАН)	Стимулирование интеграционных процессов; формирование согласованной внешней политики
Лига арабских государств (ЛАГ)	Стимулирование интеграционных процессов; разработка единых социально-экономических и правовых стандартов
Организация африканского единства (ОАЕ)	Стимулирование интеграционных процессов; разработка единых социально-экономических и правовых стандартов; мирное урегулирование споров
Организация «Исламская конференция»	Стимулирование интеграционных процессов; разработка единых социально-экономических и правовых стандартов; мирное урегулирование споров
<i>Группа 1</i>	
Содружество независимых государств (СНГ)	Осуществление межгосударственного сотрудничества и мирное урегулирование споров
Содружество наций	Обеспечение сотрудничества стран, входивших ранее в состав Британской империи под эгидой британской монархии

Все перечисленные выше политические межгосударственные организации разделяются на три основные группы:

– **консультативные** – обеспечение межгосударственного диалога, содействие межправительственным связям;

– **кооперационные** – координация усилий по социально-экономической и политической интеграции;

– **надгосударственные** – формирование общеполитических стандартов, создание системы коллективной безопасности.

Основной критерий такого распределения межгосударственных организаций определяется степенью их свободы в разработке и принятии решений, международной значимостью и авторитетностью этих решений.

Третья группа представляет собой высшую ступень социальной организации. В ней социальные институты существуют независимо от государств-членов и приобретают все атрибуты самостоятельности: властные полномочия, собственный бюджет, аппарат и сферу доминирующего влияния. В этой группе особенно выделяется Европейский союз (ЕС). Это не просто надгосударственный социальный институт, выполняющий специфические функции, а полномасштабное надгосударственное образование, в компетенцию которого постепенно переходят важнейшие функции управления регионом, делегированные 15 государствами-членами с населением 340 млн человек, включая охрану границ, регулирование денежного обращения, законодательную политику и т. д.

Экономическая глобализация

В экономической практике процессы глобализации развиваются в двух взаимосвязанных и взаимообусловленных направлениях. Первое из них идет по пути создания мировой, или глобальной системы рынков товаров и услуг, которые называются товарными рынками, или рынками предложения; второе – по пути создания глобального пространства управления спросом, то есть единой торговой и банковско-кредитной системы.

Рассмотрим это явление подробнее.

Глобализация товарных рынков проявляется через реализацию крупнейшими корпорациями совместных производственных проектов, разработку единых мировых стандартов, освоение национальных рынков.

Классик современной теории маркетинга Ф. Котлер приводит много конкретных примеров такого рода². Процесс международного разделения труда прослеживается и в глобальной экономике. Но в отличие от единого экономического пространства стран бывшего Совета экономической взаимопомощи (СЭВ), интеграционные процессы в котором в основном исходили из принципов политической целесообразности, международное разделение труда в глобальной экономике строится исключительно на принципах экономической целесообразности. Это подтверждается сложившимся механизмом согласования интересов и формирования экономической политики на корпоративном уровне, координирует который ежегодный Всемирный экономический форум в Давосе.

Глобализация экономического пространства проявляется в формировании региональных торговых блоков, государства-участники которых упраздняют таможенные барьеры, устанавливают общие стандарты производства, а иногда – вводят единую валюту.

При этом основная тенденция экономической глобализации, по мнению автора, заключается в том, что в геоэкономическом пространстве корпоративные интересы не доминируют над интересами государств, как заявляют некоторые экономисты. Государственное строительство идет параллельно корпоративному строительству: постепенно стираются административные барьеры между странами, и, тем самым, формируется благоприятная экономическая среда.

Ведущие государства мира добровольно отказываются от ряда государственных полномочий в пользу надгосударственных структур. В новых экономических условиях только эти структуры получают полномочия оказывать влияние

² Котлер Ф. Маркетинг и менеджмент. СПб: Питер Ком, 1998. С. 30–31.

на деятельность транснациональных корпораций и определять условия мирового экономического развития.

Данные процессы характерны не только для стран Евросоюза. Нечто похожее происходит и на карте Нового Света. Так, на встрече в верхах 34 глав государств и правительств американских континентов (кроме Кубы) в 1994 г. было решено не позднее 2005 г. приступить к созданию единой зоны свободной торговли в Америке. Однако уже сегодня в рамках этого геоэкономического пространства действуют:

- 1) Североамериканское соглашение о свободной торговле (НАФТА) между Бразилией, Канадой, Мексикой и США;
- 2) соглашение МЕРКОСУР (Южный общий рынок) между Аргентиной и другими латиноамериканскими странами, направленное на создание зоны свободной торговли и таможенного союза.

Наблюдается постепенный переход от выполнения международных экономическими организациями консультативных функций к нормативному установлению единых стандартов хозяйствования и влиянию на формирование единой экономической политики. Вот как выглядит, к примеру, список наиболее влиятельных международных экономических организаций (табл. 2):

Таблица 2

Структура глобальных экономических организаций

Международные экономические организации	Предназначение	Макроэкономические цели
<i>Группа 3</i>		
Экономические структуры ООН	Обеспечение международного сотрудничества	Разрешение актуальных проблем мирового развития*
Всемирная торговая организация (ВТО)	Формирование единого мирового торгового пространства	Унификация торговых правил и таможенных пошлин
Европейское сообщество (ЕС)	Формирование системы внегосударственного управления в Европе	Создание общего рынка, конвергенция экономики и введение единой валюты

* Сюда относятся решение таких проблем, как помощь развивающимся странам, борьба с бедностью, продовольственные программы и т. д.

Международные экономические организации	Предназначение	Макроэкономические цели
<i>Группа 2</i>		
Организация стран-экспортеров нефти (ОПЕК)	Защита интересов стран-участниц, координация и унификация нефтяной политики	Формирование мировой конъюнктуры цен на нефть
Ассоциация государств Юго-Восточной Азии (АСЕАН)	Координация экономического сотрудничества	Ликвидация таможенных барьеров и создание общего рынка к 2003 г.
Общий рынок Восточной и Южной Африки (КОМЕСА)	Содействие экономическому росту и развитию стран-участниц	Введение единой валюты, ликвидация таможенных барьеров
Таможенный и экономический союз Центральной Африки (ЮДЕАК)	Формирование общего рынка стран Центральной Африки	Создание экономического и валютного сообщества Центральной Африки
Содружество независимых государств (СНГ)	Координация экономического сотрудничества	Создание общего рынка и таможенного союза
Совет арабского экономического сотрудничества (САЭЕ)	Достижение арабского экономического единства	Формирование механизмов общего рынка
Азиатско-Тихоокеанское экономическое сотрудничество (АПЕК)	Содействие экономическому росту и развитию стран-участниц	Формирование к 2020 г. механизмов общего рынка
Западноафриканский экономический и валютный союз (УЭМОА)	Создание единого экономического и валютного пространства	Введение единой валюты, снятие таможенных барьеров и унификация законодательства
Южноафриканское сообщество развития (САДК)	Содействие экономическому росту и развитию стран-участниц	Распределение отраслевой ответственности
<i>Группа 1</i>		
Экономическое сообщество государств Западной Африки (ЭКОВАС)	Создание экономического союза в Западной Африке	Либерализация торговли, развитие инфраструктуры сообщества
Латиноамериканская экономическая система (СЕЛА)	Содействие экономическому росту и развитию стран-участниц	Отсутствуют

Источник: Шреплер Х.-А. Международные экономические организации: Справочник. М.: Международные отношения, 1997.

Таким образом, все перечисленные международные экономические организации можно разбить на три основные группы по направлениям деятельности:

– **консультативные** – созданные для решения спорных вопросов и региональной координации экономической политики;

– **кооперационные** – созданные для решения актуальных задач экономического развития и формирования единого экономического пространства на территории стран-участниц;

– **надгосударственные** – самостоятельно формирующие макроэкономическую среду на внегосударственном уровне.

Так же как и среди политических организаций, третья группа состоит из экономических международных организаций, действующих независимо от внешнеэкономической политики конкретных государств. Это не исключает возможности протекционизма, но в любом случае речь будет идти о взаимодействии, а не о подчиненности.

Среди региональных экономических организаций бесспорным лидером также выступает ЕС.

Система международных финансовых институтов мировой экономики имеет ту же самую структуру (табл. 3).

Таблица 3

Структура глобальных финансовых организаций

Международные финансовые организации	Макроэкономические цели
<i>Группа 3</i>	
Группа Всемирного банка	Поддержание равновесия платежных балансов беднейших стран
Международный валютный фонд (МВФ)	Поддержание равновесия платежных балансов стран-участниц
Фонд международного развития ОПЕК	Поддержание равновесия платежных балансов стран-участниц
Арабский валютный фонд (АВФ)	Поддержание равновесия платежных балансов стран-участниц

Международные финансовые организации	Макроэкономические цели
Европейский центральный банк ЕС	Формирование единой валютной политики государств-членов Европейского Союза*
Европейский банк реконструкции и развития (ЕБРР)	Интеграция стран Центральной и Восточной Европы в европейское экономическое пространство
<i>Группа 2</i>	
Межамериканский банк развития (МАБР)	Содействие социально-экономическому развитию американских государств
Северный инвестиционный банк (СИБ)	Финансирование проектов и содействие экспорту в интересах северных стран
Азиатский банк развития (АзБР)	Финансирование долгосрочных проектов развития в странах Азии
Карибский банк развития (КБР)	Финансирование долгосрочных проектов развития в странах Карибского бассейна
Арабский банк экономического развития Африки (АБЭРА)	Финансирование долгосрочных проектов развития в неарабских странах Африки
Исламский банк развития (ИБР)	Кредитование производственных проектов и предоставление экономической помощи
Африканский банк развития (АБР)	Финансирование инвестиционных программ и проектов социально-экономического развития
Западноафриканский банк развития (БОАД)	Финансирование проектов, направленных на экономическую интеграцию стран Западной Африки
Банк развития государств Центральной Африки (БДЕАС)	Финансирование проектов экономической интеграции стран-участниц
Центральноамериканский банк экономической интеграции (ЦАБЭИ)	Содействие экономической интеграции и сбалансированному развитию центральноамериканских государств
<i>Группа 1</i>	
Межгосударственный банк СНГ	Взаимные платежи и клиринговые расчеты между государствами-членами СНГ
Восточноафриканский банк развития (ВАБР)	Расширение восточноафриканского рынка капитала

* Действует с 01.01.2002 г.

Источник: Шреплер Х.-А. Международные экономические организации: Справочник. М.: Международные отношения, 1997.

По признаку делегированных полномочий выделяется, опять же, три группы финансовых институтов.

Первая группа представлена международными финансовыми организациями, обслуживающими государства-учредители. Эти организации не обладают самостоятельностью при принятии решений и используются в качестве механизма осуществления межгосударственных денежных расчетов.

Вторая группа включает в себя финансовые институты, реализующие межгосударственные соглашения. Эти организации действуют автономно при реализации своих уставных целей и задач, но функционально они находятся в текущей зависимости от национальных правительств.

Третья группа состоит из финансовых институтов, самостоятельно определяющих приоритеты своей деятельности и пути достижения поставленных целей. Именно эти организации формируют мировые стандарты финансово-кредитной политики и оказывают существенное внешнее влияние на экономическое развитие зависимых государств.

Правовая глобализация

Глобализация в сфере права зиждется на принципе примата международного права над национальными законодательными нормами. Любое государство, присоединившееся к международным конвенциям, обязано использовать в правоприменительной практике международные нормы, даже если они противоречат нормам национальным³.

При этом властные полномочия делегируются местным органам власти и управления. Так, действующий в странах Европейского союза принцип субсидиарности означает, что решения органов власти должны приниматься на уровнях, как можно более близких к гражданам (региональном, местном и т. д.). На высшем уровне (правительство, сообщество) решения принимаются лишь тогда, когда для этого есть достаточные основания.

Глобализация правовой сферы идет давно. Еще в начале XX века сформировалась система организаций, обеспечивающих международные правовые отношения. Сегодня эти

³ Подразумевается, что национальное законодательство будет постепенно приводиться в соответствие с международными нормами.

организации распространили свою деятельность на большинство стран мира, формируя систему международного права и обеспечивая ее функционирование. Среди них следует отметить наиболее влиятельные структуры.

Международный суд (Гаага) – главный юридический орган ООН, принимающий решения и делающий консультативные заключения.

Европейский суд (Люксембург) – орган Европейского сообщества, обеспечивающий соблюдение правовых актов ЕС и их единообразное толкование.

Межамериканский суд по правам человека (Сан-Хосе, Коста-Рика) – рассматривает вопросы применения и толкования Американской конвенции о правах человека.

Международная организация уголовной полиции «Интерпол» (Париж) – призвана обеспечить международное сотрудничество в борьбе с уголовной преступностью⁴.

Суд Экономического сообщества государств Западной Африки – главный юридический орган ЭКОВАС, решения которого обязательны для членов сообщества, частных лиц и корпоративных организаций, действующих на территории стран-участниц.

Суд Южноафриканского сообщества развития – интерпретирует положения межстрановых соглашений и выносит окончательные решения по спорам, передаваемым на его рассмотрение.

Арбитражный и мировой суд ОБСЕ – разрешение споров посредством примирительного судопроизводства и арбитража.

Арбитражный центр Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС) – посредническая и арбитражная деятельность по всем аспектам интеллектуальной собственности.

Экономический суд СНГ – обеспечивает выполнение экономических обязательств в рамках Содружества независимых государств.

⁴ Интерпол действует сегодня на территории более 140 стран мира.

Этот список можно продолжить и дальше, но в целом следует выделить те же три основные группы по критерию предоставленных полномочий:

– **консультативные** – трактующие спорные моменты межгосударственных договоров и соглашений (аналог конституционного суда);

– **кооперационные** – обеспечивающие соблюдение заключенных соглашений и межгосударственных договоров (аналог арбитражного суда);

– **надгосударственные** – обеспечивающие примат международных договоренностей над национальными законодательными нормами (аналог законодательной системы).

Третья группа организаций обладает в рамках своей компетенции не только правотолковательными, но также судебными и карательными полномочиями.

Культурная глобализация

Культурная глобализация в цивилизационном аспекте носит вторичный характер. Вместе с тем и здесь просматривается тенденция к переходу от национальных стандартов и приоритетов к формированию мировых эталонов. Рассмотрим лишь некоторые формы мирового культурного развития.

1. Образование

В целом сфера образования пока находится на стадии кооперативного и интеграционного развития. Хотя и здесь заметны глобализационные тенденции. В образовании также выделяются три вида межгосударственного взаимодействия.

Первый вид взаимодействия подразумевает взаимное признание образовательных документов на государственном уровне. Примером такого взаимодействия может служить российское законодательство о нострификации⁵. Такой под-

⁵ См., напр.: Приказ Минобразования РФ от 9 января 1997 г. № 15 «Об утверждении Порядка признания и установления эквивалентности (нострификации) документов иностранных государств об образовании и ученых званиях и форм соответствующих свидетельств».

ход достаточно распространен в мировой практике, однако говорить о глобализации в данном случае пока не приходится. Вернее всего, здесь мы пока что имеем дело с ее предпосылками.

Второй вид взаимодействия подразумевает унификацию образовательных стандартов и интеграцию систем образования, а также открытие рынка образовательных услуг. Так, к примеру, при Организации американских государств на постоянной основе действует Межамериканский совет по вопросам образования, науки и культуры.

А учрежденный Советом государств Балтийского моря Еврофакультет в Риге (Латвия) с участием Тартуского (Эстония) и Вильнюсского (Литва) университетов уже готовит кадры по унифицированным программам. Еврофакультет координирует свою деятельность с университетами Гамбурга, Хельсинки, Киля, Монстера и Осло, а также с Норвежской школой менеджмента и Стокгольмской школой экономики.

Третий вид межгосударственного взаимодействия подразумевает введение единых образовательных стандартов и формирование надгосударственной системы образования. Примеров такого рода пока немного. Однако они все же есть. Так, например, министры высшего образования стран АСЕАН и представители 11 университетов организовали университетскую сеть АСЕАН с целью унификации стандартов образования и совместного развития образовательных и исследовательских программ.

2. Наука

Научная деятельность очень жестко привязана к деятельности социальных институтов (органов власти, промышленных корпораций и т. д.). Поэтому говорить о научных структурах вне взаимосвязи с теми уровнями социальной организации, которые они обслуживают, малопродуктивно. Здесь также можно выделить три группы глобализационных процессов, развивающихся параллельно:

– **консультативные** – носящие нерегулярный характер и ставящие перед собой задачи по организации общения представителей профильных научных направлений;

– **кооперационные** – связанные с осуществлением специальных функций, делегированных на правительственном или корпоративном уровне;

– **надгосударственные** – действующие на надгосударственном уровне, пользующиеся полной автономностью и обладающие собственными целями, доходами и задачами.

Первая группа представлена многочисленными научными обществами, организующими конгрессы, форумы и симпозиумы. Основное их предназначение заключается в обеспечении межгосударственного научного обмена.

Вторая группа включает в себя организации, оказывающие существенное влияние на научную деятельность, но не обладающие самостоятельностью в определении приоритетов своей корпоративной политики. К ним можно отнести организации, управляющие реализацией правительственных и межправительственных программ, а также разного рода корпоративных фондов (Фонд Сороса, Фонд Форда, программа «Тасис» и т. д.).

Эти организации работают «на заказчика» и под поставленные им задачи формируют специфическую научную среду. Так, например, исследовательская программа по проблемам Северного региона и Европы (1996–2000 гг.) межправительственной организации «Северное сотрудничество» включала в себя четыре основных направления финансирования в Северном регионе:

- 1) языковое сотрудничество;
- 2) религия и ценности;
- 3) политические ценности и социальные учреждения;
- 4) литература и философия.

Именно здесь осуществляется политика влияния, организуется «утечка мозгов», а также проводятся мероприятия промышленной разведки и контрразведки межгосударственного уровня.

Третья группа представлена международными организациями, определяющими унифицированные правила для определенных сфер научной деятельности. Эти организации действуют в рамках своей компетенции независимо от социальных институтов государственного уровня. Так, к при-

меру, деятельность Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС) охватывает две сферы защиты интеллектуальной собственности:

1) промышленная собственность – права на изобретения, товарные знаки, промышленные образцы и модели, сдерживание несправедливой конкуренции;

2) авторские права – права на литературные, художественные, музыкальные, фотографические и аудиовизуальные произведения.

ВОИС регистрирует авторские права и трактует положения более 20 различных международных конвенций, определяя порядок и принципы взаимоотношений в сфере охраны авторских прав на большей части Земного шара (156 государств). Доходы ВОИС складываются из отчислений частных пользователей международных регистрационных услуг, т. е. и в этом смысле она не зависит от конкретных государств.

С некоторой оговоркой сюда же можно отнести и деятельность Всемирного Нобелевского комитета, а также других аналогичных неправительственных организаций. Все они существуют за счет внебюджетных источников и, хотя находятся в определенной зависимости от доноров, но обладают высоким международным статусом, который позволяет им проводить самостоятельную политику.

3. Массовая культура

Здесь также наблюдается двустороннее движение. С одной стороны, бурное развитие телекоммуникаций постепенно вытесняет традиционные формы досуга, а с другой стороны – оно сопровождается не менее бурным развитием «массового искусства», рассчитанного на многомиллионную аудиторию.

В данном случае на первое место выходит не творческая самореализация, а формирование потребностей массовой аудитории и их удовлетворение. Никто сегодня не запрещает народное, элитарное, классическое и прочие виды традиционного искусства. Однако тенденция говорит о востребованности именно массового искусства, которое не только

не нуждается в дотациях, но и само превратилось в весьма доходную сферу бизнеса. Прибыль Голливуда (США), например, от мирового проката американских фильмов в 2001 г. составила 8,35 млрд дол., на 650 млн дол. больше, чем в 2000 г.⁶

Главное достижение XX в. – создание глобального информационного пространства, которое не только расширило рамки национальных медиарынков, но и резко повысило доходы их участников. Сегодня наибольшую прибыль получают именно те субъекты, которые действуют на мировых медиарынках – музыкальные исполнители, киноактеры, популярные ведущие и др.

В качестве одной из наиболее показательных отраслей массовой культуры можно выделить кинематограф, где глобализация привела к жанровой специализации и формированию на этой основе мировых кинематографических центров:

США – триллеры, мелодрамы, боевики, фильмы ужасов, мистика, комедии и др.;

Гонконг – восточные единоборства;

Индия – индийское кино;

Мексика, Бразилия – «мыльные оперы»;

Франция – французские комедии;

Италия – итальянские комедии.

Мировым лидером здесь остается Голливуд. Он не только с высокой степенью доходности производит кинопродукцию, но и самостоятельно формирует стандарты мирового кинорынка и потребительские потребности. Именно поэтому Голливуд и называют фабрикой кино. Здесь сложились вполне определенные каноны производства, законы жанров, по которым выстраиваются сюжеты большинства фильмов. И система глобального маркетинга, включающая формирование зрительских, или потребительских предпочтений.

Сопутствующим продуктом коммерциализации и глобализации массового искусства стало не менее массовое производство так называемой «постпродукции». Массовая постпродукция (игрушки, сувениры, воспроизводящие по-

⁶ Сообщение телекомпании «НТВ» от 02.01.2002 г.

пулярных кино- и телеперсонажей и т. п.) превратило массовое искусство в своего рода виртуальную рекламу такого рода товаров.

Схожая ситуация складывается и в шоу-бизнесе. Так, глобализация эстрадного искусства во второй половине XX в. привела к созданию множества направлений, жанров и стилей, доминирующих в мировом музыкальном искусстве независимо от национальных границ.

Одновременно происходило формирование наднациональной шоу-инфраструктуры. Так, на территории европейских государств с 1946 г. проводится конкурс музыкальных исполнителей «Евровидение». Сегодня телевизионное вещание в рамках этого конкурса осуществляют 24 аккредитованные телевизионные студии, расположенные на территории стран с населением в 120 млн чел.⁷ Аналогичные процессы происходят и на других континентах. Другой пример глобализации в шоу-бизнесе – проведение международных конкурсов красоты: от национальных до «Мисс Вселенной». Мотивация везде одна – победа на таких конкурсах влечет за собой многомиллионные контракты, всемирную известность и высокий социальный статус победителей. С другой стороны, сама сфера массовой культуры подразумевает гигантские по национальным меркам финансовые потоки для всех участников инфраструктуры. Причем роль государственного регулирования здесь более чем незначительна.

Система массовой культуры функционирует на корпоративных принципах экономических отношений типа «производитель – потребители». Но по сравнению с промышленным производством преимущество массового искусства состоит в том, что оно не зависит от источников сырья и наличия трудовых ресурсов. Информатизация современного общества снимает все барьеры, связанные с расстояниями и размерами аудитории, и являющейся потребителем.

4. Спорт

Глобализация этой сферы происходила на протяжении всего XX в. Начало этому процессу положено в 1894 г. со-

⁷ Сообщение ТК «НТВ» от 02.01.2002 г.

зданием Международного Олимпийского комитета и организацией первых Олимпийских игр. На сегодняшний день глобализация спорта практически завершена. Спорт стал профессиональным, приносит огромные доходы и имеет соответствующую инфраструктуру (учебные заведения, специализированные сооружения, информационные каналы).

Профессиональный спорт превратился не только в высокодоходную отрасль шоу-бизнеса, но и в фактор экономического развития государств. Подтверждением чему могут служить хотя бы непрекращающиеся международные скандалы, связанные с определением места проведения очередных Олимпийских игр. На самом деле огромные средства, вкладываемые на государственном уровне в их организацию, не только с лихвой окупаются, но стимулируют развитие всей экономики страны проведения Игр в целом, поднимается престиж государства.

Практически во всех видах спорта сформировались международные организации, не только определяющие стандарты и правила состязаний, но и осуществляющие надзорные функции (допинговый контроль, судейство и т. д.). В качестве примера здесь можно привести FIFA, FIDE и другие международные спортивные институты.

Таким образом, спортивная деятельность в течение XX в. развивалась от простого декларирования олимпийских принципов к формированию влиятельных надгосударственных структур. Даже во времена холодной войны ведущие державы мира не могли, хотя настойчиво пытались, изменить эту тенденцию. Вспомним хотя бы бойкоты Олимпийских игр в Москве странами НАТО (1980) и в Лос-Анджелесе странами Варшавского договора (1984).

5. Охрана окружающей среды

Здесь также присутствуют все признаки завершающейся глобализации на всех уровнях: от общественного до государственного. Достаточно сказать, что такие неправительственные организации, как «Гринпис», «Белуна», не только имеют самостоятельную инфраструктуру (региональные представительства, флот, авиацию и т. д.) и источники фи-

нансирования, но и вступают в конфликтные отношения с ведущими мировыми державами (Франция и США – ядерные испытания, Россия – ядерные отходы).

На межгосударственном уровне эти процессы тоже развиваются довольно бурно. Так, например, в 1991 г. под эгидой ООН и Всемирного банка был создан Всемирный фонд по охране окружающей среды (ВФООС)⁸. Этот фонд создан для помощи развивающимся странам в финансировании природоохранных мероприятий по четырем направлениям: изменение климата, сохранение биоразнообразия, защита озонового слоя и международных вод. Сегодня в этот фонд входит уже 165 государств-членов⁹.

Параллельно развивается международная правовая база природоохранной деятельности в виде конвенций. Сохранение экологического равновесия на планете объективно требует соединения финансовых стимулов, активизации рыночных механизмов, законодательной инициативы, сбалансированного учета национальных интересов. Поэтому в 1992 г. на надгосударственном уровне была принята Всемирная конвенция по изменению климата, ратифицированная 159 странами.

На современном этапе речь идет о введении коммерческой продажи прав на выброс углекислого газа для сокращения масштабов тепличного эффекта. По расчетам Всемирного банка, уменьшение выбросов в странах Организации экономического сотрудничества и развития на 20% потребует ежегодного объема торговли правами на сумму 30–40 млрд дол. В перспективе международная торговля правами способна сберечь до 65% глобальных затрат на снижение выбросов¹⁰.

Это типичный пример системной глобализации в мировом развитии, когда формирование соответствующих социальных институтов вызвано задачами, невыполнимыми силами отдельных государств или сообществ.

⁸ Есть еще Всемирный фонд охраны дикой природы (WWF) и ряд других фондов.

⁹ Государство в меняющемся мире. Отчет о мировом развитии (Всемирный банк). М.: Прайм-ТАСС, 1997. С. 166.

¹⁰ К 2040 г. эти расходы должны приблизиться к цифре в 50 млрд дол.

Перспективы глобализации

В целом в мире постепенно стираются национальные границы. Непрерывно возрастающее число региональных межправительственных и надправительственных организаций наблюдается на всех континентах. Их деятельность охватывает «...почти все сферы экономики и развития, вопросы культуры, а также религиозные, этнические и идеологические проблемы»¹¹.

Даже террористические и преступные организации вышли за рамки национальных границ и распространили свою инфраструктуру по всему миру¹². Для борьбы с такими организациями уже недостаточно усилий отдельных государств или союзов. На международном уровне речь все чаще идет о создании наднациональной системы коллективной безопасности с соответствующей инфраструктурой и полномочиями.

Сегодня эту миссию в военно-политическом аспекте берет на себя Организация Североатлантического договора (НАТО). Однако пока НАТО – это скорее межгосударственное, нежели надгосударственное образование. Поэтому деятельность НАТО часто наталкивается на серьезное непонимание за пределами государств – своих членов. В результате НАТО вынуждено использовать мандаты ООН и привлекать к осуществлению миротворческих операций сторонние государства¹³.

Весьма важную роль в процессе глобализации играет Организация Объединенных наций (ООН), созданная в 1945 г. и ставшая логической преемницей Лиги наций. Сегодня ООН превратилась в обособленную социальную систему, состоящую из 18 специализированных учреждений и целого ряда автономных организаций, органов и миссий по проведению спецопераций, направленных на разрешение

¹¹ Шрепpler X.-A. Международные экономические организации. М.: Международные отношения, 1997. С. 10.

¹² Самый живой пример – «Аль Каида» Бен Ладана, «Братья мусульмане» и др.

¹³ Например, в Афганистане – Россия, азиатские страны СНГ и Бангладеш, в Югославии – Россия, Объединенные Арабские Эмираты и др.

международных и межнациональных конфликтов. Однако вместе с особым статусом и самостоятельным бюджетом у ООН появились собственные приоритеты и своя уникальная международная политика, которая часто идет вразрез с интересами государств – членов Совета безопасности.

Отсюда возникает стремление некоторых держав подменить ООН другими международными институтами (НАТО, ОБСЕ и др.). О том же косвенно свидетельствует и непогашенная задолженность США и ряда других стран мира перед бюджетом ООН.

Поэтому явно ошибочным выглядит утверждение некоторых политологов о том, что глобализация навязывается миру крупными промышленно развитыми державами¹⁴. Факты указывают на то, что этот процесс развивается объективно и потому является системным.

Так, например, в предвыборной платформе республиканцев в США наднациональные институты (Всемирной банк, МВФ, ВТО, ООН) прямо характеризуются как «международная бюрократия», которая «отстаивает интересы никем не избранных элит, навязывающих несостоятельные решения крайне сложных проблем методами коррумпирования должностных лиц и поощрением инвесторов к риску». Согласно этой платформе, в мире нет проблем, которые не могли бы быть разрешены на основе межправительственных соглашений и требовали бы создания наднациональных структур¹⁵.

Конфликтная ситуация, связанная с противостоянием американской администрации и ООН по поводу учреждения Международного уголовного суда, когда США категорически отказались признавать полномочия этого органа, может служить еще одним тому подтверждением¹⁶.

¹⁴ См., напр.: Кастельс М. Глобальный капитализм и новая экономика: значение для России. В кн.: Постиндустриальный мир и Россия. М., 2001. С. 75.

¹⁵ *Renewing America's Purpose. Together. Republican Platform 2000.* Internet, CNN.com>allpolitics.comTIME.

¹⁶ См., напр.: LENTA.RU: В МИРЕ: <http://lenta.ru/world/2002/07/03/usa/>; 04.07.2002, четверг, Московское время: 11:00:00.

Резюме

Резюмируя, можно отметить следующие основные системные тенденции развития глобализации.

1. Специфика наднациональных организаций заключается в том, что их задачи не могут быть реализованы отдельным государством или даже группой государств. Иными словами, совокупность частных государственных полномочий, передаваемых на надгосударственный уровень, приводит к формированию уникальных структур, позволяющих более эффективно решать неразрешимые прежде задачи.

2. Социальная глобализация развивается в направлении формирования наднациональной системы социального управления планетарного масштаба. Так, Всемирная торговая организация (ВТО) уже является единственной правовой и институциональной основой всемирной торговой системы.

3. Социальная глобализация является очередной стадией единого процесса социальной самоорганизации мирового сообщества. Происходит постепенная смена приоритетов мирового развития: от межгосударственной интеграции на блоковой основе – к формированию наднациональных структур на отраслевой и функциональной основе.

Однако главный вывод заключается в том, что социальная глобализация является объективным следствием обострения неразрешимых на государственном уровне наднациональных проблем и противоречий. По-видимому, мы имеем здесь дело с безальтернативным явлением в мировом развитии. Оно является системным, поскольку развивается независимо от деятельности социальных институтов и вызывается внешними для них причинами. Именно поэтому понимание и изучение данного явления имеет огромное значение не только для практики социального управления, но и для всей социальной теории в целом.

Сравнение одной из важнейших характеристик уровня и качества жизни в мире, в России и в регионах Сибири будет интересно социологам, демографам, медикам, широкому кругу читателей.

Ожидаемая продолжительность жизни в Сибири, России и в мире*

О. В. ЧУДАЕВА,
**Институт экономики и организации промышленного
производства СО РАН,**
Новосибирск

Ожидаемая продолжительность жизни – одна из важнейших характеристик уровня и качества жизни. Этот показатель интегрально отражает множество самых разнообразных факторов, начиная от эффективности системы здравоохранения, экологических условий проживания и т. д., кончая стереотипами поведения и психологическим самочувствием населения. Кроме того, продолжительность жизни характеризует не только текущее положение вещей, но и прошлое качество жизни соответствующих поколений, так как состояние здоровья каждого конкретного человека в значительной мере зависит от условий его существования с самого момента рождения.

Положение с ожидаемой продолжительностью жизни в Сибири отражает аналогичную ситуацию в стране, однако негативные тенденции проявляются здесь в большей степени.

В 1988–1994 гг. в России произошло резкое падение ожидаемой продолжительности жизни (на 6 лет), и без того невысокой по западным меркам и не соответствующей уровню великой державы. Достигнув минимума в 1994 г., продолжительность жизни стала расти, что часто связывают с некоторой адаптацией населения к резко изменившимся условиям жизни, однако в 1999 г. вновь произошел спад,

* Работа проведена при поддержке РГНФ (проект 01-02-00090)



продолжившийся и в 2000 г., очевидно, связанный с кризисом 1998 г., что говорит о неустойчивости роста этого показателя (рис. 1).



Особенно резкое падение произошло при переходе от 1992 г. к 1993 г. Совершенно очевидна четкая и незамедлительная реакция показателя ожидаемой продолжительности жизни на ухудшение условий существования. Социально-экономический кризис 90-х годов повлек за собой расширение масштабов и глубины бедности, обнищание государственного здравоохранения, ухудшение санитарно-гигиенической обстановки, рост насильственной преступности и числа самоубийств.

Причины снижения ожидаемой продолжительности жизни

Ясно, что кризисные явления в обществе – одна из важнейших причин снижения продолжительности жизни,

¹ Приводятся данные по всему Сибирскому федеральному округу, так как отсутствуют данные ожидаемой продолжительности жизни отдельно для Западной и Восточной Сибири за 2000 г.

однако не единственная. На их фоне продолжают действовать отрицательные долговременные тенденции: несбалансированное питание, отсутствие физической культуры, вообще пренебрежение к своему здоровью и вредные стереотипы поведения. Особенно в этой связи следует отметить такую проблему, как алкоголизм, который сам по себе отнюдь не способствует росту продолжительности жизни, в том числе и в перспективе для последующих рожденных поколений, и вдобавок повышает смертность от несчастных случаев, отравлений, травм, убийств и самоубийств, которые во многих случаях происходят под влиянием алкоголя². Эти причины вышли в России на первое место среди причин смертности мужчин трудоспособного возраста, опережая смертность по причине сердечно-сосудистых заболеваний, новообразований и всех других заболеваний.

Ни в одной стране мира нет такого огромного разрыва в продолжительности жизни мужчин и женщин. В отдельные годы он превышал 13 лет (1994 г., 1995 г., 2000 г.), причем бывшие союзные республики приближаются по этому показателю к России. Так, в Латвии эта разница составляет 11,9 лет, в Беларуси – 11,7, в Эстонии – 11,5, в Литве – 11,3, на Украине – 9,9, в Казахстане – 9,7 лет (данные 1997 г.). В большинстве же развитых стран женщины живут дольше мужчин примерно на 5–7 лет, а в развивающихся странах эта разница уменьшается.

В последнее время к алкоголизму присоединилась быстрорастущая наркомания (рис. 2), имеются случаи смерти совсем молодых, только начинающих жизнь людей. Наркомания точно так же влияет на ожидаемую продолжительность жизни, как и алкоголизм, возможно, действуя быстрее и захватывая более молодые возраста. Кроме того, среди наркоманов стремительно распространяются опасные заболевания, такие как гепатит, СПИД и т. д.

За десять лет (1991–2000 гг.) количество людей, страдающих от наркотической зависимости, увеличилось в 8,8 раза и составило 269 тыс. человек. Но это только те, кто официально зарегистрирован и находится под наблюдени-

² Немцов А. Алкогольная смертность в России, 1980–1990-е годы. М., 2001.

ем в наркологических диспансерах. А по экспертным оценкам, в наркологические учреждения обращается лишь каждый десятый наркоман. Так что реальная цифра на сегодняшний день – почти 3 млн россиян.

Таблица 1

От чего умирают россияне (по данным МЧС и Министерства здравоохранения РФ за 2000 г.)

Причина смерти	Число жертв	Причина смерти	Число жертв
Болезни системы кровообращения	1222711	Утонули	15866
Раковые опухоли	296858	Взрывы и пожары	460
Самоубийства	56568	Теракты	62
Убийства	40532	Авиакатастрофы	50
Автокатастрофы	39341	Аварии на водном транспорте	33
Отравления алкоголем	33979	Сход снежных лавин и сели	26
Туберкулез	29585	Аварии на железных дорогах	3



Наиболее высокий уровень наркомании отмечается и в Сибири – через нее идет поток наркотиков из среднеазиатских республик и Афганистана. Лечение заболевших наркоманией эффективно в 15 случаях из 100, а СПИД вообще пока не подвластен медицине. Следует обратить самое серьёзное внимание на эти две взаимосвязанные проблемы, так как основной путь распространения СПИДа в Сибири, как и в России в целом, в отличие от других стран – внутривенное употребление наркотиков. Наркомания и СПИД – это новые внутренние угрозы национальной безопасности России. Относительно невысокие цифры выявленных инфицированных СПИДом не должны успокаивать, так как ему подвержены в основном молодые люди, которые пока не попадают в поле зрения медиков. Кроме того, коварство СПИДа заключается в том, что он может никак не проявлять себя годами, а у 95% инфицированных тесты выявляют ВИЧ только по прошествии 5 месяцев, и за это время они, сами того не зная, могут заразить большое количество людей. К чему это приводит, мы далее увидим на примере Африки, где ВИЧ был впервые зарегистрирован в 70-х годах.

Таблица 2, позволяющая сравнить показатели продолжительности жизни населения территорий Сибири и России, построена следующим образом: вначале идут регионы с самыми высокими показателями ожидаемой продолжительности жизни, далее каждому сибирскому региону подобран наиболее близкий по этому показателю регион России, и завершают таблицу регионы с самыми низкими показателями.

Региональные различия в динамике ожидаемой продолжительности жизни тесно связаны с историей России, где уровень продолжительности жизни падает в направлении с юго-запада на северо-восток, из давно освоенных регионов с благоприятными климатическими условиями и развитой социальной инфраструктурой в регионы нового освоения с экстремальным климатом.

Как это ни парадоксально, лидерство по ожидаемой продолжительности жизни среди российских регионов уверенно держат республики Северного Кавказа, несмотря на свои самые низкие в России показатели валового регионального

Таблица 2

**Ожидаемая продолжительность жизни в регионах Сибири
в контексте общероссийской**

Регион	1996	1998	1999	2000	Место в РФ 1999 г.
<i>Регионы с относительно высокой продолжительностью жизни</i>					
Республика Ингушетия	71,5	71,9	73,4	74,0	1
Республика Дагестан	70,3	70,1	70,1	70,7	2
Карачаево-Черкесская Республика	69,1	69,4	68,7	68,5	4
Республика Адыгея	67,8	69,0	68,9	68,2	3
Кабардино-Балкарская Республика	68,7	68,9	68,2	68,1	7
Белгородская область	68,9	69,3	68,2	67,9	6
г. Москва	67,5	68,5	68,1	67,8	8
Республика Татарстан	68,2	68,8	68,4	67,5	5
Республика Мордовия	68,2	68,8	67,4	67,0	15
<i>Регионы со средним уровнем продолжительности жизни</i>					
Воронежская область	67,8	68,7	67,0	66,6	20
Тюменская область	65,3	67,8	67,7	66,6	11
Новосибирская область	66,0	67,8	66,9	66,5	24
Омская область	67,1	68,2	66,8	66,4	25
Ульяновская область	67,9	68,4	66,9	66,1	23
г. Санкт-Петербург	68,4	69,3	67,5	66,0	12
Западная Сибирь	65,0	67,0	66,0	–	–
Российская Федерация	65,9	67,0	65,9	65,3	–
Ярославская область	66,0	67,2	65,0	65,2	53
Томская область	64,3	66,5	65,8	65,0	44
Рязанская область	66,0	66,9	65,5	65,0	48
Магаданская область	62,0	66,6	65,4	65,0	49
<i>Регионы с низкой продолжительностью жизни</i>					
Республика Хакасия	62,8	63,7	63,5	63,8	73
Республика Алтай	62,4	64,1	63,3	63,2	77
Республика Бурятия	63,7	65,3	63,2	63,2	78
Кемеровская область	62,5	64,6	63,2	62,8	80
Красноярский край	63,8	63,9	63,4	62,7	76
Ивановская область	65,1	65,8	63,4	62,7	75
Еврейская АО	61,7	64,9	62,8	62,5	81

Регион	1996	1998	1999	2000	Место в РФ 1999 г.
Восточная Сибирь	63,0	64,1	62,6	–	–
Читинская область	63,1	64,8	62,3	62,4	83
Псковская область	63,6	64,2	62,3	61,9	84
Иркутская область	62,9	64,2	62,3	61,9	82
Республика Тыва	55,4	58,3	56,0	56,1	88

Источники: Доклад о развитии человеческого потенциала в РФ, UNDP, М., 1998; Демографический ежегодник России, 2000, 2001. М.: Госкомстат РФ; Регионы России, 2000. М.: Госкомстат РФ.

продукта на душу населения. Между тем во всем мире, как правило, продолжительность жизни выше в экономически более развитых регионах. Часто причину относительно высокой продолжительности жизни в этих республиках видят, среди прочих, в практическом отсутствии среди мусульманского населения алкоголизма, который столь пагубно влияет на продолжительность жизни в депрессивных регионах Европейской России, Сибири и Дальнего Востока и которому в особенности подвержены коренные народы Сибири и Севера. Кроме того, возможность вести подсобное хозяйство в условиях благоприятного климата и развитые родовые связи и взаимопомощь делают человека более устойчивым ко всякого рода кризисам и воздействиям извне.

С другой стороны, Москва, где один из самых высоких в России уровней среднедушевых доходов и развитая система здравоохранения, находится только на 8-м месте по показателю ожидаемой продолжительности жизни.

Регионы Сибири не входят в число лидеров, только в Омской, Новосибирской и Тюменской областях ожидаемая продолжительность жизни превышает среднероссийский уровень. В основной массе сибирских регионов этот показатель ниже среднероссийского, причем Западная Сибирь опережает Восточную, занимающую самое последнее место среди всех районов РФ, за исключением Кемеровской области и Республики Алтай.

Особенно неблагоприятно (даже на весьма неблагоприятном фоне) выглядит Республика Тыва, которая с большим отрывом, превышающим 5 лет, завершает список российских регионов по показателю ожидаемой продолжительности жизни и даже уступает по нему многим слабо развитым странам Азии.

На фоне других стран мира сибирские регионы перемещаются в середину мировой рейтинговой таблицы, так как имеются страны с гораздо худшими показателями ожидаемой продолжительности жизни даже в сравнении с нашей весьма неблагоприятной Республикой Тыва. Это относится, прежде всего, к Африке, где существенный вклад в снижение продолжительности жизни сыграли военные действия и в особенности катастрофическая эпидемия СПИДа, отбросившая некоторые страны Африки по этому показателю на несколько десятков лет назад и перечеркнувшая все достижения в области здравоохранения.

Проблема СПИДа

Эпидемия СПИДа в настоящее время для Африки – проблема номер один, речь идет о выживании. Эта болезнь по количеству жертв опережает войны и малярию. В 1998 г. от СПИДа погибло около 1 млн человек, в то время как в военных конфликтах – 200 тыс. африканцев. Общее количество больных СПИДом в странах Африки, расположенных к югу от Сахары, составляло 24,5 млн в 1999 г. В том же году в городском центре Фрэнсисстаун (Ботсвана) у 48% беременных женщин реакция на ВИЧ была положительной, в Бейт-Бридж (Зимбабве) – у 60%. За прошедшее время ситуация могла только ухудшиться. В некоторых странах, например, в ЮАР, СПИД является причиной половины смертей. Это уже привело к резкой задержке роста населения в стране, которая в 2001 г. вышла на первое место в мире по количеству ВИЧ-инфицированных больных – около 5 млн человек.

По оценкам специалистов, Африке для борьбы со СПИДом требуется не менее 3 млрд дол. ежегодно. США

готовы платить 1 млрд дол., к ним присоединяются и другие развитые страны, однако средств все равно не хватает, и, что самое страшное, на будущее не просматривается никаких обнадеживающих перспектив. Эпидемия СПИДа достигает людей в молодом, наиболее продуктивном возрасте, и, пока не существует какого-либо доступного лечения или вакцины (месячный курс комбинированной терапии ВИЧ-инфекции стоит 1200–1500 дол. на пациента), единственное, что остается, – это профилактика дальнейшего распространения болезни и минимизация ее воздействия.

Однако не нужно думать, что это проблема только Африки. В Индии живет 3–5 млн человек, инфицированных ВИЧ, 0,75 млн проживают в Таиланде.

В России ВИЧ обнаружил себя сравнительно поздно, в 1987 г., однако распространяется он столь же стремительно. Первоначально вирус проник в столицу и крупные портовые города (заражение происходило главным образом через половые контакты), однако затем, в отличие от других стран, ВИЧ-инфекция стала распространяться в основном в среде наркоманов – более 90% случаев заражения отмечается среди лиц, употребляющих наркотики инъекционным способом. Например, из 5000 наркозависимых, обследованных в 2001 г. в Екатеринбурге, 24,5% оказались инфицированы. Рост заболеваемости СПИДом следует за ростом наркомании, и борьба со СПИДом невозможна без борьбы с наркоманией.

Примерно 70% инфицированных составляет молодежь в возрасте 15–29 лет. Среднестатистическим носителем ВИЧ-инфекции является молодой мужчина от 20 до 29 лет со средним образованием, не работающий, употребляющий наркотики. 30% всех ВИЧ-инфицированных – женщины, 90% из них находятся в детородном возрасте. С 1987 г. от них родилось около 500 инфицированных детей. В большинстве случаев от этих детей отказываются.

В России ВИЧ-инфицированные проживают на территории всех без исключения субъектов Федерации. По данным Российского научно-методического центра по профилактике и борьбе со СПИДом под руководством академика РАН

В. В. Покровского, всего за период с 01.01.1987 г. по 01.11.2000 г. зарегистрировано более 68,5 тыс. ВИЧ-инфицированных граждан России, причем в 2000 г. было выявлено больше, чем за все предыдущие 13 лет. Это составляет 47,1 чел. на 100 тыс. населения, в то время как на 01.01.1996 г. было 0,6. Заметим, что реальное количество инфицированных, как и в случае с наркоманией, превышает официально зарегистрированное в несколько раз. По прогнозам В. В. Покровского, к 2010 г. в России от СПИДа умрет 1 млн человек.

В РФ в первом полугодии 2001 г. число ВИЧ-инфицированных увеличилось в 2,9 раза, составив 138 088 человек (табл. 3).

Таблица 3

Количество зарегистрированных ВИЧ-инфицированных в некоторых регионах России на 02.07.2001 г.

Регион	Всего ВИЧ-инфицированных	В расчете на 100 тыс. населения
Россия	138088	94,9
Московская обл.	15534	240,3
г. Москва	12651	148,2
Самарская обл.	11081	336,3
Иркутская обл.	10018	385,5
Свердловская обл.	9773	212,3
г. Санкт-Петербург	9445	202,6
Калининградская обл.	3315	349,5

Вот некоторые цифры, характеризующие ситуацию с распространением ВИЧ-инфекции в Сибири (табл. 4). Если на 1 января 2001 г. абсолютное число выявленных ВИЧ-инфицированных составляло 12833 человек, то к 1 октября их стало уже 21 508. Особенно печально выглядят пять административных территорий, где в течение 2000 г. произошел лавинообразный рост этого показателя. Это Республика Бурятия – в 48 раз, Кемеровская область – в 33 раза, Томская область – в 9 раз, Красноярский край – в 5 раз, Иркутская область – в 2 раза.

**Число ВИЧ-инфицированных по некоторым регионам Сибири
на 01.10.2001 г., человек**

Регион	Число ВИЧ-инфицированных
Иркутская обл.	10525
Кемеровская обл.	3340
Красноярский край	2745
Алтайский край	2128
Новосибирская обл.	281
Омская обл.	160
Республика Хакасия	55
Республика Тыва	17
Республика Алтай	12

На начало 2002 г. в России официально зафиксировано 180 тыс. случаев заражения СПИДом, из них 100 тыс. приходится на предыдущий год. По мнению экспертов, реальное число заболеваний превышает цифру в 1 млн инфицированных, что составляет 1% взрослого населения страны. «Каждый год мы фиксируем удвоение этого показателя. Если подобная тенденция будет продолжаться два или три года, число инфицированных СПИДом составит не 1, а 2, 4, 8% от взрослого населения страны», – говорит академик В. В. Покровский. Заметим, что в отличие от Африки потери населения в нашей стране не будут компенсированы рождаемостью, и ВИЧ-инфекция станет еще одним фактором депопуляции России.

В настоящее время опасность недооценивается как в обществе в целом, так и российским правительством в частности, ВИЧ-инфекцию в России до сих пор считают чем-то далеким и экзотическим. Но ведь все наши реформы могут потерять всякий смысл, если ситуация в стране будет развиваться по африканскому сценарию.

Если брать развитые страны мира, то можно заметить, что за период с 1970 г. по 1997 г. они смогли улучшить свои показатели ожидаемой продолжительности жизни в среднем на 6 лет (табл. 5). Наибольших успехов достигли

страны Южной и Юго-Восточной Азии, а также арабские государства, увеличившие продолжительность жизни более чем на 14 лет. Некоторые африканские страны, такие как Ботсвана, Замбия, Уганда, Зимбабве, Руанда, напротив, снизили этот показатель на 4–6 лет. Россия также потеряла более 2 лет и в 1997 г. находилась на одном уровне с Марокко, между Бразилией и Египтом, и пропустила вперед себя бывшие республики СССР, которые в прошлом намного отставали от нее по этому показателю, включая, что удивительно, даже Таджикистан, который в большей степени пострадал от распада СССР. Уровень здравоохранения в Таджикистане всегда был существенно ниже, чем в России, как и уровень жизни в целом, детская смертность в несколько раз выше и вдобавок на его территории проходили военные действия, вызвавшие волну беженцев.

Таблица 5

Ожидаемая продолжительность жизни в регионах Сибири в сравнении с некоторыми странами мира, 1970–1997 гг., лет

	1970	1997	Прирост 1970–1997
<i>Страны с высокой продолжительностью жизни</i>			
Япония	72,2	80,0	7,8
Канада	72,6	79,0	6,4
Исландия	73,7	79,0	5,3
Швейцария	72,9	78,6	5,7
Швеция	74,4	78,5	4,1
Гонконг	71,1	78,5	7,4
<i>Страны со средним уровнем продолжительности жизни</i>			
Казахстан	63,7	67,6	3,9
Узбекистан	63,5	67,5	4,0
Республика Молдова	64,6	67,5	2,9
Таджикистан	62,7	67,2	4,5
Омская область	–	67,1	–
Новосибирская область	–	67,0	–
Бразилия	58,7	66,8	8,1
Тюменская область	–	66,8	–
Российская Федерация	68,7	66,6	–2,1

	1970	1997	Прирост 1970–1997
Марокко	51,6	66,6	15,0
Алтайский край	–	66,6	–
Египет	50,9	66,3	15,4
Монголия	52,6	65,8	13,2
Томская область	–	65,6	–
Индонезия	47,6	65,1	17,5
Красноярский край	–	64,6	–
Мальдивские острова	49,9	64,5	14,6
Республика Бурятия	–	64,4	–
Гайана	59,6	64,4	4,8
Иркутская область	–	64,0	–
Пакистан	49,2	64,0	14,8
Республика Хакасия	–	63,9	–
Читинская область	–	63,8	–
Кемеровская область	–	63,4	–
Индия	49,1	62,6	13,5
Республика Алтай	–	62,6	–
Ирак	54,9	62,4	7,5
Республика Тыва	–	56,1	–
Лесото	48,4	56,0	7,6
<i>Страны с низкой продолжительностью жизни</i>			
Руанда	44,4	40,5	–3,9
Уганда	46,3	39,6	–6,7
Малави	40,2	39,3	–0,9
Сьерра-Леоне	34,4	37,2	2,8

Источники: Доклад о развитии человека за 1999 г., UNDP; «Оксфорд юниверсити пресс», 1999; Демографический ежегодник России, 2000, М.: Госкомстат РФ.

Таким образом, по состоянию на 2000 г., Россия еще далека даже от своего не очень высокого дореформенного уровня, более того, ожидаемая продолжительность жизни продолжает снижаться, что говорит о негативных глубинных процессах, идущих, несмотря на некоторые успехи в экономике. А этот показатель является важнейшим индикатором благополучия общества.

Что можно предпринять в данной ситуации?

Безусловно, важнейшей предпосылкой роста ожидаемой продолжительности жизни является повышение уровня жизни населения, стабильный рост экономики, уверенность в завтрашнем дне. Также важно развитие здравоохранения, которое потребует больших затрат. Однако многое можно сделать уже сейчас.

□ **Пропаганда здорового образа жизни, включающего сбалансированное питание, физическую активность, отказ от вредных привычек и т. д.** Здесь огромное поле деятельности для СМИ, совершенно недостаточно работающих в этой сфере в настоящее время, а часто и с отрицательным эффектом. Ситуация осложняется еще и тем, что промышленность и торговля поощряют потребление населением вредной для здоровья продукции (алкоголь, табачные изделия) с помощью рекламы и ценовой политики. При этом многие виды нездорового поведения люди воспринимают как норму, а здоровое поведение часто рассматривается как отклоняющееся. Нужно повышать престиж здоровья. В качестве примера приведем США, сумевшие значительно снизить смертность от сердечно-сосудистых заболеваний, в том числе пропагандой физкультуры и спорта, здоровым питанием, существенно потеснить могущественные табачные корпорации и т. д. Человек сам может сделать многое для своего здоровья, тем более если ему помогут общественные организации, администрации территорий, СМИ.

□ Слабая мотивация у современного человека в отношении поддержания собственного здоровья имеет две причины. Первая состоит в том, что между факторами нездоровья (курение, потребление алкоголя, гиподинамия и т. д.) и следствием (например, болезни системы кровообращения или органов дыхания) имеется достаточно продолжительный интервал времени. В таких условиях в обыденном сознании человека с трудом связываются причины и последствия в виде болезней. Вторая причина состоит в том, что человек с раннего возраста подвержен влиянию множества воздействий, которые конкурируют со здоровьем. Богатство, карьера, удовольствия – все это мощные и значимые цели для людей, часто несопряженные с собственным здоровьем. Многие расценивают богатство и удовольствия выше, чем здоровье. Особенно это проявляется в семьях, где не сложились традиции социального наследования самосохранительного поведения или таковые отсутствуют³.

³ Григорьев Ю. А. Из неопубликованной статьи «Профилактика заболеваний и укрепление здоровья как одна из предпосылок этнополитической стабильности» (2002).

□ Следует всячески способствовать **укреплению семьи**. В ней закладываются основы физического и духовного здоровья человека. Совершенно очевидно, что хорошие семейные отношения способствуют продлению жизни и, наоборот, всевозможные семейные неурядицы сокращают ее. Важное место должна занять борьба с беспризорностью, ведь то, что в мирное время у нас беспризорников больше, чем во времена разрухи после гражданской войны, является национальным позором для России. А это потенциальные преступники, которые будут жить среди нас. Также следует реформировать систему детских домов, выпускающих своих воспитанников неприспособленными к современной жизни.

□ Необходимо обратить особое внимание на **огромный разрыв в продолжительности жизни мужчин и женщин**. Именно мужчины, причем часто в трудоспособном возрасте, а не самые незащищенные, как можно было ожидать (дети, лица старшего возраста и бюджетники) в наибольшей степени определяют рост смертности. Важно выявить глубинные причины предрасположенности к алкоголизму, наркомании, асоциальному поведению, попытаться выяснить, почему одни люди подвержены этим порокам, а другие – нет, и воздействовать на эти причины. Это работа для биохимиков, психологов, социологов и т. д. Пока же у нас, в основном безуспешно, борются с последствиями. Человеку нужно испытывать чувство удовлетворения, и, если он не привык получать его от хорошо выполненной работы, творчества, приобретения новых знаний, созерцания прекрасного, помощи другим людям и т. д., он будет пытаться получать его другими, более примитивными путями.

□ Очень часто вредные привычки возникают на почве безделья, отсутствия цели в жизни, неумения занять себя. Особое внимание в связи с этим следует обратить **на детей и молодежь**. Нужно всячески поощрять занятия спортом, различными видами творчества и т. д., всемерно поддерживать энтузиастов, работающих с детьми за мизерные зарплаты, которых у нас немало. Это настоящие подвижники, золотой фонд нации.

Беспрецедентное для условий мирного времени падение ожидаемой продолжительности жизни в России в 1990–2000-х годах на фоне продолжающегося сокращения населения (в настоящее время почти на 2,5 тыс. человек ежедневно), вызванного ростом смертности и снижением уровня рождаемости, требует принятия серьезных мер на самом высоком государственном уровне, тем более что известные на сегодня прогнозы неутешительны и не позволяют надеяться на преодоление сложившихся тенденций, пока ситуация в стране радикально не изменится.

РЕКЛАМНЫЙ ЩИТ – НОВОЕ ЛИЦО РОССИИ

К. Н. ВАЛОВ,
президент группы компаний «Артбизнеслайн»,
председатель Комитета по рекламе
Новосибирской торгово-промышленной палаты,
Ю. П. ВОРОНОВ,
кандидат экономических наук,
вице-президент
Новосибирской торгово-промышленной палаты

Разнообразные щиты и плакаты наружной рекламы стали привычными во всех городах нашей страны. Это – новая и чрезвычайно интересная сфера бизнеса, причем достаточно сложная и обширная. Нам хочется рассказать о тех явлениях, которые интересны не только для рекламистов. В чем-то новые явления в бизнесе и старая система регулирования и запретов типичны для российской экономики.



Наше традиционное представление об устройстве экономики таково. Главный элемент ее – материальное производство, вспомогательный элемент – распределение в разных формах: от свободного рынка до централизованной раздачи. И уж как нечто вынужденное воспринимается стимулирование потребления.

Если исходить из такого представления, то главным субъектом экономики оказывается производитель. И вот в последнее время в нашу жизнь постепенно приходят суждения, которые противоречат этому. «Главное – не произвести, главное – продать», – слышишь зачастую не только от тех, кто торгует, но и от тех, кто занят производством.

Конечно, такие мысли приходят только в критических случаях, когда товар не находит сбыта или себестоимость его превышает приемлемую для покупателей цену продажи. Но находятся люди, которые на этих частностях строят новую экономическую теорию. Эта новая теория называется «экономикой внимания» (attention economics)¹. Согласно ей, **ключевым элементом современной экономики является не производство и даже не продажа товара, а привлечение внимания покупателя к данному конкретному товару.**

Внимание как валюта

Ранее купля-продажа товара рассматривалась, прежде всего, как проявление ценового механизма, свойственного рыночной экономике, составляющего его основу. При этом были некоторые исходные допущения относительно условий сделки. А именно: покупатель увидел товар (обратил на него внимание), осознал, что он ему нужен, и основная процедура сделки состоит в том, чтобы согласовать цену. Согласование, по теории, может идти через достижение договоренности, как это еще иногда бывает на

¹ Несомненный лидер нового научного направления – Майкл Гольдхабер, по образованию физик-теоретик, ранее работал в Вашингтонском Центре политических исследований. В настоящее время возглавляет собственную консультационную фирму – Центр технологии и демократии.

продовольственном рынке, или переход к другой торговой точке, где товар продается дешевле.

«Экономика внимания» трактует сделку купли-продажи по-иному. Сделка в новой трактовке – результат затрат, которые совершены для того, чтобы привлечь внимание потенциального покупателя к данному товару. При этом цена товара имеет вспомогательное значение, она – лишь один из способов привлечения внимания, при этом не всегда самый важный. Отказ от доходов, которые мог бы получить продавец или производитель от продажи товара по высокой цене, представляет собой только один из элементов затрат на привлечение внимания².

Привлечение внимания оказывается чем-то родственным производству. Есть затраты, есть эффект, при сопоставлении этих двух параметров можно оценить эффективность затрат. Привлечение внимания к товару не всегда приводит к росту продаж. Точно так же и увеличение производства данного товара не всегда приводит к увеличению его продаж.

Внимание потребителя неожиданно стало самым дефицитным экономическим ресурсом. Дефицитность его значительно выше, чем дефицитность продовольствия или энергоносителей, по крайней мере, в странах со стабильной экономикой. Этот ресурс растет вместе с численностью населения, с ростом совокупной покупательной способности и экономической активности населения. Но для каждого человека в отдельности ограничен объем внимания, которое он может уделить всем попыткам это внимание привлечь. Рядовой потребитель не может расходовать все свое время на то, чтобы анализировать преимущества и недостатки одного товара перед другим. Он не может взвешивать разнообразные удобства, которые может предоставить ему пользование тем или другим товаром длительного пользования,

² Авторы статьи относятся к такой постановке с осторожностью. Внимание можно трактовать как лимитирующий ресурс, но его, по-видимому, нельзя накапливать и использовать в кредитных сделках. Впрочем, нужно признать, что во многих практических ситуациях такой подход оказывается полезным. Пользуясь случаем, выражаем благодарность П. Аверкину, который обратил наше внимание на это новое направление в развитии экономической науки.

или сравнить оттенки вкуса, которые дает та или иная пищевая добавка. Ему не хватает не только времени, но и многого другого – знаний, опыта и желания тратить время на такой выбор. Внимание – ресурс с асимметричной позицией на рынке. Чтобы привлечь его, нужно затратить какие-то средства. Но чтобы обратить внимание, от потенциального потребителя практически не требуется финансовых затрат.

Разнообразны мотивы, по которым человек обращает внимание на тот или иной объект. В равной мере самыми разными путями можно и привлечь его внимание. Ранее затраты на привлечение внимания покупателя или продавца относились к так называемым транзакционным издержкам, то есть издержкам подготовительным, которые вынужденно необходимы для того, чтобы состоялась торговая или иная сделка. В «экономике внимания» процедура привлечения внимания считается главной, а сама сделка, равно как и производство товара, – вспомогательными операциями, транзакциями.

Расчеты в «экономике внимания» начинаются с оценки потенциала внимания в стране, на данной территории, в данном городе. Этот потенциал зависит не только от платежеспособного спроса, но и от уровня образования, от привычек и традиций существования в бездефицитной экономике. К этому нужно добавить дифференциацию доходов. Люди, имеющие большие доходы, не обладают беспредельным потенциалом внимания. Например, новосибирский рынок в последнее время чрезмерно ориентирован на богатых: «бутики», салоны дорогой мебели, рестораны, телевизионная передача «Дорогое удовольствие». Такая ориентация неэффективна не столько потому, что в городе мало богатых, а потому, что у этого небольшого числа богатых очень ограничен потенциал внимания. Продавцы дорогих удовольствий конкурируют не столько за деньги богатой прослойки населения, сколько за их внимание. Это касается всех видов рекламы, но наружной рекламы – в особенности.

В настоящее время агрессивная реклама не только привлекает внимание, но и старается убедить покупателя приобрести конкретный товар. Однако второе без первого не-

возможно. Все большее число рекламных сообщений ставят перед собой только одну цель, а именно – **привлечение внимания. Иными словами, привлечение внимания – это рекламная индустрия будущего, не ставящая перед собой иных задач, например, убеждения.**

В особенности важны исследования по «экономике внимания» для стран, оказавшихся в неимоверном для обычных представлений товарном изобилии. Наш потребитель вырос в экономике дефицита, когда пиво – только «Жигулевское», печенье – только типа «Привет», а спортивные куртки – только фабрики «Динамо». Он не может вести себя рационально в резко изменившейся структуре потребления. Он податлив и на МММ, и на «Орбит» без сахара. Привлечение его внимания к одному из сотен тысяч товаров, которые ему предлагаются, с еще более полным основанием можно рассматривать как самостоятельную сферу экономической деятельности. Более высокая эффективность этой деятельности способна повлиять на формирование внутреннего рынка в не меньшей мере, чем рост объемов производства. Толчком к появлению экономики внимания были исследования процессов, происходящих в Интернете³. Но с первых исследований прошло много времени, и подход распространился далеко за пределы Интернета. Обобщения касаются многих сфер экономической деятельности, которые сложились существенно раньше. Значительно раньше, чем «экономика внимания», появились, например, наружная реклама и вывески магазинов.

По-новому в связи с этим ставится и **задача оптимального распределения ресурсов.** Предположим, некоторый субъект рынка расходует свои средства не на производство товаров и не на их продажу, а попросту на привлечение внимания к себе, своей торговой марке. Если ты вкладываешь больше средств в привлечение внимания покупателей, чем другие, то вследствие ограниченности ресурса, который называется «внимание», его достается меньше тем, кто затратил на это меньше средств.

³ См.: Mandel Th., Van der Leun G. Rules of the Net, Springer, 1996, Rheingold H. Virtual Community (online book).

Таким образом, складывается подход к наружной рекламе как к самостоятельной производственной отрасли. Продукцией этой отрасли является привлечение внимания потенциальных покупателей к определенным товарам и услугам. В принципе, емкость рынка наружной рекламы должна оцениваться по тому объему внимания, которое она привлекает, а объем операций (выпуск продукции) отдельного участника рынка наружной рекламы следует оценивать по доле того внимания, которое она привлекла на свои щиты и другие рекламоносители. Но «экономика внимания» пока не дошла до практических приложений в анализе рынка наружной рекламы. Поэтому в дальнейшем мы не будем касаться вопросов эффективности и вынуждены использовать широко принятые затратные показатели этого сегмента экономической деятельности.

Способы привлечения внимания

Каждый второй рубль на рекламу сегодня тратится в Москве, а каждый второй доллар – в США. Мировой рынок рекламы (не только наружной) уже несколько лет находится в стагнации. Потому даже скромный прогноз роста его в 2003 г. на 1%, сделанный исследовательской фирмой «Zenith Optimedia Group», вселил определенный оптимизм. Фирма эта известна не только своими исследованиями рекламного рынка, но и тем, что возглавляет ее Адам Смит, полный тезка экономиста-классика. Он отмечает быстрый рост новых рынков, к которым и относят Россию. По мнению современного Адама Смита, в 2003 г. мировая экономика будет выходить из депрессии, и главным направлением привлечения внимания станет раскрутка товарных марок (брендов). Достаточно скептически Адам Смит относится к формам российской рекламы. Он называет распространенную в России текстовую рекламу «могилой», поскольку «ее никто не читает».

Критический момент современной наружной рекламы в России – способы привлечения внимания. И здесь есть определенный прогресс. Существует, например, программа размещения рекламных установок со встроенными часами,

которая реализуется в центре Санкт-Петербурга. Дело в том, что большая часть уличных часов в Санкт-Петербурге отработала свой срок. Их нужно заменять, а у муниципальных властей денег на это не предусмотрено. В связи с этим в Санкт-Петербурге разрешено устанавливать рекламу с вмонтированными в нее часами.

В некоторых российских городах для привлечения внимания к рекламе активно используются указатели. Они могут быть чисто рекламными, однако используется и более тонкий прием: указатель может быть нейтральным и указывать, например, путь на вокзал, но рядом с ним будет установлен рекламный плакат. Взгляд так или иначе «зацепит» не только указатель, но и рекламу. Прием этот рассчитан на тех, кто не знаком с маршрутом передвижения по городу. Заинтересованы в таких сочетаниях рекламы и указателей, прежде всего, структуры ГИБДД, которые от такого хода получают определенные выгоды, например, через оптимизацию транспортных потоков.

Множество начинаний в части привлечения внимания вызывают неоднозначное отношение. В Москве появились щиты, на которых рекламировался шампунь Pantene на украинском языке. В российском представительстве «Procter & Gamble» полагали, что «этот новогодний виток дружбы между народами органично вписывается в контекст 2002 – Года Украины в России – и наступившего Года России на Украине. Данная реклама способствует росту популярности Pantene и поднимает настроение. Однако большинство специалистов оценили этот ход как неудачный. В равной мере неоднозначным следует признать решение рекламировать автомобиль «Ягуар» для... геев.

А вот реклама с участием двух членов британского правительства оказалась настолько эффективной, что это удивило даже самих производителей. Использование же в рекламе полуобнаженной королевы вообще было предпринято уже на грани флага, и рекламному агентству пришлось идти на попятную.

Но встречается и более простой в техническом отношении ход. Известны лайт-боксы, то есть те же щиты сити-

формата с внутренней подсветкой, на которых рекламируется «Вискас» или другая кошачья еда. Эти щиты не только показывают, они еще и мяукают.

Здесь есть довольно радикальные технические решения. Всем хорошо знакомы расположенные обычно на тротуарах и рассчитанные на пешеходов небольшие вертикально стоящие стандартные щиты сити-формата. Обсуждается идея постепенного замещения их трехмерными голограммами, такими, что пешеход будет проходить их насквозь, прямо через изображение, которое будет цветным, полупрозрачным (чтобы оставлять видимым путь), да еще и движущимся. Иными словами, участники рынка наружной рекламы в своей борьбе за внимание потенциального покупателя изобретают все новые способы привлечь это внимание. Делается это в поиске, потому иногда получается удачно, иногда – нет.

Бей своих, чтобы чужие боялись

Сам рынок наружной рекламы устроен довольно сложно: помимо рекламодателя и рекламного агентства на нем присутствуют изготовитель рекламных плакатов и владелец рекламных конструкций. Нужно еще учитывать, что для большинства крупных городов России все рекламные агентства, действующие на местном рынке наружной рекламы, делятся на две неравновесные (в финансовом отношении) части: центральные и региональные. Есть еще один участник этого рынка, а именно, муниципальный орган, отвечающий за наружную рекламу.

Рынок наружной рекламы во всем мире регулируется. Но, как и во многом другом, именно в регулировании проявляется российская специфика. Если главные участники рынка наружной рекламы борются за внимание пешеходов и пассажиров, то регулируется этот рынок по старинке, как типовой сектор сферы услуг – через затраты и налоговые поступления.

Рынок наружной рекламы отличается от прочей тем, что уровень регулирования здесь не может быть федеральным. На общенациональном уровне устанавливаются лишь самые

общие ограничения. Наружная реклама регулируется на уровне городов, причем фактически, как следует из статистики, только крупных (примерно 50–55) городов. Прочая часть России пока еще лишена радости лицезреть в полной мере рекламные щиты.

Регулирование рынка со стороны муниципальных структур идет не через рекламодателя, а через владельца рекламных конструкций, который обычно отделен от рекламодателя двумя промежуточными инстанциями: центральным и местным региональными агентствами. За содержание рекламы отвечает не рекламодатель, а владелец рекламных конструкций.

Муниципальный орган, предоставляющий право установить рекламную конструкцию (щит или растяжку), изначально контролирует не рекламу как таковую, а только место выставления рекламного щита. Поэтому, если по мнению контролирующего органа что-то неладно с содержанием рекламы, то прямое воздействие на рекламодателя для него невозможно. Регулирующий орган, давший разрешение на установку щита, не оговаривает, что за реклама будет на этом щите размещаться. Поэтому владелец рекламных конструкций должен предугадывать возможные санкции, самостоятельно прогнозировать, что данная конкретная реклама окажется неприемлемой для местной власти. Кроме того, в разных городах с разной активностью на рынок наружной рекламы воздействуют антимонопольные ведомства.

Вынужденно, из-за отсутствия нормальной системы нормативных актов, регулирование рынка наружной рекламы приобретает «мягкие» формы. Так, в Новосибирске сотрудники мэрии не рекомендуют устанавливать некоторые виды рекламных плакатов в рабочих районах (например, в Ленинском). Девушка в купальнике, которая лежит на боку спиной к возможному наблюдателю (реклама ортопедических матрасов), только там вызывает возмущение и гневные заявления граждан. И тут рекламное агентство обычно находит взаимопонимание с регулирующим органом. Хотя прямых указаний оно не получало. Думается, что такого рода необязательные рекомендации вполне могут служить образцом для подражания.

«Мягкие» рекомендательные формы регулирования приемы еще и потому, что состав участников рынка наружной рекламы достаточно стабилен. По объективным причинам вход на этот рынок новой фирмы весьма затруднен. Компании, которые пришли на это рынок раньше и уже располагают большим количеством рекламных щитов, заняли наиболее заметные места в городе и сформировали естественную монополию. Переход установленного рекламного щита от одной компании к другой – событие практически невозможное, поскольку нет механизма оперативного изъятия его из собственности той компании, которая его установила. Продажи бывают, но редко. Они связаны с изменением финансового положения или профиля компании-владельца. Эта продажа контролируется регулирующим органом, без его согласия сделки купли-продажи не будет.

Кроме того, фирма, владеющая рекламными конструкциями, обычно не ограничивается своей узкой сферой бизнеса. Она принимает к себе в штаты дизайнеров, начинает выполнять функции изготовителя рекламных плакатов и рекламного агентства и через такую вертикальную интеграцию дополнительно закрепляется на рынке наружной рекламы. Выдавить такую фирму с рынка способна только такая же фирма, которая уже прошла этап вертикальной интеграции.

Таким образом, современный рынок наружной рекламы в России сам себя ведет к естественной олигополии, то есть к преобладанию на рынке ограниченного числа участников. При этом регулирование принципиально не связано с эффективностью ведения бизнеса в сфере наружной рекламы.

Главначпусы XXI века

В пьесе Владимира Маяковского «Баня» у главного героя Победоносикова примечательная должность: главный начальник по управлению согласованием, сокращенно – главначпусп. Разнообразные согласования на современном рынке наружной рекламы настолько сложны, что вполне реально появление таких должностей не на сцене, а в жизни.

Попытки усилить регулирование рынка наружной рекламы, а по мере возможности взять его под полный контроль городских властей предпринимаются постоянно. Кое-где это удается, например в Нижнем Новгороде, где муниципальное предприятие является фактически монопольным владельцем всех рекламных конструкций.

Но в большинстве городов воздействие регулирующих органов на рекламные компании приобретает весьма причудливые формы. Так, в последний день 2002 г. правительство Москвы приняло постановление № 1072. Этим постановлением Управление наружной рекламы было реорганизовано в Комитет по делам наружной рекламы. В переименовании органа регулирования не было бы ничего особенного, если бы не значительное расширение его полномочий. Новая структура будет контролировать всю рекламу на территории города, в том числе в метрополитене и на наземном городском транспорте⁴.

Человек, не знакомый с российскими реалиями, может предположить, что аппарат ограничится расширением полномочий управления-комитета. Все заявки на получение новых рекламных мест будут проходить согласование в Комиссии по согласованию рекламных мест в Москве. А предварительно операторы должны будут подавать заявки в упомянутый Комитет по наружной рекламе. Комиссия создана при аппарате первого заместителя мэра в правительстве Москвы. Комиссия – межведомственная структура, которая заседает в обычном режиме один раз в месяц. В состав Комиссии, помимо чиновников из правительства Москвы и аппарата мэра, входят представители ГИБДД и Московской торгово-промышленной палаты.

Это еще не все. Кроме Комиссии по согласованию мест будут работать еще Комиссия по демонтажу рекламных конструкций и Комиссия по перетяжкам (перетяжками называются рекламные полотнища, протянутые над проезжей частью дороги или над улицей).

⁴ Нужно отметить, что в составе правительства Москвы уже есть Комитет по рекламе, информации и оформлению города.

Но и это не все. Создан еще Общественный совет по наружной рекламе. Его задачи – решение спорных вопросов, возникающих на этом рынке, обсуждение принципиально новых проектов в области наружной рекламы и рекомендации по этому поводу и координирование проектов социальной рекламы. Председатель Общественного совета в настоящее время – Владимир Кисмерешкин, вице-президент Московской торгово-промышленной палаты, который представляет и в Комиссии по согласованию рекламных мест.

Предполагается, что комиссия должна руководствоваться Концепцией оформления города. Следовательно, должен работать еще один орган, который разрабатывает и корректирует концепцию. На чем будет основываться такая концепция – не очень понятно, поскольку действующими нормативными актами не предусматривается даже достигнутая насыщенность города наружной рекламой. Так, в подавляющем большинстве российских городов при установке конструкций наружной рекламы явно не соблюдаются так называемые дорожные нормы ОДН 218.015-01. Если следовать этим нормам, то 80% наружной рекламы в российских городах следует убрать. Поэтому органы ГИБДД очень часто не визируют установку щитов и других конструкций. В дорожных нормах, например, определено, что расстояние от щита до светофора должно быть не менее 120 м. Регламентируемые дорожными нормами расстояния до перекрестков, светофоров, дорожных знаков и остановок общественного транспорта невозможно выдержать даже в самых крупных городах. Соблюдение дорожных норм привело бы к резкой деформации облика городов.

Двойственность ситуации в том, что нормы никто не отменял, согласований нет, а щиты устанавливаются. Таким образом, всегда можно найти причину для наказания лиц, установивших щиты наружной рекламы вполне законно. Впрочем, и сами эти дорожные нормы находятся в противоречии с другими федеральными нормативными актами.

Многие контрольно-регулирующие мероприятия носят характер типичных бюрократических кампаний. Так, в Омске

уже в январе текущего года было принято постановление об удалении щитов 6х3 м из центра города. По мнению городского Департамента недвижимости, в центре города переизбыток рекламных носителей. Впрочем, ни одна рекламная конструкция не была установлена самозахватом, потому «переизбыток» организован самими городскими чиновниками. К июню 2003 г. из центра Омска будут вынесены все рекламные щиты размером 6х3 м. Эти щиты будут перенесены в другие места «на оживленных магистралях, но не в центре». Кто будет оплачивать этот перенос щитов? Естественно, само собой подразумевается, что те, кто уже установил рекламные конструкции. Авось от них не убудет.

Еще одна причина выноса наружной рекламы из центра Омска примерно такого же плана: нет проработанной схемы размещения рекламных мест, утвержденной местным самоуправлением. По новой концепции размещения рекламных носителей будут определены места на карте города и тип рекламных носителей, которые могут там устанавливаться. При этом опять же само собой разумеется, что никто не компенсирует потери предпринимателям, уже вложившим средства в рекламные конструкции и заключившим с рекламодателями и рекламными агентствами долговременные договоры на размещение рекламы именно в тех местах, откуда теперь реклама изгоняется.

И уже нечто совершенно фантастическое в регулировании рынка наружной рекламы состоит в том, что установление рекламных носителей увязывается не с общей концепцией оформления города, а с объемами поступлений в местный бюджет. По достижении планового уровня денежных поступлений от аренды рекламных мест (а план на 2003 г. по Омску установлен в размере 26 млн руб.) число этих мест увеличиваться не будет⁵.

Чему нас учит омский опыт регулирования рынка наружной рекламы? Прежде всего тому, что виноваты в отсутствии «концепции размещения рекламы в городе» оказываются не те, кто ее не разрабатывал, хотя и был обязан это

⁵ Источник: Regions.ru

делать. Оказались виноватыми и дополнительные издержки должны нести те, кто просто попал под руку.

Современный государственный аппарат привык развлекать себя проверками. В 2002 г. проверками по наружной рекламе отличились городские власти Челябинска, которые выявили 290 фактов нарушения законодательства и возбудили 49 судебных дел. Они полагают основными причинами нарушения рекламного законодательства не что иное, как «погоню за сиюминутной прибылью».

Регулирование наружной рекламы руководствуется и другими весьма абстрактными принципами. Например, такого типа: «Часто потребителя вводят в заблуждение относительно свойств того или иного товара»⁶. Наиболее часто встречающиеся нарушения – это недостоверные сведения о товаре или производителе. Какие же это недостоверные сведения? Оказывается, в описании часто используются прилагательные в превосходной степени: «самый лучший», «быстрый», «качественный», «дешевый». Интересно то, что местные власти пытаются творить собственные нормы с нуля, исходя из здравого смысла, а не опираясь на действующие юридические нормы.

Вернемся к обсуждавшемуся выше случаю с московской рекламой на украинском языке. Закон «О рекламе» и распоряжения мэрии Москвы строго регламентируют использование иностранного языка в наружной рекламе. И нужно следовать установленному регламенту, хотя большинство населения России вряд ли относится к украинскому языку как к иностранному.

Пока законодатели в Москве обсуждают вопросы ограничений на наружную рекламу, в каждом городе вводятся свои порядки. Нет, например, вообще рекламы пива и табака на рекламных щитах в таких городах, как Новокуйбышевск и Сызрань. Запретили, даже не приняв какие-либо местные нормы, попросту в рабочем порядке. Правильно ли это? Допустимо ли, чтобы в каждом городе существовали свои правила, регулирующие наружную рекламу? По на-

⁶ См., например, подборку таких критериев на сайте Uralpress.ru

шим представлениям, ничего страшного в этом нет, если местные нормы не будут разрабатываться «с нуля».

Опасность представляет сам подход к сочетанию федеральных и местных нормативных положений. Федеральные власти принимают нормативные акты исходя из того, что те будут в точности исполняться. Это вступает в противоречие с реалиями жизни в конкретном городе. Уфа и Казань с высокой долей мусульманского населения будут предъявлять более высокие требования к содержанию наружной рекламы, чем Сочи или Анапа. Санкт-Петербург со своими историческими памятниками будет в большей степени заботиться о своем внешнем облике, чем Новосибирск, а правила установки наружной рекламы в Салехарде должны существенно отличаться от таких же правил в Ростове-на-Дону. Вместе с тем Новосибирск как относительно молодой город должен быть заинтересован в наружной рекламе из-за того, что это – относительно простое средство украшения города, на которое не нужно тратить средства городского бюджета. Наружная реклама, помимо функции украшения, отвлечения внимания от невыразительной типовой застройки, служит еще индикатором деловой активности в городе.

Федеральные нормы должны, на наш взгляд, задавать лишь общие ограничения на местное регулирование рынка наружной рекламы. Более конкретные нормы должны появляться на местах. И если в Белгороде или Краснодаре (а то и в городах Дальнего Востока с высокой долей украинского населения) сочтут, что украинский язык не относится к иностранным, ничего плохого в этом не будет.

Регулирование регулятора

Система регулирования в российской столице в какой-то мере является образцом для подражания в работе муниципальных образований.

В ряде случаев участники рынка наружной рекламы оказываются не столь уж беззащитными. И промахи регулирующих организаций попадают в сферу внимания регулирую-

щих органов второго порядка. Остановимся на двух относительно свежих примерах из жизни московской наружной рекламы. Напомним, что это – половина российского рынка.

Одним из важных событий прошлого года было так называемое «транспортное дело». В начале сентября 2002 г. московское правительство издало постановление «Об управлении рекламным процессом на транспорте Москвы». Согласно этому документу ГУП «Управление рекламы на транспорте» передавались права на продажу рекламы на бортах общественного транспорта. Ранее продажей рекламы на транспорте занимались четыре частные компании – «Рикарт-31», «Транском», «Фарбис» и «Новая компания Аутдор»⁷. Пострадавшие фирмы обратились в антимонопольное управление, они представили договоры, доказывающие, что больше половины дохода от размещения рекламы на транспорте достается городским автобусным и троллейбусным паркам. Кроме того, Российская ассоциация рекламных агентств (РАРА) направила мэру письмо с требованием отменить принятое постановление.

В итоге территориальное управление МАП по Москве признало незаконным постановление мэрии о передаче ГУП «Реклама и информация» прав на продажу рекламы на бортах троллейбусов, автобусов и трамваев. Попытка чиновников поставить под контроль рынок объемом 5–7 млн дол. в год потерпела поражение.

Второй эпизод из жизни московской наружной рекламы объясняет причину появления отдельной комиссии по демонтажу рекламных конструкций. В Москве установлено около четырех тысяч указателей. Большая часть их установлена за счет рекламных агентств, которые размещают совместно с указателем и рекламу. После комплексной проверки щитов наружной рекламы в Москве в декабре прошлого года сразу несколькими структурами столичной власти был подписан протокол о демонтаже указателей, установленных с нарушениями. Было предписано в трехме-

⁷ По данным маркетингового агентства «Эспар аналитик», рекламодатели Москвы тратят на рекламу на бортах наземного транспорта около 6 млн дол. в год. Так что борьба ведется за солидный куш.

сячный срок демонтировать около полутора тысяч указателей, из которых более 600 приводят к дезориентации водителей и созданию аварийных ситуаций, а около 900 затрудняют восприятие водителями информации, необходимой для ориентирования.

Субъективность этих критериев очевидна. Для объективной оценки дезориентации или «затруднения восприятия» необходимо было бы провести специальные и дорогостоящие исследования на каждом из объектов. Рекламу на указателях в Москве, согласно распоряжению 287-РП от 2 апреля 1999 г. «О внедрении новых видов информационно-указательных знаков и уличных указателей», к тому моменту размещали две частные фирмы – «Стройинвест-проект М» и «Аттик». Не дожидаясь конца установленного срока, Управление по делам наружной рекламы, то самое, которое было потом преобразовано в Комитет, само демонтировало 35 указателей. Фирма «Аттик» подала заявление в арбитражный суд о незаконности действий Управления и выиграла дело.

В конце декабря 2002 г. Московским арбитражным судом действия Управления по делам наружной рекламы (теперь – Комитет) и подведомственного ему ГУПа «Горинфор» были признаны незаконными. Но, как следует из описанного выше процесса генерирования комиссий, комитетов и советов, московские чиновники от усиления своих позиций на рынке наружной рекламы не отказались. Таким образом, указатели с рекламой оказались замеченными уже после того, как они были установлены. Причем установленны с соблюдением всех правил и с получением всех необходимых разрешений.

Немного обобщений

Рынок наружной рекламы показывает будущее всех прочих рынков – товарного, фондового, недвижимости, кредитного и прочих. Он по воле обстоятельств оказался впереди по многим пунктам. Рынок наружной рекламы показывает, что на любом рынке сосуществуют участ-

ники с разными функциями. Ни один из рынков не избегнет вмешательства со стороны власти. Вмешательство это будет сопровождаться ростом неразберихи.

Переход регулирующих функций власти к гражданским организациям неизбежен, но длителен. Так, уже сейчас было бы целесообразно передать регулирование рынка наружной рекламы в совместное ведение местных органов власти и объединений предпринимателей, например, торгово-промышленных палат. Пример подают и Москва, и Новосибирск. Мэрия Москвы тесно сотрудничает со столичной торгово-промышленной палатой. В Новосибирске представитель НТПП постоянно участвует в заседаниях Комиссии по наружной рекламе. Но в большинстве российских городов даже этого нет. На наш взгляд, органы власти смогли бы эти функции передать, но к этому пока не готовы предприниматели.

Рынок наружной рекламы показывает, что если участники рынка, даже несмотря на отсутствие четких критериев, ориентированы на эффект (в данном случае – на привлечение внимания), то система регулирования рынка будет построена по затратному принципу. Противоречие обычно рассматривают как выбор между налогами на добавленную стоимость и на прибыль. А рынок наружной рекламы показывает, что постановка данной проблемы может быть расширена. Если регулирование рынка идет через затраты (в данном случае – через количество установленных рекламных конструкций), сами участники рынка еще длительное время будут далеки от ориентации на эффективность собственной деятельности. Они занимают рыночную нишу, вкладывая средства в новые рекламные конструкции, и не предвидят возможного сокращения темпов роста. Между тем на Западе рост рекламного рынка даже на 1% вызывает восторг. Это – не 30–40% ежегодного прироста рынка в нашей стране.

КОНДИТЕРСКАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ:

*обзор
рынка*

и

*состояние
отрасли*

Е. В. КИПЧАРСКАЯ,
аспирант кафедры «Информационные системы»,
Ульяновский государственный технический университет

Обзор рынка

Кондитерская отрасль российской промышленности на сегодняшний день динамично развивается; неугасающий интерес западных компаний говорит об огромном потенциале российского рынка кондитерских изделий. Обширные инвестиции западных компаний, в свою очередь, стимулируют дальнейшее развитие, расширение и модернизацию производства отечественных кондитерских изделий. Широкая рекламная кампания, направленная на изменение потребительских традиций российского покупателя в пользу увеличения потребления шоколада и шоколадной продукции, расширяет возможности рынка и повышает инвестиционную привлекательность кондитерской промышленности. Несмотря на жесткую конкуренцию со стороны зарубежных производителей, позиции отечественных предприятий за последние годы заметно улучшились; наряду с ростом производства растут и качество, и разнообразие, и популярность отечественной продукции.

© ЭКО 2003 г.



Первые кондитерские изделия в Российском государстве выпускали пряничные производства в конце XIV – начале XV вв. Сегодня отрасль включает более тысячи предприятий и цехов общей мощностью 3582,6 тыс. т кондитерских изделий¹ в год, вырабатывающих более 5000 наименований сладкой продукции.

Ежегодно россияне потребляют около 770 тыс. т мучных кондитерских изделий, 500 тыс. т карамели и 325 тыс. т шоколада. Потребление кондитерских изделий жителями западных стран в целом сокращается, так как в последние годы там особенно сильны тенденции к переходу на здоровое питание с увеличением в рационе белковых продуктов взамен углеводосодержащих. В России, наоборот, последние 2 года потребление кондитерской продукции растет. Правда, до среднеевропейского уровня (около 20 кг на человека в год) еще далеко. Основная причина, тормозящая рост потребления, – чувствительность спроса к цене. Специалисты определяют следующую закономерность: рост доходов населения на 1% приводит к увеличению спроса на сладкое на 0,5–0,6%, и наоборот.

Рынок кондитерских изделий России имеет ряд особенностей. С одной стороны, в стране глубоко традиции потребления, например, семейные чаепития и большие праздничные застолья, что определяет интерес в основном к развесным сладостям, подарочным наборам конфет и тортам. С другой стороны, активная реклама приводит к значительным изменениям вкусов молодого населения. Стиль «еда на ходу» акцентирует внимание на мелко расфасованной и упакованной продукции, что, в первую очередь, направлено на рост потребления шоколада и шоколадной продукции.

¹ Кондитерские изделия – это высококалорийный продукт, калорийность которого на 60% создается содержанием сахара. Наличие сахара делает их легко усвояемым продуктом, способным к восстановлению сил уставшего организма, к укреплению нервной системы человека. Сахар используется в организме как источник энергии и как материал для образования гликогена, жира, мукоидов и других необходимых белковоуглеводных соединений. В пищевом рационе кондитерским изделиям отведено подчиненное место, но уровень потребления должен составлять до 10% суточной калорийности, то есть около 75 г в сутки или примерно 27,4 кг в год.

В I квартале 2002 г. консалтинговое агентство «Market Advice» осуществило начальный этап проекта инициированного Международной организацией какао, Ассоциацией кондитеров и НИИ кондитерской промышленности. Цель его заключалась в определении объемов потребления и распределения какао и шоколадной продукции в РФ; изучении возможностей расширения и продвижения потребления какао и шоколадной продукции на российском рынке в будущем, а также и целесообразности проведения широкомасштабной рекламной акции по продвижению шоколада как продукта в России. Опрошено 1500 жителей европейской части России старше 16 лет. В исследовании приняло участие как городское, так и сельское население, выборка осуществлялась пропорционально числу проживающих в каждом регионе.

По данным исследования, **потребители могут выделить только 6% своего бюджета на покупку шоколада и шоколадных изделий**, так как большая часть из них относится к дорогим продуктам питания.

Практически половина опрошенных готова потратить в месяц на шоколадную продукцию сумму от 100 до 300 руб. (участники опроса с совокупным семейным доходом от 3 до 15 тыс. руб.), чуть менее трети выделит на какаосодержащие изделия и того меньше – до 100 руб. (люди с совокупным семейным доходом, не превышающим 3 тыс. руб. в месяц), причем в селе это готово сделать практически 40% опрошенных, а в городе – 30%. Только наиболее обеспеченные сладкоежки с доходом свыше 15 тыс. руб. выложат за шоколадные изделия до 500 руб. в месяц, это практически каждый десятый респондент.

Фасованная продукция по-прежнему не очень популярна. Менее всего потребители склонны покупать фасованные карамель и мармелад; больше всего – фасованный зефир. У российских потребителей культура потребления продуктов фабричной фасовки только формируется, и время таких продуктов еще не пришло, по крайней мере, для общесемейного потребления. Предпочтения потребителей при покупке весовых кондитерских изделий представлены в табл. 1.

Некоторые данные о потреблении шоколада и шоколадной продукции приведены в табл. 2.

Таблица 1

**Предпочтения при покупке
весовых кондитерских изделий, %**

Вид кондитерских изделий	Доля ответов респондентов о предпочтениях при покупке	
	фасованные в фирменные упаковки	вразвес
Шоколадные конфеты	20	69
Карамель	14	71
Ирис	21	52
Печенье	20	75
Вафли	20	64
Мармелад	16	58
Зефир	29	48

Таблица 2

**Предпочтения в выборе какао-содержащей продукции
(респонденты могли дать несколько ответов),
% к числу опрошенных**

Категория	Продукция	Доля респондентов, %
Конфеты	Шоколадные (ассорти)	55
	Глазированные и неглазированные изделия (драже, зефир, мармелад, ирис, карамель и пр.)	36
	Глазированные шоколадной глазурью	19
Мучные кондитерские изделия	Торты и пирожные	46
	Печенье	31
	Вафли	28
	Пряники	28
	Рулеты	24
	Кексы	20
Пасты	Шоколадно-ореховые пасты	17
	Шоколадные пасты	18
Какао-напитки	Какао-порошок растворимый	17
	Готовые какао-напитки (типа Кола-Као)	15

Категория	Продукция	Доля респондентов, %
Другая какаосодержа- щая продукция	Глазированные творожные сырки	28
	Сгущенное молоко с какао	23
	Мороженое с какао	17
	Шоколадное масло	17
	Йогурты с добавлением тертого шоколада	11
	Молочные десерты (пудинги, муссы)	10
	Творожные массы с добавлением какао	9
	Шоколадные молочные коктейли	9
	Готовые завтраки с шоколадом	4

Наиболее популярный тип шоколада (указан каждым вторым респондентом) – шоколад с орехами и молочный. В трети ответов отмечены пористый и горький. У белого шоколада и шоколада с начинками поклонников не очень много. Белый шоколад предпочитают молодые респонденты и люди с высоким доходом; шоколад с начинками выбрали в основном опрошенные в возрасте от 35 до 45 лет. В ближайшее время вероятно увеличение объемов производства диабетического шоколада, так как этот тип выбрали как молодежь, так и люди преклонного возраста, а в предложении данной продукции ощущается дефицит.

Наиболее предпочтительной формой шоколадного изделия является плитка – ее указали 80% респондентов. За батончик в основном молодежь и представители возрастной группы от 35 до 45 лет. Что касается фигурного шоколада, то он в особой чести у людей в возрасте от 35 до 55 лет; связано это, вероятно, с тем, что его покупают для детей и внуков. Фигурный шоколад и батончик больше покупают люди с совокупным семейным доходом от 5 до 10 тыс. руб. в месяц.

О популярности производителей шоколадной продукции говорят результаты опроса, проведенного консалтинговым агентством «Market Advice» (табл. 3).

Доля респондентов, отдающих предпочтение продукции кондитерских компаний, %

Производитель	Доля предпочитающих продукцию этой компании респондентов
1. «Нестле», Россия	22,22
2. «Бабаевский»	16,35
3. «Красный Октябрь»	13,43
4. «Рот Фронт»	12,15
5. «Штольверк»	6,59
6. «СладКо»	5,52
7. КФ им. Крупской	4,46
8. «Коркунов»	2,35
9. «Кэдбери»	2,10
10. «Марс»	1,76
11. «Большевик»	1,26
12. «Сормовская КФ»	1,19

Самый популярный производитель шоколадной продукции в России – компания «Нестле»/кондитерская фабрика (КФ) «Россия»; позиции ее сильны во всех регионах, кроме Центрального и Северо-Западного. Что касается местных производителей, то 1-е место в Северо-Западном регионе заняла КФ им. Крупской, в Поволжье – КФ «Россия». Интересно, что компании с западным капиталом («Марс», «Кэдбери»), активно рекламирующие свою продукцию на центральных каналах ТВ, оказались в рейтинге предпочтений на последних местах.

Самые популярные бренды:

- «Нестле»/КФ «Россия» – шоколад «Молочный», «Воздушный», «Сударушка»;
- Концерн «Бабаевский» – шоколад «Вдохновение», «Бабаевский с миндалем»;
- «Штольверк» – шоколад «Альпен голд»;
- «Кэдбери» – батончики «Виспа», «Пикник»;
- «Марс» – батончики «Марс», «Баунти», «Сникерс»;
- Сормовская КФ – шоколадные конфеты «Ромашка», «Белочка».

Респонденты с трудом вспоминали торговые марки производителей, поэтому большинство из них не смогли назвать брэнды. Самые популярные производители, занявшие в перечне первые 4 места, суммарно указаны в 65% ответов, то есть почти в каждом втором случае была названа одна из первой четверки перечисленных компаний.

По данным другого исследования², в 2003 г. годовое потребление шоколада на душу населения в России вырастет на 40% и составит 3,1 кг. Сейчас этот показатель составляет 2,2 кг на душу населения. Наибольшим спросом, по результатам исследования, в России пользуются развесные конфеты. На их долю приходится примерно 45% всего шоколадного рынка страны. Конфеты с помадной начинкой предпочитают люди зрелого возраста, начинку из вафель и печенья ценит преимущественно молодежь. При этом подростки 12–17 лет (21,7% всех потребителей этого вида продукции) едят конфеты в два раза чаще, чем те, кому за 40 (11,5%). Практически не едят шоколадные конфеты (0,6%) люди после 65 лет.

На долю плиточного шоколада приходится 30% рынка. При этом высок спрос на плиточный шоколад с добавками (44%), а простые шоколадные плитки уступают свое традиционное первенство (37%); 53% потребляемого шоколада составляет молочный. Белый шоколад предпочитает молодежь, люди зрелого возраста составляют лишь 10% среди его потребителей. Наиболее перспективным на рынке, по мнению исследователей, является пористый шоколад, который предпочитают 18% потребителей.

Несмотря на значительный рост потребления шоколада, традиционными для российского рынка кондитерских изделий остаются мучные. Печенье, вафли, кексы, рулеты и т. д. занимают первое место по продажам. Производство различных видов **мучной кондитерской продукции** в 2000 г. выросло на 20% по сравнению с 1998 г. и составило

² Исследование проводилось на всей территории России, включая Сибирь и Дальний Восток. Было опрошено более 3,7 тыс. городских жителей в возрасте от 16 до 64 лет, а также 1000 подростков возраста 7–15 лет. Данные предоставлены пресс-службой российского офиса компании «Нестле».

в расчете на душу населения 6,2 кг. Быстрее всего растет рынок дорогого печенья, его объем за год увеличился на 81%. Также рост (49%) наблюдается на рынке печенья без определенного брэнда, которое продается вразвес.

В 2001 и 2002 гг. выпуск мучных изделий продолжал увеличиваться, хотя и меньшими темпами – 7–9% в год. При этом доля импорта в общем объеме продаж мучной группы за последние 2–3 года не превысила 1–2%. Соотношение импортной и отечественной мучной кондитерской продукции составляет 7 и 93% в натуральном выражении и 13 и 87% – в денежном.

На рынке печенья основные игроки – это «Данон», «Нестле», DanCase, «Пекарь», «СладКо» и «Коломенское». В Москве сильнее всего «Данон» (20%) и «Коломенское» (12%). В Северо-Западном регионе, включая Санкт-Петербург, доминирует «Пекарь» – 25,3%, на Юге и Урале – «СладКо», а на Дальнем Востоке – «Нестле». В сегменте упакованного печенья лидирует фабрика «Большевик», которой в настоящее время принадлежит около 37% рынка в крупных городах. Второе место занимает объединение «СладКо», занимающее 12% рынка. Единственным иностранным производителем (за исключением украинской фабрики «Лагода») в первой десятке компаний-лидеров в сегменте упакованного печенья является южнокорейская компания «Орион», цена на печенье которой под маркой «Чоко-пай» более чем в 2 раза превышает стоимость продукции других лидеров.

Рынок мучных кондитерских изделий считается более привлекательным для инвесторов, чем шоколадный бизнес, где все основные позиции уже поделены между серьезными компаниями. Потребление мучных кондитерских изделий растет, затраты на их производство сравнительно невелики и быстро окупаются, риски здесь меньше, чем в других отраслях.

Следует упомянуть российский рынок леденцов, который практически не привлекает российских производителей. В то же время в мире его объем в 2001 г. составил 84 млн евро. Рост продаж леденцов «Минтон» в России позволил компании «Leaf» сгладить падение в Европе и на Ближнем

Востоке, в России компания заработала на леденцах 12,1 млн евро. При этом среднестатистический россиянин в прошлом году съел 6,8 г леденцов «Минтон» – в 10 раз меньше, чем эстонец. В Финляндии и вовсе съедают по 132,6 г этих леденцов «от насморка». Так что российский рынок функциональных леденцов по-прежнему остается одним из самых перспективных в мире. По данным компании «Бизнес Аналитика», лидером российского рынка является «Марс» (марки «Рондо» – 15,4% и «Тюнс» – 7,9%), у компании «Perfetti/VanMelle» (леденцы «Ментос») – 15,6%, «Leaf» («Минтон») – 14,4% и у «Adams» («Холлс») – 13,6%. При этом лидерство компании «Марс» во многом обусловлено тем, что свою продукцию она производит в России.

Состояние отрасли

Выпуском кондитерских изделий в России занимают ся 127 специализированных кондитерских фабрик и более 1000 малых предприятий, цехов, пищекомбинатов системы Росхлебпродукта, Роспотребсоюза, Минторга и общепита. Три четверти произведенной продукции приходится на специализированные предприятия, из них 25 предприятий, производящих вместе 500 тыс. т продукции (36,5% общего объема) можно отнести к успешно работающим в условиях рынка, 27 предприятий (или 20%) являются убыточными, часть из них проходят в настоящее время процедуру банкротства.

За годы реформ в кондитерской промышленности произошли значительные перемены, которые связаны, прежде всего, с изменением организационно-правовой формы предприятий из государственной в акционерную. Это предопределило огромные трудности предприятий отрасли в условиях перехода. Приватизация явилась отчасти препятствием на пути к совершенствованию производств, так как большинство новых собственников, оказавшись владельцами физически изношенного и морально устаревшего оборудования, лишились поддержки государства и оказались неподготовленными к принципиально новым для них условиям хозяйствования.

Во-первых, их *производственная база* не соответствовала рыночным потребностям: ресурсоемкая, ориентированная на производство определенного объема традиционной продукции, она сразу же обусловила неспособность быстро реагировать на изменения рыночного спроса.

Во-вторых, централизованное обеспечение ресурсами и отсутствие механизма внутреннего накопления противоречат рыночному принципу формирования фондов предприятия. После прекращения фондируемого обеспечения ресурсами предприятия столкнулись с *острейшим дефицитом денежных средств*, что привело к хроническому недостатку производственных ресурсов и снижению объемов производства.

В-третьих, плохое состояние основных средств предприятий, низкий кадровый потенциал, отсутствие развитых кадровых служб и собственной снабженческо-сбытовой сети привело к нарушению хозяйственных связей и вытеснению их с рынка *иностранными конкурентами*.

В-четвертых, курс внешнеэкономической политики государства обернулся для российских предприятий, в том числе и кондитерской промышленности, угрозой для самого их существования. Ожидалось, что внешняя конкуренция даст импульс развитию отечественных предприятий на основе собственных ресурсов и восприятия достижений науки. Однако, имея отсталую материально-техническую базу и недостаток оборотных средств, российские предприятия оказались объективно неспособными к конкурентной борьбе с зарубежными товаропроизводителями.

В-пятых, стиль руководства не отвечал требованиям времени: руководство, привыкшее к бюрократическим процедурам решения вопросов, оказалось неготовым к возросшему темпу принятия решений и неспособным к адекватной реакции на происходящие изменения.

В итоге часть приватизированных и реорганизованных предприятий лишь по форме являлись рыночными, коммерческими, лишены привычных принципов и форм хозяйствования, они фактически стали банкротами. Можно сказать, что состояние большинства предприятий кондитерской

промышленности есть закономерный результат приватизации. За годы реформ объем производства кондитерских изделий снизился более чем на 50%, и докризисный уровень не достигнут (табл. 4); производственные мощности используются в среднем на 40% (табл. 5).

Таблица 4

Производство кондитерских изделий за 1990–2001 гг., тыс. т

	1990	1994	1998	2000	2001	2001 к 1990, %
Выпуск кондитерских изделий	2869	1530	1180	1635	1767	63

Таблица 5

**Использование производственных мощностей
в кондитерской промышленности, %**

1996	1997	1998	1999	2000
42,9	43,8	37,1	49,9	46,3

Период 1990–1997 гг. можно охарактеризовать следующим образом.

1990 г. – кондитерская промышленность за всю историю достигла пика объема производства, выпустив 2850 тыс. т кондитерских изделий;

1991 г. – начало реформ и спада производства;

1992 г. – обвальный спад, когда за год выработка снизилась более чем на треть, по сравнению с 1990 г.;

1993–1995 г. – процесс адаптации предприятий к резко меняющейся ситуации на рынке, когда отпускные цены за один год повышались в два и более раза, в связи с чем расчетная рентабельность продукции достигла 100%, а по отдельным изделиям – 200%, фактически же рентабельность вложений в отрасль оставалась низкой;

1997 г. – переломный для кондитерской промышленности, впервые с 1991 г. объем производства по отношению к предыдущему году возрос на 6,7%, стала приходить в норму рентабельность продукции: в среднем по России она составила 28% (в 80-е годы – 13–14%), что соответствует четвертому месту среди предприятий пищевой промышленности.

Темпы падения производства уже с 1995 г. стали несколько замедляться благодаря постепенному увеличению заку-

пок импортного сырья, восстановлению старых и установлению новых хозяйственных связей между поставщиками сырья и технологического оборудования, внедрению на предприятиях современных маркетинговых решений и интеграционным процессам в отрасли.

С 1998 г. производство кондитерских изделий постепенно стало набирать темпы, и к 2002 г. объем производства превысил уровень 1997 г. на 31%.

Проектные мощности российских кондитерских предприятий в общей сложности рассчитаны на 3 млн т сладостей в год, однако реально в России сейчас выпускают более чем в полтора раза меньше, даже с учетом фабрик, принадлежащих западным компаниям.

Особенности кондитерского производства

Современную кондитерскую промышленность России характеризуют следующие отраслевые особенности.

Существенная зависимость от импортного сырья.

Сегодня многие предприятия кондитерской промышленности используют до 70–75% сырья и материалов импортного происхождения (по удельному весу затрат на их приобретение). К ним, в первую очередь, относятся какао-бобы и продукты их переработки, орехи, заверточные и упаковочные материалы, а также частично сахар. Необходимость импорта объясняется:

1) тропическим, субтропическим и экваториальным происхождением сырья (какао-бобы, миндаль, кешью),

2) недостатком того, что могло бы производиться в России в достаточном количестве, но пока неконкурентоспособно – этикетки, кашированная фольга, пленки для штучной расфасовки, крой коробки, а также некоторых видов сырья (лесной орех, сахар);

3) биржевым способом торговли некоторыми видами основного сырья (сахар, какао-бобы);

В условиях плановой экономики все риски, связанные с колебаниями мировых цен на эти продукты, несло государство в лице государственных внешнеторговых объединений

(ВТО), поставлявших их кондитерским фабрикам по фиксированным рублевым ценам. Так, рублевая цена на какао-бобы, поставляемые ВТО «Союзплодимпорт» оставалась неизменной с 1981 г. по 1990 г. и составляла 7000 руб. за тонну, несмотря на ее колебания на мировом рынке в коридоре 1400–3500 дол. за тонну. В новых условиях службам снабжения кондитерских предприятий пришлось налаживать работу по анализу и прогнозу рынка, осуществлять сделки на товарной бирже. Это потребовало дополнительных затрат, в том числе на повышение квалификации сотрудников.

Использование в производстве значительного спектра материальных ресурсов. Это обусловлено историческим фактором – некоторые крупные предприятия производят 200 и более единичных видов продукции, а также подвиды, отличающиеся развесом и упаковкой. Широкий ассортимент предполагает использование в производстве соответствующего спектра отечественных, в том числе местных ресурсов – молока, фруктов, ягод, спирта, вина, ликеро-водочных изделий, муки, эссенций, транспортной тары и т. п. В отличие от крупных импортных поставок сырья, здесь требуется децентрализация части функций снабжения и соответственно возникают дополнительные сложности в работе служб снабжения и рост их расходов.

Кондитерская отрасль оказалась одной из наиболее привлекательных как для российских, так и для иностранных инвесторов, наряду с молочной промышленностью и производством пива. Именно поэтому на рынке кондитерских изделий, и особенно шоколада, так много импортной продукции и сильны позиции иностранных производителей, организовавших в России свое производство на уже имевшихся ранее мощностях, а также построивших новые кондитерские фабрики. Положение крупнейших российских производителей часто осложняется проблемами передела собственности и конфликтами между акционерами компаний. Кризисное состояние отечественных предприятий существенно облегчило выход зарубежных производителей на российский кондитерский рынок.

Общая стоимость импорта кондитерских изделий превышает стоимость экспорта в среднем в 11 раз. Большая доля в импорте приходится на шоколад и прочие пищевые продукты, содержащие какао. В последнее время спрос на кондитерскую продукцию в значительной мере стал удовлетворяться за счет кондитерских изделий, импортируемых из прибалтийских стран, Украины, стран Западной Европы и США. В 1994 г. по импорту было завезено в Россию около 600 тыс. т кондитерских изделий (в том числе из стран СНГ – около 55 тыс. т), что составило около 30% к потреблению в 1994 г. Завозится в основном та продукция, которую кондитерские фабрики не могут в настоящее время производить из-за отсутствия необходимого технологического оборудования, технологий производства, сырья, упаковочных материалов.

О конкуренции и конкурентах

Между отечественными и западными производителями на российском рынке сложилась острая конкуренция. Российские крупные производители предпочитают расширять свое присутствие на рынке экстенсивным путем, покупая небольшие региональные предприятия, как собственно кондитерские, так и смежные. Они также стремятся открыть больше фирменных магазинов и торговых домов в регионах. Отечественные компании делают ставку на универсальность ассортимента – параллельное производство шоколада, карамели, мармелада, тортов и пр. Западные компании основной упор делают на шоколад (более дорогой и рентабельный, чем карамель или печенье), а также предпочитают вкладывать серьезные деньги в продвижение собственных марок.

С этой точки зрения очень интересна рыночная стратегия молодой компании «СладКо», которая ориентируется на производство максимально широкого ассортимента сладостей по традиционным российским рецептурам, но собирается инвестировать средства в создание не собственной сети фирменных магазинов, а национальной кондитерской марки, как это делают их западные коллеги. Возможно, подобная стратегия позволит компании в будущем догнать лидера рынка – «Нестле».

Основные характеристики продукции предприятий-лидеров приведены в табл. 6.

Таблица 6

Компании-лидеры кондитерской отрасли

Компания-производитель	Основные марки	Примечание
«Нестле»	«Натс» «Нестле классик» «Россия» «Шок»	В продукции, выпускаемой на российском рынке, повышенное содержание какао-продуктов по сравнению с шоколадными изделиями, выпускаемыми в Европе
«Штольверк»	«Альпен голд» «Покров»	Около 60 позиций в ассортименте. В 1999 г. «Альпен голд» – лидер по объему продаж плиточного шоколада в России
«Кэдбери»	«Виспа» «Пикник» «Золотой Фонд»	В 1999 г. затраты на рекламу составляли 13,3% суммарного бюджета (данные Gallup Adfact)
«Марс»	«Марс» «Сникерс» «Твикс» «Баунти»	Лидирует по позиции шоколадных батончиков. Лидер по затратам на рекламу: в 1999 г. – 48,5% суммарного бюджета (данные Gallup Adfact)
«Красный Октябрь»	«Аленка» «Слава» «Изюминка» «Любимый» «Русь-тройка» «Сказки Пушкина»	Занимает первое место по «узнаваемости с виду» среди прочих кондитерских фабрик. Более 500 наименований кондитерских изделий
«Бабаевский»	«Бабаевский» «Вдохновение» «Сказка» «Экстра» «Люкс» «Спорт»	Около 200 позиций в ассортименте
«Рот Фронт»	«Цирк» «Для Вас»	200 наименований кондитерских изделий. В 2000 г. по сравнению с 1999 г. объем производства снизился на 9% (ПРАЙМ-ТАСС)

Интеграция на кондитерском рынке привела к тому, что списки крупнейших компаний возглавляют именно кондитерские предприятия (табл. 7).

Крупнейшие кондитерские холдинги (отрасль – пищевая промышленность)

Компания	Регион	Объем реализации в 2000 г., млн руб.**	Объем реализации в 1999 г., млн руб.	Темп прироста, %	Объем реализации в 2000 г., млн дол.***	Балансовая прибыль (убыток) за 2000 г., млн руб.	Прибыль после налогообложения в 2000 г., млн руб.	Рентабельность, %****	Среднесписочное кол-во работающих, тыс. чел.	Производительность труда, тыс. руб./чел.*****
«Марс»	Московская область	5042,3	3333,5	51,3	179,3	694,8	573,0	11,4	1,0	5209,0
Кондитерское объединение «Россия»	Самарская область	4370,2	3183,2	37,3	155,4	767,3	589,7	13,5	2,6	1654,1
Кондитерский концерн «Бабавский»*	Москва	4052,7	3456,4	17,3	144,1	459,8	307,0	7,6	7,0	581,9
«Красный Октябрь»*	Москва	3359,9	3035,8	10,7	119,5	269,9	222,9	6,6	3,9	869,1
«СладКо»*		2498,5	2147,4	16,4	88,9	227,3	164,6	6,6	4,7	534,4
«Шгольверк Рус»	Владимирская область	2379,6	1162,8	104,6	84,6	475,6	424,6	17,8	0,6 4	109,8

* Компании-холдинги, консолидированные данные по всем предприятиям холдинга.

** Объем реализации – выручка (валовой доход) от реализации продукции, работ, услуг (строка 010 отчета о финансовых результатах предприятия).

*** Объем реализации в долларах пересчитан по среднему за 2000 г. курсу – 28,12 руб./дол.

**** Отношение прибыли после налогообложения к объему реализации за 2000 г.

***** Отношение объема реализации к количеству работающих за 2000 г.

Интеграционные процессы³ в кондитерской отрасли представлены тремя основными направлениями.

1. Приобретение кондитерских фабрик российскими банками.

Достаточно устойчивое положение многих коммерческих банков, а также постепенное изменение конъюнктуры финансового рынка вынудило их искать новые сферы вложения капитала. Это привело к диверсификации деятельности и приобретению акций предприятий, в том числе кондитерских, как самых рентабельных в промышленности России. В целом кондитерская промышленность всегда была высокорентабельной отраслью и входила в десятку бюджетообразующих отраслей. Даже в условиях кризиса в 1997 г. отраслью получена прибыль в размере 1,987 млн руб. В 1995 г. «Инком-Капитал», входящий в группу компаний Инкомбанка, приобрел контрольный пакет акций ОАО «Бабаевское», в 1996–1997 гг. – ОАО «Рот Фронт», Новосибирской кондитерской фабрики, объединения «Южуралкондитер» (Челябинск), Сормовской кондитерской фабрики (Нижегород). В состав предприятия, над которым установлен контроль группой компаний, относящихся к банку МЕНАТЕП, вошла Рыбинская кондитерская фабрика.

2. Инвестиции в кондитерскую отрасль осуществляют западные инвесторы:

- покупка предприятий, соответствующих профилю деятельности;
- строительство производств на территории России.

Рынок кондитерских изделий в целом можно охарактеризовать как рынок чистой конкуренции; входные барьеры, обусловленные конъюнктурой рынка, устанавливаемые государством либо действующими конкурентами, отсутствуют. Есть все условия для более глубокого внедрения на рынок основных конкурентов и расширения границ рынка для предприятий других регионов и зарубежных изготовителей.

Кондитерский бизнес считается одним из самых прибыльных в мире, что привлекает внимание зарубежных компаний к российским предприятиям и отечественному рынку кондитерских изделий. Как следствие, 30–35% нашего рынка оказалось захвачено иностранными поставщиками и за-

³ Процессы концентрации и объединения характерны для рыночной экономики. В Европе в последние два десятилетия наибольшей концентрации производства достигла шоколадная отрасль кондитерской промышленности: шесть наиболее крупных групп («Нестле», «Крафт», «Якобс», «Марс», «Кэдбери», «Феррерро») контролируют 81% рынка и продолжают продвижение этих предприятий на российский рынок.

рубежными предприятиями, диверсифицирующими свою деятельность на территории России и активно скупающими лучшие кондитерские фабрики. Наиболее активно действует Швейцария. Фирмой «Нестле»⁴ приобретены контрольные пакеты акций двух самарских, Барнаульской и Пермской кондитерских фабрик; компанией «Берминтон инвестмент лимитед» и «Нью Юроп Ист Инвестмент Фаанд» (Великобритания) – Екатеринбургской, Казанской и Ульяновской.

Вторым направлением диверсифицированного роста зарубежных компаний является строительство и открытие новых производств: «Марс»⁵ – в Ступино, «Штольверк АИ» – во Владимире, «Кэдбери швепс групп» – в Новгороде. Дальнейший захват российского рынка, по оценке специалистов, может лишить Россию отечественной кондитерской промышленности.

В этой связи перед отечественными производителями возникла необходимость создания заслонов для входа на рынок зарубежных конкурентов. Объединенные усилия дали результат.

3. Российские кондитерские фабрики приобретают крупные и средние предприятия без привлечения банковского капитала:

– покупка фабрикой «Красный Октябрь» 38% акций тульской фабрики «Ясная Поляна», 40% – Тамбовской кондитерской фабрики и контрольного пакета акций ОАО «Рязанская кондитерская фабрика»; открытие кондитерских производств, не имеющих статуса юридического лица, в г. Коломне и г. Егорьевске (Московская область);

– учреждение фабрикой «Красный Октябрь» с другими московскими кондитерскими фабриками – «Рот Фронт», «Бабаевское», «Большевик», «Крекер», «Ударница» – компании «Кондитерские изделия», которая является их официальным дистрибьютором, осуществляющим сбыт продукции и обеспечивающим рекламную поддержку.

⁴ Компания «Нестле» возникла в 1905 г., включает более 420 пищевых предприятий различных подотраслей пищевой промышленности (производство кондитерских изделий, пищевых концентратов, кофе, молочных продуктов). Около 98% продаж «Нестле» производит за пределами Швейцарии.

⁵ Фирма «Марс» одной из первых начала работать на российском рынке шоколадной продукции, по оценкам специалистов, фирма за семь лет функционирования на рынке вложила в экономику России около 130 млн дол. и планирует довести этот объем в следующие семь лет до 1 млрд дол.

СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ОБОРОННОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

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

«Оборонка»: разоружаясь, вооружаемся...

В оборонной промышленности страны такие процессы, как резкое падение объемов производства, ухудшение финансового положения предприятий, нарастание социальных проблем, имевшие место в первой половине 1990-х годов, сменились начиная с 1996 г. стабилизацией и с 1999 г. — периодом роста. Тем не менее к настоящему моменту в оборонной отрасли накопился ряд глобальных проблем, решение которых потребует немало времени и средств. В течение 1990-х годов объемы производства и военной, и гражданской продукции снижались, однако темпы падения серьезно различались. На рис. 1 показана динамика изменения объемов выпуска продукции предприятиями оборонной промышленности России в 1992–2001 гг. по данным научно-информационного центра «Планирование. Экономика. Управление» (ТС-ВПК)¹.

Добавим, что за 2001 г. показатели, характеризующие темпы выпуска военной продукции ТС-ВПК, не публиковались. Но, сопоставляя данные о темпах выпуска продукции в целом и гражданской продукции в 2001 г. и о структуре выпуска продукции в 2000 г., мы даем ориентировочную

¹ <http://www.vpk.ru/>

© ЭКО 2003 г.



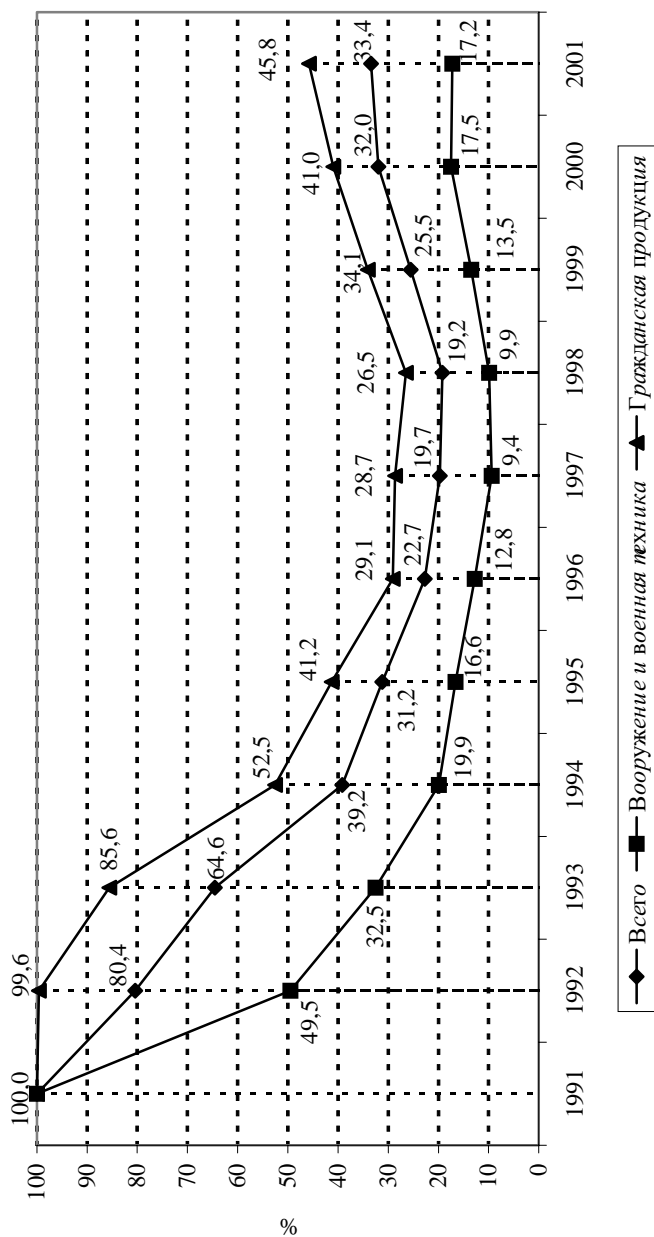


Рис. 1. Динамика объемов производства продукции на оборонных предприятиях РФ за 1992–2001 гг., % к 1991 г.

оценку: выпуск военной продукции в 2001 г. составил к предыдущему году 98,6%. То есть после двух лет бурного наращивания объемов производства (прирост выпуска военной продукции в 1999 г. составил 36,4%, в 2000 г. – 29,5%) последовало сокращение производства.

Прирост выпуска гражданской продукции в 1999–2000 гг. был несколько ниже, чем военного производства (соответственно 28,7 и 20,3%). В 2001 г. рост выпуска гражданской продукции продолжался, но темпы его снизились. Всего за три года (1999–2001 гг.) объем выпуска гражданской продукции оборонной промышленностью вырос более чем в 1,7 раза.

По итогам 9 месяцев 2002 г. темпы производства в оборонной промышленности в целом по отношению к аналогичному периоду 2001 г. составили 138,2%, а гражданской продукции – 104,9%.

Нестабильный динамизм

На рис. 2 и 3 представлены результаты сравнения темпов выпуска различных видов продукции предприятиями оборонной промышленности в 1992–2001 гг. с темпами выпуска продукции машиностроением и промышленностью РФ в целом за тот же период.

При сравнении темпов выпуска продукции «оборонкой» с темпами выпуска продукции промышленностью РФ в целом четко выделяются три временных отрезка. Первый из них продолжительный, приходится на 1992–1997 гг. В этот период темпы роста выпуска продукции предприятиями оборонного комплекса отставали от средних по промышленности (в отдельные годы отставание достигало 29–33%). Второй временной отрезок – 1998–2000 гг. В это время темпы производства военной продукции стали опережать среднепромышленные (пик пришелся на 1999 г. – на 25%). И третий период начался в 2001 г., когда вновь наметилось отставание темпов выпуска вооружения и военной техники от темпов развития промышленности в целом.

Темпы выпуска гражданской продукции в 1992–1993 гг. превышали или совпадали с аналогичными показателями по всей промышленности страны. В 1994–1998 гг. шло отста-

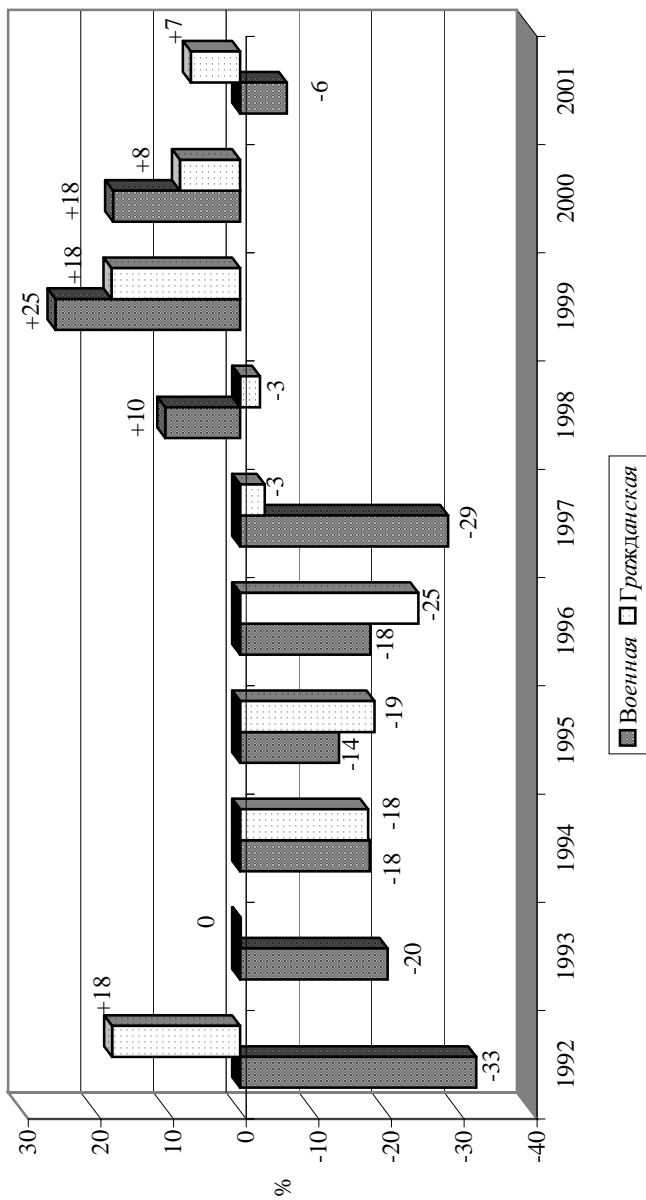


Рис. 2. Превышение (+) и отставание (-) темпов выпуска различных видов продукции предприятиями оборонной промышленности от темпов выпуска продукции промышленностью РФ в 1992–2001 гг., %

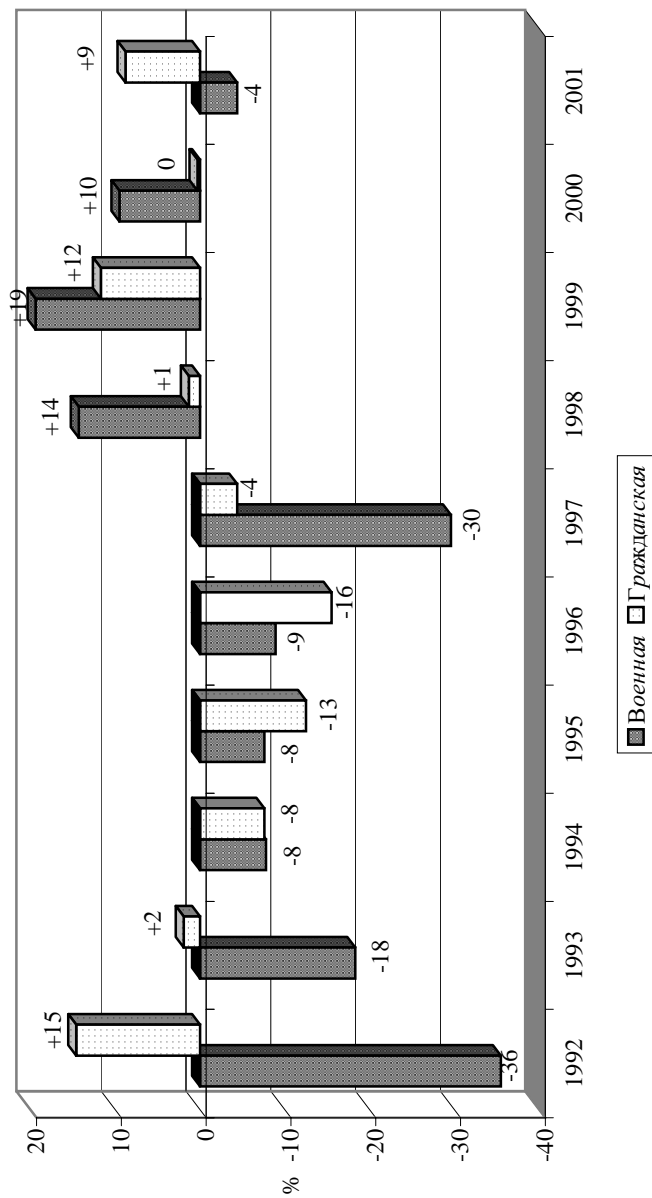


Рис. 3. Превышение (+) и отставание (-) темпов выпуска различных видов продукции предприятиями оборонной промышленности от темпов выпуска продукции машиностроением РФ в 1992–2001 гг., %

вание от среднепромышленных темпов производства (максимальный разрыв -25% – наблюдался в 1996 г.). В 1999–2001 гг. темпы роста выпуска гражданской продукции оборонной промышленностью вновь превысили темпы выпуска продукции промышленностью РФ в целом. Примечателен тот факт, что отклонение темпов выпуска военной продукции от средних по промышленности (интервал от -33 до $+25$) значительно выше, чем гражданской продукции (интервал от -25 до $+18$).

Сравнивая темпы выпуска продукции предприятиями оборонной промышленности с темпами выпуска продукции в машиностроении, мы получили близкую к рассмотренной выше картину. Временные интервалы фактически совпадали с уже описанными, но по выпуску гражданской продукции второй период – рост – заканчивается не в 1998 г., а в 1997 г. Соответственно, третий начинается раньше – с 1998 г. Интервал отклонения темпов выпуска военной продукции от средних по машиностроению лежит в пределах отметок от -36 до $+19$ и близок к аналогичному показателю для темпов по промышленности в целом. Интервал отклонения для гражданской продукции характеризуется отметками от -16 до $+15$, что существенно ниже аналогичного показателя для темпов всей промышленности России.

Чем больше продаем, тем больше производим

Рассматривая данные о структуре производства продукции оборонной промышленностью РФ за 1992–2001 гг., приведенные в таблице 1, отметим, что в структуре производства «оборонки» в 1993–1998 гг. преобладал выпуск гражданской продукции. Лишь в 1996 г. было достигнуто равновесие выпуска обоих видов продукции. Но с 1999 г. в структуре выпуска начинает преобладать военная продукция. Это объясняется ростом объемов госзаказа и стабильными позициями российских экспортеров на мировом рынке вооружений и военной техники. В целом стоит отметить, что структура выпуска в 2001 г. очень сильно напоминает структуру оборонной промышленности РФ в 1992 г. и СССР – в 1990 г.

**Доли различных видов продукции в общем объеме выпуска
оборонной промышленности РФ в 1992–2001 гг. ***

Доля продукции	1992	1993	1994	1995	1996
Военной	53,2	46,5	46,4	47,9	50,2
Гражданской	46,8	53,5	53,6	52,1	49,8
	1997	1998	1999	2000	2001
Военной	42,8	46,1	54,3	55,5	52,8
Гражданской	57,2	53,9	45,7	44,5	47,2
<i>Справочно – доли различных видов продукции в общем объеме производства ВПК СССР **</i>					
	1989	1990	1991		
Военной	60,0	51,5	42,5		
Гражданской	40,0	48,5	57,5		

* Данные за 1998–2001 гг.: <http://www.vpk.ru/>; структура производства в 1992–1997 гг. была рассчитана автором на основании данных структуры за 1998 г. и темпов выпуска различных видов продукции.

** Данные за 1991 г.: Рассадин В. Н. Оборонно-промышленный комплекс. Генезис. Конверсия. – М., МАКСПресс, 2002. С. 124–129; данные за 1989–1990 гг. рассчитаны автором на основании данных о структуре производства продукции в 1991 г. и темпах объема продукции.

В таблице 2 приведена возрастная структура машин и оборудования, находящихся на вооружении оборонной промышленности РФ. Доля машин и оборудования возрастом до 5 лет не превышала в 1999–2000 гг. 5% от общего количества; доля машин и оборудования возрастом до 10 лет в 1997 г. составляла 26,8%, а в 1999–2000 гг. и она снизилась. Однако сравнивая эти показатели с показателями возрастной структуры машин и оборудования в целом по промышленности РФ, приходишь к выводу, что на общем фоне положение в оборонном комплексе можно оценить как далеко не худшее. Малая загруженность производственных мощностей оборонной промышленности (16,0% в 1997 г.) с ростом военных заказов государства и конкурентного преимущества российских производителей гражданской продукции на внутреннем рынке после августовского (1998 г.) кризиса позволила с 1999 г. резко увеличить объемы производства. В 1999 г. производственные мощности были за-

гружены на 22,0%, а в 2000 г. – на 24,4%². Однако физический (не говоря уже о моральном) износ основных производственных фондов служит серьезным барьером на пути выхода оборонной промышленности из кризиса.

Таблица 2

Возрастная структура машин и оборудования оборонной промышленности РФ в 1999–2000 гг., % *

Возраст	ОПК		Промышленность РФ в целом	
	1999	2000	1999	2000
До 5 лет	4,0	4,6	4,1	4,7
От 5 до 10 лет	17,6	19,0	15,2	10,6
До 10 лет	21,6	23,6	19,3	15,3
От 10 до 20 лет	43,9	44,7	45,8	46,5
Свыше 20 лет	34,5	31,7	34,8	38,2
Свыше 10 лет	78,4	76,4	80,6	84,7

* http://ia.vpk.ru/vpkrus/vvedenie/page_5_11.htm; Российский статистический ежегодник. М.: Госкомстат, 2001. С.350.

Как работаем, так и получаем

Анализируя соотношение средней заработной платы в оборонной промышленности с ее показателями в целом по стране, по промышленности и по машиностроению за 1992–2001 гг. (рис. 4), можем говорить о близости динамики этих показателей. Начиная с 1997 г. уровень оплаты труда в оборонном комплексе относительно аналогичных показателей в народном хозяйстве промышленности и машиностроении стал повышаться. В 2001 г. оплата труда в «оборонке» была выше, чем в целом по машиностроению, почти достигнув уровня оплаты труда в среднем по народному хозяйству.

Падение уровня оплаты труда в оборонной промышленности за последнее десятилетие привело к сокращению числа занятых. Хотя оплата труда в этом секторе экономики с 1997 г. растет, количество занятых до 1999 г. уменьшалось. И только в 1999 г. текучесть кадров снизилась до 10% годовых (рис. 5). В 2000 г. был отмечен определенный при-

² Соколов А. Оборонная промышленность России: на дне?// ЭКО. 1999. № 9.

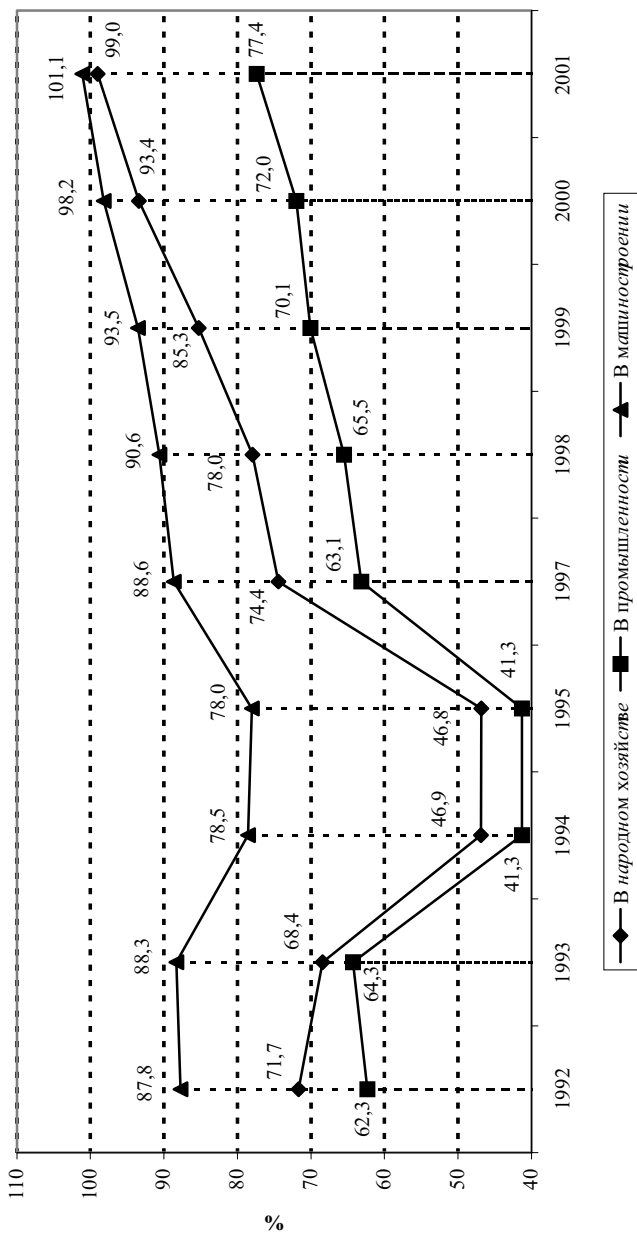


Рис. 4. Отношение среднемесячной заработной платы в оборонной промышленности к соответствующим показателям в народном хозяйстве, промышленности и машиностроении РФ в 1992–2001 гг., %

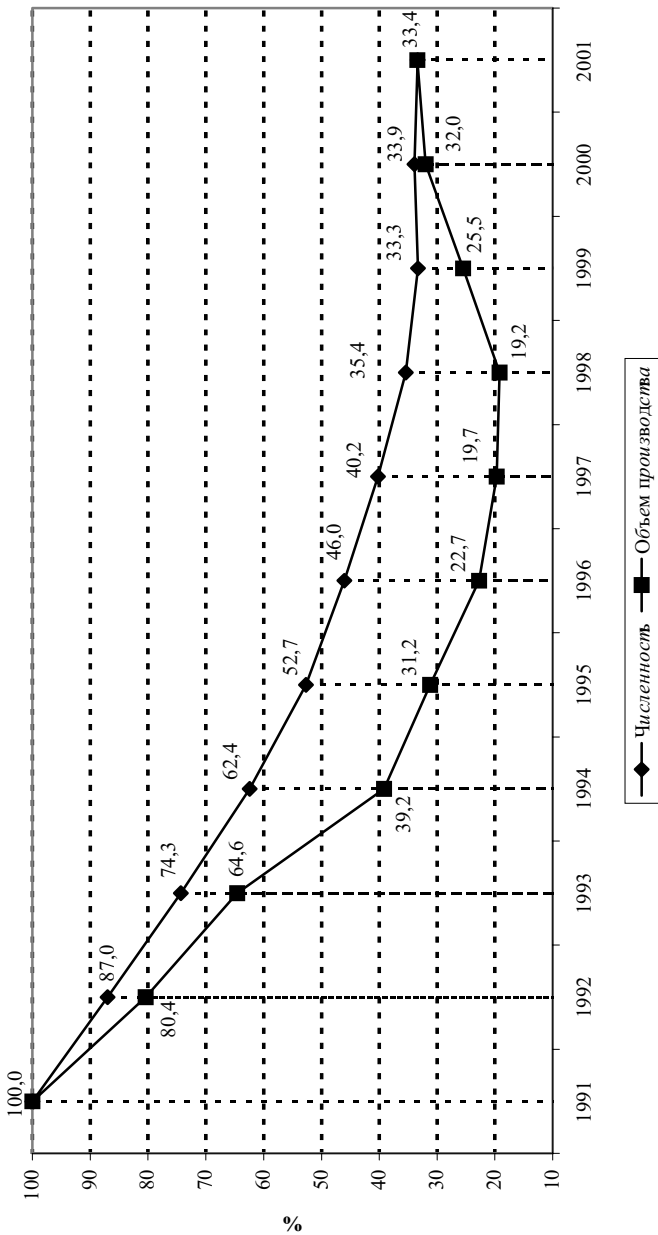


Рис. 5. Динамика численности занятых и объема производства продукции в целом в оборонной промышленности РФ в 1992–2001 гг.

рост рабочей силы. Но в 2001 г. опять наметилось сокращение численности. В 2001 г. и объем производства, и количество занятых в оборонном комплексе составили около трети от уровня 1991 г. По итогам 8 месяцев 2002 г. тенденция снижения численности занятых сохранялась: за это время общая численность персонала составила 95,5% от уровня того же периода 2001 г.

В табл. 3 представлены данные об отраслевой структуре распределения предприятий оборонной промышленности России в 2000–2001 гг. с указанием объемов выпуска продукции и численности занятых. Из нее видно, что наибольшее количество предприятий (46,6%) в 2001 г. входило в Российское агентство по системам управления. Следом за ним по этому показателю шло Российское авиационно-космическое агентство – (25,3%), затем следовали три агентства, имеющие примерно равное число предприятий, – Российское агентство по судостроению (Россудостроение), Российское агентство по боеприпасам (Росбоеприпасы), Российское агентство по обычным вооружениям – 7,9–10,2% от общего количества.

Таблица 3

Отраслевая структура предприятий, долей объемов выпуска ими продукции, численности занятых и рентабельности (к себестоимости) производства в оборонной промышленности России в 2000–2001 гг.

Федеральное оборонное агентство/отрасль	Число предприятий				Объем выпуска продукции		Численность занятых, %	
	2000 г.		2001 г.		2000 г.	2001 г.	2000 г.	2001 г.
	Число	%	Число	%				
Российское авиакосмическое агентство	405	24,8	414	25,3	42,2	44,0	38,3	39,1
Авиационная промышленность	300	18,4	306	18,7	34,9	37,7	24,9	25,6
Ракетно-космическая промышленность	105	6,4	108	6,6	7,3	6,3	13,4	13,5

Федеральное оборонное агентство/отрасль	Число предприятий				Объем выпуска продукции		Численность занятых, %	
	2000 г.		2001 г.		2000 г.	2001 г.	2000 г.	2001 г.
	Число	%	Число	%				
Российское агентство по обычным вооружениям	133	8,2	129	7,9	15,7	16,8	16,6	16,7
Промышленность вооружений	133	8,2	129	7,9	15,7	16,8	16,6	16,7
Росбоеприпасы	137	8,4	135	8,3	9,7	8,9	11,6	11,1
Промышленность боеприпасов и спецхимии	137	8,4	135	8,3	9,7	8,9	11,6	11,1
Россудо-строение	170	10,4	167	10,2	14,5	12,7	10,6	10,8
Судостроительная промышленность	170	10,4	167	10,2	14,5	12,7	10,6	10,8
Российское агентство по системам управления	754	46,2	763	46,6	16,8	17,0	21,6	21,4
Радиопромышленность	306	18,8	311	19,0	8,9	8,4	8,7	8,5
Промышленность средств связи	151	9,3	151	9,2	2,7	2,7	5,1	5,0
Электронная промышленность	297	18,2	301	18,4	5,2	5,9	7,8	7,9
Минпром-науки	32	2,0	28	1,7	1,1	0,6	1,3	0,9
Промышленность специального назначения	32	2,0	28	1,7	1,1	0,6	1,3	0,9
ВСЕГО	1631	100,0	1636	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Из числа отраслей по количеству предприятий выделялись входящие в Российское агентство по системам управления электронная и радиопромышленность (18,4 и 19,0% соответственно) и входящая в состав Российского авиационно-космического агентства авиапромышленность (18,7%).

В 2001 г. структура распределения предприятий по отраслям и федеральным агентствам фактически соответствовала той, что была в 2000 г. Наибольшие объемы производства в 2001 г. приходились на авиационно-космическое агентство – 44,0%, основной производственный потенциал которого составляет авиастроительная промышленность. На ее долю приходится 37,7% объема производства всего агентства. Доля авиастроительной отрасли в общей структуре выпуска продукции в 2001 г. увеличилась по сравнению с 2000 г. на 2,8%. Авиационно-космическое агентство также являлось лидером 2001 г. среди федеральных агентств, а авиапромышленность лидировала среди отраслей оборонной промышленности по численности занятого персонала – 39,1 и 25,6% соответственно.

Региональная структура размещения предприятий оборонной промышленности РФ с советских времен остается крайне неравномерной (табл. 4).

Таблица 4

Структура размещения предприятий, доля выпуска ими продукции и численности занятых в оборонной промышленности по федеральным округам в 2000–2001 гг. *

Федеральный округ	Предприятия, 2001 г.		Выпуск, %		Численность занятых в 2001 г., %
	Число	%	2000 г.	2001 г.	
Центральный	771	47,1	23,9	23,0	34,1
Северо-Западный	238	14,5	14,7	13,0	11,1
Южный	113	6,9	2,7	4,1	4,2
Приволжский	296	18,1	33,5	26,6	30,8
Уральский	78	4,8	8,2	8,7	8,6
Сибирский	112	6,8	8,6	9,6	8,7
Дальневосточный	28	1,7	8,4	15,0	2,5

* http://ia.vpk.ru/vpkrus/vvedenie/page_5_8.htm; ВПК России в 2001 году// http://ia.vpk.ru/vpkrus/vvedenie/2001/page_1_2.htm; http://ia.vpk.ru/sbornik_2001/regions/page_4_1.htm

Почти половина оборонных производств (47,1%) была в 2001 г. сосредоточена в Центральном федеральном округе, а на долю трех крупнейших по числу предприятий округов Приволжского, Центрального и Северо-Западного – 79,7%. Эти же федеральные округа – крупнейшие по числу занятого персонала на предприятиях оборонного комплекса. На их долю приходится 76,0% от общей численности занятых в оборонной промышленности страны. На долю десяти регионов с крупнейшими объемами производства приходилось около 60% всего выпуска (рис. 6).

Молотилки вместо танков

В табл. 5 приведена динамика доли гражданской продукции в общем объеме выпуска в оборонном комплексе 12 субъектов Федерации. Восемь из них – г. Санкт-Петербург и Москва, Удмуртская Республика, Хабаровский край, Московская, Свердловская, Пермская и Нижегородская области – входили в 2000 и 2001 гг. в десятку крупнейших региональных ОПК, два – Республика Татарстан и Кировская область – были среди десятки крупнейших в 2000 г., а Республика Башкортостан и Ростовская область – в 2001 г. В 1994 г. оборонные предприятия крупнейших по наличию ОПК регионов страны в общем объеме выпуска продукции производили более 75% товаров гражданского назначения, шесть – от 50 до 75% и три – от 25 до 50%. С долей гражданской продукции менее 25% не было ни одного региона.

По итогам 2000 г. только Свердловская область и Республика Башкортостан стали в большей степени ориентироваться на выпуск гражданской продукции. По сравнению с 1994 г. доля гражданской продукции в общем объеме производства выросла здесь на 9,7–13,0%. В остальных десяти рассмотренных регионах в общем объеме выпуска увеличилась доля военной продукции. Причем в четырех регионах (Хабаровский край, Республика Башкортостан, Московская и Ростовская области) рост этого показателя варьировал от 26,3% до 34,6%, а еще у трех (Санкт-Петербург, Удмуртская Республика и Кировская область) – от 43,2% до 58,3%.

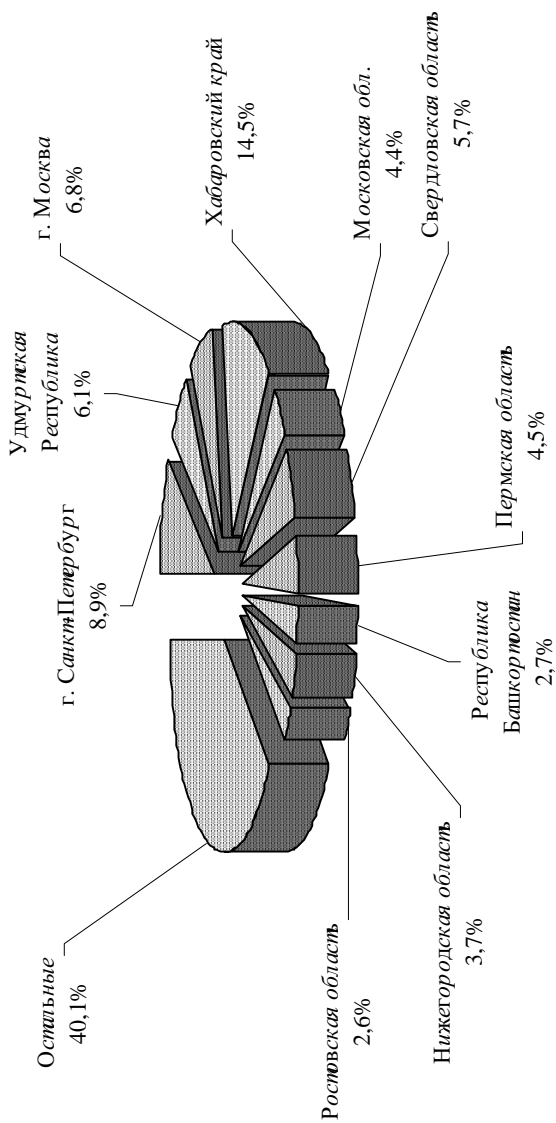


Рис. 6. Структура выпуска продукции предприятиями оборонной промышленности РФ в 2001 г. (по субъектам Федерации), %

**Доля гражданской продукции в общем объеме выпуска
конвертируемых предприятий оборонной промышленности
отдельных субъектов Федерации в 1994–2000 гг.***

Регион	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	Измене- ние доли, 2000 г./ 1994 г.
Санкт-Петербург	63,7	64,5	57,4	59,8	40,3	20,9	20,5	-43,2
Удмуртская Республика	74,2	79,8	72,2	51,8	44,0	32,3	28,3	-45,9
Москва	47,2	31,3	33,0	58,6	34,5	32,6	32,2	-15,0
Хабаровский край	28,3	15,3	8,9	34,1	5,2	5,2	2,0	-26,3
Московская обл.	82,5	82,5	80,9	87,2	76,2	68,5	53,1	-29,4
Свердловская область	45,9	55,2	55,2	44,3	40,0	54,4	58,9	+13,0
Пермская область	85,5	80,6	77,1	87,7	82,0	51,3	79,4	-6,1
Республика Татарстан	67,9	68,3	75,1	54,4	83,1	83,7	77,6	+9,7
Нижегородская область	68,1	50,8	56,1	63,9	62,6	50,1	56,3	-11,8
Кировская область	81,6	85,8	80,3	78,8	89,1	58,2	23,3	-58,3
Республика Башкортостан	71,9	77,3	59,4	63,5	30,2	25,9	38,2	-33,7
Ростовская область	61,7	67,9	55,4	44,7	43,5	18,3	27,1	-34,6

* **Источник:** Регионы России: Стат. сб. В 2 т. Т. 2 / Госкомстат России. – М., 2001. С. 382–383.

Таким образом, ведущие региональные ОПК в начале 2000-х годов, как правило, переориентировались на преимущественный выпуск вооружений и военной техники. Всего из 62 субъектов Федерации, по которым имеются данные о структуре выпуска продукции за 1994–2000 гг., в 36 выросла доля вооружений и военной техники, а в 26 – доля продукции гражданского назначения.

Из всего объема производства гражданской продукции предприятиями ОПК в 2000–2001 гг. почти половина приходилась на авиастроение и промышленность вооружений – 25,8 и 22,8% (табл. 6). В число крупнейших федеральных оборонных агентств по производству гражданской продукции, помимо Российского авиакосмического агентства и Российского агентства по обычным вооружениям (34,1 и 22,8% общего объема выпуска в 2001 г.), входит также и Российское агентство по системам управления (18,2%). По производству товаров народного потребления лидирующие позиции занимает промышленность вооружений (32,2% в 2001 г.), за ней следуют авиационная промышленность и промышленность боеприпасов и спецхимии (21,6 и 19,9% соответственно). В число крупнейших оборонных агентств по выпуску ТНП входят агентство по вооружениям, Российское авиакосмическое агентство и Росбоеприпасы (32,2, 31,6 и 19,9% в 2001 г. соответственно).

Таблица 6

Отраслевая структура выпуска военной и гражданской продукции (в том числе ТНП) предприятиями оборонной промышленности РФ в 2000–2001 гг., % *

Федеральное оборонное агентство/отрасль	Военная продукция		Гражданская продукция		В том числе ТНП	
	2000 г.	2001 г.	2000 г.	2001 г.	2000 г.	2001 г.
Российское авиакосмическое агентство	48,3	52,8	34,6	34,1	30,4	31,6
Авиационная промышленность	43,9	48,4	23,9	25,8	21,4	21,6
Ракетно-космическая промышленность	4,4	4,4	10,7	8,3	9,0	10,0
Российское агентство по обычным вооружениям	10,6	11,4	22,1	22,8	27,0	32,2
Промышленность вооружений	10,6	11,4	22,1	22,8	27,0	32,2
Росбоеприпасы	5,3	4,3	15,3	14,2	21,8	19,9

* Данные за 2000 г. – http://ia.vpk.ru/vpkrus/vvedenie/page_5_6.htm; данные за 2001 г. – http://ia.vpk.ru/sbornik_2001/otrasli/page_3_2.htm

Федеральное оборонное агентство/ отрасль	Военная продукция		Гражданская продукция		В том числе ТНП	
	2000 г.	2001 г.	2000 г.	2001 г.	2000 г.	2001 г.
Промышленность боеприпасов и спецхимии	5,3	4,3	15,3	14,2	21,8	19,9
Россудостроение	19,3	15,5	8,5	9,5	4,4	3,6
Судоостроительная промышленность	19,3	15,5	8,5	9,5	4,4	3,6
Российское агентство по систе- мам управления	16,3	15,9	17,3	18,2	14,5	12,2
Радиопромыш- ленность	12,6	11,7	4,3	4,6	4,9	3,1
Промышленность средств связи	2,0	2,0	3,5	3,6	4,8	4,6
Электронная промышленность	1,7	2,2	9,5	10,0	4,8	4,5
Минпромнауки	0,2	0,1	2,2	1,2	1,9	0,5
Промышленность специального назначения	0,2	0,1	2,2	1,2	1,9	0,5

Как видно из данных, приведенных в табл. 7, в 2001 г. в шести из девяти отраслей оборонной промышленности (ракетно-космическая, промышленность вооружений, промышленность боеприпасов и спецхимии, промышленность средств связи, электронная промышленность и промышленность специального назначения) преобладало производство гражданской продукции, и лишь в трех (авиационная, судостроительная и радиопромышленность) наблюдалась обратная картина. По сравнению с 2000 г. в 2001 г. во всех отраслях, за исключением ракетно-космической, выросло производство гражданской продукции. Преимущественно гражданскую продукцию в 2000 г. выпускали почти 70% предприятий оборонной промышленности. Производство военной продукции оказалось сосредоточенным на более крупных предприятиях.

**Структура выпуска различных видов продукции оборонной
промышленностью отраслями оборонной промышленности
РФ в 2001 г., % ***

Отрасль	Доля продукции	
	военной	гражданской
Авиационная промышленность	71,6	28,4
Ракетно-космическая промышленность	30,9	69,1
Промышленность вооружений	37,6	62,4
Промышленность боеприпасов и спецхимии	26,7	73,3
Судостроительная промышленность	68,1	31,9
Радиопромышленность	78,9	21,1
Промышленность средств связи	39,2	60,8
Электронная промышленность	20,9	79,1
Промышленность специального назначения	8,9	91,1

* http://ia.vpk.ru/sbornik_2001/otrasli/page_3_3.htm

По оценкам экспертов, доля высокотехнологической продукции, реально составляющей конкуренцию импортным аналогам, в общем объеме выпуска гражданской продукции, крайне мала. В основном это те направления производства, которыми традиционно занимались оборонные предприятия в советские времена. Например, гражданское авиастроение и гражданский космос. Те подотрасли, в которых отечественной оборонной промышленности удастся добиться некоторых успехов в гражданском производстве, отличаются высокой степенью монополизации мирового рынка. Примеров успешного применения двойных технологий ничтожно мало. Для успеха в этом направлении требуются проведение серьезных НИОКР и крупные капиталовложения в переоборудование производства.

Экспорт гражданской продукции оборонно-промышленного комплекса в 1993–2000 гг. то совершал резкие скачки, то стабилизировался. Фактически в 1999–2000 гг. оборонная промышленность России экспортировала гражданскую продукцию примерно в том же объеме, что и в 1993–

1994 г. (621,1–645,0 млн дол. в ценах 2000 г.). В 2000 г. экспортировано 19,0% всего объема произведенной предприятиями оборонной промышленности гражданской продукции. При этом динамика экспорта не зависела от динамики ее общего производства.

Цель технического перевооружения оборонной промышленности в настоящее время лишь декларируется. Высокотехнологической и конкурентоспособной продукцией, выпускаемой ОПК, являются исключительно вооружения и военная техника. В ее производстве по конкурентоспособности лидирует авиационная промышленность. Экспорт вооружений и военной техники остается для многих предприятий фактически единственным средством выживания. Доля военной продукции, идущей на экспорт, в общем объеме производства составляет 86–88%. В 2001 г. России удалось увеличить ее экспорт: объем его составил 4,2–4,4 млрд дол.³ Объем продаж в 2002 г. ориентировочно оценивается в 4 млрд дол.⁴

За последнее десятилетие неоднократно менялся порядок предоставления различным экономическим субъектам права экспорта вооружений и военной техники. В настоящее время оно принадлежит государственному посреднику ФГУП «Рособоронэкспорт» и ряду предприятий, которые самостоятельно выходят со своей продукцией на мировой рынок. Импортируют российские вооружения и военную технику в основном (более 80%) развивающиеся страны. В первую очередь Индия и Китай.

Почему не принцесса Золушка?

К началу 2000-х годов актуальной стала проблема перехода к выпуску военной продукции нового поколения. Но за последнее десятилетие на НИОКР в этой области направляются минимальные средства, и российская оборонная промышленность «проедает» интеллектуальную собственность, доставшуюся ей с советских времен.

³ О деятельности ВПК России в 2001 г.// БИКИ, 13 июня 2002 г.; Цифры и факты// Независимое военное обозрение. 2002. № 1.

⁴ Цифры и факты// Независимое военное обозрение. 2002. № 1.

Основным источником инвестиций в начале 2000-х годов для предприятий оборонной промышленности были собственные средства (72,3% – в 1997 г., 76,6% – в 2000 г., 70,0% – в 2001 г. против 35,4% в 1992 г.). Их объема не хватает для крупномасштабного обновления производственных мощностей и для финансирования НИОКР в объеме, необходимом для создания нового поколения военной и гражданской наукоемкой продукции. Кроме того, из-за несвоевременной оплаты государством произведенной в рамках госзаказа продукции у предприятий оборонной промышленности накопились большие суммы долгов финансовым структурам, предприятиям-смежникам, по платежам в бюджет и внебюджетные фонды. В 1999 г. государство признало существование своего долга перед предприятиями оборонного комплекса. Скорректированная в 2000 г. сумма долга составила 32,5 млрд руб. (к настоящему времени погашена лишь часть долговых обязательств).

На рис. 7 приведены данные об отраслевой структуре российского экспорта военной продукции в 2001 г. Крупнейшим экспортером было авиастроение. На долю этой отрасли приходится три четверти всего российского экспорта вооружений и военной техники. В 2001 г. по сравнению с предыдущим годом более чем в три раза (с 17,8% до 5,7%) в общем объеме экспорта упала доля судостроения, более чем вдвое (с 16,8% до 7,0%) – радиопромышленности.

Итак, можно констатировать, что объем экспорта военной продукции российской оборонной промышленностью в последнее время стабилизировался. Хотя он и значительно меньше, чем аналогичный показатель в советские времена, но является одним из наиболее значимых в мире. Тем не менее в оценках перспектив развития российских производителей военной продукции на мировом рынке эксперты весьма серьезно расходятся во мнениях. Несколько тревожных звонков в адрес отечественной «оборонки» прозвучало в 2002 г. Российская сторона проиграла тендеры на поставку к 2008 г. в Южную Корею 40 истребителей (сумма сделки – около 3,2 млрд дол.), в Турцию – 145 ударных вертолетов на сумму более 2 млрд дол., в Малайзию –

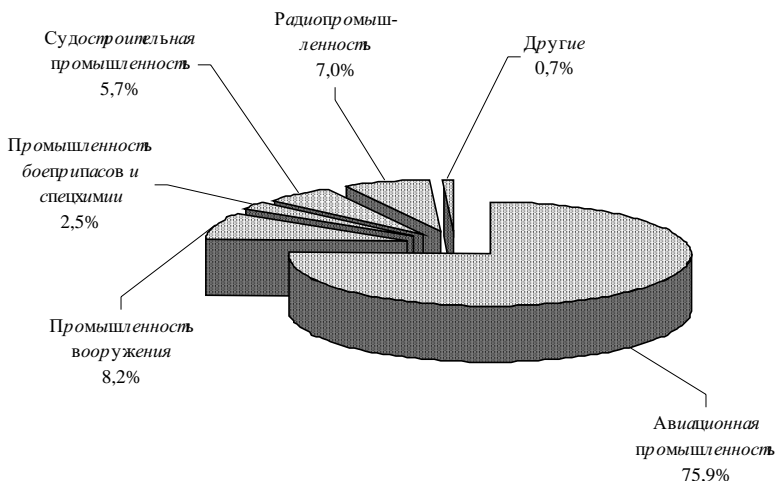


Рис. 7. Структура экспорта военной продукции предприятиями оборонной промышленности РФ в 2001 г. (по отраслям), %⁵

20 самолетов Су-30МКИ. Кроме того, Россия не смогла подписать новые контракты с Индией на сумму 5 млрд дол.⁶

Поиск предприятиями необходимых для перепрофилирования производства инвестиций, как правило, заходит в тупик: объем бюджетного финансирования в последнее десятилетие снижался темпами, значительно превышающими сокращение объемов производства продукции. Предприятия плохо привлекают заемные средства, потому что высок риск и велики сроки окупаемости (рис. 8 и табл. 8).

В последние годы наметилась тенденция роста расходов государства на национальную оборону. Если в 2001 г. общая сумма военных расходов составила 215 млрд руб., то в 2002 г. – 284,2, а на 2003 г. запланирована сумма

⁵ Основные характеристики производственного потенциала ВПК // http://ia.vpk.ru/vpkrus/vvedenie/page_5_1.htm

⁶ Экспорт вырос// Независимое военное обозрение. 2002. № 1; Хазбиев А. Экспорт нетрадиционной ориентации// Эксперт. 2002. № 35; Грек А., Хазбиев А. Шестьдесят семь гектаров смерча// Эксперт. 2002. № 27; Хазбиев А. Без посредников// Эксперт. 2002. № 38; С. Белоусов. Рынок для избранных// Эксперт. 2002. № 38; Российский экспорт вооружений и военной техники в 2001 г.// БИКИ, 18 июня 2002 г.

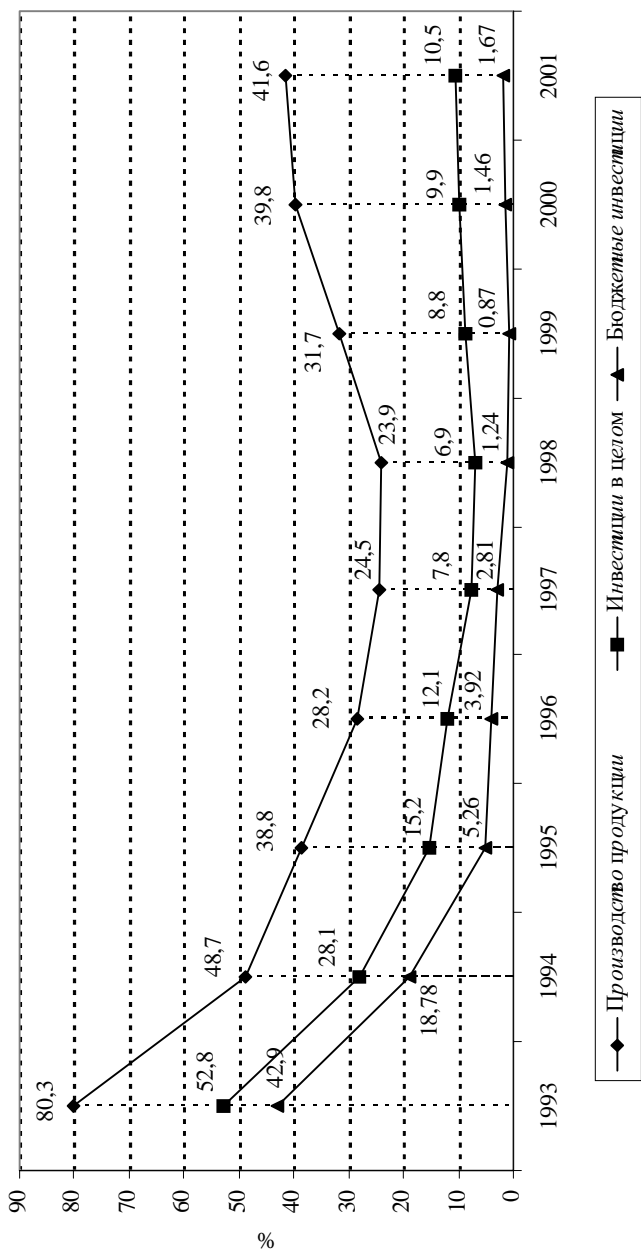


Рис. 8. Сравнительная динамика объема производства продукции на оборонных предприятиях РФ и объема инвестиций (в том числе бюджетных) в ОПК за 1993–2001 гг., % к 1992 г.

346–353 млрд руб.⁷ Доля военных расходов в ВВП страны, по разным оценкам, составила в 2002 г. 2,5–2,6%, а в 2003 г. планируется ее увеличение до 2,7%⁸. Однако, по оценкам, реального увеличения военных расходов не произойдет. Учитывая инфляцию, расходы на оборону в 2003 г. по сравнению с 2002 г. составят лишь 0,15%⁹. В структуре расходов отмечается явный перекося в сторону содержания армии за счет урезания средств на закупку военной продукции и проведение НИОКР. По данным Центра анализа стратегий и технологий, в 2002 г. суммарная доля средств, направленных на закупку вооружений и военной техники и НИОКР, составила около 30%¹⁰.

Таблица 8

**Структура инвестиций в ОПК РФ в 1992–2001 гг.
(по источникам финансирования), %**

Средства	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Бюджетные	55,5	45,2	37,2	19,2	18,0	20,0	10,0	5,5	8,2	10,2
Собственные средства предприятий и прочие источники	44,5	54,8	62,8	80,8	82,0	80,0	90,0	94,5	91,8	89,2

Подводя итоги обзора развития российской оборонной промышленности за последние одиннадцать лет, отметим, что ставка на выпуск конкурентоспособной гражданской продукции, можно считать, не оправдалась. Отечественная гражданская продукция, как правило, проигрывает конкурентам не только на внешнем, но и на внутреннем рынке. Те же предприятия, что сделали ставку на производство вооружений и военной техники, ориентируются в основном на экспорт.

⁷ Никольский А. ВПК заработал \$4 млрд// Ведомости. 17 дек. 2002.

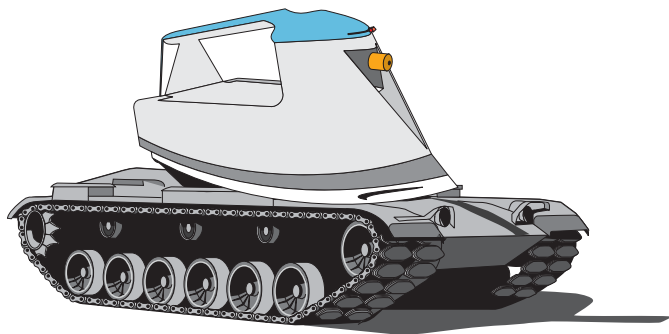
⁸ http://ia.vpk.ru/vpkrus/otrasli/page_3_3.htm

⁹ Хазбиев А. Экспорт нетрадиционной ориентации// Эксперт. 2002. № 35.

¹⁰ Никольский А. Генеральский бюджет// Ведомости. 2002. 13 авг.; Хисамова З. Весенний привод// Эксперт. 2002. № 17; Строки бюджета//Независимое военное обозрение. 2002. № 34; Сулейманов С. Оборонный бюджет подрос// Независимое военное обозрение. 2002. № 35.

Хотя в последние годы объем российского экспорта военной продукции достаточно стабилен, настаивает на том, что по сути он сильно зависит от объемов закупок двумя странами – Китаем и Индией. Как только эти страны проведут перевооружение своих армий либо наладят выпуск собственной военной продукции (в том числе и по российским лицензиям), объемы продаж российского оружия упадут. Поэтому надо уже сейчас осваивать новые рынки и, что представляется более важным, начинать планомерное перевооружение российских вооруженных сил.

До сих пор российской оборонной промышленностью фактически используется научно-инженерный потенциал СССР. Стареют кадры, стареют и технологии. Если не изменится ситуация в области инвестиционной политики, то в скором времени ряд видов вооружений нужного уровня просто будет невозможно произвести. Упования на то, что предприятия оборонного комплекса, попав в условия рынка, сориентируются и, используя свои преимущества (в частности, высокий уровень научного, технологического, производственного потенциала), найдут эффективные пути развития, не оправдались. Несмотря на то, что в течение последних лет в оборонной промышленности отмечается рост выпуска продукции и рост объемов инвестиций, уровень и глубина решения накопившихся проблем требуют принципиально новой стратегии развития.



К проблеме монополизма наш журнал обращался не раз. Мы стремимся отразить различные точки зрения и подходы к исследованию данной проблемы. В дискуссии этого номера специалисты анализируют монополию с противоположных позиций.

Для аналитиков, интеллектуалов, любителей «мозговых штурмов».

Каков эффект от увеличения доли предприятия на региональных рынках пассажирских авиаперевозок?

С. Н. ЧИРИХИН,

кандидат экономических наук,

начальник отдела Новосибирского территориального управления

Министерства по антимонопольной политике и поддержке

предпринимательства РФ

Развитие любой отрасли зависит от успеха деятельности хозяйствующих в ней субъектов. В настоящее время на российском рынке четко сформировалась тенденция укрупнения и объединения авиакомпаний. Это происходит не только путём поглощения мелких предприятий, но и за счёт попыток образования альянсов, что связано, прежде всего, с высокой капиталоемкостью бизнеса авиаперевозок. В условиях переходной российской экономики и при отсутствии работающего механизма лизинга авиационной техники небольшие авиакомпании просто не в состоянии аккумулировать достаточные финансовые ресурсы для восстановления и поддержания своего самолётного парка, развития маршрутной сети и создания конкурентоспособного продукта. На сегодняшний день около 40% всего пассажирооборота приходится всего на четыре крупнейшие авиакомпании страны. Более 80% авиаперевозок в стране осуществляется десяткой крупнейших авиаперевозчиков.

© ЭКО 2003 г.



В Новосибирской области базируется одна из наиболее крупных авиакомпаний Российской Федерации – ОАО «Авиакомпания “Сибирь”». Масштабы деятельности этого предприятия непрерывно возрастают, парк судов увеличивается, открываются новые маршруты, доля на рынках растет (так, на направлении «Новосибирск – Москва», где поток пассажиров максимален среди всех направлений из Новосибирска, данный показатель вырос с 23% в 1997 г. до 50% в 2001 г.). Авиакомпания занимает доминирующее положение на ряде направлений, являясь единственным перевозчиком пассажиров из Новосибирска и других городов Сибири (например, «Томск – Москва – Томск»).

В последние годы компанией было приобретено несколько самолетов, осуществлены слияния и присоединения более мелких авиаперевозчиков из других регионов страны. Естественно, данные процессы прошли согласование в Новосибирском антимонопольном управлении. Ввиду того, что авиакомпания постоянно расширяет поле своей деятельности и декларирует продолжение своей политики укрупнения, в том числе путем установления контроля и поглощения конкурентов, что может привести к усилению или возникновению ее доминирующего положения на некоторых региональных рынках пассажирских авиаперевозок, в управлении было принято решение о предварительном проведении анализа ее деятельности с целью оценки социально-экономического эффекта. При этом ставилась цель, наряду с разработкой методики, получить вывод о том, дает ли положительный социально-экономический эффект укрупнение авиакомпании. Если да, то у управления появлялись основания для разрешения проведения авиакомпанией сделок по приобретению основных производственных средств у других хозяйствующих субъектов, а также осуществления слияний и присоединений, даже если таковые будут приводить к возникновению или усилению доминирующего положения данной организации на товарных рынках (п. 3 ст. 17 и п. 4 ст. 18 Закона РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках»).

Вначале дадим краткую характеристику состояния дел на рынках пассажирских авиаперевозок. В 1990-х годах в стране происходило постоянное сокращение пассажиро- и грузооборота. В результате в 1999 г. объем авиаперевозок относительно 1991 г. сократился в 2,8 раза (рис. 1)*. Однако в 2000 г. спад в отрасли был остановлен. Очевидно, что данное обстоятельство является следствием общего экономического роста в стране.

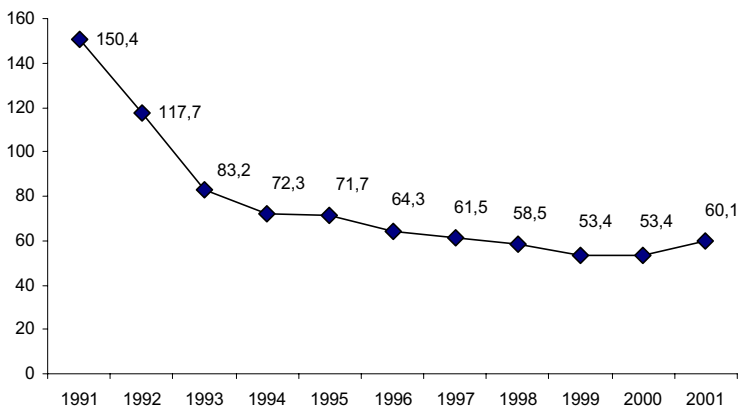


Рис. 1. Объем перевозок авиапредприятий гражданской авиации, млрд пассажиро-километров

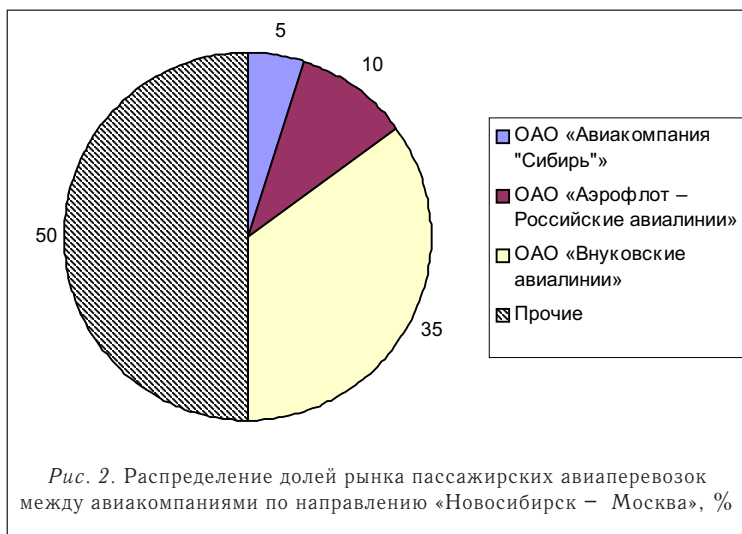
Снизившийся в целом объём спроса на авиаперевозки повлёк сокращение спроса и на отечественные самолёты, что в свою очередь негативно повлияло на авиастроительную промышленность страны. На сегодняшний день парк самолетов гражданской авиации в России морально и физически устарел. Свыше 70% пассажирских самолетов имеют срок службы более 10 лет, а их технический и эксплуатационный уровень не соответствует мировым стандартам.

В настоящее время Новосибирская область связана воздушным пассажирским сообщением примерно с 50 административными центрами субъектов Российской Федерации. Наибольший пассажирооборот осуществлялся по направлениям на Москву, Владивосток, Санкт-Петербург, Краснодар.

* Данные Государственной службы гражданской авиации Министерства транспорта РФ.

Договоры на аэропортовое и наземное обслуживание воздушных судов ОАО «Аэропорт Толмачево», основным аэропортом Новосибирской области, заключены с 75 авиакомпаниями, что на 30% меньше, чем в 2000 г. Уменьшение связано с общей тенденцией снижения количества авиакомпаний в Российской Федерации. Наиболее крупные пассажирские авиаперевозчики – ОАО «Авиакомпания «Сибирь»» (около 30% от всего количества перевозимых через «Толмачево» пассажиров), ОАО «Аэрофлот – Российские авиалинии» (25%), ОАО «Владивосток АВИА» (10%).

На рис. 2–5 представлено распределение долей рынка между авиакомпаниями на четырех наиболее популярных направлениях пассажирских авиаперевозок из Новосибирска.



Все упомянутые на рис. 2–5 рынки являются рынками высокой степени концентрации.

Таким образом, развитие региональных рынков пассажирских авиаперевозок связано прежде всего с крупнейшей местной авиакомпанией – ОАО «Авиакомпания «Сибирь»».

Авиакомпания «Сибирь» была создана в 1992 г. и начала работать в условиях экономического спада, который

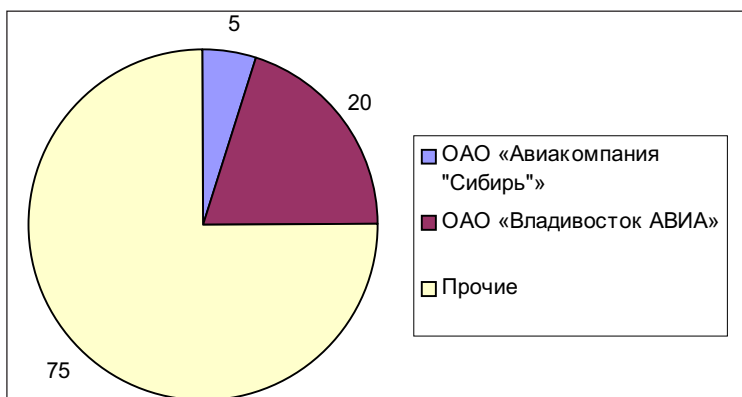


Рис. 3. Распределение долей рынка пассажирских авиаперевозок между авиакомпаниями по направлению «Новосибирск – Владивосток», %

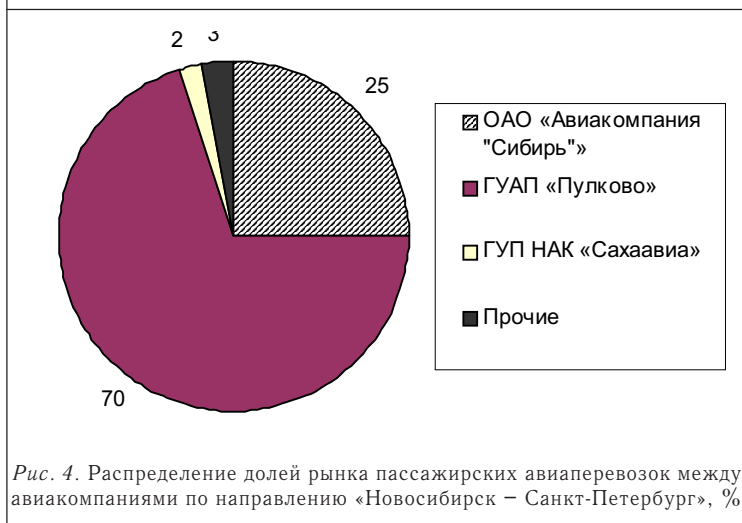
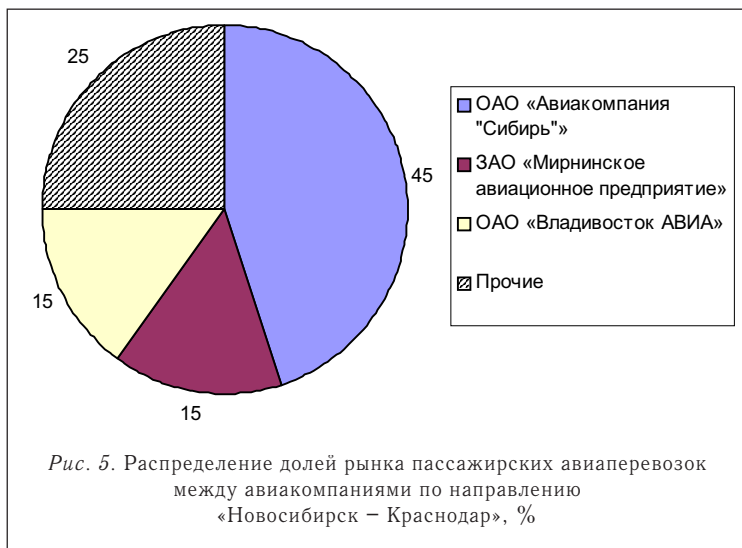


Рис. 4. Распределение долей рынка пассажирских авиаперевозок между авиакомпаниями по направлению «Новосибирск – Санкт-Петербург», %

проявлялся в сокращении объема ВВП России, снижении доходов населения – основного потребителя услуг гражданской авиации, либерализации цен на топливо, прекращении государственного регулирования тарифов на авиаперевозки и т. д.



В то время как на российском рынке наблюдалось общее снижение объема пассажиропотока, «Сибирь» благодаря гибкой, адекватной быстро меняющейся обстановке системе управления компанией добивалась роста объемов производства, опережая своих конкурентов. Так, если вся гражданская авиация России перевезла в 2001 г. 25 млн пассажиров, что примерно соответствует уровню 1997 г., то «Сибирь» за этот же период увеличила данный показатель более чем в 3 раза.

Такие достижения авиакомпания объясняет наращиванием и использованием своих конкурентных преимуществ, среди которых называются следующие.

- Высокий уровень сервиса и широкий перечень дополнительных услуг (бесплатный автобус к ночным рейсам, заказ такси с борта самолета, торговля сувенирами, проведение потерей и т. д.).
- Наличие полномасштабных интерлайн-соглашений с авиакомпаниями «Люфтганза» и «Кореан эйр».
- Эффективное использование таких инструментов управления продажами перевозок, как гибкая система тарифов; управление ресурсом мест, размещенных в системах бронирования;

кредитная политика в отношении агентов; оперативное управление рейсом; поиск перспективных направлений и др.

- Использование возможности заключения альянсов, осуществления слияний и поглощений.

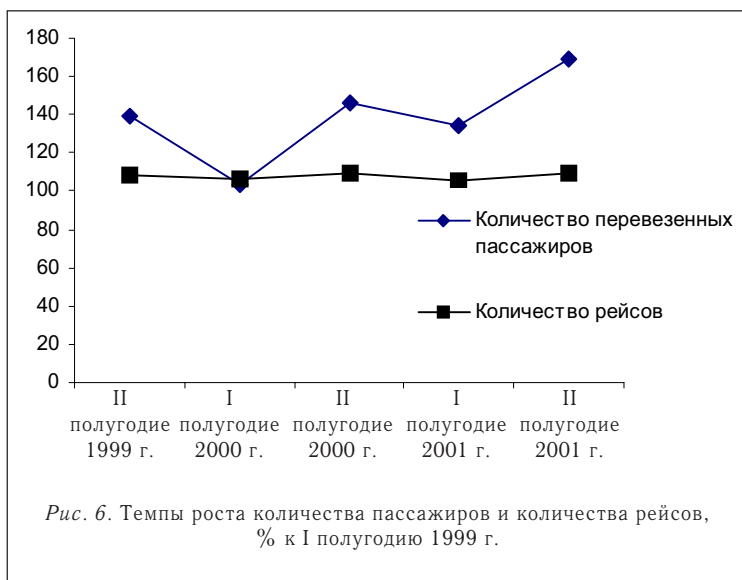
На последнем пункте остановимся более подробно. Авиакомпания «Сибирь» активно использует рыночную ситуацию для укрупнения своего бизнеса и имеет в этом отношении успешный опыт. Так, например, приняв в январе 2000 г. стратегическое решение о движении на Восток, наиболее интересными для себя линиями она определила такие, как Иркутск – Москва и Чита – Москва. «Сибирь» пошла на заключение генерального агентского соглашения с почти обанкротившейся авиакомпанией «Саяны» (Иркутск), что фактически означало покупку «Сибирью» «Саян». «Сибирь» взяла на себя выполнение рейсов «Саян», а также все связанные с этим финансовые потоки и управленческие решения. В конце 2000 г. авиакомпания «Саяны» была преобразована в Восточно-Сибирский филиал авиакомпании «Сибирь».

Прошедший год был ознаменован началом процесса объединения авиакомпании «Сибирь» с «Внуковскими авиалиниями». В течение года «Сибирь» полностью взяла на себя организацию и коммерческое обеспечение рейсов «Внуковских авиалиний» (продажа билетов, управление ресурсом мест и расписанием, планирование, бюджетирование, оплата прямых расходов и т. д.). Благодаря эффективной системе управления авиакомпанией «Сибирь», стоявшая на грани банкротства и растерявшая значительную часть пассажиров и маршрутов авиакомпания «Внуковские авиалинии» стала превращаться в доходную единицу бизнеса. Начавшееся объединение с «Внуковскими авиалиниями» позволило «Сибири» более чем в 2 раза расширить географию полетов и вдвое увеличить парк воздушных судов. В ближайшее время планируется завершение объединения.

За последние годы «Сибирь» увеличивала доходность выполняемых рейсов. Так, в 2001 г. при росте среднего тарифа на одного пассажира по сравнению с 1999 г. на 25% средняя маржа (разница между выручкой и переменными

издержками, характеризует прибыльность деятельности) на одного пассажира выросла на 30%, а средняя маржа на 1 летный час – на 89%.

Оценить эффективность деятельности компании можно, проанализировав динамику таких показателей, как величина тарифа, уровень выручки, издержек, прибыли и др. Рассмотрим значение этих показателей для направления «Новосибирск – Москва – Новосибирск», имеющего наибольший пассажирооборот среди всех других направлений из Новосибирска. Для оценки рентабельности будем использовать значение маржи. Наиболее наглядная картина изменения всех показателей за 1999–2001 гг. получается, если рассчитать темпы роста каждого показателя и сравнить их. Исходные данные для анализа представлены на рис. 6–8.



Как видно из рис. 6, темпы роста количества перевезенных пассажиров превышают темпы роста количества рейсов, и это позволяет сделать вывод, что авиакомпания для увеличения своей доли на рассматриваемом рынке увеличивала загрузку воздушных судов.

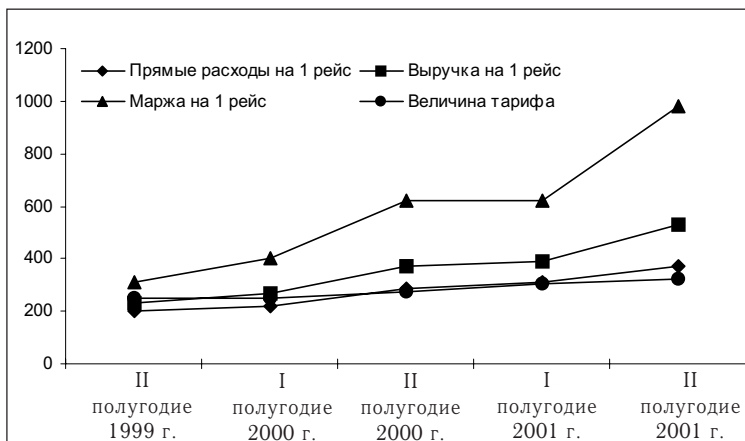


Рис. 7. Темпы роста величины тарифа, прямых расходов, выручки, маржи в расчете на один рейс, % к I полугодью 1999 г.

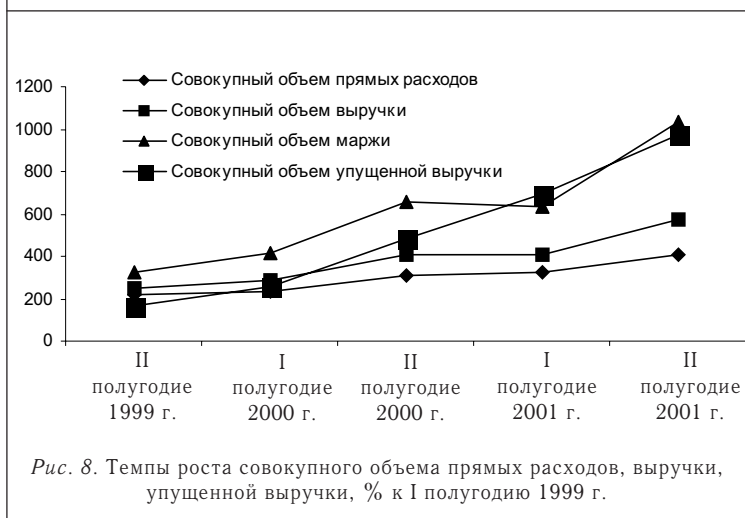


Рис. 8. Темпы роста совокупного объема прямых расходов, выручки, упущенной выручки, % к I полугодью 1999 г.

Темпы роста маржинального дохода, причем как совокупного, так и в расчете на один рейс, больше темпов роста выручки, получаемой авиакомпанией вследствие увеличения доли рынка. Это подтверждает действие эффекта масштаба – снижение издержек с увеличением объема в данном случае пассажирских авиаперевозок.

С ростом загрузки воздушных судов происходит рост прямых расходов. Но данное увеличение сопровождалось сравнительно незначительным повышением тарифов, т. е. темп их роста оказался ниже.

Следует обратить внимание, что рост маржи и выручки в 1999–2001 гг. происходил стремительнее, чем рос уровень тарифов. Увеличение дохода компании позволяет покупать новые воздушные суда, что повышает безопасность полета, качество услуг. У авиапредприятия появляется возможность вести гибкую тарифную политику, варьировать тарифы в зависимости от платежеспособности потребителей. Для дифференциации тарифов применяются различные классы обслуживания и условия применения тарифов.

Сокращая издержки производства, компания может либо снижать цену (тариф), либо повышать качество авиаперевозки за счет увеличения получаемых доходов; может направлять полученные средства на реализацию различных социальных программ, например, вводить льготные условия перевозок. Сумму, на которую были предоставлены льготы, называют суммой упущенной выручки, и она представляет собой важный показатель социально-экономического эффекта деятельности авиакомпании. С увеличением доли рынка и доходов компании с каждым годом стремительно растет данный показатель как следствие увеличения предоставляемых льгот и объема перевозки льготных категорий граждан (рис. 8).

Таким образом, увеличивая свою долю на рынке, авиакомпания имеет возможность не только улучшать свои экономические показатели, но и приносить пользу своему потребителю.

Увеличение доходов авиакомпании приводит к росту налоговых поступлений в бюджет, которые играют немаловажную роль в развитии региона в целом, а, следовательно, к повышению уровня жизни жителей. И, наконец, только крупная развитая авиакомпания сможет противостоять в конкурентной борьбе иностранным авиакомпаниям, которые в последнее время реализуют стратегию развития рынка, проникая на российский рынок авиаперевозок. Так, по пос-

ледним сообщениям СМИ, на некоторых рынках пассажирских авиаперевозок Сибири появились турецкие авиакомпании, что создает предпосылки для усиления конкуренции и необходимого для таких случаев повышения конкурентоспособности отечественных авиакомпаний, в том числе за счет их укрупнения.

Вот основные выводы, которые хотелось бы привести в заключение.

□ Увеличение доли предприятия на рынке в некоторых случаях может приносить положительный социально-экономический эффект.

□ Оценивать эффект от возникновения или усиления доминирующего положения следует на основе анализа динамики показателей масштабов деятельности предприятия, величины тарифа, уровней выручки, издержек, прибыли.

□ При угрозе возникновения доминирующего положения на рынке какого-либо хозяйствующего субъекта в ходе его укрупнения антимонопольные органы должны тщательно взвешивать все «за» и «против» для общества от такого укрупнения и противодействовать такому возникновению лишь при наличии убедительных доказательств.

□ При наличии положительного социально-экономического эффекта антимонопольные органы не должны препятствовать укрупнению предприятий, выставляя в крайнем случае поведенческие требования по соблюдению условий конкуренции и интересов потребителей.

□ В настоящее время очень важен тщательный и взвешенный подход к укрупнению хозяйствующих субъектов в целях защиты интересов отечественных товаропроизводителей в связи с грядущим вступлением России в ВТО и, как следствие, усилением конкуренции для отечественных компаний со стороны зарубежных.

□ На данный момент есть все основания считать, что укрупнение авиакомпании «Сибирь» и увеличение ее доли на региональных рынках пассажирских авиаперевозок имеет положительный социально-экономический эффект, и увеличение доли авиакомпании на рынках путем поглощений, слияний, приобретений других предприятий аналогичного профиля соответствует общественным интересам и не должно встречать противодействие со стороны антимонопольных органов.

АНТИМОНОПОЛЬНАЯ «ЭФФЕКТИВНОСТЬ»

Ю. О. ЛЕОНТЬЕВА,
кандидат экономических наук,
Новосибирский государственный технический университет

Что такое монополия?

С точки зрения экономической теории, существует два подхода к этому феномену – марксистский и неоклассический. Марксисты считают, что монополия – это закономерный результат концентрации и централизации производства и капитала. По мнению представителей неоклассического направления, монополии появляются вследствие благоприятного положения фирмы на рынке, которое складывается под влиянием барьеров, предотвращающих появление новых продавцов.

С точки зрения С. Н. Чирихина, монопольное положение авиакомпании «Сибирь» возникло «благодаря гибкой, адекватной быстроменяющейся обстановке системе управления компанией» и «ускоренным объемам роста продаж», что по определению предполагает существование рынка чистой конкуренции (большого количества независимых производителей). И далее: «Такие достижения авиакомпания объясняет наращиванием и использованием своих конкурентных преимуществ, среди которых называются следующие:

1. Высокий уровень сервиса и широкий перечень дополнительных услуг.
2. Наличие соглашений с авиакомпаниями «Люфтганза» и «Кореан Эйр».
3. Эффективное использование таких инструментов управления продажами перевозок, как гибкая система тарифов; управление ресурсом мест, размещенных в системах бронирования; кредитная политика в отношении агентов и др.
4. Использование возможности заключения альянсов, осуществления слияний и поглощений».

© ЭКО 2003 г.

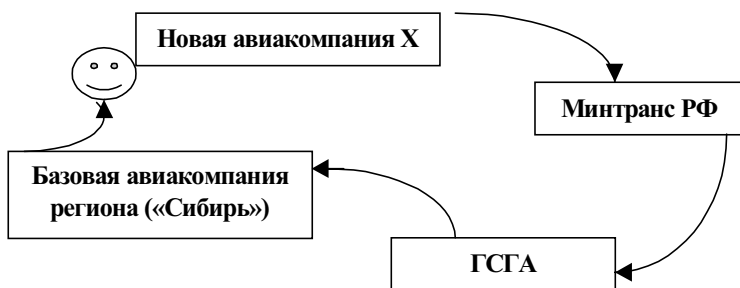


Опустив первые три пункта как не очень убедительные аргументы в пользу «честной борьбы», прокомментируем последний пункт – «использование возможности заключения альянсов, осуществление слияний и поглощений». Что это такое? Для заключения альянса партнеры, прежде всего, должны быть взаимно интересны друг другу. А какие взаимные интересы представляют обанкротившаяся компания «Саяны» или задолжавшие всем «Внуковские авиалинии»? Конечно, может, и заманчиво побыть какое-то время региональным филиалом стратегической авиакомпания. Но в итоге все равно ведь – быть поглощенными.

Исключительные права, полученные от правительства на определенный вид деятельности, например, транспортные услуги как раз и являются теми барьерами, которые предотвращают появление на рынке новых продавцов. Роль государственной поддержки здесь неоспорима.

Авиакомпания «Сибирь» – единственный перевозчик, не имеющий альтернативы на данном рынке. Поэтому «Сибирь» может диктовать цены, а вступление новых конкурентов в этот сегмент рынка заблокировано техническими и юридическими нюансами.

В Новосибирске конкурентный рынок авиаперевозок даже теоретически невозможен, поскольку для открытия нового рейса или создания новой авиакомпании существует единая схема.



Перевозчик, желающий работать здесь, должен послать заявление в Минтранс РФ, откуда заявление попадает в

Государственную службу гражданской авиации (ГСГА), которая, в свою очередь, посылает запрос обратно в регион – в региональную авиакомпанию, и она должна дать согласие на существование нового перевозчика – своего нового конкурента. А кому, скажите на милость, нужна лишняя головная боль от такого соседства?

Проанализируем более подробно те факты, которые приводит С. Н. Чирихин.

На сегодняшний день около 40% всего пассажирооборота в России приходится всего на четыре крупнейшие авиакомпании страны. Более 80% авиаперевозок в стране осуществляется десятком авиаперевозчиков.

В настоящее время договоры на аэропортовое и наземное обслуживание воздушных судов аэропортом «Толмачево», основным аэропортом не только Новосибирской области, но и всего Сибирского федерального округа, заключены с 75 авиакомпаниями, что на 30% меньше, чем в 2000 г. Наиболее крупные пассажирские авиаперевозчики – ОАО «Авиакомпания «Сибирь»» (около 30% от всего количества перевозимых через «Толмачево» пассажиров), ОАО «Аэрофлот – Российские авиалинии» (25%), ОАО «Владивосток АВИА» (10%).

При этом в 2001 г. при росте среднего тарифа в авиакомпании «Сибирь» на одного пассажира по сравнению с 1999 г. на 25% (в долларовом эквиваленте) средняя маржа (разница между выручкой и переменными издержками) на одного пассажира выросла на 30%, а средняя маржа на 1 летный час – на 89%.

С авиакомпаниями вроде бы все понятно. В свое рыночное пространство «Сибирь» никого не допустит – на пользу себе, но отнюдь не во благо потребителям. Весомую, если не самую значимую категорию пользователей представляют туристские фирмы. Стремясь использовать выгодное центрально-азиатское положение Новосибирска, они составляют интересные маршруты для туристов. Ценовой фактор при этом играет, несомненно, первостепенную роль. Пытаясь оптимизировать издержки за счет проживания в отелях, стоимости экскурсий, услуг сопровождения и гидов,

турфирмы не имеют возможности выбирать приемлемые для клиентов цены на авиабилеты. Альтернативы наземного транспорта не существует по причине географической. Чтобы организовать чартер, фирмы вступают в альянс, критерий отбора определяет монополист. Выход один – подписывать агентские соглашения и продавать услуги, изобретенные монополистом, сокращая при этом объем собственной прибыли в 2–3 раза. А начальник отдела антимонопольного ведомства С. Н. Чирихин хочет убедить нас в том, что монополия «почти не представляет опасности для конкуренции в случае отсутствия барьеров для входа на соответствующие товарные рынки».

Теперь о высокой интенсивности роста оборотов компании и разделении некоторых авиамагистралей с дружественными авиакомпаниями. Те 10% потока «Дальавиа», о которых пишет уважаемый коллега, – это скорее тупиковые дозаправочные рейсы, к тому же имеющие сезонный характер. Речь идет, скорее, о доминантном контроле «Сибирью» прибыльных направлений и исключении бюджетных, необходимых лишь для доставки людей и продовольствия в дальние регионы. Глобальным источником финансов служит, конечно, перевозка на московском направлении. Если вспомнить 1997–1998 гг., когда шла борьба за этот маршрут между «Аэрофлотом», «Трансаэро», «Внуковскими» и «Сибирью», то боролись, скорее, «Аэрофлот» и «Трансаэро», «Сибирь» вообще стояла в стороне. Самолеты у нее самые старые, сервис допотопный и время вылета совсем не удобное. Потом ситуация как-то сама собой уладилась, и «Сибирь» стала первой. Как?

Недостатки монополии

Во-первых, объем производства, максимизирующий прибыль монополиста, у «Сибири» ниже, чем у конкурентной фирмы (на сегодня – «Аэрофлот»), а цена билетов – выше. Это приводит к тому, что ресурсы общества используются не в полном объеме, а часть продукции, необходимая обществу, не производится (уже упоминалось о сокращении льготных и бюджетных направлений деятельности).

Во-вторых, являясь единственным производителем, монополист не стремится снизить издержки. У него нет стимула к использованию наиболее прогрессивной технологии, слабая заинтересованность в научно-исследовательских разработках и использовании достижений НТП (здесь, конечно, в проигрыше потребитель).

В-третьих, барьеры для вступления новых фирм и огромные средства на их возведение и укрепление оказывают сдерживающее воздействие на экономическую эффективность (если они не относятся к государственным).

Но, с другой стороны, хотя у монополиста нет автоматического стимула к НТП, технические усовершенствования ему все же выгодны – они понижают издержки на единицу продукции и таким образом увеличивается прибыль, получение которой носит долговременный характер. Монополист имеет больше финансовых ресурсов для развития НТП. Там, где используются высокоприбыльные технологии, только крупное производство может обеспечивать массовый выпуск качественной, соответствующей стандартам продукции, низкие издержки на единицу продукции и доступные цены. Учитывая двойственный, противоречивый характер монополии, правительства стран с развитой рыночной экономикой стремятся противостоять монополизму, поддерживая и поощряя развитие конкуренции.

По имеющимся предпосылкам, авиакомпания «Сибирь» олицетворяет собой государственную монополию. Экономическую основу ее изначально составляют «общенародная» в государственной форме собственность, обобществленное производство, централизованное перераспределение ресурсов.

Теоретически, конечно, можно рассматривать ситуацию более оптимистично. Почему бы, например, не обосновать процессы монополизации авиарынка общероссийской «чистой» авиации? Одной из мер ГСГА по упорядочению рынка авиаперевозок стало требование к авиакомпаниям иметь в аэропорту базирования собственные мощности для полного цикла техобслуживания самолетов. Это кардинально меняет действующую систему, при которой авиакомпания должна иметь в аэропорту только оборудование для предполет-

ной проверки самолетов, а периодическое техобслуживание может осуществляться на базе других авиапредприятий в рамках заключенных соглашений. Кроме того, в подготовленных «Росавиацией» поправках к существующим нормативным документам детализируются требования по безопасности полетов, прописывается механизм применения штрафных санкций, ужесточаются требования к финансовому состоянию авиапредприятий.

Эксперты полагают, что введение новых правил лицензирования и сертификации авиапредприятий приведет к существенному сокращению числа перевозчиков – примерно в 2 раза. А заодно начнется естественный рыночный процесс выравнивания спроса и предложения (сегодня предложение превышает спрос примерно в 1,5–2 раза). Уйдут в небытие демпинговые цены, и стоимость перевозок будет определяться спросом, а не их себестоимостью. В итоге появится стабильность рынка и, может быть, надежность авиаперевозок.

Все это хорошо для Москвы. Это там мешает «демпинг» и есть альтернатива авиакомпаниям в виде наземного транспорта. В восточных регионах России огромные расстояния при необходимости связи с внешним миром не дают выбора, поэтому тариф монопольной авиакомпании – как веление судьбы. Ситуация роковая. В случае каких-то катастроф с последующими страховыми выплатами потребитель оказывается «под компанией»: он вынужден соглашаться на то, что дают. Ценовая доступность услуги остается прерогативой узкого сегмента рынка. А если звучат фразы о постепенном росте покупательной способности и общеэкономическом росте, то это вещь изменчивая, капризная – во многом зависит от топливно-сырьевого сектора.

Так, может, все-таки назвать «Сибирь» стратегической авиакомпанией округа? Западная Сибирь сама является стратегическим объектом России, и любое блокирование транспортных магистралей может разрушить контроль над экономикой страны. Может, в высоких кругах как-то подстраховывают связующую артерию – Транссиб, а может... все не настолько глобально?

Стратегический объект государства? Но почему же тогда это произошло лишь после 1999 г.? Образовалась компания в 1992 г., и до этого никаких конкурентных преимуществ «адекватно меняющейся системы управления» в течение 7 лет не имела. Обычная средненькая компания, равно как и другие региональные перевозчики («Саяны», «Дальавиа», «Тюменьавиа» и др.), без особых перспектив. И бороться бы ей на конкурентном рынке до следующего дефолта. Но вдруг: резкий подъем продаж, реконструкция и модернизация систем бронирования, расширение сети полетов и т. д. Большое государство заметило вдруг маленькую серенькую лошадку (которая, знай себе, 7 лет скакала по кругу) среди множества других разбросанных по сибирской земле нерентабельных мелких компаний и, проявив стратегическую волю, вручило ей весь Западно-Сибирский регион для пробега с солидными монопольными полномочиями. А в придачу оградило естественным барьером ГСГА? Нет, на дальновидную стратегию это не тянет. Почему именно эта компания? И почему через 7 лет?

Не будучи специалистом по личным связям, рассуждать на эту тему не берусь. Замечу только, что для России протекционистский бизнес – дело привычное и естественное. И мало что изменилось с тех времен, когда всё ломали, чтобы построить нечто. И где же сегодня те, кто обосновывал вчера еще честную конкурентную борьбу, которая должна была увенчаться победой высоких технологий и эффективностью управленческих решений?

Остается лишь уповать на полное оптимизма заключение повергшей меня в полный пессимизм статьи: «При наличии положительного социально-экономического эффекта антимонопольные органы не должны препятствовать укрупнению предприятий, выставляя в крайнем случае поведенческие требования возникающему монополисту по соблюдению условий конкуренции и интересов потребителей».

А также уповать на эффективность антимонопольных органов, служащие которых позволяют себе подменять рыночные понятия бюрократическим резонансом.

Статья представляет интерес для менеджеров промышленных предприятий, экономистов, всех тех, кто интересуется проблемами экономики производства.

КАЧЕСТВО – ВАЖНЕЙШИЙ ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

В. И. РЯБОВ,
главный инженер ОАО «Трансформатор»,
А. Д. НЕМЦЕВ,
кандидат технических наук,
Самарская государственная экономическая академия,
Тольятти

Шаблонные способы управления, с которыми приходится сталкиваться на отечественных предприятиях, не позволяют достигать конкурентоспособного качества выпускаемой продукции, сдерживают рост производительности труда и тем самым делают неэффективным само производство. Отечественная модель управления – не рыночная по сути своей. Она характеризуется централизацией власти, политикой «закрытых дверей», принуждением к труду (трудиться, чтобы выжить). Вместе с тем есть промышленные предприятия, менеджмент которых постепенно приспосабливается к рынку. Об одном из них и хотелось бы рассказать.

Открытое акционерное общество «Трансформатор» (г. Тольятти) – одно из ведущих российских предприятий по производству мощных силовых установок. Высокие требования к качеству, надежности и безопасности выпускаемой продукции обеспечиваются за счет разработки и постоянного обновления эффективных систем управления качеством.

Руководство ОАО «Трансформатор» разработало новую комплексную программу «Качество», направленную на обеспечение конкурентоспособности предприятия и получение

© ЭКО 2003 г.



устойчивой прибыли для дальнейшего развития производства. Новая система управления качеством получила в 2000 г. сертификат соответствия международным стандартам серии ИСО 9000.

Практическая реализация этой программы осуществляется на основе планирования и контроля качества конечных продуктов предприятия. В системе «Качество» планируются затраты на:

- ✓ обеспечение высокого уровня надежности, потребительских свойств продукции, ее соответствия стандартам и современный дизайн выпускаемой продукции;
- ✓ повышение технических возможностей производственного процесса;
- ✓ совершенствование управления, контроля и повышение качества;
- ✓ обеспечение производства необходимыми средствами технологического оснащения;
- ✓ достижение оптимальных сроков разработки и выполнения планов повышения потребительских свойств выпускаемой продукции;
- ✓ повышение эффективности использования ресурсов;

Планы и мероприятия, направленные на повышение качества, оформляются в виде разделов в системе комплексных планов и приложений к ним. Это обеспечивает единство подходов к решению поставленных задач, объективность и достоверность результатов, позволяющих отслеживать динамику деятельности предприятия по повышению качества выпускаемой продукции и оценивать ее.

Стабильные темпы повышения качества выпускаемой продукции обеспечиваются созданием и поддержанием на предприятии управляемых (контролируемых) условий для реализации производственных и, прежде всего, основных (технологических) процессов.

Такие условия создаются и поддерживаются:

- ◆ четкой регламентацией методов, средств, режимов и приемов выполнения производственных операций на каждом рабочем месте, содержащихся в производственно-технологической и инструктивной документации;
- ◆ использованием соответствующего технологического оборудования и оснастки;

- ◆ соответствием параметров и характеристик производственных процессов и выпускаемой продукции требованиям законодательства и стандартов;
- ◆ контролем и регулированием параметров и характеристик продукции в ходе реализации технологических процессов;
- ◆ паспортизацией средств технологического оснащения процессов и оборудования, аттестацией исполнителей, ответственных за технологические процессы и операции технологической документации регулярной ревизии;
- ◆ проведением своевременного и полного технического обслуживания, диагностики состояния и ремонта средств технологического оснащения.

Особое внимание руководство ОАО «Трансформатор» уделяет анализу затрат, необходимых для обеспечения планируемого качества выпускаемой продукции. С этой целью в 2001 г. разработан и внедрен **стандарт предприятия по учету затрат на поддержание качества**. В соответствии с данным стандартом затраты по учитываемым параметрам имеют следующие доли в показателе среднегодовой себестоимости продукции. Приведем некоторые из этих показателей:

- сертификация продукции – 0,0186%;
- повышение квалификации руководителей и специалистов – 0,0775%;
- общие потери от брака по предприятию, включая разовые заказы цехов вспомогательного производства – 0,0103%;
- проверка измерительных приборов – 0,108%;
- затраты, связанные с увеличением трудоемкости в результате оформления карт временных разрешений, – 0,0225%;
- затраты, связанные с увеличением материалоемкости в результате оформления карт временных разрешений, – 0,0181%;
- зарплата, связанная с отчислениями по трудовым соглашениям, – 0,0779%;
- гарантийные выплаты за год – 0,0571%;
- стоимость запчастей и материалов по предписаниям ОТК – 0,0244%;
- стоимость произведенного на предприятии ремонта – 0,0328%.

Общие затраты на обеспечение качества продукции по всем статьям в 2001 г. составили 0,811% среднегодовой себестоимости продукции.

Приведенные значения затрат показывают, что на ОАО «Трансформатор» повышено внимание к сертификации продукции и проверке измерительных приборов.

В производстве высококачественной продукции возрастает потребность в квалифицированных работниках. Поэтому и доля затрат на повышение квалификации – значимый показатель в общей структуре затрат. На предприятии предусмотрена систематическая подготовка и переподготовка персонала всех уровней и по всем видам деятельности, оказывающим непосредственное влияние на качество выпускаемой продукции.

Подготовка, обучение и переподготовка кадров осуществляются как по инициативе администрации, так и по инициативе самих работников. Планы подготовки и переподготовки разрабатываются с учетом потребностей подразделений предприятия и утверждаются генеральным директором. Форма переподготовки кадров, сроки и периодичность определяются на основе типовых программ и методик. Мерами стимулирования повышения квалификации являются продвижение по службе, повышение должностных окладов и т. д.

Стратегическая цель предприятия – удовлетворение требований потребителей к качеству продукции с приемлемым уровнем затрат на ее производство, получение предприятия устойчивой прибыли. Особенность системы управления качеством ОАО «Трансформатор» состоит в том, что в основе этой системы лежат процессы создания продукции с высокими потребительскими свойствами. Именно через систему управления данными процессами происходит управление качеством продукции.

Система управления производственными процессами в ОАО «Трансформатор» основана на следующих принципах:

- ◆ ориентация всей деятельности предприятия на потребителей;
- ◆ непрерывное совершенствование производства и деятельности в области качества;
- ◆ комплексное и системное решение задач обеспечения качества на всех стадиях жизненного цикла продукции;
- ◆ непрерывное повышение квалификации и совершенствование профессионализма работников и специалистов предприятия;
- ◆ предупреждение, а не выявление несоответствий.

Данная система представляет собой сложную организационно-технологическую структуру управления административным, техническим и человеческим факторами, направленную на сокращение, полное устранение и предупреждение выпуска некачественной продукции. В нее включены процессы управленческой деятельности руководства, обеспечения ресурсами, процессы жизненного цикла продукции и др.

Таким образом, предприятие переходит от системы управления качеством отдельного изделия и системы управления качеством производственного процесса к системе всеобщего управления качеством, охватывающей всю деятельность предприятия.

ПОСЕЩЕНИЕ И. В. СТАЛИНЫМ КРАСНОЯРСКА В 1928 ГОДУ

(ОПЫТ ИСТОРИОГРАФИЧЕСКОГО АНАЛИЗА
И АРХИВНЫХ РАЗЫСКАНИЙ)

С. В. СЕРЕБРЕННИКОВ,
кандидат исторических наук,
Кемерово

Поездка И. В. Сталина в Сибирь в начале 1928 г. стала важным событием в истории Советского государства. Она предшествовала «Великому перелому» и сыграла немалую роль в формировании «генеральной линии партии» по отношению к крестьянству, в полной мере проявившейся во время «сплошной коллективизации».

Поездке сразу же был придан секретный характер: в печати – как центральной, так и местной – о ней не сообщалось, маршрут передвижения Сталина тщательно конспирировался, в стенограммах заседаний с участием генсека его выступления протоколировались редко, не фиксировались вносимые им поправки и предложения, даже ленты телеграфных переговоров изымались и уничтожались.

Гражданам страны об этой поездке вождя объявили лишь спустя два десятилетия. Произошло это так. В 1949 г. вышел в свет 11-й том сочинений И. В. Сталина, где содержалась – буквально – «краткая запись»: «О хлебозаготовках и перспективах развития сельского хозяйства. Из выступлений [Сталина] в различных районах Сибири в январе 1928 г.»¹. В примечаниях указывалась продолжительность поездки – с 15 января по 6 февраля², а в разделе биографической хроники назывались пункты, которые он посетил:

¹ См.: Сталин И. В. Сочинения. М.: Гос. издат. политич. лит., 1949. Т. 11. С. 1–9.

² См.: Там же. С. 356.

© ЭКО 2002 г.



Новосибирск (18.01.28 г.), Барнаул (22.01.28 г.), Рубцовка (23.01.28 г.) и Омск (27-28.01.28 г.)³. **О посещении же Сталиным Красноярска не сообщалось.**

Таким образом, незадолго до смерти вождя его поездка в Сибирь была частично рассекречена: признан сам факт этой поездки, назван ряд пунктов, которые он посетил. Но обнаруженная информация не проливала свет на замыслы генсека и истинные цели вояжа. Опубликовали лишь то, что не могло каким-либо образом навредить Сталину, его имиджу. Оставалось немало «белых пятен» и много вопросов. Среди них – и вопрос о посещении генсеком Красноярска.

Писать о поездке Сталина в Сибирь отечественные историки, по нашим сведениям, стали лишь с конца 1980-х годов. Отсутствие специальных публикаций по данному вопросу в предыдущий период легко объяснить политическими установками и цензурой, отсутствием «социального заказа» и недоступностью для рядовых исследователей материалов, непосредственно связанных с поездкой.

Значительно больше возможностей для доступа к нужным материалам было у работников архивов. И, когда политическая конъюнктура в нашей стране изменилась, они, используя служебное положение, стали энергично публиковать и сами материалы, и подготовленные на их основе статьи. Не удивительно, что соавтором одной из первых работ⁴ по интересующей нас проблеме стала И. П. Иконникова, заведовавшая тогда партийным архивом Новосибирского обкома КПСС. И. П. Иконникова и А. П. Угроватов подготовили статью на основе архивных материалов, ранее не выдававшихся исследователям. Авторы дали квалифицированный анализ социально-экономической ситуации в сибирской деревне в 1927–1928 гг., осветили проблему хлебозаготовок и «хлебозаготовительного кризиса», раскрыли деятельность сибирских партийных и советских органов накануне и в ходе поездки Сталина. Авторы не могли не написать о маршруте поездки Сталина. Но, опубликовав ряд

³ См.: Сталин И. В. Сочинения. М.: Гос. издат. политич. лит., 1949. Т. 11. С. 369–370.

⁴ См.: Иконникова И. П., Угроватов А. П. Сталинская репетиция наступления на крестьянство // Вопросы истории КПСС. 1991. № 1. С. 68–81.

интересных сведений, касающихся «так называемого «Восточного совещания» партийного и советского актива некоторых округов Сибири в Красноярске 31 января 1928 г.»⁵, авторы тут же указали, что «о пребывании Сталина в Красноярске **нет прямых данных** [выделено мною – С. С.]»⁶.

Между тем, в октябре 1990 г. в газете «Сельская жизнь» редколлегией журнала «Известия ЦК КПСС» был опубликован материал «Как начинался “Великий перелом”». О сибирской поездке И. В. Сталина в 1928 году: неизвестные документы», подготовленный И. Куриловым и Н. Михайловым⁷. Вскоре на страницах журнала появился целый комплекс документов под заглавием: «1928 год. Поездка И. В. Сталина в Сибирь»⁸. В опубликованных документах **косвенно** подтверждалось посещение Сталиным Красноярска⁹. Но в редакционной справке, предваряющей публикацию документов в журнале, **прямо указывалось**, что «за время “секретной” командировки ...И. В. Сталин посетил Новосибирск, Барнаул, Рубцовск, Омск, **Красноярск** [выделено мною – С. С.] и вновь Омск»¹⁰.

Впервые же, по нашим сведениям, о посещении Сталиным Красноярска написал В. П. Кузнецов в своей статье, опубликованной 25 июля 1989 г. в газете «Красноярский рабочий»¹¹. Автор, заведовавший тогда партийным архивом Красноярского крайкома КПСС, опирался на материалы своего архива и осветил проблему хлебозаготовок и применения чрезвычайных мер по отношению к крестьянству Красноярского края.

В отличие от новосибирских авторов, не сумевших обнаружить прямых данных о пребывании генсека в Краснояр-

⁵ См.: Иконникова И. П., Угроватов А. П. Сталинская репетиция наступления на крестьянство // Вопросы истории КПСС. 1991. № 1. С. 72.

⁶ Там же.

⁷ Сельская жизнь. 1990. 3 октября.

⁸ См.: Известия ЦК КПСС. 1991. № 5. С. 193–204; № 6. С. 202–216; № 7. С. 178–192.

⁹ См.: Сельская жизнь. 1990. 3 октября; Известия ЦК КПСС. 1991. № 6. С. 215; № 7. С. 178

¹⁰ Известия ЦК КПСС. 1991. № 5. С. 193.

¹¹ Кузнецов В. Шли к амбарам выгрести хлеб // Красноярский рабочий. 1989. 25 июля.

ске, В. П. Кузнецов убедительно доказал факт посещения Сталиным Красноярска и проведения там совещания с его участием. «В фондах партийного архива Красноярского крайкома, – писал В. П. Кузнецов, – хранятся воспоминания двух участников этого совещания, которые подтверждают присутствие в этот день [31 января 1928 г.] в нашем городе Генерального секретаря ЦК ВКП(б)»¹². Далее В. П. Кузнецов выборочно процитировал воспоминания этих очевидцев – Н. А. Жестикова (тогда – секретарь Канского окружкома ВКП(б))¹³ и П. М. Тарасенко (тогда – сотрудник Красноярского окружного отдела ГПУ)¹⁴.

Кроме того, он опубликовал уникальную фотографию, запечатлевшую Сталина в окружении участников этого «Красноярского совещания»¹⁵, сопроводив ее, правда, загадочной подписью: «Сталин у красноярских чекистов. 1928 г.»¹⁶.

Почему же у чекистов? На совещание в Красноярск были вызваны партийные и советские работники – представители Красноярского, Томского, Канского, Ачинского, Минусинского, Иркутского и Тулунского округов. С ними Сталин и сфотографировался. То, что совещание, как свидетельствуют очевидцы¹⁷, проходило в зале заседания («Красном уголке») Управления ОГПУ по Красноярскому округу, и то, что во время совещания в «Красном уголке» и близ него находилось довольно значительное количество чекистов¹⁸, все же не является основанием для такой подписи к снимку.

В. П. Кузнецов утверждал, что «с речью Сталина на совещании, а также с её тезисами читатель может познако-

¹² Красноярский рабочий. 1989. 25 июля. Обращает на себя внимание тот факт, что В. П. Кузнецов почему-то не обнаружил в своем архиве воспоминания ещё одного участника совещания – К. Е. Амосова (тогда – секретарь Уярского райкома ВКП(б) (См.: ГАКК. Ф. 42 – «П». Оп. 1. Д. 435. Л. 6–6/об.).

¹³ Партийный архив Красноярского крайкома КПСС (ПАКК), ныне – филиал Государственного архива Красноярского края (ГАКК), (далее: ГАКК. Ф. ... – «П»). Ф. 42 – «П». Оп. 1. Д. 438. Л. 6–8.

¹⁴ Там же. Д. 438. Л. 1–3.

¹⁵ В исторической литературе можно встретить другое название – «Восточное совещание».

¹⁶ Красноярский рабочий. 1989. 25 июля.

¹⁷ См.: ГАКК. Ф. 42 – «П». Оп. 1. Д. 435. Л. 6. Д. 438. Л. 1, 6.

¹⁸ См.: Там же. Д. 438. Л. 1–2.

миться, раскрыв 11-й том его сочинений»¹⁹ и даже привел цитату. Однако процитировал он упоминавшуюся нами выше «краткую запись»: «...Из выступлений [И. В. Сталина] в различных районах Сибири в январе 1928 г.», а там, в этой «записи», не указывалось, что конкретно говорил генсек в каждом из посещенных им пунктов. Вспомним и то, что Красноярск не был упомянут в 11-м томе сочинений как пункт, который посещал генсек во время поездки. Читатель «мог познакомиться» лишь с одним изречением Сталина в Красноярске и прочесть его тут же, в статье. В. П. Кузнецов привел отрывок из воспоминаний П. М. Тарасенко: «Хорошо помню, как он [Сталин] сказал: “В борьбе с врагами Советской власти закон для работников ГПУ не писан”»²⁰.

Архивные разыскания и анализ выявленных документов позволяют полнее воссоздать картину «Красноярского совещания», его ход и те вопросы, которые затрагивал Сталин, выступая в Красноярске. В совещании участвовало, помимо генсека, 43 человека²¹. От каждого из семи названных выше восточных округов Сибири присутствовали «секретари окружкомов ВКП(б) и председатели окрисполкомов [Советов] и от каждого округа по несколько секретарей райкомов ВКП(б) и председателей райисполкомов»²². Всего же – не менее четырех представителей от каждого округа²³. Прибывшего вечером 31 января 1928 г. в Красноярск И. В. Сталина встречал председатель краевого исполнительного комитета Советов Р. И. Эйхе, который сыграл важную роль в организации этого совещания.

В то время как генсек, в сопровождении первого секретаря Сибирского крайкома ВКП(б) С. И. Сырцова ездил на Алтай, Р. И. Эйхе находился в восточных округах Сибири, руководя здесь ходом хлебозаготовок. 27 января 1928 г. Сталин телеграфировал из Омска в Москву о том, что, по его мнению, вскоре должен начаться «серьезный перелом»

¹⁹ Красноярский рабочий. 1989. 25 июля.

²⁰ Там же.

²¹ См.: ГАКК. Ф. 10– «П». Оп. 1. Д. 427. Л. 5.

²² Там же. Ф. 42– «П». Оп. 1. Д. 435. Л. 6.

²³ См.: Там же. Д. 438. Л. 6.

в заготовках, и, что «при систематическом нажиме план будет выполнен полностью»²⁴.

Р. И. Эйхе в тот же день по прямому проводу сообщил из Минусинска в Новосибирск секретарю крайисполкома Советов И. И. Рещикову и второму секретарю крайкома ВКП(б) Р. Я. Кисису, что считает необходимым распространить меры нажима на кулаков на все восточные округа. Р. И. Эйхе проинформировал своих собеседников, что в Ачинске он такие указания уже дал, а в Минусинске намерен дать вечером на заседании бюро окружкома ВКП(б)²⁵. И когда он проводил это заседание бюро, Сталин направил ему из Омска телеграмму следующего содержания: «Минусинск[.] Эйхе[.] Сырцов полагает[.] что следовало бы мне выехать в Красноярск и созвать совещание представителей соседних округов. Считаете ли Вы необходимой по ходу хлебазаготовок на Востоке такую поездку. Если да[., то] согласен выехать. Ответ срочно[.] Сталин»²⁶. Р. И. Эйхе ответил: «Омск[.,] тов[.] Сталину[.] Ваш приезд [в] Красноярск и совещание представителей соседних округов нам поможет сильнее раскатать аппарат и партактив[.,] поэтому я присоединяюсь [к] мнению т[.] Сырцова. Ваше решение[.,] также день и состав совещания прошу сообщить»²⁷.

Отметим, что эти сведения из фонда Государственного архива Новосибирской области (ГАНО) И. П. Иконниковой и А. П. Угроватовым были опубликованы, но, что удивительно, со ссылкой на такие листы архивного дела ГАНО, которые к данным материалам отношения не имеют²⁸.

Р. И. Эйхе и открыл это «Красноярское совещание»²⁹. Затем слово было предоставлено секретарям окружкомов ВКП(б), председателям окрисполкомов Советов и некоторым секретарям райкомов ВКП(б). Все они освещали один

²⁴ Цит. по: Курилов И., Михайлов Н. Как начинался «Великий перелом» // Сельская жизнь. 1990. 3 октября.

²⁵ См.: Государственный архив Новосибирской области (ГАНО). Ф. 47. Оп. 1. Д. 698. Л. 15.

²⁶ Там же. Л. 20.

²⁷ Там же. Л. 19.

²⁸ См.: Иконникова И. П., Угроватов А. П. Указ. соч. С. 72.

²⁹ См.: ГАКК. Ф. 10– «П». Оп. 1. Д. 427. Л. 5., Ф. 42– «П». Оп. 1. Д. 435. Л. 6.

вопрос — о ходе хлебозаготовок³⁰. Однако уже после первых выступлений выяснилось сходное положение дел в районах, и решено было далее заслушивать только секретарей окружкомов партии и председателей окружных исполкомов³¹. Всего же, вслед за Р. И. Эйхе, выступил 21 человек³². Во время выступлений Сталин внимательно слушал, выясняя настроения и позицию выступавших, а значит — настроения и позицию местных партийных и советских организаций, и задавал вопросы. Выступил вождь лишь в конце совещания, причем после «заключительного слова» Р. И. Эйхе. В своём небольшом выступлении³³ генсек остановился на хлебозаготовках, внутрипартийных вопросах и международном положении.

Критикуя местные партийные организации за «большие недоработки» в вопросе хлебозаготовок и отмечая аргументированные доводы выступавших на совещании работников об объективных трудностях с выполнением увеличенного плана хлебозаготовок, Сталин, как свидетельствует очевидец, повел разговор «о силе ...партии, её руководящей и организующей роли в стране и закончил свою мысль фразой: “Что партия захочет, — то и будет”»³⁴. Далее генсек дал указания по устранению недостатков в работе партийных, советских и общественных организаций по вопросам хлебозаготовок, обратив особое внимание на враждебное капиталистическое окружение, на подготовку капиталистических государств к войне против Советского Союза. «...Во что бы то ни стало мы обязаны, — указал Сталин, — создать запас хлеба на весь период войны. Минимум на 4–5 лет»³⁵.

В воспоминаниях одного из участников совещания говорится, что Сталин «лично сам написал резолюцию о ходе хлебозаготовок и предложил совещанию на следующий день поместить её в газете “Красноярский рабочий”»³⁶. Там она

³⁰ См.: ГАКК. Ф. 10—«П». Оп. 1. Д. 427. Л. 5–14.

³¹ См.: Там же. Ф. 42—«П». Оп. 1. Д. 438. Л. 6.

³² См.: Там же. Ф. 10—«П». Оп. 1. Д. 427. Л. 5–14.

³³ См.: Там же. Ф. 42—«П». Оп. 1. Д. 438. Л. 1.

³⁴ Там же. Д. 438. Л. 2.

³⁵ Там же. Л. 7.

³⁶ См.: ГАКК. Ф. 42 — «П». Оп. 1. Д. 435. Л. 6.

вскоре и появилась³⁷. Совещание длилось несколько часов. Оно началось поздно вечером 31 января и завершилось ночью 1 февраля 1928 г.³⁸ Сразу после этого Сталин уехал из Красноярска³⁹.

Статья В. П. Кузнецова, публикации редколлегии журнала «Известия ЦК КПСС» и, в определенной мере, статья И. П. Иконниковой и А. П. Угроватова, выявленные в фондах архивов Красноярска, Новосибирска и Москвы документы позволили в начале 1990-х годов существенно продвигаться по пути выявления истины.

В середине 1990-х годов в журнале «ЭКО» была опубликована работа новосибирского историка И. В. Павловой⁴⁰, центральным пунктом исследования которой был вопрос: «почему Сталин избрал именно Сибирь для того, чтобы продемонстрировать действие 107-й статьи Уголовного кодекса РСФСР по отношению к кулакам и тем самым “проиграть” сценарий будущей ликвидации кулачества как класса?»⁴¹. Указав, что прямого ответа на этот вопрос в сохранившихся документах не найти⁴², И. В. Павлова сосредоточила свои усилия на поиске «ключа», который позволил бы увидеть подлинный смысл событий и получить точный ответ.

Статья интересна и содержательна, однако автор не уделила внимания маршруту поездки Сталина. Мы не найдем здесь ничего ни о посещении генсеком Красноярска, ни о «Красноярском» («Восточном») совещании.

Одной из последних публикаций в центральной печати о поездке генсека в Сибирь стала статья бийского историка В. Г. Косачева «Накануне коллективизации. Поездка И. В. Сталина в Сибирь»⁴³. Было бы, на наш взгляд, логично и есте-

³⁷ См.: Красноярский рабочий. 1928. 2 февраля.

³⁸ См.: ГАКК. Ф. 42–«П». Оп. 1. Д. 435. Л. 6/об., Д. 438. Л. 2, 6, 7. (Началось в 9–10 вечера и завершилось в 4 часа утра) (См.: Там же. Д. 435. Л. 6).

³⁹ См.: ГАКК. Ф. 42–«П». Оп. 1. Д. 435. Л. 6/об.; Д. 438. Л. 2.

⁴⁰ См.: Павлова И. В. Поездка Сталина в Сибирь. Почему в Сибирь? Поиски «ключа» к ответу // ЭКО. 1995. № 2. С. 133–155.

⁴¹ Там же. С. 133.

⁴² Там же. С. 135.

⁴³ См.: Косачев В. Г. Накануне коллективизации. Поездка И. В. Сталина в Сибирь // Вопросы истории. 1998. № 5. С. 101–105.

ственно обнаружить здесь информацию о маршруте следования Сталина, о проведении встреч и совещаний вождя с местными партийными и хозяйственными руководителями, в том числе и в Красноярске. Однако о проведении в Красноярске совещания с участием Сталина в статье не говорится.

К сожалению, Красноярск не упоминается в числе тех пунктов, которые посетил Сталин во время поездки и в учебном пособии Л. Г. Олеха, изданном в 2001 г.⁴⁴

Таким образом, мы видим, что в последние годы поездка Сталина в Сибирь стала предметом исторического исследования. Историографический обзор показывает как объективные препятствия, возникавшие перед исследователями на их тернистом пути, так и проблемы, связанные с личностным фактором: ошибками, просчетами...

В целом же, благодаря настойчивости ряда исследователей, проделанной ими работе по поиску и анализу исторических источников, и, прежде всего, архивных документов, изучено уже многое. Получены ответы на ряд вопросов, которые ранее представляли собой «белое пятно» нашей истории, в том числе – о посещении Сталиным в ходе его единственной деловой поездки в глубинные районы страны за все годы пребывания на высших государственных и партийных постах Красноярска, единственного пункта, который не был назван среди других в 1949 г., когда о поездке было официально объявлено.

Подготовил А. ПАЗОВСКИЙ

⁴⁴ См.: Олех Л. Г. История Сибири: Учеб. пособие. М.: ИНФРА-М; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2001. С. 264.



Великий Комбинатор как яркий образец «делового человека» по-российски не раз попадал и в поле зрения авторов «ЭКО»¹. Журнал «Персонал-Микс» посвятил ему целую статью. Один из авторов – Станислав Шекшня, топ-менеджер с большим опытом, опубликовавший множество статей и популярный учебник по управлению персоналом², говорит так: «Менеджмент – это увлекательная сфера, и писать о ней надо нескучно. Тем более что многим приходится заниматься менеджментом, даже не предполагая об этом (как, например, Остапу). Поэтому меня привлекла возможность рассмотреть личность этого персонажа с точки зрения проблем современного менеджмента. Ну и, кроме того, мы все сетуем, что мало примеров в отечественной практике менеджмента.

Да вот же он, русский менеджмент!»

БЫЛ ЛИ ОСТАП БЕНДЕР ЭФФЕКТИВНЫМ ЛИДЕРОМ?

Ю. И. РУБИНСКИЙ,
доктор исторических наук,
профессор Института Европы РАН,
С. В. ШЕКШНЯ,
партнер консультационной компании Zest Leadership,
Москва

Повальное увлечение лидерством в западном мире породило в последнее время целую волну публикаций – от ажиотажных статей до фундаментальных исследований об известных и менее известных бизнес-лидерах и не только – Джеке Велше, Ричарде Брансоне, Генри Форде, Уинстоне Черчилле, Шарле де Голле и др. В погоне за секретами эффективного лидерства западные исследователи постоянно расширяют сферу своего поиска, обращаясь к героям иных культур. Так, один знакомый нам международный гуру заканчивает книгу о короле зулусов Чаке. Отсутствие внима-

¹ См., например: ЭКО. 2001. № 6. С. 178; № 11. С. 37.

² Шекшня С. В. Стратегическое управление персоналом современной организации. 5-е изд., перераб., доп. М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-синтез»», 2002.



ния к отечественным лидерам показалось незаслуженным, и мы решили исправить этот недостаток. Однако беглый обзор потенциальных кандидатов сильно разочаровал – не хотелось обременять читателя рассказами о суровых полководцах или тиранах в царской мантии или френче партийного работника. Тогда одному из нас пришла в голову революционная мысль – рассказать о человеке (точнее, литературном персонаже), имя которого вызывает добрую улыбку, а приключения заставляют не только смеяться до слез, но и задумываться над серьезными проблемами бытия. Наш герой – Остап-Сулейман-Берта-Мария Бендербей. Был ли он эффективным лидером с современной точки зрения? В предлагаемой статье мы попытаемся ответить на этот вопрос с помощью родителей героя – блистательных И. Ильфа и Е. Петрова.

Лидерство и лидеры

Что отличает эффективного лидера от простого смертного? Этот вопрос волновал человечество с незапамятных времен. В качестве решающих факторов в разные исторические эпохи выступали божественное (Христос) или просто знатное происхождение (Людовик XIV), спущенные с неба особые качества и знания (пророк Мухаммед), высокий рост и неординарная физическая сила (Петр Великий), исключительный интеллект (Ленин) или счастливое стечение обстоятельств (Екатерина Великая).

Современные исследователи считают, что эффективным лидером является тот, у кого есть последователи и кто с их помощью достигает неординарных результатов, стабильно превышающих средние (по отрасли, региону, стране), – обеспечивает устойчивый рост доходов и курса акций на протяжении 20 лет (Джек Велш из «Дженерал электрик»), за 5 лет увеличивает капитализацию зрелой компании в два раза (Михаил Ходорковский из «Юкоса»), выигрывает 9 чемпионатов мира подряд (хоккейный тренер Аркадий Чернышев). Причем лидеру совершенно не обязательно сосредотачивать в своих руках административную власть – Иисус Христос, семейство Медичи в средневековой Франции и

даже Дэн Сяопин в последние годы своей политической карьеры использовали косвенное влияние на ключевых людей и институты и были эффективными лидерами.

Лидер создает образ привлекательного будущего и доводит его до сознания своих последователей. Заряжая их созидательной энергией, он формирует у последователей определенные ценности и поведенческие нормы, мотивирует на достижение высоких результатов.

Реализация лидерского видения требует использования ресурсов и согласованной работы последователей, то есть создания организации. Лидер разрабатывает и с помощью последователей внедряет основные элементы организации: структуру, культуру, управленческие системы – вознаграждения, отбора, информационного обмена и т. д. В рамках созданной им организации эффективный лидер выполняет еще одну роль – развития своих последователей, их подготовки к решению более сложных задач.

Для эффективного исполнения лидерской роли требуются специальные навыки и качества, называемые на современном управленческом языке компетенциями. Успешные лидеры отличаются пониманием самих себя, собственных настроений и эмоций, а также способностью их регулировать, направлять в желаемое русло. Они также понимают эмоциональное состояние других и умеют устанавливать и поддерживать отношения с широким кругом людей.

Что еще выделяет лидеров из среды простых смертных – сильная мотивация, несгибаемое стремление добиваться своей цели и исключительный уровень энергии, трансформирующиеся в интенсивную социальную деятельность.

Как выглядит Остап Бендер на фоне современной модели лидерства? Обратимся прежде всего к его незаурядной личности.

Остап Бендер – великий комбинатор и незаурядный человек

Мы все родом из детства, в том числе и лидеры. Ранние годы жизни, воспитание и образование оказывают огромное влияние на формирование будущего лидера,

его мировоззрение, систему ценностей и потребностей и как следствие – на профессиональную деятельность.

Остап предстает читателю человеком «безусловно интеллигентным», образованным – он окончил известную частную гимназию Илиади. Остап вырос на юге, и ему, как многим южанам, свойственны быстрая реакция, живость, экстравертность и общительность. Несмотря на свой южный темперамент и молодой возраст, Остап в полной мере управляет собственными эмоциями и поведением. Недаром он всегда болезненно вспоминал свой провал при первой встрече с Корейко, когда великий комбинатор «сердился, совал деньги в руки Александру Ивановичу и вообще, как говорят китайцы, “потерял лицо”». Этот случай был для него досадным исключением, более не повторявшимся.

Как многие большие лидеры, Бендер умеет сохранять оптимизм в самых сложных ситуациях, когда простым смертным кажется, что все пропало и жизнь закончилась. Умение управлять самим собой соединяется у Остапа со способностью к хладнокровному анализу, искусством держать паузу и в максимальной степени использовать предоставляемые внешней средой возможности. Потеряв в ходе учений по гражданской обороне направлявшегося за миллионом для своего преследователя Корейко и не представляя себе, как искать сбежавшего в неизвестном направлении подпольного миллионера в огромной стране, Остап берет тайм-аут. Он хладнокровно размышляет, анализирует обстановку, заводит роман с «нежной и удивительной» Зосей Синицкой, которая неожиданно наводит его на след беглеца.

Унаследовавший от своего турецкоподданного отца не только горячую кровь янычаров, но и холодный аналитический ум, Бендер обладает важнейшей лидерской компетенцией – эмпатией, то есть способностью понимать внутреннее состояние своих контрагентов и искусством устанавливать и поддерживать отношения с ними. Неотражимость мужских достоинств великого комбинатора с атлетическим телосложением и «медальным профилем» для представительниц прекрасного пола – от вдовы Грицацовой до Зоси Синицкой – не нуждается в комментариях. Но

он без труда добивался доверия и завоевывал симпатии в самых разных с точки зрения пола, возраста, интеллектуального и культурного уровня, социального положения или профессии кругах. Ключом, открывающим перед ним двери и сердца людей, было умение безошибочно оценивать их кредо и быстро находить с собеседниками общий язык, говоря им именно то, что они хотели бы услышать. Остап всегда учитывает склонности и эмоциональное состояние своих контрагентов, виртуозно используя их для достижения своих целей. Вспомним учредительное собрание «Союза меча и орала» или визит к васюкинским шахматистам. Престарелому монархисту на пенсии Хворобьеву Остап рассказывает тут же сочиненный сон о визите в город Кострому государя-императора, рядом с которым стояли министр двора граф Фредерикс и полицмейстер. В результате сарай для перекраски «Антилопы» был охотно предоставлен благодарным владельцем симпатичному молодому человеку, полностью разделяющему его взгляды, а писатель Ухудшанский охотно приобретает у него Торжественный комплект – незаменимое пособие для сочинения юбилейных статей, табельных фельетонов, а также парадных стихотворений, од и тропарей.

Обладая природной харизмой и будучи непревзойденным мастером устанавливать отношения с представителями различных социальных слоев, Остап не был способен поддерживать их в течение сколько-нибудь длительного времени – вспомним ночное бегство из Васюков или женитьбу на мадам Грицацуевой. В отличие от эффективных лидеров он рассматривает своих партнеров как временных попутчиков, нужда в которых определяется сиюминутной потребностью. Поэтому он никогда не мог создать сколько-нибудь дееспособную команду, а его последователи – будь то Воробьянинов или разношерстный экипаж «Антилопы» – превращались в дополнительную обузу для командора.

В своем стремлении к достижению цели Бендер вряд ли уступит кому-либо из известных человечеству лидеров. «Энергия и веселость его были неисчерпаемы. Надежда ни на минуту не покидала его». Он мог часами бежать за поез-

дом, не имея денег на билет, плясать по той же причине лезгинку перед приезжими туристами на Кавказе. Причем, в отличие от собственных представлений Остапа, источником этой воистину лидерской мотивации была не алчность, не желание получить миллион на блюдечке с голубой каемочкой, а иные мотивы, корни которых следует искать в потребностях более высокого порядка, в самоутверждении, придании смысла собственной жизни, общественном признании. Полученные в конце концов деньги не приносят счастья: «Где уважение? Где почет? Где слава? Где власть?.. Нет! Парад решительно не удался, хотя все было на месте. Вовремя были высланы линейные, к указанному сроку прибыли части, играл оркестр. Но полки смотрели не на него, не ему кричали “ура!”, не для него махал руками капельмейстер». Отсюда – тщетные поиски смысла жизни у индийского философа и даже попытка послать миллион наркомому финансов.

Кооператор, заговорщик и пожароинспектор

Лидер не существует вне последователей, которых нужно не только увлечь, но и организовать. На первый взгляд, Бендер является непревзойденным мастером организации. Его социальные навыки и исключительная гибкость дают ему многочисленные возможности получить дополнительный и, как правило, бесплатный кадровый резерв. Причем за редким исключением Бендер использует уже существующие структуры (коммунальная квартира, кинофабрика, учреждение и т. д.), которые служат временными организационными рамками, помогающими компенсировать недостатки его постоянных спутников. Даже создаваемые Остапом эфемерные организации – от «Союза меча и орала» в Старгороде или «Шахклуба четырех коней» в Васюках до черноморского отделения арбатовской конторы по заготовке рогов и копыт – были рабочими инструментами для решения текущих задач, прежде всего добывания денег на повседневные расходы, и исчезали, выполнив свою задачу.

Отдавая себе отчет в необходимости организации для достижения собственных целей (например, сбора компро-

мата на Корейко) и получая удовольствие от процесса организационного строительства, Бендер все же не смог создать ни одной организации со сколько-нибудь продолжительным «периодом полураспада». Даже его любимое детище «Рога и копыта» просуществовало недолго – до визита милиции, которая повела зицпредседателя Фунта «в дом из красного кирпича, к окнам которого по странному капризу архитектора привинчены толстые решетки».

Схожая участь постигла множество ОАО и ЗАО, созданных в последнее десятилетие с целью получения быстрых доходов за счет «облегчения» карманов доверчивых граждан или присвоения активов не слишком внимательного государства. В основе их банкротства лежат те же причины – сугубо утилитарный подход к их созданию и существованию, краткосрочное транзакционное мышление (максимизация дохода от одной сделки) их лидеров и полное пренебрежение к клиентам и сотрудникам, которые рассматриваются лишь как «расходный материал» в большой игре.

Подобный взгляд на организацию четко прослеживается в том, как Бендер управляет своими последователями. Остап не знаком с управленческими теориями, поэтому действует «так, как подсказывал ему разум, здоровый инстинкт и создавшаяся ситуация». Он создает гибкие структуры, в которых роли его последователей определены достаточно расплывчато, однако вся полнота власти принадлежит ему. Он, как и многие российские предприниматели 1990-х годов, жесткий лидер, исповедующий командный стиль управления, единолично принимающий все решения и требующий их беспрекословного исполнения. Остап выдает четкие инструкции Балаганову: «1. Случайно встретиться с господином Корейко на улице. 2. Не бить его ни под каким видом... 3. Отобрать все, что будет обнаружено в карманах... 4. Об исполнении донести». Бендер не останавливается ни перед чем, чтобы добиться повиновения: с его «медной ладонью» пришлось познакомиться Воробьянинову, с «каучуковым кулаком» – Паниковскому.

При этом Бендер хорошо знает пусть минимальные, но способности своих последователей и активно использует их

с учетом конкретной ситуации. Бывший предводитель дворянства Воробьянинов успешно дебютирует в ролях «гиганта русской демократии и особы, приближенной к императору», курьера, изымающего стул у Изнуренкова, кассира перед сеансом шахматной игры в Васюках и нищего в летнем саду Кисловодска. В то же время Остап не делает ничего, чтобы научить своих последователей хоть чему-нибудь из того, что знал и умел, не рассматривая такую деятельность как эффективное использование своего времени.

При всем пренебрежительном отношении к возможностям своих соратников («работники из вас – как из собачьего хвоста сито») у Остапа проявляется еще одна весьма распространенная среди российских лидеров всех времен черта – патернализм. Полностью отказывая своим последователям в способности действовать самостоятельно и требуя безусловной лояльности, он берет их под свою защиту и опеку. Бендер выручает неудачно изображавшего слепого Паниковского из рук решительно настроенной толпы, спасает Козлевича из плена положивших глаз на «Антилопу» ксендзов. На деньги, полученные от американцев – любителей самогона, Остап одевает антилоповцев, на средства кинофабрики преподносит им «гостинцы». В результате созданная им организация скорее напоминает разбойничью шайку (каковой она, по сути, и является) с заботливым «батькой» во главе, чем группу реализующих великую идею единомышленников.

Патернализм Бендера оборачивается для него серьезной проблемой – трезво оценивая своих подручных, он тем не менее не хочет от них избавляться: «Балаганов очень мил, но глуп. Паниковский – просто вздорный старик. А Козлевич – ангел без крыльев. Он до сих пор не сомневается в том, что мы заготавливаем рога для нужд мундштучной промышленности». Однако именно с такими соратниками он «продолжает заседание». Скорее всего, этот парадокс объясняется нарциссизмом Остапа, которому был нужен фон для оттенения своего величия. Так поступают и многие другие куда более опытные лидеры, которые часто окружают себя посредственностями. Как показывает опыт Бендера, это

весьма опасный подход – безликий Воробьянинов полоснул его бритвой по горлу перед походом за последним стулом. Хотя, может быть, все гораздо проще, и Бендер по-своему любит своих последователей, как любят несостоявшихся детей преуспевшие в жизни родители. У него «большое сердце», способное к бескорыстной любви: «В душе великий комбинатор привязался к одичавшему предводителю. “Без него не так смешно жить”, – думал Остап».

Харизма или манипуляторство?

Как бы Бендер ни относился к своим подчиненным, он, как и многие современные предприниматели, не слишком утруждал себя анализом их потребностей или эмоционального состояния, предпочитая тратить свои усилия на клиентов – Корейко, Грицацуеву, супругов Щукиных. Интуитивно понимая необходимость воодушевить свое окружение притягательной целью, он не терзался по поводу ее определения. Открывая пустую папку с будущим «делом А. И. Корейко», он говорит антилоповцам: «Там, внутри, есть все: пальмы, девушки, голубые экспрессы, синее море, белый пароход, мало поношенный смокинг, лакей-японец, собственный бильярд, платиновые зубы, целые носки, обеда на чистом животном масле и, главное, мои маленькие друзья, слава и власть, которую дают деньги». Эта яркая картина, безусловно, возбуждает последователей великого комбинатора, однако возбуждение скоро исчезает, так и не став устойчивой мотивацией. У них другие проблемы, совершенно иной жизненный горизонт – сытный ужин гораздо конкретнее и привлекательнее мистического Рио.

Бендеру не удастся увлечь своих компаньонов общим видением будущего, которое наступит после реализации их проекта, поднять уровень их мотивации и энергии на качественно более высокий уровень, а следовательно, приходится прибегать к традиционным управленческим методам – материальному стимулированию, штрафам, угрозам увольнения («Это кончится плохо. Я вас уволю, тем более что ничего социально ценного вы собою не представляете», –

предупреждал Остап Балаганова и Паниковского) и даже побоям. Впрочем, великий комбинатор отнюдь не комплексует по поводу низкой мотивированности своих последователей, он уверен, что они всегда будут плясать под его дудочку. Поэтому таким сюрпризом для Бендера стало решение экипажа «Антилопы» покинуть его в решающий момент погони за подпольным миллионером.

В отличие от действительно эффективных лидеров, Остап никогда не придавал особого значения мыслям и чаяньям своих подчиненных, отдавая предпочтение манипулированию наряду с откровенным насилием, и не смог создать устойчивой эмоциональной связи с ними, цементирующей бы их маленькую организацию.

Впрочем, Бендера, как и многих быстро исчезнувших с российского делового Олимпа бизнесменов начала 1990-х, легко понять — он вырос в иерархической российской культуре, где простым исполнителям традиционно отводилась роль «материала», если не пушечного мяса; сформировался в жесткой, полууголовной реальности переходного периода, функционировавшей по принципу «выживает сильнейший», причем зачастую в прямом смысле; познакомился с Бутырской тюрьмой. Да и управленческого опыта у тридцатилетнего комбинатора не так уж много.

Подводя итоги предпринимательской деятельности Бендера, трудно назвать его эффективным лидером — результаты были достигнуты лишь частично, воспользоваться ими не удалось, последователи или разбежались, или, того хуже, пытались отправить своего лидера на тот свет.

Однако есть в Бендере что-то, что делает его образ неудачника не только бесконечно смешным, но и удивительно притягательным для наших соотечественников — как для предпринимателей, так и для наемных работников. Эта притягательность становится особенно очевидной при сравнении великого комбинатора с гораздо более удачливым бизнесменом — Александром Ивановичем Корейко.

Остап не ошибся, произнес фразу о том, что «раз в стране бродят какие-то денежные знаки, то должны же быть люди, у которых их много». Корейко сколотил немалое по

тем временам состояние – 10 миллионов рублей. С учетом того, что в конце 1920-х годов паритет соврубля на черном рынке превысил курс золотого царского (9,5 царского за один советский), а доллар США обесценился за 70 лет примерно в 10 раз, то ликвидность Корейко составляла бы в наши дни порядка 100–120 миллионов долларов. Эта внушительная сумма была получена за счет не слишком изощренного присвоения государственных средств, создания компаний-однодневок и откровенного воровства. Александр Иванович не гнушался никакими способами добывания и сохранения денег. Вспомним его желание отправить Бендера «...малой скоростью в разные города», предварительно разрезав на куски.

В отличие от своего оппонента, Бендер соблюдал определенные правила игры, даже если они стесняли его деятельность. Остап называл воровство «бесцельной тратой сил и энергии». И хотя он не всегда следовал этому девизу, великий комбинатор настаивал на том, что он не налетчик, а «идейный борец за денежные знаки»: «Заметьте себе, Остап Бендер никогда никого не убивал. Его убивали – это было. Но сам он чист перед законом.

– Я, конечно, не херувим. У меня нет крыльев, но я чту Уголовный кодекс. Это моя слабость». Судя по всему, уважение к закону внушило великому комбинатору не только то, что «мама ...познакомила его в детстве с этой доктриной», но и знакомство с советской пенитенциарной системой в камере Бутырской тюрьмы в 1922 году.

Сделав соответствующие выводы, Остап решил не связываться с государством: «Иной набросился бы, конечно, на какое-нибудь беззащитное государственное учреждение, но это не в моих правилах. Вам известно мое уважение к Уголовному кодексу. Нет расчета грабить коллектив. Дайте мне индивида побогаче».

Стоявший во главе разветвленной преступной сети Корейко скрывался под личиной ничтожного служащего с сорокашестирублевым окладом как от государства, так и от своих сотрудников: «В разных концах страны на него работали большие и малые пройдохи, но они не знали, на кого

работают. Корейко действовал только через подставных лиц. И лишь сам знал длину цепи, по которой шли к нему деньги». Бендер предпочитал работать открыто, улыбаясь своим «клиентам» и последователям.

Корейко, безусловно, по-своему талантлив, энергичен, рационален и решителен. Однако ему явно недостает эмоциональной составляющей, уверенности в себе и доверия к другим людям, без которых невозможно стать действительно успешным предпринимателем. В современных терминах Корейко можно назвать депрессивным и подозрительным лидером, ему присущи пессимизм, постоянное ожидание худшего, боязнь подвоха и связанные с этим настороженность в отношении окружающих, недоверчивость к партнерам и тем более последователям. При малейшей опасности такой руководитель не задумываясь обрубаёт звенья контролируемой им сети, чтобы избежать любых неприятностей. Наверное, такой стиль во многом объясняется спецификой его (противозаконной) деятельности. Возможно, он действовал бы по-другому в нынешних условиях куда более свободного предпринимательства.

Хотя проекты Бендера вряд ли можно считать более привлекательными с моральной стороны, чем занятия его главной жертвы, его поведение вызывает большую симпатию у читателя. Не дотягивая до эффективного харизматического лидера, Бендер в то же время не может работать в одиночку, без аудитории. Ему нужны младшие партнеры и зрители, которые бы оттеняли его достижения. Лидерский стиль Бендера можно назвать драматическим – ему присуще стремление быть первым во всем, не просто достигать результата, а делать это красиво и прилюдно. Именно поэтому его так разочаровала жизнь подпольного миллионера, которым он в конце концов становится. В то же время Остап достаточно хорошо контролирует присущий ему нарциссизм, прежде всего за счет острой иронии, в том числе и в отношении себя самого. При своем невысоком мнении относительно способностей своих последователей он умеет делегировать свои полномочия и неоднократно делает это, несмотря на периодические неудачи.

Попробуем подвести некоторые итоги и ответить на поставленный нами вопрос – был ли Остап Сулейман эффективным лидером?

Бендер, безусловно, обладал многими лидерскими компетенциями – уверенностью в себе и способностью контролировать и направлять в нужное русло собственные эмоции и поведение, способностью понимать эмоциональное состояние окружающих и управлять, часто за счет откровенного манипулирования, их поведением, исключительной мотивацией и направленной вовне энергией, гибкостью, решительностью, аналитическим умом, способностью усваивать новые знания и извлекать уроки из чужих и собственных ошибок. Наиболее серьезными пробелами в его наборе лидерских навыков являлись отсутствие понимания, даже интуитивного, своих потребностей и мотивов и краткосрочное мышление. Эти недостатки объясняются, скорее всего, весьма молодым возрастом командора и спецификой российской национальной культуры, в которой не принято заглядывать далеко вперед или задумываться над собственными ценностями, потребностями и жизненной стратегией. С приобретением опыта он, скорее всего, ликвидировал бы эти пробелы, поскольку и пониманию себя, и долгосрочной ориентации научиться гораздо легче, чем экстравертности или энергичности.

Обладая завидным набором компетенций, Бендер тем не менее не стал эффективным лидером – результаты его деятельности можно охарактеризовать скорее как неудачу, чем успех, да и вдохновить своих последователей на качественно более высокий уровень производительности ему явно не удалось. Об этом свидетельствуют судьба сокровищ мадам Петуховой, покушение Воробьянинова на жизнь Остапа, а главное – невозможность использовать добытый у Корейко миллион в СССР и провал попытки вывоза его за рубеж. Хрупкая мечта детства великого комбинатора – Рио-де-Жанейро – разбилась вдребезги на льду пограничной с Румынией речки.

Он использовал свои навыки для решения текущих задач и добивался определенных позитивных результатов в

условиях крайне ограниченных ресурсов. Бендер, несомненно, был неплохим менеджером, особенно во второй книге дилогии, что лишний раз демонстрирует его гибкость и обучаемость.

Лучше всего Бендер играл институционную роль лидера, он неплохо использовал для достижения своих целей существующие организации и достаточно эффективно управлял своими последователями. Однако ему гораздо хуже удавалась харизматическая роль вдохновителя, особенно в отношении своих «постоянных сотрудников» – Воробьянинова и экипажа «Антилопы».

Развивающую роль в отношении своих последователей великий комбинатор просто игнорировал, не понимая ее значения для достижения успеха или не считая своих подопечных способными к развитию.

В определенной мере низкий уровень его последователей послужил причиной неудач Бендера. Однако это все же не было главным: при необходимости Остапу удавалось успешно выступать в роли косвенного лидера, используя множество людей и организаций в своих целях вопреки их воле, а порой даже без их ведома.

Главное, судя по всему, в ином – в крайне неблагоприятных для реализации его идей условиях Советской России конца 1920-х – начала 1930-х годов, где самостоятельная деятельность в сфере бизнеса была поставлена вне закона. Не удивительно, что уважение к Уголовному кодексу привело Бендера к мысли о загранице как единственном шансе для самореализации предпринимателя: «Я хочу отсюда уехать. У меня с советской властью возникли ...серьезнейшие разногласия. Она хочет строить социализм, а я нет».

Впрочем, мы бы не стали исключать возможности превращения Бендера в эффективного управдома, а потом и министра коммунального хозяйства молодой Советской Республики – его энергия и гибкость вполне могли сделать великого комбинатора успешным советским чиновником, особенно в сфере торговли или коммунального хозяйства.

Сегодня, 70 лет спустя после выхода в свет романов И. Ильфа и Е. Петрова (1927 и 1930 гг.), социальные и эко-

номические условия в стране радикально изменились. Нет сомнений, что в наше время великий комбинатор сумел бы реализовать свои лидерские компетенции с гораздо более весомыми результатами. Причем если бы предприниматели типа Корейко – антипода Остапа по части человеческих качеств, деловых методов и лидерского стиля – преуспели в начальный период перехода России к рыночной экономике, то Бендер имел бы большие шансы на успех в экономике с новыми правилами игры, которой нужны лидеры с человеческим лицом и уважением к Уголовному кодексу.

**«Персонал-Микс» – журнал,
который делают профессионалы
для профессионалов!**

Если вы руководитель или топ-менеджер, то это журнал для вас!

Научно-практический журнал «Персонал-Микс» издается с 2001 года, с периодичностью раз в два месяца и посвящен вопросам стратегического управления самым важным ресурсом организации – человеческим.

Вы найдете интересную, полезную и актуальную информацию в разделах:

1. Организация: прошлое, настоящее, будущее
2. Рынок труда и проблемы найма персонала
3. Обучение персонала
4. Технологии работы с персоналом
5. Тематический раздел
6. Личность, коллектив, команда
7. Организационная культура и коммуникации
8. Справочник

Авторы журнала «Персонал-микс» – руководители предприятий, топ-менеджеры, консультанты, тренеры, психологи, экономисты, конфликтологи, социологи и юристы.

Обеспечьте будущее своей компании – читайте журнал «Персонал-Микс»!

Подписные индексы:

- ✓ в каталоге «Роспечать» – **15397**;
- ✓ в каталоге периодических изданий для библиотек – **Б 860**;
- ✓ в объединенном каталоге «Пресса России» – **83161**.

ПРАКТИКА РАЗРЕШЕНИЯ НЕПЛАТЕЖЕЙ В КАЗАХСТАНЕ: *опыт Карагандинской области*

С. Н. АЛПЫСБАЕВА,
доктор экономических наук,
им. Е. А. Букетова,
В. А. МУНШ,
аспирант,

Карагандинский государственный университет

Более 10 лет экономика и общество Казахстана находятся в стадии реформирования, в поиске оптимального соотношения между действием свободных рыночных механизмов и государственным регулированием рыночных отношений, которое бы обеспечило необходимый уровень безопасности и подъем национальной экономики. По многим направлениям развития экономики в республике достигнуты определенные успехи. Но наряду с этим выявляются факторы, препятствующие становлению новых институтов.

Одной из наиболее серьезных проблем экономики Казахстана остается проблема неплатежей, большие объемы взаимной задолженности между хозяйствующими субъектами и долги предприятий перед бюджетом, работниками.

Сопоставимые с объемом промышленного производства размеры кредиторской задолженности и значительная доля просроченных платежей неблагоприятно сказываются на социально-экономическом развитии региона и государства в целом.

Наиболее остро кризис неплатежей проявился в республике в 1996–1999 гг. Причиной тому была жесткая денежно-кредитная политика государства, проводившаяся в 1994–1995 гг. с целью обеспечения макроэкономической стабилизации. Поэтому к 1997 г. резко упали объемы производства продукции, выполнения профильных работ и услуг большинства средних и крупных промышленных предприятий. Многие из них стали неплатежеспособными и подверглись процедурам банкротства (табл. 1).

© ЭКО 2002 г.



Основные экономические индикаторы по Республике Казахстан в 1994–2001 гг.*

Показатель	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	01.03.01 г.
ВВП, млрд тенге	423,5	1014,2	1415,7	1672,1	1733,3	2016,5	2596,0	2485,1**
Индекс физического объема производства, % к предыдущему году	71,9	89,6	90,2	99,5	98,1	102,7	109,6	113,7**
Кредиторская задолженность на конец периода, млрд тенге	148,6	634,9	1019,6	1100,8	1598,8	1954,9	2014,1	1840,3
В том числе доля просроченной задолженности	35,0	58,0	52,4	49,7	39,9	26,5	17,7	17,5
Дебиторская задолженность на конец периода, млрд тенге	142,8	409,2	521,9	541,0	664,7	699,5	735,6	773,8
В том числе доля просроченной задолженности	32,6	62,8	63,9	61,6	53,0	44,8	26,2	30,4
Всего ликвидировано предприятий, ед.	–		118		333	1461	3180	3180

* По данным Агентства Республики Казахстан по статистике.

** На 01.10.01 г.

Спад производства был обусловлен отсутствием свободных оборотных средств, необходимых для жизнедеятельности любого промышленного предприятия. Быстро росла кредиторская задолженность, сопровождавшаяся снижением платежной дисциплины и дефицитом платежеспособного спроса.

Кроме того, реформа нормативно-правовой базы Республики Казахстан повлекла на первом этапе несогласованность между нормами отдельных правовых актов, в связи с чем стало возможным изымать деньги из оборота предприятий, преднамеренно доводить их до несостоятельности, а долги списывать в процессе процедур банкротства.

Ослабление регулирующей роли государства и бесконтрольность финансово-хозяйственной деятельности привели в начале 90-х годов к ухудшению финансово-платежной дисциплины, повлекли всплеск нелегального оборота капитала, и как следствие, преднамеренные и ложные банкротства.

Начиная с 1997 г. правительство Казахстана предпринимает целенаправленные шаги к усилению контроля за деятельностью предприятий. В первую очередь – через лицензирование основных видов профессиональной и коммерческой деятельности, составление реестра неплатежеспособных предприятий, разработку и реализацию программ, направленных на ликвидацию неплатежей.

Для этого было создано ОАО «Агентство по реорганизации и ликвидации предприятий», впоследствии преобразованное в Комитет по работе с несостоятельными должниками. Были также перераспределены функции и полномочия между судебными, исполнительными, финансовыми и контролирующими государственными органами при проведении процедур банкротства.

О кризисе неплатежей в экономике Казахстана в середине 90-х годов наглядно свидетельствовали рост общей взаимной задолженности всех хозяйствующих субъектов, резкий спад производства в базовых отраслях, нарушение хозяйственных связей и потеря рынков сбыта в странах СНГ. К 1997 г. на многих промышленных предприятиях пени и штрафы в несколько раз превышали сумму основной за-

долженности, образовавшейся еще в 1994–1996 гг. Ситуация требовала незамедлительных действий как со стороны центральных, так и местных органов государственной власти. Иначе крах промышленного сектора был бы неминуем.

Передача в доверительное управление, а затем приватизация и реструктуризация крупных промышленных предприятий стали первыми реальными шагами к ликвидации неплатежей. В результате в Карагандинской области сформировались две крупные вертикально-интегрированные корпорации – ОАО «Испат-Кармет» и ОАО «Корпорация “Казахмыс”». Сейчас они занимают значительную долю как в промышленном производстве (82%), так и в общем объеме финансовых потоков региона (84% таможенных сборов и платежей, 40% кредиторской задолженности субъектов области).

В доверительное управление были переданы, а позже проданы пакеты акций ряда ведущих предприятий пищевой отрасли: ОАО «Конфеты Караганды», ОАО «Эфес-Караганда пивоваренный завод», ОАО «Карагандинский маргариновый завод», АОЗТ «Milk&Honey» (Караганда), ТОО «Айза» (Каражал), ДАО «REN-Milk» (Темиртау).

Вслед за стабилизацией и увеличением объемов производства структурных подразделений ОАО «Испат-Кармет» и ОАО «Корпорация “Казахмыс”», работающих в разных отраслях промышленности (угле- и рудодобыча, машиностроение, химическая, черная и цветная металлургия и др.), изменилась социально-экономическая ситуация в городах Темиртау, Караганде, Жезказгане, Балхаше, Шахтинске, Каражале. Люди стали получать заработную плату, изменилась структура занятости населения, снизилась безработица, стали наполняться местные бюджеты.

Запуск производства на других предприятиях региона осуществляли новые юридические лица, а прежние были объявлены банкротами и ликвидированы.

После принятия в 1997 г. закона Республики Казахстан «О банкротстве» для решения проблемы неплатежей в Карагандинской области стали активно переходить на конкурсные производства, а с 1998 г. – использовать процедуры реабилитации.

До 2000 г. наблюдался рост кредиторской задолженности хозяйствующих субъектов области. Пик объявленных банкротов также приходится на 2000 г. (табл. 2). Но к 1 января 2000 г. 376 предприятий-должников уже были объявлены банкротами, ликвидированы и исключены из реестра юридических лиц. По окончании конкурсного производства кредиторская задолженность либо была поочередно погашена, либо списана по решениям судов.

Таблица 2

Динамика показателей неплатежей по Карагандинской области в 1997–2003 гг. (на 1 января)

Показатель	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003 (прогноз)
Общая сумма кредиторской задолженности, млрд тенге	122,7	137,3	240,6	275,4	232,9	189,1	161,5
Количество объявленных банкротов за год*	53**	69	236	216	322	126***	

* По данным Карагандинского филиала ОАО «Агентство по реорганизации и ликвидации предприятий».

** Признано банкротами за 1995–1997 гг. согласно закону «О банкротстве».

*** За 1-е полугодие 2001 г.

Значительному снижению кредиторской задолженности хозяйствующих субъектов в бюджет, по заработной плате, по расчетам с поставщиками, банками способствовали меры по реализации постановления правительства РК № 1336 от 25 декабря 1998 г. и Программы по снижению кредиторской задолженности в 2000–2001 гг. Динамика снижения кредиторской задолженности по двум блокам показана на рис. 1.

В ходе осуществления данной программы велся еженедельный мониторинг ее погашения и мероприятий, проводимых Налоговым комитетом по ликвидации долгов в бюджет, Областным финансовым управлением по снижению долгов бюджетных организаций и Агентством по реорганизации и ликвидации предприятий (с ноября 2001 г. – Комитетом по работе с несостоятельными должниками) по погашению долгов предприятий при процедурах банкротства.

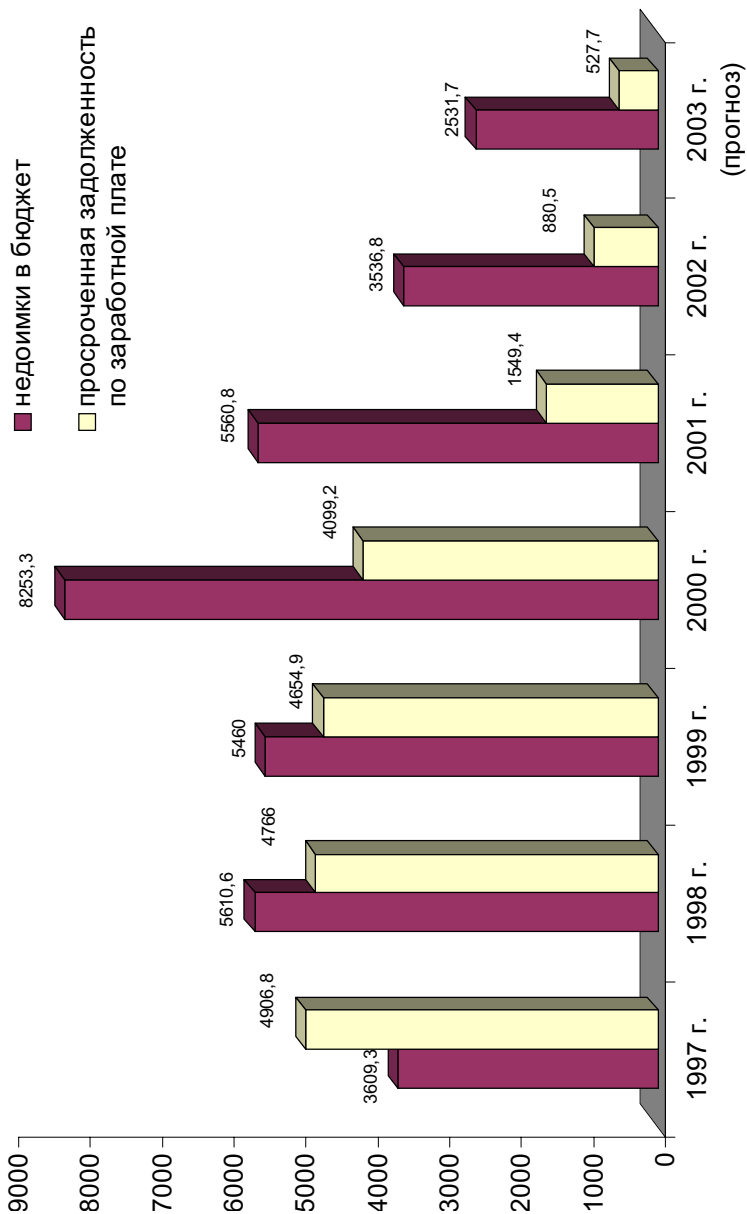


Рис. 1. Динамика объемов задолженности перед бюджетом и работниками предприятий Карагандинской области в 1997–2003 гг. (на 1 января), млн тенге

Таким образом, в 2000–2001 гг. в Карагандинской области сложилась система планового погашения кредиторской задолженности, оперативного контроля за этим процессом, выявления причин не связанного с производством роста кредиторской задолженности, взаимодействия и координации работы государственных органов, руководителей предприятий всех форм собственности, конкурсных и реабилитационных управляющих.

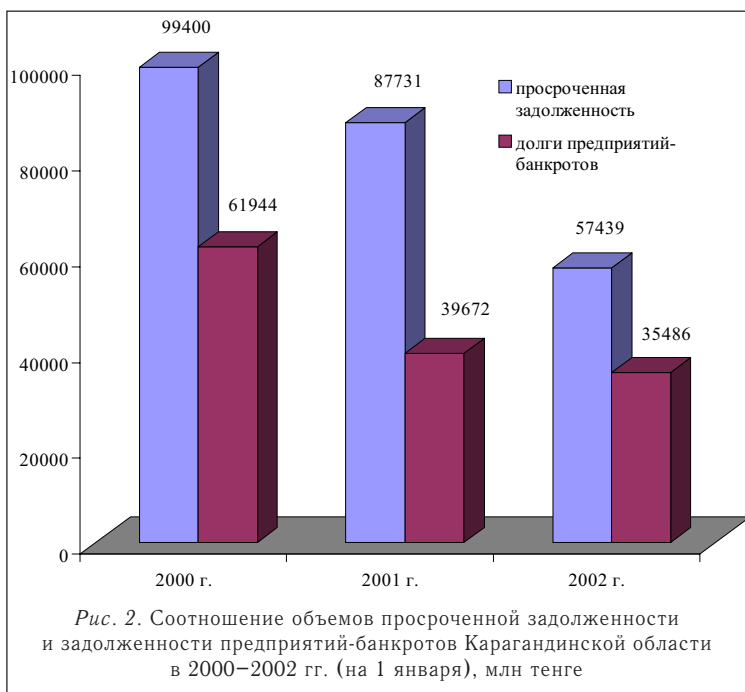
В настоящее время доля кредиторской задолженности предприятий, вовлеченных в процедуры банкротства, колеблется от 17 до 23,4% (рис. 2–3). Наибольшую часть кредиторской задолженности ликвидируемых и реабилитируемых предприятий составляют долги перед бюджетом, поставщиками и сторонними организациями. По предприятиям, находящимся в конкурсном управлении, доля погашаемых долгов по платежам в бюджет (четвертая очередь) в 2000–2001 гг. составляла 37–38%, а долгов пятой очереди (штрафы, пени, долги другим хозяйствующим субъектам) – 49–52%.

К началу 2000 г. процедуры банкротства проходили 425 предприятий, и за 2 последних года из реестра исключены в связи с окончанием конкурсного производства 446 юридических лиц. Таким образом, практически происходит смена контингента менеджеров. К управлению предприятиями приходят новые люди, сумевшие доказать свою дееспособность в процессе санации и реабилитации предприятий.

После выплаты долгов в ходе конкурсных производств в целом по Карагандинской области на 01.06.2000 г. было списано 10,7 млрд тенге, на 01.01.2001 г. – 20,2 млрд тенге, на 01.07.2001 г. – 25,0 млрд тенге.

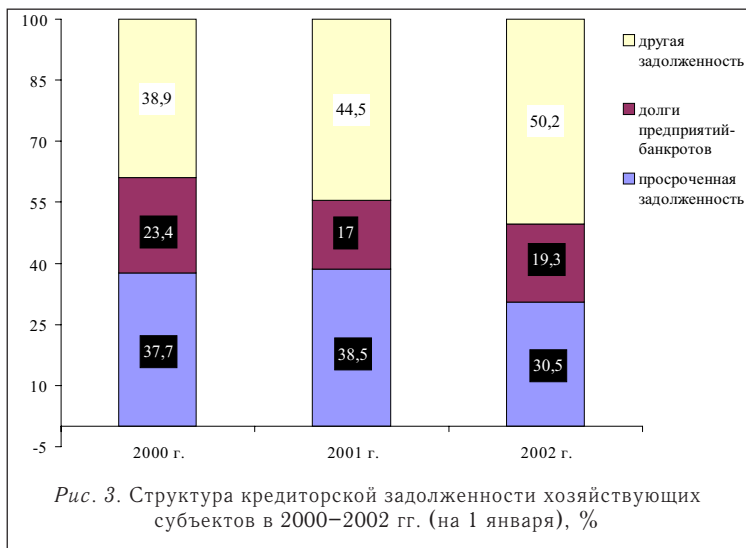
Конкурсной массы (ликвидных активов) хватает только для погашения административных расходов конкурсного производства и требований в среднем 10% кредиторов. Остальная часть задолженности списывается и выбывает из финансового оборота региона. Сумма списанной задолженности на 01.07.2001 г. составила около 20% стоимости совокупного производства области за первое полугодие 2001 г.

Почему погашается так мало долгов? Анализ проведения процедуры банкротства на предприятиях Карагандинской области позволил выделить следующие группы факторов:



- ✓ наличие в ликвидационном процессе большого количества предприятий-«пустышек», конкурсной массы которых недостаточно даже для покрытия административных расходов;
- ✓ трудности в ликвидации предприятий-должников, в которых отсутствуют первые руководители, главные бухгалтеры или финансовая документация;
- ✓ использование процедур банкротства для списания долгов предприятия через умышленное доведение его до несостоятельности, выявить и квалифицировать которое затруднительно;
- ✓ продление судами сроков конкурсного производства, затягивание ликвидационного процесса и тем самым увеличение административных расходов;
- ✓ подотчетность конкурсных управляющих только экономическому суду и комитету кредиторов, недостаточный контроль за их деятельностью со стороны государственных органов;
- ✓ назначение конкурсных управляющих без учета профиля должника и его места расположения.

Таким образом, в Карагандинской области идет активная наработка эффективных форм и методов выхода из кри-



зиса неплатежей. Нарождаются институты банкротства и оздоровления экономической среды региона, ведется активный поиск оптимального соотношения между государственным регулированием, контролем за финансовым состоянием предприятий и свободой действия экономических субъектов в конкурентной среде.

Для повышения эффективности решения проблемы неплатежей мы считаем необходимым:

- разработать методики определения потенциальных банкротов на ранних стадиях, проведения разграничений преднамеренного и ложного банкротства;
- нести изменения в законодательные и нормативные акты Республики Казахстан, направленные на предупреждение и исключение фактов преднамеренного и ложного банкротства, ухода от погашения долгов;
- создать в регионах юридические лица, лицензированные на право управления имуществом и делами несостоятельного должника, ведения конкурсных производств по большому количеству предприятий;
- создать Центр ликвидации неплатежей, который смог бы выполнять операции, связанные с продажей и уступкой дебиторских задолженностей обанкротившихся и действующих предприятий;
- активизировать вексельное обращение.

На практике встречаются случаи, когда предприятия безвозмездно или за небольшую плату передают свои активы другому юридическому лицу, совершают хозяйственные сделки, резко ухудшающие их финансовое состояние, что не позволяет удовлетворять требования кредиторов.

Действующим в Казахстане законодательством подобные сделки не запрещены, но дают возможность для ухода от погашения долгов через процедуры банкротства. Законом «О банкротстве» предусматривается отмена сделок, ущемляющих права кредиторов и совершенных в течение одного последующего года. А поскольку дело о банкротстве возбуждается, как правило, по прошествии большого времени, отменить такие сделки невозможно.

Для устранения негативных последствий подобных сделок следует:

- ▶ внести изменения в закон «О банкротстве», связанные с ним нормативные акты государственных органов о продлении срока возможной отмены сделок до трех лет. С таким предложением может выступить Комитет по работе с несостоятельными должниками в рамках своих полномочий;

- ▶ регистрировать юридических лиц, совершивших сделки на сумму более половины собственного капитала в государственных органах, ведущих мониторинг финансового состояния предприятий (Налоговый комитет, Комитет по работе с несостоятельными должниками). Такие предприятия, на наш взгляд, должны быть на учете в течение двух лет со дня регистрации сделки. В этом случае при снижении платежеспособности и росте просроченной и текущей кредиторской задолженности государственные органы смогут обращаться в суд для отмены сделки как ущемляющей права кредиторов;

- ▶ проводить страхование крупных сделок. В случае неисполнения условий договора страховая компания будет возмещать ущерб потерпевшей стороне.

В случае применения предложенных мер будет значительно меньше нарушений прав предпринимателей, так как мониторинг финансового состояния предприятий станут вести на основе данных баланса и другой официальной финансовой отчетности. А у государственных органов появится возможность опровержения через суд сделок, которые ведут к росту кредиторской задолженности перед бюджетом, трудовым коллективом, другими кредиторами, и развигивают кризис неплатежей.

Лучшие места под солнцем находятся в тени

*Не суй взятку насильно.
Возможно, она просто мала.*

Мал бизнес, да дорог.

*Не наводи тень на экономический
плетень.*

*Чем ближе экономика к закату,
тем длиннее тень.*

*Человечество прошло путь
от натурального хозяйства
к хозяйству «чисто в натуре».*

**С. МИРОНЧЕНКО,
Одесса**

0131-7652. «ЭКО». 2003. № 4. 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

© Редакция журнала ЭКО, 2003. Подписано к печати 23.03.03.
Формат 84x108 1/32. Офсетная печать. Усл. печ. л. 10,1.
Усл. кр.-отт. 19,1. Уч.-изд. л. 10,1. Тираж 2900. Заказ 864.

Сибирское издательско-полиграфическое
и книготорговое предприятие «Наука»
630077 Новосибирск, Станиславского, 25.



ВНИМАНИЮ ПОДПИСЧИКОВ!

В 2003 г. впервые мы стали получать сообщения от подписчиков о сбоях в доставке журнала.

Уведомляем читателей, что мы полностью и в срок выполнили свои обязательства (№ 1, 2 и 3 отгружены предприятию, которое занимается отправкой журнала, соответственно 17 января, 17 февраля и 14 марта с. г.).

Отдельное слово – подписчикам из стран СНГ.

12 марта с. г. мы получили информационное письмо из ОАО «Агентство “Роспечать”», сообщавшее о том, что «в соответствии с требованиями таможенных органов для ритмичной отправки и таможенного оформления периодической печати в СНГ и страны Балтии» редакция должна заключить Соглашение об изменении договора с Роспечатью, которое вступает в силу с 1 января (!), и внести изменения в договор с организацией, производящей отправку прессы.

В результате наш журнал (и не только наш) к подписчикам из СНГ пока не поступает.

Редакция не могла предвидеть подобные сбои. Тем не менее, дорожа своей деловой репутацией, мы стараемся сделать все возможное, чтобы проблемы, связанные с доставкой журналов нашими контрагентами, разрешились.

**Мы помещаем на своем сайте в Интернете
(www.econom.nsc.ru/eco)
полностью все статьи из № 1–3,
чтобы читатели смогли ознакомиться
с нашими публикациями в полном объеме.**

