

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА, МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС И РОССИЯ В НОВЫХ ГЕОПОЛИТИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

Сборник научных трудов
Международной научно-практической конференции
(Екатеринбург, 23 апреля 2015 г.)



GLOBAL ECONOMY, INTERNATIONAL BUSINESS AND RUSSIA IN NEW GEOPOLITICAL CONDITIONS

Proceedings of International scientific conference
(Yekaterinburg, April 23, 2015)



Ministry of Education and Science of Russian Federation
Institute of Economics of Ural Branch of Russian Academy of Sciences
People's Friendship University of Russia
Omsk State University named after F. M. Dostojevski
Marche Polytechnic University (Italy)
University of Economics in Prague (Czech Republic)
University named after Máximo Gómez Báez (Cuba)
University of Trento (Italy)
University of Economics in Bratislava (Slovakia)
Ural State University of Economics

GLOBAL ECONOMY, INTERNATIONAL BUSINESS AND RUSSIA IN NEW GEOPOLITICAL ENVIRONMENT

Proceedings
of International scientific conference
(Yekaterinburg, April 23, 2015)

Yekaterinburg
2015

Министерство образования и науки Российской Федерации
Институт экономики Уральского отделения РАН
Российский университет дружбы народов
Омский государственный университет имени Ф. М. Достоевского
Политехнический университет Марке (Италия)
Пражский экономический университет (Чехия)
Университет имени Максима Гомеса Баеса (Куба)
Университет Тренто (Италия)
Экономический университет Братиславы (Словакия)
Уральский государственный экономический университет

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА, МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС И РОССИЯ В НОВЫХ ГЕОПОЛИТИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

Сборник научных трудов
Международной научно-практической конференции
(Екатеринбург, 23 апреля 2015 г.)

Екатеринбург
2015

УДК 339.9+327(470)
ББК 65.5+66.4(2Рос)
М64

Ответственный за выпуск

Карх Дмитрий Андреевич, доктор экономических наук, проректор по научной работе Уральского государственного экономического университета (г. Екатеринбург)

Редакционная коллегия:

Андреева Елена Леонидовна, доктор экономических наук, профессор, руководитель Центра развития человеческого потенциала Института экономики УрО РАН (г. Екатеринбург);

Иванова Татьяна Борисовна, кандидат социологических наук, доцент кафедры инженерного бизнеса и управления предприятием Российского университета дружбы народов (г. Москва);

Капустина Лариса Михайловна, доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой маркетинга и международного менеджмента Уральского государственного экономического университета (г. Екатеринбург);

Козлова Оксана Александровна, доктор экономических наук, профессор кафедры маркетинга и рекламы Омского государственного университета имени Ф. М. Достоевского (г. Омск);

Людмила Липкова, доктор экономических наук, профессор, декан факультета международных отношений Экономического университета Братиславы (Словакия);

Итало Тревизан, профессор департамента экономики и менеджмента Университета Тренто (Италия)

Executive Editor-in-Chief

Dmitry A. Karkh, Dr. Sc. (Economics), Vice-Rector for Scientific work, Ural State University of Economics (Yekaterinburg)

Editor's Committee:

Elena L. Andreeva, Professor, Head of the Centre of Human Potential Development, Institute of Economics Ural Branch of Russian Academy of Sciences (Yekaterinburg);

Tatiana B. Ivanova, Associate Professor, Department of Engineering Business and Management, People's Friendship University of Russia (Moscow);

Larisa M. Kapustina, Professor, Head of Marketing and International Management Department, Ural State University of Economics (Yekaterinburg);

Oksana A. Kozlova, Professor, Marketing and Advertising Department, Omsk State University (Omsk);

Ludmila Lipkova, Professor, Dean of International Relations Faculty, University of Economics (Bratislava, Slovakia);

Italo Trevisan, Professor, Economics and Management Department, University of Trento (Italy)

М64 Мировая экономика, международный бизнес и Россия в новых геополитических условиях [Текст] : сб. науч. тр. Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 23 апреля 2015 г.) / [отв. за вып. Д. А. Карх ; ред. кол. : Е. Л. Андреева, Т. Б. Иванова, Л. М. Капустина и др.]. — Екатеринбург : [Изд-во Урал. гос. экон. ун-та], 2015. — 204 с.

Рассмотрены проблемы, тенденции и перспективы развития международного экономического взаимодействия стран в новых геополитических условиях. Исследуются проблемы глобализации мировой экономики; предлагаются пути решения задач корпоративного управления в разных секторах экономики и отраслях мирового хозяйства; обсуждаются меры по актуализации государственного и межгосударственного регулирования в соответствии с современными тенденциями.

Для преподавателей, аспирантов экономических вузов, а также широкого круга специалистов, занимающихся вопросами мировой экономики и международного бизнеса.

УДК 339.9+327(470)
ББК 65.5+66.4(2Рос)

© Авторы, указанные в содержании, 2015
© Уральский государственный
экономический университет, 2015

Содержание

Альжанова Н. Ш., Аяпбергенов К. Перспективы управления инновационными проектами сквозь призму энергетики.....	7
Андреева Е. Л., Ратнер А. В. Развитие экономического сотрудничества в рамках ЕАЭС и БРИКС.....	12
Арнаис Ю., Аспиолеа М. Э., Дугарева Е. А. Порядок установления цен на дополнительные туристические продукты в турагентствах.....	17
Вотинцева В. С., Вовченко А. А. К вопросу о роли девиантной глобализации в мировой экономике.....	20
Джаксыбекова Г. Н., Исахова П. Б., Шаяхметова К. О. Антициклическое и антикризисное государственное регулирование кризисов.....	25
Древалев А. А., Миншаихова А. А. К вопросу о долговом кризисе в США.....	32
Камаева Т. А., Марамыгин М. С. Нефть. Поиск новых решений.....	37
Капустина Л. М., Портнов Н. А. Оценка значимости инвестиционного климата для привлечения в страну иностранных инвесторов.....	44
Козлова О. А., Гасанов С. А. Процессы слияния и поглощения компаний в современной мировой практике.....	51
Кондратенко Ю. Н. Роль глобальных проектных команд в реализации международной промышленной кооперации.....	55
Коковихин А. Ю., Гладкова Т. В. Кадровое обеспечение инвестиционных проектов с международным участием.....	59
Коровина Е. И. Соотношение понятий интернационализации, транснационализации и глобализации.....	64
Лавриненкова Е. О., Андреева Л. О., Федченко Е. И. Государственное регулирование как фактор стимулирования инновационного развития.....	69
Лавриненкова Е. О., Андреева Л. О., Федченко Е. И. Система финансово-экономического мониторинга как фактор управления в социально-экономических системах.....	74
Липкова Л. Экономические интересы Исландии в контексте решения вопроса о вступлении в Европейский союз.....	78
Мальш Е. В. Экономическое стимулирование аграрной сферы региона как фактор развития территориальных конкурентных преимуществ.....	84
Михасева Е. Н. Эффективные методы и способы осуществления налогового контроля в новых экономических и политических условиях.....	89
Морозова Ю. М., Шарафутдинова Е. Н. Коррупция как препятствие на пути инновационного развития.....	95
Петросян И. Б., Карапетян И. Г., Петросян В. Б. Проблемы и перспективы развития системы среднего и начального профессионального образования в Республике Армения.....	100
Предеин А. М., Сысоева Т. Л. Причины и последствия экономического кризиса в Российской Федерации.....	108
Сопилко Н. Ю. Особенности современного развития региональной интеграции в рамках СНГ.....	112
Тимохина Г. С. К вопросу о маркетинговых исследованиях кросс-культурных различий в поведении потребителей.....	119
Фальченко О. Д. Влияние прямых иностранных инвестиций на экономику России... ..	124

Contents

Čulková K., Seňová A., Taušová M. Claims Solving in Cross Border Relations through Factoring and Forfeiting in Slovakia	132
Dvorakova Z., Legnerova K., Stritesky M., Meeran M., Quigley M. J. D. CSR in the Czech Republic: The Local Experience	137
Harakal'ová Ľ. Financial management of the Common Agricultural Policy of the European Union and its crisis response	143
Hossain Md. N., Ivanova T. B. Vibration Power and Micro Hydroelectric Power, the Energy for the Future	147
Kapustina L., Uman A. Corporate Social Responsibility in a Global Environment	154
Brown Manrique O., Gallardo Ballat Y., Correa Santana A. Evidence of Climate Change and Its Impact on Hydraulic Economic in the Watershed of Ciego De Avila Province	159
Pascucci F., Bartoloni S. An Exploratory Study on Websites Localization: The Case of Italian Firms.....	168
Peshkova A., Ürkmez T., Wagner R. The Russian Luxury Markets: An Entrepreneurial Opportunity.....	176
Rahman S. Mangrove Forest for Socio-economic and Ecological Welfare.....	183
Temperini V. An Analysis of SMEs Training Needs Related to Internationalization	188
Trevisan I. Perspectives and Development of the Italian — Russian Trade with an Overview of the Bathroom Accessories and Furniture Sector	193
Zadrazilová D., Průša P. Social Responsibility of Companies Operating in the Sverdlovsk Area.....	200

Перспективы управления инновационными проектами сквозь призму энергетики

Альжанова Нуржан Шариповна¹, Аяпберген Каньш²

¹ Кандидат физико-математических наук, профессор Казахского национального университета им. аль-Фараби, г. Алматы, Казахстан (ansh13@mail.ru)

² Магистрант Казахского национального университета имени аль-Фараби, г. Алматы, Казахстан (coldinho@mail.ru)

Аннотация. В статье рассмотрен широкий круг вопросов — от экспорта сырья к конкурентоспособному производителю конечной потребительской продукции в мировом масштабе, базисом которого являются верная политика государства, богатая сырьевая база и энергетическая безопасность страны. Представлены анализ современного состояния и перспективы развития нефтяной, газовой, угольной, атомной промышленности Казахстана.

Ключевые слова: нефть; газ (сланцевый газ); уран (атомные электростанции); возобновляемые источники энергии; ЭКСПО-2017; энергоносители.

Для вхождения Республики Казахстан в топ-30 развитых стран мира к 2050 г. необходим планомерный рост экономики, в то время как базис стабильности экономики построен на энергетической безопасности и сырьевой обеспеченности. В связи с этим нефтегазовой промышленности отводится большая роль в стратегии развития Республики Казахстан. Текущее положение дел в секторах основных углеводородов и энергоносителей следующее.

Согласно обзору мировой энергетики итальянской энергетической компании Eni, мировых запасов нефти, исходя из уровня добычи 2012 г., должно хватить лишь на ближайшие 52 года, запасов газа — на 59 лет [1].

По данным исследования компании British Petroleum, мировые запасы нефти и газа по регионам представлены в табл. 1 и 2 соответственно.

Таблица 1

Мировые запасы нефти по регионам на конец 2011 г. [3]

Регион	Запасы нефти		Доля мировых запасов, %
	млрд т	млрд баррелей	
Ближний Восток	108,2	795,0	48,1
Южная и Центральная Америка	50,5	325,4	19,7
Северная Америка	33,5	217,5	13,2
Европа и Азия	19,0	141,1	8,5
Африка	17,6	132,4	8,0
Австралия и Тихоокеанская Азия	5,5	41,3	2,5
<i>Всего</i>	234,3	1 652,6	100,0

В своем Послании народу от 17 января 2014 г. Президент Н. А. Назарбаев отмечает, что важно «важно повысить эффективность традиционных добывающих секторов. Они — наше естественное конкурентное преимущество. Нам нужны новые подходы к управлению, добыче и переработке углеводородов, сохраняя экспортный потенциал нефтегазового сектора. Надо окончательно определиться по возможным сценариям добычи нефти и газа» [2]. Акцент в Послании Президента делается на то, что углеводородные ресурсы ограничены и нужно умело их использовать.

Нефть предопределяет и будет предопределять дальнейшее развитие национальной экономики. По планам Правительства нефтегазовый сектор должен стать основой экономического подъема страны, опорной точкой экономического роста в ближайшее десятилетие.

Объем добычи нефти и газового конденсата в целом по республике может составить в перспективе 80–100 млн т. Эти величины могут быть изменены в сторону увеличения, если будут проводиться поисково-разведочные работы по нефти и газу не только в Западном Казахстане, но и в Тургайской, Нижнеилийской, Алакольской впадинах и Павлодарском Прииртышье, которые считаются геологически перспективными для поисков углеводородного сырья. Прирост объемов добычи нефти и газа будет преимущественно на крупных месторождениях, принадлежащих иностранным компаниям, которые объединяются и создают сверхмощные транснациональные компании [1].

Особо отметим значимость нефтепровода в восточном направлении (рис. 1).

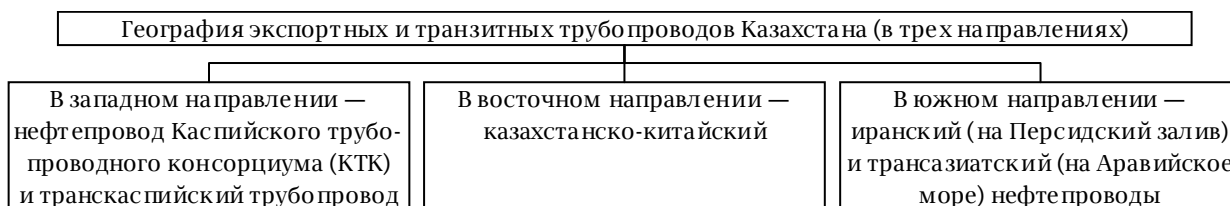


Рис. 1. География трубопроводов Республики Казахстан

Предварительные технико-экономические исследования показали, что транспортировка казахстанской нефти на экспорт в Китайскую Народную Республику (КНР) является перспективным и экономически выгодным для Казахстана проектом ввиду растущего в данном регионе спроса на нефть и возможности решения проблемы внутреннего распределения нефти в Казахстане. Основанием для реализации данного проекта является генеральное соглашение между Министерством энергетики и природных ресурсов Республики Казахстан и Китайской национальной нефтегазовой корпорацией (КННК) [6].

КНР крайне заинтересована в увеличении поставок нефти из Казахстана. По данным международных экспертов, потребление энергоресурсов в КНР растет темпами, опережающими темпы роста ВВП. В условиях быстро растущего энергопотребления китайская нефтяная политика нацелена на диверсификацию источников поставок, на обеспечение надежности снабжения нефтью. В этом случае речь идет о гармонизации нефтяных политик обеих стран.

К проектам долгосрочной перспективы следует отнести также транскаспийский маршрут. Использование евроазиатского транспортного коридора может стать начальным этапом развития транскаспийского нефтепровода с интегрированием в нефтепровод Баку — Тбилиси — Джейхан для экспорта на рынок Средиземного моря, характеризующийся стабильным спросом [4].

Исходя из исследования вопроса о диверсификации нефтяной промышленности, следует отметить, что развитие казахстанского рынка нефти и нефтепродуктов зависит от степени сбалансированности между добычей, переработкой и транспортировкой углеводородных ресурсов.

И если делать прогноз на среднесрочную перспективу, то могут сложиться следующие варианты развития отрасли: первый — сохранение экспортной ориентации в сбыте сырой нефти; второй — возможность увеличения добычи нефти и наращивания базы для ее транспортировки. В долгосрочной перспективе предпочтителен третий вариант, базирующийся на постепенном наращивании объемов переработки сы-

рой нефти и удовлетворении потребностей Казахстана и зарубежных партнеров в широком ассортименте нефтепродуктов [4].

В общемировой доле природных запасов природного газа и доле производства Казахстана является миноритарным игроком (табл. 2). Специфика газовых ресурсов Казахстана такова, что большая их часть является попутным газом, следовательно, добыча газа привязана к специфике добычи жидких фракций углеводородов. В частности, значительный объем добытого сырого газа закачивается обратно в пласт для поддержания пластового давления и первоочередной добычи жидких углеводородов.

Таблица 2

Доказанные запасы природного газа в основных регионах мира на конец 2009 г. [5]

Регион	Запасы, трлн м ³	Доля в мировых запасах, %	Обеспеченность, лет
Северная Америка	9,16	4,88	11,3
Южная и Центральная Америка	8,06	4,30	53,2
Евразия	63,09	33,70	64,8
В том числе:			
Россия	44,38	23,70	84,1
Казахстан	1,82	1,00	56,6
Ближний Восток	76,18	40,60	< 100
Африка	14,76	7,90	72,4
Азиатско-Тихоокеанский регион	16,24	8,70	37,0

Исследуя перспективы природного газа в контексте Республики Казахстан, отметим, что приоритет в газовой отрасли остается за Карачаганакским месторождением. Карачаганакский проект предусматривает максимальный уровень нефти и газового конденсата в 12 млн т в год, газа — 25 млрд м³, планируется строительство мощностей по переработке газа со стартовыми возможностями в 5 млрд м. Необходима собственная переработка газа, которая позволит уйти от большого объема экспорта газа на месторождениях Жанажол и Кумколь, удовлетворить потребности республики в газе [3; 5].

Несмотря на многочисленные выступления экологов, важнейшим сырьем для энергетической и металлургической промышленности, был и остается уголь.

В настоящий момент третья часть всей вырабатываемой электроэнергии приходится на электростанции, на которых в качестве топлива используется именно уголь. Разведанные запасы угля в мире (рис. 2) позволят обеспечить все промышленные нужды на протяжении 160 лет, поэтому сбрасывать его со счетов нельзя. Всего угольные месторождения находятся в 70 странах, из них в 50 ведется его промышленная добыча.

Следует отметить, что «назад в будущее» вернулись уже многие страны — как развитые, так и развивающиеся. По данным ВЭС, 79% электричества в Китае производится благодаря сжиганию угля. В США этот показатель доходит до 40%. Существуют исследования, что за текущее десятилетие, к 2020 г., спрос на уголь по всей планете вырастет на четверть. Он превысит спрос на нефть, который за это же время увеличится, по предварительным прогнозам, едва ли на 15% [6].



Рис. 2. Мировые запасы угля по странам (по состоянию на 1 января 2013 г.), % [7]

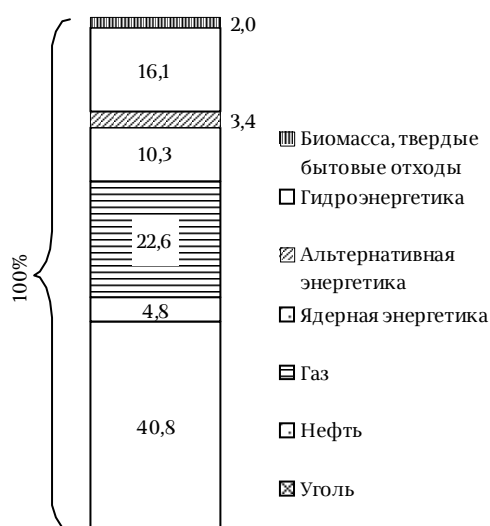


Рис. 3. Глобальное электроснабжение по видам топлива в 2013 г., % [8]

Однако уголь вряд ли займет место нефти, так как считается самым грязным источником энергии из всех возможных, несмотря на то, что существуют более-менее чистые технологии переработки угля. Текущее состояние электроснабжения по видам топлива на рис. 3.

Из Послания Президента Республики Н. Назарбаева народу Казахстана очерчивается четкий вектор в сторону развития угольной энергетики: «Энергетику мы будем развивать в ее традиционных видах. Необходимо поддержать поиски и открытия по очистке выбросов ТЭС, повсеместной экономии электроэнергии на основе новейших технологий в производстве и в быту» [2].

По прогнозам экспертов KazEnergy, Казахстан обеспечен углем более чем на 250 лет [9]. Низкие цены делают уголь наиболее привлекательным энергоносителем. Казахстан имеет зна-

чительные потенциальные запасы угля, но при этом наблюдается низкая активность по геологоразведке угольных месторождений. Запасы угля в Казахстане составляют 35,8 млрд т, или 3,6%, мировых запасов, а доля РК в общемировой добыче угля — 3,7%. Тем самым нефть для Республики Казахстан не единственное «черное золото» и на ближайшие десятилетия однозначно будет приоритетным энергоносителем.

Одним из локомотивов электроэнергетики Республики Казахстан является ядерная энергетика и потребность в дешевой атомной энергии в обозримой перспективе развития мира будет только расти. Казахстан является мировым лидером в добыче урана.

В прогнозах Мирового энергетического агентства признается, что ядерная энергетика по сравнению с другими источниками энергии не только помогает удовлетворить растущий спрос на энергию и повысить безопасность энергоснабжения, но и уменьшает выброс углерода в атмосферу, поскольку на предприятия, производящие энергию из органического топлива, приходится около половины антропогенных выбросов парниковых газов [8].

Сегодня Казахстан занимает 1-е место в мире по добыче урана и 2-е место по объемам запасов, обладая 19% мировых разведанных запасов урана. Общие запасы и ресурсы страны оцениваются в 1 609 тыс. т урана [10].

В настоящее время в 30 странах мира эксплуатируется 435 ядерных энергетических реакторов, и в 15 странах строится 72 реактора [11]. В 13 из 30 стран, уже эксплуатирующих атомные электростанции (АЭС), сооружаются новые блоки либо активно завершается сооружение объектов, строительство которых было ранее приостановлено. Еще 12 стран активно планируют строительство новых станций либо завершение приостановленных строительных работ. В создании ядерной энергетики заинтересованы 33 страны. Сравнительную диаграмму действующих и строящихся энергоблоков АЭС можно посмотреть на рис. 4. С одной стороны, Германия, обладающая современной наукоемкой экономикой, планирует полностью ликвидировать свою ядерную энергетику к 2022 г., а для удовлетворения будущего спроса на энергию широко использовать возобновляемые источники энергии (ВИЭ) и меры повышения энергоэффективности. С другой стороны, в 2012 г. ОАЭ стали первой за 27 лет страной, начавшей строительство первой АЭС, которую планируется подключить к энергосети в 2017 г. Многие другие страны намерены последовать этому примеру.

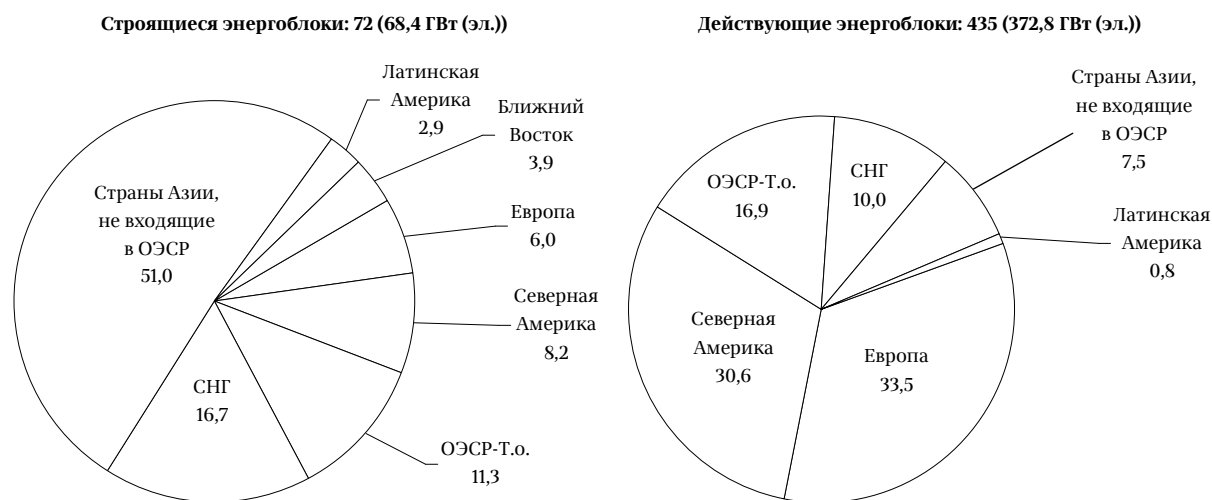


Рис. 4. Действующие и строящиеся энергоблоки АЭС, % [8]

Республика Казахстан заинтересована не только в извлечении и экспортной продаже урана в качестве сырья, но и в сбыте продукции более высокого передела. Посредством компании АО «НАК «Казатомпром» в кооперации сведущими компаниями атомной отрасли мира Казахстан намерен к 2020 г. занять 16% общемировых конверсионных мощностей, а в обогащении — 7%, в изготовлении топливных таблеток — до 13%.

Казахстан, не присутствовавший ранее в мировом бизнесе производства тепло-выделяющих элементов, к 2020 г. намеревается занять 14% рынка. Одним из приоритетов Государственной программы по форсированному индустриально-инновационному развитию Республики Казахстан (ГПФИИР) является «создание вертикально интегрированного комплекса с полным ядерно-топливным циклом для получения экспортно ориентированной продукции с высокой добавленной стоимостью, конкурентоспособной на мировых рынках».

Источники

1. Мировые запасы и производство нефти по данным British Petroleum. URL: <http://j-times.ru/biznes/mirovye-zapasy-i-proizvodstvo-nefti-po-dannym-british-petroleum.html>.
2. Послание Президента Республики Казахстан Н. Назарбаева народу Казахстана (17 января 2014 г.) // Официальный сайт Президента Республики Казахстан. URL: <http://www.akorda.kz>.
3. Иванов П. В. Проблемы стратегии перспективного развития нефтегазовой отрасли Казахстана // Вестник КазНТУ. 2005. № 4. С. 20–28. URL: http://e-lib.kazntu.kz/sites/default/files/articles/ivanov_2005_4.pdf.
4. Бабаев Р. С. Современное состояние нефтяной промышленности Республики Казахстан: проблемы и перспективы развития. URL: http://www.rusnauka.com/3_ANR_2013/Politologia/10_125628.doc.htm.
5. Долгих А. Мировые запасы природного газа // Природный газ — проект Александра Долгих. URL: <http://dolgikh.ucoz.com/index/0-39>.
6. Маркелов Р. До черного дна // Российская газета. 2013. 17 окт.
7. BP Statistical Review of World Energy 2014. URL: <http://www.bp.com/content/dam/bp/pdf/Energy-economics/statistical-review-2014/BP-statistical-review-of-world-energy-2014-full-report.pdf>.
8. Международное состояние и перспективы ядерной энергетики — 2014: доклад Генерального директора IAEA. URL: http://www.iaea.org/About/Policy/GC/GC58/GC58InfDocuments/Russian/gc58inf-6_rus.pdf.
9. Жакеев М. Запасов угля хватит Казахстану на 250 лет. URL: <http://www.inform.kz/rus/article/2621780>.
10. Программа развития атомной отрасли в Республике Казахстан на 2010–2014 гг. с перспективой развития до 2020 г. URL: <http://adilet.zan.kz/rus/docs/P1100000728>.
11. Возобновляемая энергетика в мире // Terra жер-ана. 2004. № 10. URL: <http://www.greenwomen.kz/pdf/terra-10.pdf>.

Развитие экономического сотрудничества в рамках ЕАЭС и БРИКС*

Андреева Елена Леонидовна¹, Ратнер Артем Витальевич²

¹ Доктор экономических наук, профессор, руководитель
Центра региональных компаративных исследований, Институт экономики
Уральского отделения Российской академии наук, г. Екатеринбург (elenandr@mail.ru)

² Кандидат экономических наук, младший научный сотрудник
Центра региональных компаративных исследований, Институт экономики
Уральского отделения Российской академии наук, г. Екатеринбург (aratner@inbox.ru)

Аннотация. В статье рассмотрена специфика экономического сотрудничества на Евразийском пространстве и в рамках группы БРИКС (развивается по целому спектру направлений и уже прошло определенную эволюцию). В рамках ЕАЭС предусматривается экономическая интеграция, а в рамках БРИКС разрабатываются планы общеэкономического и сельскохозяйственного сотрудничества и создаются совместные финансовые институты. Для российской экономики таковыми представляются поставщики необходимых товаров и покупатели (в том числе продукции российской обрабатывающей промышленности), рынки ссудного капитала и финансовая инфраструктура, являющиеся благоприятными факторами в условиях усилившихся в мировом хозяйстве внешнеэкономических ограничений.

Ключевые слова: Евразийский экономический союз; БРИКС; интеграция; направления сотрудничества; рынки поставщиков и покупателей; финансовая поддержка.

В условиях внешнеэкономических ограничений, исходящих извне, с которым сталкивается российская экономика, важным становится развитие внешнеэкономических связей, восполняющих потерянные рынки сбыта и поставки, ссудного капитала, а также финансовую инфраструктуру. В этих условиях актуализируется экономическое сотрудничество на евразийском пространстве, а также в рамках группы БРИКС. Представляется актуальным проанализировать эволюцию его развития, а также показать, в каком контексте оно может быть благоприятным для российской экономики.

На евразийском пространстве Россия является одним из организаторов Таможенного союза (ТС) России, Белоруссии и Казахстана — регионального интеграционного объединения, созданного по Договору от 6 октября 2007 г. с целью достижения свободного перемещения товаров во взаимной торговле стран-участниц и благоприятных условий их торговли с третьими странами, а также развития экономической интеграции. Конечная цель — объединение таможенных территорий стран-членов в единую таможенную территорию. При этом конечная цель Договора об учреждении Евразийского экономического сообщества от 10 октября 2000 г., на площадке которого канализировано создание ТС, — эффективное продвижение процесса формирования Единого экономического пространства. Согласно Решению Евразийского экономического совета от 19 декабря 2011 г. № 9 «О вступлении в силу международных договоров, формирующих Единое экономическое пространство России, Белоруссии и Казахстана» планируется учреждение общих рынков (например, нефтепродуктов) стран-участниц, единых правил технического регулирования, субсидирования, согласования макро-

* Публикация подготовлена в рамках проекта фундаментальных исследований УрО РАН № 15-14-7-2 «Прогнозная оценка приоритетных направлений модернизации Уральского старопромышленного региона для расширения импортозамещения».

экономической политики и др. Данное международное экономическое интеграционное объединение получило развитие в лице Евразийского экономического союза — ЕАЭС (учрежден договором от 29 мая 2014 г., вступившим в силу 1 января 2015 г.). Одна из основных целей ЕАЭС — формирование единого рынка товаров, услуг, капитала и трудовых ресурсов. Таможенный союз и единое экономическое пространство являются важными ипостасями ЕАЭС; он ориентирован на развитие инвестиционно-воспроизводственной модели внешнеэкономических связей, т. е. на развитие инновационной экономики [3, с. 245].

В рамках группы БРИКС, как следует из декларативной базы встреч и саммитов глав государств, проходящих с 2009 г., имеет место поэтапное развитие экономического сотрудничества по ряду направлений.

Если в 2009 г. были достигнуты первые договоренности о шагах по развитию диалога и сотрудничества, то в 2011 г. — договоренности и далее расширять и углублять экономическое, торговое и инвестиционное сотрудничество; в 2012 г. подготовлено Экономическое исследование стран БРИКС с обсуждением потенциала их взаимодействия; в 2013 г. созданы Совет экспертных центров БРИКС и Деловой совет БРИКС; в 2014 г. подготовлен годовой доклад Делового совета БРИКС за 2013/14 г., обсуждается вопрос о разработке «дорожной карты» экономического сотрудничества в рамках Группы, одобрена разработка «Стратегии экономического сотрудничества стран БРИКС» и «Общих принципов углубления экономического партнерства стран БРИКС»; Совету экспертных центров БРИКС рекомендуется разработать планы реализации долгосрочной стратегии по пяти основным областям, создается платформа для обмена информацией в рамках Группы, призванная содействовать развитию торгового и инвестиционного сотрудничества*).

Среди конкретных областей особенно развивается сотрудничество в сфере финансов и сельского хозяйства.

В финансовой сфере в 2010 г. поручено изучить вопрос о региональных валютных договоренностях в рамках Группы, в 2012 г. — изучить реализуемость инициативы создания Банка развития Группы; в 2014 г. соглашение о его создании было подписано, также было подписано соглашение о создании Пула условных валютных резервов Группы. Помимо них были подписаны Соглашение о кредитных линиях в местной валюте в рамках межбанковского сотрудничества БРИКС и Соглашение о подтверждении аккредитивов между экспортно-импортными банками стран Группы (2012 г.), а также Меморандум о взаимопонимании по вопросу о сотрудничестве между учреждениями по кредитованию экспорта и страхованию экспортных кредитов стран БРИКС (2014 г.).

В сфере сельского хозяйства уже в 2010 г. были приняты решения о создании единой базы сельскохозяйственных данных, о разработке стратегии обеспечения доступа к продовольствию для уязвимых групп населения, о снижении воздействия изменения климата и о расширении технологического сотрудничества.

Благоприятность сотрудничества в рамках ЕАЭС и БРИКС для российской экономики показывает анализ их нормативно-правовой базы, а также российской внешней торговли с их членами. Для российской экономики развитие данного сотрудничества может быть благоприятным, поскольку оно:

* Здесь и далее по БРИКС составлено по материалам совместных заявлений и деклараций глав государств БРИКС (2009–2014 гг.), опубликованным на сайте Президента России. URL: <http://archive.kremlin.ru/text/docs/2009/06/217932.shtml>; http://www.kremlin.ru/ref_notes/524; http://www.kremlin.ru/ref_notes/907; http://news.kremlin.ru/ref_notes/1189; http://www.kremlin.ru/ref_notes/1430; <http://news.kremlin.ru/media/events/files/41d4f1dd6741763252a8.pdf>.

Российская внешняя торговля машинотехнической продукцией и сопутствующими услугами с развивающимися странами в группе БРИКС, Латинской Америке и Азии (выборочно)

Партнер РФ	Машины, оборудование и транспортные средства, ввозимые из РФ	Участие РФ в оборудовании промышленных объектов в данной стране	Доля машино-технической продукции в структуре торговли РФ с данной страной, %*		
			в экспорте	в импорте	
Группа БРИКС	Бразилия	Вертолеты	Меморандум о взаимопонимании между ЗАО «Русатом Оверсиз» и компанией Samargo Cogrea: предусматривается сотрудничество в части строительства в Бразилии объекта хранения отработанного топлива и одной АЭС, предусматривается активизация сотрудничества в части строительства инженерно-технических объектов на действующей бразильской АЭС «Ангра»	3,0	3,5
	Индия	Летательные аппараты и их части; электрические машины и оборудование и их части; энергетическое оборудование; суда и плавучие конструкции; инструменты и аппараты	Строительство Россией энергоблоков на индийской АЭС (в Куданкулам); строительство первого в Индии завода по производству бутилкаучука; совместное финансирование создания многоцелевого транспортного самолета; программа сотрудничества в области науки и техники, а также программа сотрудничества в области биотехнологии	53,8	21,1
	Китай	Приборы оптические, медицинские; энергетическое, технологическое, электрическое оборудование; летательные аппараты	Участие РФ в сооружении второй очереди Таньваньской АЭС; меморандум между ЗАО «Гражданские самолеты Сухого» и пулом китайских инвесторов о строительстве предприятия для сборки российских самолетов в г. Чжэнчжоу (провинция Хэнань)	0,7	37,9
	ЮАР	Телекоммуникационное оборудование	Соглашение о сотрудничестве РФ и ЮАР в области энергетики (2013 г.); Межправительственное соглашение о стратегическом партнерстве в области атомной энергетики и промышленности (2014 г.) — предусматривает поставку российских реакторов, российскую помощь в развитии инфраструктуры атомной промышленности ЮАР, подготовку южноафриканских специалистов в российских вузах	16,9	31,0
Латинская Америка	Аргентина	Гидравлические турбины и подъемники жидкостей, оборудование группы компаний «Ренова» для производства солнечной энергии	Соглашение Росатома с Аргентиной о сотрудничестве в сфере использования атомной энергии в мирных целях, участие Росатома в тендере на строительство энергоблока для АЭС «Атуча»; «ИНТЕР РАО» планирует участие в строительстве ГЭС «Чицидо-1»; «Силовые машины» готовы участвовать в модернизации аргентино-уругвайской ГЭС «Сальдо Гранде» и сооружении комплекса ГЭС «Аргентина — Патагония»	10,0	4,7
	Куба	Запчасти к моторным транспортным средствам, железнодорожные вагоны, тракторы, двигатели внутреннего сгорания, подъемно-транспортное оборудование, оборудование для трубопроводов и котлов	Соглашение «ИНТЕР РАО Экспорт» с Union Electrica о строительстве энергоблоков для кубинской ТЭС (1,2 млрд евро); Меморандум с группой по электронике Минпромторга Кубы по производству и внедрению технических приборов на базе светодиодов; Меморандум о модернизации целлюлозно-бумажных заводов Кубы и металлургического завода «Хосе Марти», о создании на Кубе сборочного производства запчастей для российской автомобильной техники; проект создания на Кубе транспортного хаба с модернизацией морского порта Мариэль	74,8	6,1

Окончание таблицы

Партнер РФ	Машины, оборудование и транспортные средства, ввозимые из РФ	Участие РФ в оборудовании промышленных объектов в данной стране	Доля машино-технической продукции в структуре торговли РФ с данной страной, %*			
			в экспорте	в импорте		
Латинская Америка	Никарагуа	Турбореактивные и турбовинтовые двигатели, моторные транспортные средства, электрогенераторные установки, части приборов для автоматического управления, телефонная аппаратура	Россия планирует участвовать в строительстве Трансатлантического канала в Никарагуа, планирует предлагать Никарагуа проекты «ИНТЕР РАО Экспорт» и «РЖД»	41,3	10,2	
Азия	Монголия	Энергетическое оборудование, сельхозтехника	Соглашение ОАО «РЖД» и Министерства дорог и транспорта Монголии о стратегическом партнерстве по модернизации Улан-Баторской железной дороги; Соглашение НК «Роснефть» и Министерства образования и науки Монголии об обучении граждан Монголии в вузах-партнерах «Роснефти»; планируется модернизация совместных предприятий КОО «Предприятие „Эрдэнэт“» и КОО «Монголросцветмет»	8,0	< 1,8	
	Вьетнам	Суда, лодки и плавучие конструкции, электрические машины, инструменты и аппараты, ядерные реакторы и котлы	Договоренность о создании совместного судостроительного предприятия во Вьетнаме	47,9	56,8	
			Справочно:			
			<i>По странам ЕвразЭС и СНГ:</i>	Казахстан (I полугодие 2010 г.)	16,8	3,2
				Беларусь (2012 г.)	10,4	40,8
				Узбекистан (2013 г.)*	19,0	48,3
				Таджикистан (2013 г.)	15,0	57,5
				Киргизия (2010 г.)	5,4	8,8
				В общем по всем странам — партнерам РФ (2012 г.)	5,1	50,2
			<i>По странам Группы семи:</i>	США (2011 г.)	0,4	56,9
				Канада (2012 г.)	4,2	48,0
				Япония (2010 г.)	1,8	84,0
				Германия (2013 г.)	1,1	60,6
				Франция (2013 г.)	2,8	48,2
				Италия (2012 г.)	0,4	41,8
				Испания (2012 г.)	0,4	37,4

Примечание. * Для Китая, Индии, Кубы и Вьетнама — за 2013 г., для Бразилии и ЮАР — за 2012 г., для Монголии — за 2010 г., для Аргентины — за девять месяцев 2013 г., для Никарагуа — за восемь месяцев 2013 г.

- предоставляет рынки поставщиков (продовольственных, машинотехнических товаров и продукции легкой промышленности) и покупателей (российских сырьевых, а также переработанных товаров). Отраслевая структура российского экспорта с развивающимися странами-партнерами (члены ЕврАзЭС, БРИКС, страны Латинской Америки, Монголия, Вьетнам и др.) более благоприятна, чем с развитыми странами. Эти развивающиеся страны представляются перспективными потребителями продукции российского машиностроения, в частности энергетического, особенно атомного (см. таблицу¹);

- предоставляет рынки ссудного капитала. Они обеспечиваются: в рамках евразийской интеграции — Евразийским банком развития и Антикризисным фондом; в рамках БРИКС — Новым банком развития и Пулом условных валютных резервов. Евразийский банк развития финансирует инвестиционные проекты, имеющие интеграционный эффект, а также посредством Антикризисного фонда содействует странам ЕврАзЭС в преодолении последствий глобального кризиса. Цель банка развития БРИКС — мобилизация ресурсов для финансирования инфраструктурных проектов и проектов в области устойчивого развития; Пул условных валютных резервов призван выполнять функцию страхового механизма при возникновении или угрозе возникновения краткосрочных проблем платежеспособного баланса у стран Группы. Кроме того, в рамках ШОС (где наряду с БРИКС осуществляется российско-китайское экономическое сотрудничество) достигнута договоренность о создании Фонда развития (Специального счета) и Банка развития ШОС (п. 13 Душамбинской декларации глав государств ШОС от 12 сентября 2014 г.);

- предоставляет финансовую инфраструктуру. Так, Договором о ЕАЭС предусмотрена возможность взаиморасчетов между странами-членами в их национальных валютах (Приложение № 15 к Договору о ЕАЭС от 29 мая 2014 г., п. 3). К этой же сфере могут быть отнесены совместные российско-китайские проекты создания в России платежных пластиковых карт, альтернативных американским Visa и MasterCard.

В России может использоваться опыт развития регионов стран — ее партнеров по ЕАЭС и БРИКС при наличии схожих социально-экономических условий [4, с. 50].

Россия налаживает экономическое сотрудничество с развивающимися странами на евразийском пространстве и в рамках группы БРИКС. Сотрудничество развивается по целому спектру направлений. Для российской экономики оно предоставляет поставщиков необходимых товаров и покупателей (в том числе продукции российской обрабатывающей промышленности), рынки ссудного капитала и финансовую инфраструктуру, что является благоприятным фактором в условиях усилившихся в мировом хозяйстве внешнеэкономических ограничений.

Источники

1. Третий парогенератор доставлен на площадку III блока Тяньваньской АЭС / РИА Новости. URL: http://ria.ru/atomtec_news/20150310/1051822197.html.

2. Емельяненко А. Россия построит АЭС на самом юге Африки // Российская газета. 2014. 22 сент.

3. Капустина Л. М., Килин В. В. Таможенный союз и единое экономическое пространство в рамках ЕврАзЭС: проблемы и перспективы // Известия Уральского федерального университета. Сер. 2: Гуманитарные науки. 2012. Т. 105, № 3. С. 235–246.

4. Козлова О. А., Шеломенцев А. Г., Шестак О. И., Бедрин Е. Б. Методологические аспекты учета опыта зарубежных стран в решении проблем стратегического развития Камчатского края // Известия высших учебных заведений. Уральский регион. 2014. № 2. С. 41–51.

5. Куба, Никарагуа, Аргентина и Бразилия усиливают торговые связи с Россией. URL: <http://www.vz.ru/economy/2014/7/14/695439.html>.

¹ Составлено по: [1; 2; 5]; Регионы России. Социально-экономические показатели. 2013: стат. сб. / Росстат. М., 2013. С. 984, 986; Вести. Экономика. 2014. 16 июля; Вечерние ведомости. 2014. 11 авг.; Деловой Петербург. 2014. 23 мая; ИТАР-ТАСС. 2014. 23 авг., 2 сент.; Коммерсант. 2014. 15 июля; Комсомольская правда. 2014. 24 авг.; Курс. 2014. 5 сент.; РИА-Новости. 2014. 6 мая, 21 мая, 3 сент.; Российская газета. 2014. 21 авг., 3 сент.; Rnpnews24.ru. 2014. 6 сент.; сайты МИД РФ и ОАО «Компания „Сухой“» (дата обращения: 24 сентября 2014 г.).

Порядок установления цен на дополнительные туристические продукты в турагентствах

Юдьер Арнаис¹, Мария Эмилия Аспиолеа², Дугарева Елена Анатольевна³

¹ Доктор экономических наук, профессор, помощник директора
отдела дополнительного обучения, проректорство по научной работе,
Университет имени Максима Гомеса Баеса, Сьего-де-Авила, Куба (arnaiz@unica.cu)

² Доктор экономических наук, доцент, директор отдела дополнительного обучения,
проректорство по научной работе, Университет имени Максима Гомеса Баеса,
Сьего-де-Авила, Куба (maspiolea@unica.cu)

³ Доктор педагогических наук, доцент, советник главного проректора, главное проректорство,
Университет имени Максима Гомеса Баеса, Сьего-де-Авила, Куба (lienad@unica.cu)

Аннотация. Уровень развития, достигнутого индустрией туризма на Кубе, требует постоянного поиска новых моделей, технологий и стратегий, которые делают туристические продукты действительно конкурентоспособными, и не только в данный момент, но и на протяжении достаточно долгого времени. Ограничения, связанные с внедрением новых продуктов и установлением на них цен, определяют главную цель данной статьи, которая заключается в разработке процедуры установления цен на дополнительные турпродукты и совершенствовании их расчета, направленном на повышение уровня коммерциализации в турагентствах. При создании нового продукта следует иметь в виду не только то, что он должен удовлетворять ожидания клиентов, но и превзойти их. Предлагается рассматривать стоимость в качестве индикатора при установлении цен и учитывать в первую очередь внутренние условия рынка и спроса.

Ключевые слова: туристический продукт; целевая цена; целевая стоимость.

Для экономики Кубы туриндустрия является одной из основных и перспективных отраслей в силу уникальных природно-климатических условий карибского острова и замечательных пляжей. История и культура также являются факторами, влияющими на популярность Кубы как места отдыха. Развитие туризма в этой небольшой стране фактически начинается в 1990-е гг., когда прерывается экономическая помощь со стороны Советского Союза и Куба вынуждена искать новые пути для укрепления своей экономики. Распад СССР привел к кризису в кубинской экономике — страна лишилась основного внешнеэкономического партнера. Последнее событие вместе с недостаточной эффективностью экономики побудило руководство страны обратить свое внимание на туризм как средство для увеличения национального дохода. В рамках программы по развитию туризма на острове начинается строительство новых отелей и разработка новых пляжей на островах Кайо-Коко и Санта-Мария.

Развитие туризма в настоящее время сталкивается с различными проблемами, требующими оценки и ввода новых стратегий и механизмов, которые позволят повысить его рыночную конкурентоспособность, и найти новые концепции управления, которые позволят минимизировать затраты, учитывая рост конкуренции и значительный рост в сфере туризма, и все это без ущерба для качества предоставляемых услуг для клиента.

Новые туристические интересы показывают, что выбор сегодняшних путешественников в большей степени зависит от опыта турагентств, а не от места, поэтому турагентства играют ключевую роль, так как именно они занимаются разработкой, организаци-

ей и продажей дополнительных услуг иностранным туристам, в том числе спортивных, водных, экологических, культурных мероприятий и других, охватывающих разнообразный спектр возможностей для удовлетворения клиентов.

Турагентства выполняют двойную роль, с одной стороны предлагают дополнительные продукты для покрытия возможных услуг внутри отеля и повышают их доход, с другой стороны, услуги вне отеля, что уменьшает их доход, но тем самым способствуют росту экономической эффективности своей отрасли.

Необходимость разработки дополнительных очень привлекательных туристических продуктов является приоритетом в настоящее время для сферы туризма и проблемой достойной скорейшего решения для увеличения уровня заполняемости отелей. Однако, с самого начала разработки новых продуктов не принимались во внимание инструменты управленческого учета, т. е. стоимость с точки зрения рыночного подхода, что стало ограничивающим фактором во всех случаях, где проводилось исследование.

Чтобы быть впереди конкурентов, туристические компании должны постоянно искать новые инновационные продукты. Инновация — сущность всего роста в прогрессивном обществе. Это особенно заметно в области маркетинга. Традиционная теория жизненного цикла утверждает, что продукт, как правило, имеет S-образную кривую с этапами роста, зрелости, насыщения и спада продаж и прибыли. Тем не менее иногда бывает трудно определить, что представляет собой новый продукт. Усовершенствование существующего продукта может сделать его новым и привлечь внимание потенциальных покупателей как подлинно новый продукт, а если существующий продукт запустить на новый рынок для покрытия новых целей, этот продукт становится новым также и для клиента.

На основе этих чрезвычайно важных и необходимых рассуждений, проводится анализ для включения новых продуктов в туристических агентствах, с применением управленческого учета в установлении цен на предложенные новые продукты.

В последнее время в компаниях появились «новые технологии управления», разработанные для оптимизации использования ресурсов для достижения целей, связанных с использованием систем управленческого учета.

Могут быть приведены в качестве примеров таких технологий следующие:

- бухгалтерский учет стратегического управления;
- новые измерительные и регулировочные системы (Just in Time);
- общее управление качеством;
- целевая цена (Target Cost);
- управление на основе действий (ABC и ABM).

Целевая стоимость представляет собой метод для стратегического управления будущих прибылей компании. Эта цель достигается путем определения стоимости жизненного цикла продукта, гарантии его функциональности и качества, выгоды в его предпродажной цене. Иными словами, это метод, который обеспечивает прибыльность компании, прежде чем запускать продукт на рынок, нужно знать, сколько готов платить рынок за этот продукт.

Острая конкуренция, сопровождаемая постоянным давлением со стороны потребителей для снижения цен на продукт, вынуждает реализацию компаниями политики экономической оптимизации. Выживание связано с конкурентоспособностью, имея в виду, что конкурентоспособность продукции проявляется в той мере, в которой они становятся более привлекательными для потенциального рынка. Нужно работать на фактор привлечения клиента, который выражается в цене и качестве.

Метод целевой цены представляет собой ценообразование, которое позволяет получить прибыль или объем продаж. Для его определения используется анализ безубыточности, включающий в себя расчет количества продукта для продажи по определенной цене, чтобы покрыть все постоянные и переменные затраты по производству и продаже продукта.

В настоящем исследовании была использована комбинация эффективных методов, направленных на улучшение маркетинга, который гарантирует достижение объективной цены и доходности для туристического агентства. Был разработан новый метод для определения цены дополнительных туристических продуктов в турагентствах.

Предлагаем следующий порядок определения цен на дополнительные туристические продукты в турагентствах:

1. *Изучение рынка.* Для установления цен на дополнительные продукты, необходимо изучение рынка и его возможностей: проникновение на рынок, развитие продукта, развитие рынка и диверсификация. Важно определить и проанализировать необходимую информацию о размере рынка. Кроме того, агентство также должно учитывать результаты опросов, проведенных с клиентами агентства и мнений, исходящих из интервью с разработчиками и поставщиками.

2. *Дизайн продукции.* Правильное проектирование дополнительных туристических продуктов должно отвечать ожиданиям и желаниям потенциальных потребителей. Для генерации идей могут быть использованы следующие источники: Клиенты: Компания должна иметь соответствующие каналы связи с клиентами для учета их мнения. Руководство и сотрудники компании: Этот источник является наиболее эффективным, поскольку сотрудники организации имеют прямой контакт с рынком. Дилеры и поставщики: они более приближены к рынку, у них лучшее понимание потребностей и проблем потребителей. Конкуренты: товары запущенные конкурентами стимулируют развитие других, аналогичных или лучше. Университеты и государственные научно-исследовательские центры: научно-исследовательский потенциал этих учреждений позволяет достичь новых технологических разработок.

3. *Установление цены — целевая стоимость:* расчет общей затраты на человека, расчет транспортных расходов на одного человека, расчет общих затрат и на человека, расчет субтотальной себестоимости пакета на человека, добавление комиссионных и прибыли, определение объективной цены и стоимости.

Новизна предложения заключается в повышении роста продаж и качественном изменении эффективности дополнительных туристических продуктов, на основе анализа затрат и цен при изучении рынка. Этот метод поможет туркомпаниям определять стоимость жизненного цикла продукта, не пренебрегая его функциональностью и качеством, зная заранее желаемый уровень рентабельности и цены продажи и тем самым стратегически гарантируя будущие прибыли.

К вопросу о роли девиантной глобализации в мировой экономике

Вотинцева Валерия Сергеевна¹, Вовченко Андрей Андреевич²

¹ Студент Уральского государственного экономического университета,
г. Екатеринбург (v.s.votintseva@gmail.com)

² Ассистент кафедры мировой экономики Уральского государственного
экономического университета, г. Екатеринбург (a.a.vovchenko@gmail.com)

Аннотация. В статье раскрывается сущность понятия «девиантная глобализация», проанализированы причины ее возникновения, а также неизбежность существования в условиях глобализации. Для уменьшения пагубного влияния девиантной глобализации на жизнь общества предлагается уменьшить спектр незаконных товаров и услуг. На нескольких примерах раскрываются положительные последствия легализации некоторых видов нелегальной деятельности.

Ключевые слова: девиантная глобализация; глобализация; нелегальные рынки; трансграничная преступность; теневая экономика.

Неприятной стороной транснациональной интеграции является девиантная глобализация. Этот термин обобщает все международные экономические связи, соединяющие производство, перевозку и потребление незаконных товаров и услуг. Широкий и постоянно растущий ассортимент нелегальных товаров и целых отраслей процветает в тени формальной, законной глобальной экономики, и этот быстрый рост препятствует дальнейшему сохранению устоявшихся традиционных представлений о благополучии, развитии и власти. В целом девиантная глобализация описывает то, как предприниматели реализуют свои нелегальные товары и услуги, используя техническую инфраструктуру глобализации и различия в правовом регулировании рынков разных стран.

Девиантная глобализация — это, в первую очередь, экономическое явление; это та часть глобальной экономики, которая удовлетворяет спрос на незаконные или считающимися недопустимым в данном обществе товары и услуги с помощью оказываемого предложения из другой части мира, в которой приняты совсем другие моральные ценности и менее эффективна работа правоохранительных органов.

Девиантная глобализация неразрывно связана с глобализацией в общепринятом ее значении. Одна не может существовать без другой. Обе глобализации существуют в рыночной среде. Обе развиваются благодаря глобально интегрированным финансовым, коммуникационным и транспортным системам. Обе разрушают политические, экономические, культурные, социальные и экологические границы. И обе проявляются практически в каждой глобализационной платформе. Следовательно, поскольку инфраструктура мировой экономики становится все более эффективной и совершенной, она способствуют не только официальному росту глобальной экономики, но и развитию ее «сиамского, девиантного близнеца» [1, с. 3]. Рассмотрим несколько примеров взаимосвязи этих двух явлений (см. таблицу).

Таким образом, девиантная глобализация является печальным, но неизбежным последствием мировой интеграции. Глобализация расширяет и ускоряет взаимосвязи во всех сферах экономики, в том числе и незаконных. Это приводит к объединению теневых (нелегальных) секторов экономик разных стран и дает им новые возможности для развития. Иначе говоря, именно глобализация послужила основной причиной возникновения ее девиантной копии.

Взаимосвязь глобализации и девиантной глобализации

Глобализация	Девиантная глобализация
Такие компании, как Wal-Mart, использующие специальные технологии цепи поставок, совершили революцию в области логистики, создали множество рабочих мест для людей в развивающихся странах и существенно снизили цены на товары массового потребления для средних классов	Те же технологии цепи поставок используются для увеличения эффективности поставок поддельных товаров, распространяющихся на мировом рынке с огромной скоростью и по минимальным ценам
Интернет способствует глобальному распределению информации, позволяет осуществлять коллективное производство интеллектуальной продукции, открывает каждому человеку доступ к необходимой информации и позволяет ему реализовать свое право на свободу слова	Интернет позволяет с легкостью совершать такие преступления, как распространение вредоносных вирусов, взлом паролей, фишинг и другие виды мошенничества, распространение противоправной информации (клеветы, материалов, возбуждающих межнациональную и межрелигиозную вражду и т. п.)
Мобильность капитала через национальные границы повышает эффективность инвестиций, а следовательно, и производительность как в краткосрочном периоде, так и в долгосрочной перспективе	Мобильность капитала упрощает процесс финансирования всех видов незаконной деятельности, в том числе преступности, терроризма и отмывания денег
Распространение идеологии приватизации и либерализации рынка стало причиной взрыва предпринимательской энергии, вследствие которого около миллиарда человек вырвались из состояния крайней нищеты менее чем за одно поколение	Те же идеологии позволили развиваться концепции «всё на продажу», «всё», включая человека или его органы

Девиантная глобализация — это не только экономическое понятие, но также и моральное и юридическое. Она развивается благодаря этическим различиям и неэффективности правового регулирования. В каждой сфере, связанной с мировым рынком, в которой есть принципиальное несогласие о правильности, появляются девиантные предприниматели, спешащие заполнить пробелы в неудовлетворенном спросе.

В отличие от некоторых основных теорий глобализации, которые изображают его как процесс, который уничтожает различия между странами, концепция девиантной глобализации подчеркивает непреходящую важность пространственных различий в структуре мировой экономики. Пути девиантных потоков определяются не только степенью безопасности границ и силой государственной власти, но и конкретной обеспеченностью факторами производства данной страны, которые порождают сравнительные преимущества и возможности для девиантных предпринимателей. Девиантные потоки перемещаются по тем же «глобальным узлам», которые составляют легальную инфраструктуру.

Девиантная глобализация является важнейшим фактором, влияющим не только на современную геополитику, но и на активно меняющееся распределение сил в мировой экономике.

Во-первых, она бросает вызов привычным для нас представлениям о том, что такое «развитие» и «предпринимательство». Все виды незаконной экономической деятельности, охваченные девиантной глобализацией, представляют собой форму экономического паразитизма. Вместо того чтобы направлять ценные ресурсы на создание платформы для самоподдерживающейся роста экономики, она лишь помогает пополнять банковские счета отдельных лиц.

Во-вторых, девиантная глобализация снижает авторитет государственной власти, разъедает государственную легитимность, и, в конечном счете, подрывает основы массовой глобализации. Девиантная глобализация создает новый тип негосударственного политического актора — девиантного предпринимателя. Они обладают мощной политической властью, поддерживая собственный авторитет с помощью денег и примене-

ния насилия. Кроме того, в некоторых случаях, они обеспечивают безопасность, здравоохранение и развитие инфраструктуры, т. е. выполняют именно те функции, которые должно выполнять государство. «Хезболла» в Ливане, преступные синдикаты в фавелах Бразилии, Движение за освобождение дельты Нигера, «Лос-Сетас» в Мексике — все эти девиантные группы выполняют все функции государства, в том числе предоставление социальных услуг гражданам. Люди, живущие в полуавтономных зонах, контролируемых девиантными предпринимателями, все чаще признают именно их, а не государство реальным источником местной власти [1, с. 9].

Еще одной важнейшей причиной возникновения девиантной глобализации, наряду с процессом глобализации, являлось наличие теневого сектора в каждой стране мира еще до процесса мировой интеграции. Ни одна страна не могла похвастаться отсутствием незаконной экономической деятельности и преступности. Учитывая то, что в настоящий момент все государства включены в мировую экономику, развитие теневого сектора в каждой отдельной стране [2], а также появление и успешное функционирование нелегальных мировых рынков не кажется удивительным.

Итак, теневая экономика является неотделимой частью девиантной глобализации, но нельзя сказать, что это взаимозаменяемые понятия. Во-первых, теневая экономика — это скрываемая от государства экономическая деятельность, которая включает в себя незаконную экономическую деятельность, скрытую, а также неофициальную предпринимательскую деятельность, тогда как девиантная глобализация — это, в первую очередь, международные экономические отношения по поводу, именно, нелегальных товаров и услуг. Во-вторых, объемы теневой экономики можно измерить как в пределах одного государства, так и всего мира. Объемы девиантной глобализации измерить невозможно, их просто нет, можно лишь провести анализ ее последствий на основании данных о масштабах нелегальной экономики и количеству трансграничных преступлений во всем мире. Таким образом, эти два понятия обладают существенными различиями, но, конечно же, нельзя недооценивать их взаимосвязь и влияние друг на друга.

Рассмотрим более подробно причины возникновения нелегальных рынков:

- правовой запрет на обращение товаров и реализацию услуг, пользующихся спросом, таких как наркотические средства, трансплантаты, краденое имущество и др.;
- законодательные барьеры для доступа на рынок (государственная монополия, лицензирование, возрастные ограничения для малолетних на рынке труда, авторские права, товарный знак);
- государственное регулирование цен (установление максимальных цен, ограничение рентабельности, установление фиксированного валютного курса на уровне ниже равновесного);
- рост налогового бремени и других издержек, связанных с исполнением установленных законом обязательств;
- недостаточная жесткость государственного контроля, неспособность государства реализовать правовой запрет либо исполнение регулирующих предписаний [3, с. 209].

Исторически сформировавшиеся нелегальные рынки неразрывно связаны с особо опасными и распространенными формами транснациональной преступности в современном глобализирующемся мире. Например, рынок наркотических средств и незаконный оборот наркотиков, рынок оружия и незаконная торговля оружием, рынок культурных ценностей и хищение произведений искусства и культурного наследия, финансовый рынок и отмывание и легализация преступных капиталов, нелегальный рынок трансплантатов и торговля человеческими органами, организованная проституция и торговля женщинами [4, с. 43]. Девиантная глобализация способствует развитию нелегальных рынков и предоставляет все возможности по удовлетворению спроса на незаконные товары на рынках.

Существуют ли эффективные методы борьбы с девиантной глобализацией? Возможно ли искоренить это явление из жизни современного общества? Варианта два: первый — отказаться от глобализации, каждой стране установить «железный занавес» и полностью оборвать связи с внешним миром, второй — уничтожить нелегальную экономику в целом. Другими словами, девиантную глобализацию ликвидировать в современных условиях невозможно, так как оба варианта решения этой проблемы абсолютно невыполнимы.

Единственным эффективным способом взаимодействия с девиантной глобализацией может стать ее регулирование. Необходимо уменьшить круг сфер распространения трансграничной преступности для девиантных предпринимателей, взяв под контроль некоторые виды незаконной экономической деятельности, легализовав ее. С точки зрения морали, идея легализовать наркоторговлю или проституцию кажется ужасающей, но за последние десятилетия борьба и с помощью силовых, и с помощью нравственных мер ни к чему не привела. Более того, рынок наркоторговли и сексуальных услуг значительно вырос в глобальном масштабе. Даже Глобальная комиссия по вопросам наркополитики в 2011 г. констатировала неудачу «войны с наркотиками» с разрушительными последствиями для личности и общества по всему миру [5]. Тогда зачем же тратить огромные средства на бессмысленные попытки уничтожения этих незаконных видов деятельности? С экономической точки зрения, для государства легализация наркоторговли и проституции принесет неоспоримые выгоды, ведь оно сможет обложить эти виды деятельности налогом, а также сможет сэкономить на расходах на правоохранительную деятельность.

В современном мире уже существуют страны, легализовавшие некоторые виды наркотиков и проституцию. Общеизвестный пример — Голландия. Прибыль от кварталов «красных фонарей» и продажи легких наркотиков ежегодно приносит экономике Нидерландов до 2,5 млрд евро. По мнению экспертов, этот бизнес является намного более прибыльным, чем знаменитые тюльпаны и голландский сыр [6]. В Швейцарии же, наоборот, легализация героина является гигантской статьёй расходов государственного бюджета. На реализацию программы использования героина для лечения наркоманов ежегодно расходуется около 22 млн дол., так как такое лечение оплачивается медицинской страховкой. Но такая политика принесла свои положительные результаты в социальной сфере. По данным правительства Швейцарии, за это время количество преступлений, совершенных героиновыми наркоманами, сократилось на 60%, полностью исчезли городские точки продажи и употребления наркотиков, количество новых наркоманов сократилось в несколько раз. Исследование Университетской психиатрической клиники Цюриха показало, что государственная программа «испортила» имидж героина: местная молодежь теперь считает его «наркотиком для лузеров» [7].

Особенно жестко карается наркоторговля в Китае, Афганистане, Иране, Сингапуре и некоторых других странах — вплоть до высшей меры наказания. Тем не менее, самым крупным за последние десятилетия мировым производителем опия-сырца и героина является Афганистан. Он же, по данным ООН, находится на первом месте по количеству наркозависимых. Иран также является одним из лидеров по распространённости наркомании в стране [8]. Конечно же, легализация наркотиков в этих странах не приведет к снижению количества зависимых граждан, но и вряд ли сможет увеличить их число. Для государства же это станет огромным источником доходов в бюджет, учитывая то, что годовой объем производства наркотиков в Афганистане составляет примерно 40 млрд дол. [9]. Полученные средства можно будет использовать на переориентацию деятельности населения и создания новых легальных прибыльных отраслей производства.

Таким образом, в течение последних десятилетий борьба с таким явлением как девиантная глобализация с помощью традиционных силовых методов показала себя абсолютно неэффективной, о чем свидетельствует продолжающийся рост трансграничной преступности, беспрепятственное появление новых и развитие исторически сложившихся нелегальных рынков [10]. Именно поэтому в последнее время все чаще обсуждается легализация некоторых незаконных сфер. Спрос на незаконные товары и услуги будет существовать всегда, и всегда он будет порождать предложение. Что же плохого в том, что это предложение будет контролироваться государством, а не девиантными предпринимателями? Если незаконную деятельность оказалось невозможно уничтожить, то можно попытаться минимизировать ее пагубное влияние на общество, а также вернуть главенствующую роль государственной власти в мире и вдобавок неплохо пополнить государственную казну новыми налоговыми поступлениями.

Источники

1. Gilman N., Goldhammer J., Weber S. Deviant Globalization: Black Market Economy in the 21st Century. New York: Continuum Publishing Corporation, 2011.
2. Трифонова М. Мировая экономика оказалась в порочном круге. URL: <http://www.utro.ru/articles/2014/10/03/1215219.shtml>.
3. Авдийский В. И., Дадалко В. А. Теневая экономика и экономическая безопасность государства: учеб. пособие. 2-е изд., доп. М.: ИНФРА-М, 2010.
4. Лунеев В. В. Эпоха глобализации и преступность. М.: НОРМА, 2007.
5. Кравченко Е., Химшиашвили П. ООН: Марихуана не повредит. URL: http://www.vedomosti.ru/newspaper/articles/2011/06/03/marihuana_ne_povredit.
6. Нидерланды больше зарабатывают на проституции и наркотиках, чем на сыре. URL: <http://www.vladtime.ru/allworld/380252-niderlandy-bolshe-zarabatyvayut-na-prostitutcii-i-narkotikah-chem-na-syre.html>.
7. Война с наркотиками: доклад Глобальной комиссии по вопросам наркополитики. URL: http://www.globalcommissiondrugs.org/wp-content/themes/gcdp_v1/pdf/Global_Commission_Report_Russian.pdf.
8. Лидирующие страны по количеству наркоманов. URL: <http://www.nash-dom.od.ua/news-list/items/lidirujuschie-strany-po-kolichestvu-narkomanov.html>.
9. Глинкина С. П. Теневая экономика в глобализирующемся мире // Проблемы прогнозирования. 2001. № 4. URL: <http://www.ecfor.ru/pdf.php?id=2001/4/06>.
10. Борьба с международной преступностью — ключевой фактор в обеспечении устойчивого развития / Центр новостей ООН. URL: <http://www.un.org/russian/news/story.asp?NewsID=19435#.VSAMNPmsXWg>.

Антициклическое и антикризисное государственное регулирование кризисов

Джаксыбекова Галия Наримановна¹, Исахова Парида Бакировна²,
Шаяхметова Кульшария Оракбаевна³

¹ Доктор экономических наук, профессор Нового экономического университета имени Турара Рыскулова, г. Алматы, Казахстан (dgn_galiya@mail.ru)

² Доктор экономических наук, профессор НОУ «Алматы Менеджмент Университет», г. Алматы, Казахстан (isakova-777@mail.ru)

³ Доктор экономических наук, профессор Казахской Академии труда и социальных отношений, г. Алматы, Казахстан (sharia_2005@mail.ru)

Аннотация. Кризисы — неотъемлемая часть развития мировой экономики; их причины связаны с циклическостью экономического развития. Государство для предупреждения кризисов использует антициклическое регулирование — одно из направлений экономической политики по смягчению экономических циклов и предотвращению кризисов. В статье рассмотрены денежно-кредитные (монетарные) и бюджетно-налоговые (фискальные) антикризисные меры государственного регулирования.

Антикризисные мероприятия, с точки зрения мер по стимулированию экономики, могут расцениваться как составная часть антициклического регулирования, которая включает в себя комплекс мер по созданию необходимой законодательной базы по противодействию кризису, регулированию финансовых рынков, а также социальные меры. В качестве антикризисных мероприятий государства приведены антикризисные меры правительства США по преодолению Великой депрессии (1929–1933 гг.).

Ключевые слова: кризис; антициклическое государственное регулирование кризисов; неокейнсианское и неоконсервативное регулирование циклических колебаний; антикризисные меры; мультипликатор государственных расходов; налоговый мультипликатор.

Понятие «кризис»

Мировая экономика на протяжении всей истории своего развития сопровождается воздействием кризисов, во время которых наблюдается спад производства, падение спроса на товары, резкий рост безработицы, крахи банковских систем, обвал фондовых рынков, дефолты и разорения предприятий. Под кризисом (от лат. *crisis* — поворотный пункт) понимается обычно резкий надлом в каком-либо процессе, носящий, как правило, негативный характер [1, с. 1].

Ряд авторов считают, кризисы могут быть только на макроэкономическом уровне, а на микроэкономическом уровне это не кризисы, а локальные проблемы, связанные с неэффективным использованием ресурсов и слабым управлением [2, с. 1].

Большинство экономистов полагают, что с 1792 г., который считается годом начала промышленной революции, приведшей к машинному производству и вступлению общества на индустриальный путь развития, до 1913 г. — кануна Первой мировой экономики — рыночная экономика прошла 15 циклов. В период между двумя мировыми войнами было три цикла, и в послевоенный период их было восемь.

Каждый цикл состоит из четырех фаз: кризис, депрессия, оживление и подъем [3, с. 211].

Тот факт, что до 1860-х гг. кризисы возникали через каждые 11 лет, дало основание английскому экономисту У.Джевонсу связать причины кризиса с появлением пятен на солнце [4, с. 412]. Для такой трактовки были все основания, принимая во внимание, что экономика тех времен сильно зависела от состояния сельского хозяйства.

К. Маркс предполагал, что перенакопление капитала ведет к снижению прибыльности, следствием чего и являются кризисы. Глубинные причины Маркс видел в том, что капитал возрастает, а основа (покупательская способность населения), на которой он действует, сужается, что влечет кризис перепроизводства. Резюмируя взгляды Маркса, можно сделать вывод о том, что наличие кризисов обусловлено концепцией самого капитализма. Кризисы, по его мнению, с каждым разом будут только усиливаться, так как по его оценке, капитализм — это воплощение хаоса — неизбежно рухнет в бездну, увлекая за собой всю экономику [5, с. 55].

Циклическое развитие экономики предполагает наличие в ней периодических кризисов. Наличие кризисов в экономике в свою очередь предполагает мероприятия по предотвращению последствий кризисов и меры по их предупреждению. В этой связи меры по антикризисному управлению можно разделить на два направления: антициклическое регулирование; антикризисные мероприятия.

Антициклическое регулирование кризисов

Государство для целей предупреждения кризисов использует антициклическое регулирование, которое является одним из направлений экономической политики государства, направленное на смягчение экономических циклов. Главной задачей антициклического регулирования является предотвращение кризисов. Для этих целей используются денежно-кредитные (монетарные) и бюджетно-налоговые (фискальные) меры.

Как правило, чем выше темпы роста развития экономики, тем больше ее «перегрев» на стадии подъема, тем сильнее будет надвигающийся кризис. Поэтому, чтобы не допустить перегрева экономики, государство в определенный момент начинает ограничивать высокие темпы роста, т. е. проводит сдерживающую политику. Для удорожания денег и снижения инвестиций государство повышает учетную ставку и норму обязательных резервных отчислений. Для сокращения совокупного спроса и уменьшения деловой активности государство снижает свои расходы. Другим инструментом фискальных мер является повышение размера налогов, отмена налоговых льгот. Государство в некоторых случаях для предупреждения наступления глубокого кризиса может спровоцировать создание кризиса раньше времени. Такой «искусственный» кризис будет менее глубоким и менее продолжительным.

В период кризиса государство проводит стимулирующие мероприятия в экономике. В качестве стимулирующих мер государство увеличивает свои расходы, снижает размер налогов, применяет различные налоговые льготы, проводит ускоренную амортизацию, снижает ставку рефинансирования и норму обязательных отчислений. В некоторых странах государство проводит политику протекционизма, стимулируя отечественных производителей и защищая внутренний рынок, от импортных товаров увеличивая таможенные пошлины. Стимулирующую роль играет также изменение валютных курсов, призванное повысить эффективность экспорта и ограничивающее импорт.

Подходы к регулированию циклических колебаний

В экономической теории различие взглядов на причины циклических колебаний предполагает неодинаковые подходы к проблеме их регулирования. В целом все подходы можно разделить на два направления: 1) неокейнсианское; 2) неоконсервативное. Представители первого направления ориентируются на регулирование совокупного спроса, а вторые — на регулирование совокупного предложения (см. таблицу).

Сторонники того или иного направления в зависимости от целевых установок и ориентиров по-разному решают проблемы сглаживания циклических колебаний, по-разному оперируют инструментами, находящимися у государства. Сторонники неокейнсианского направления уделяют наибольшее внимание налогово-бюджетной политике, а сторонники неоконсерватизма — методам денежно-кредитной политики.

**Сводные характеристики неокейнсианства и неоконсерватизма
(составлено по: [6])**

Признаки	Неокейнсианство	Неоконсерватизм
Ориентация	На спрос	На предложение
Цели	Регулирование хозяйства в целом (макроэкономика)	Создание стимулов деятельности отдельных фирм (микроэкономика)
Приоритеты регулирования	1. Налогово-бюджетная политика. 2. Кредитно-денежная политика	1. Кредитно-денежная политика. 2. Налогово-бюджетная политика
Оценка роли государства	Поощрение	Ограничение

Представители двух направлений, несмотря на различия в методах регулирования экономики, солидарны в том, что государство, во-первых, способно сглаживать циклические колебания и, во-вторых, что государство должно это осуществлять для поддержания экономической стабильности в стране.

Иллюстрация воздействия государства на совокупный спрос представлена на рис. 1. Рост спроса на величину D_1D_2 вызывает рост национального дохода (НД) с N_1 до N_2 . Стрелкой на оси ординат показан сдвиг вверх линии совокупного спроса, на оси абсцисс — увеличение НД.

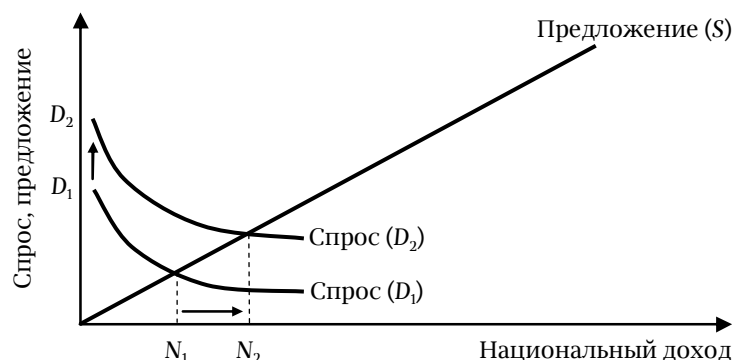


Рис. 1. Воздействие государства на совокупный спрос (составлено по: [6])

Сторонники неоконсервативных взглядов больше внимание налогам, снижение которых будет стимулировать деловую активность, считают налогово-бюджетную политику вторичной по отношению к денежно-кредитной политике.

Денежно-кредитная политика, в период стимулирования предполагает проведение политики увеличения кредитов, политику «дешевых денег», что предполагает снижение учетной ставки, снижение ставок по кредитам в экономике, понижение нормы обязательных резервов. Однако эта политика имеет и свои недостатки, так как в перспективе ведет к усилению инфляции.

Государство в период бурного роста экономики проводит сдерживающую политику, включающая набор инструментов налогово-бюджетной и денежно-кредитной политик.

Налогово-бюджетная политика (фискальная) характеризуется повышением налоговых ставок, сокращением госрасходов и ограничением при проведении амортизационной политики. Именно на фискальную политику ориентируются последователи неокейнсианских методов регулирования. Фискальные меры приводят к снижению покупательской способности, и соответственно спроса, что в свою очередь ведет к некоторому спаду деловой активности. Воздействие государства на совокупный спрос при сдерживающей политике представлено на рис. 2. Снижение спроса на величину D_1D_2 вызывает сокращение НД с N_1 до N_2 .

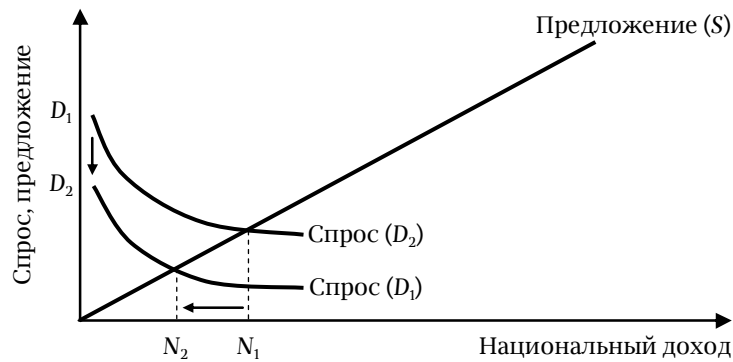


Рис. 2. Воздействие государства на совокупный спрос при сдерживающей политике (составлено по: [6])

В денежно-кредитной политике в период «перегрева» экономики проводится политика «дорогих» денег, которая предполагает повышение учетной ставки, ставок по кредитам в экономике и нормы обязательных резервов. Но и в этом случае политика «дорогих» денег может через сокращение инвестиций и, соответственно, производства привести к росту безработицы.

В целом политику, которую должно проводить государство в целях сглаживания амплитуды циклических колебаний, можно охарактеризовать как политику противодействия, т. е. меры, направленные на смягчение циклических явлений, должны идти в направлении, противоположном существующим на данный момент колебаниям экономической конъюнктуры. В период спада государство проводит стимулирующую политику, в период «перегрева» сдерживающую политику (рис. 3).

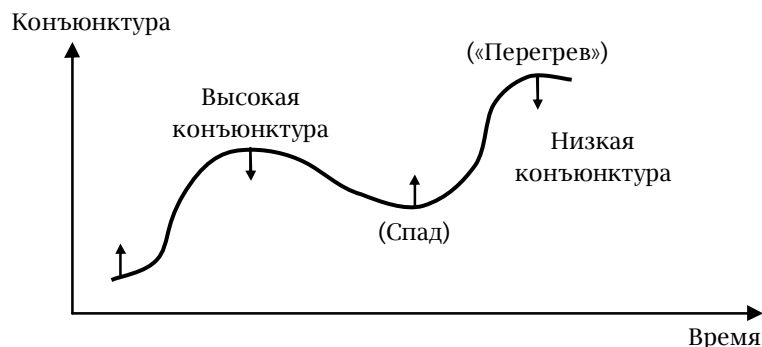


Рис. 3. Политика государства по сглаживанию циклических колебаний (составлено по: [6])

С точки зрения неокейнсианской модели, безработицу можно смягчить, во-первых, путем снижения налогов в период спада и увеличения расходов, а инфляцию — снижением расходов и повышением налогов в период подъема.

При анализе антициклического регулирования, фискальную политику государства следует разделять на дискреционную и недискреционную политики, которые различаются в зависимости от мультипликатора сбалансированного бюджета. Действие мультипликатора сбалансированного бюджета и соответственно варианты фискальной политики приведены в работах доктора экономических наук, профессора В. Д. Мельникова [7].

Мультипликатор государственных расходов (m_g) определяется понятиями «предельная склонность к сбережению» — MPS и «предельная склонность к потреблению» — MPC . В первом случае, это отношение изменения в сбережениях к изменению в доходе, во втором — отношение изменения в потреблении к изменению в доходе:

$$m_e = \frac{I}{MPS} = \frac{I}{1 - MPC}, \quad (1)$$

Явление мультипликатора используется при проведении дискреционной фискальной политики, которая предполагает сознательное манипулирование госрасходами и налогами для воздействия на экономический цикл.

Налоги вызывают сокращение доходов, которое приводит к снижению объемов потребления и сбережения и уменьшению равновесного чистого национального продукта ЧНП. Снижение налогов вызывает перемещение графика совокупных расходов и кратное увеличение (ЧНП). Налоговый мультипликатор зависит от потребительской компоненты доходов:

$$m_t = T \times MPC, \quad (2)$$

где T — величина налоговых платежей.

Таким образом, количественно налоговый мультипликатор меньше мультипликатора государственных расходов (при данных величинах MPS и MPC). Следовательно, изменения в госрасходах имеют более сильные воздействия на совокупные расходы, чем изменения налогов такой же величины. Данные свойства мультипликатора расходов и налогов вызывают феномен мультипликатора сбалансированного бюджета, при котором равные увеличения госрасходов и налогообложения приводят к росту ЧНП на ту же величину [7, с. 479]. Другими словами, мультипликатор сбалансированного бюджета будет равен единице:

$$m_e = m_e + m_t = 1. \quad (3)$$

С учетом действия мультипликатора формулируются варианты дискреционной фискальной политики в зависимости от характера экономического цикла: в период спада — стимулирующая, в период роста — сдерживающая фискальная политика.

Недискреционная фискальная политика предполагает меньшее вмешательство государства в финансовые процессы, с акцентом на рыночное саморегулирование и действует на основе механизма автоматических, или встроенных, стабилизаторов, сумма налоговых изъятий варьируется пропорционально величине национального продукта в разных фазах экономического цикла.

Антикризисные мероприятия

Наличие кризисов в экономике кроме мероприятий по регулированию амплитуды циклических колебаний предполагает также и меры по преодолению последствий кризисов. Антикризисные мероприятия с точки зрения мер по стимулированию экономики могут расцениваться как составные части антициклического регулирования, но в качестве совокупных мер принимаемых в обществе, на наш взгляд, подлежат отдельному рассмотрению. Так как кроме инструментов антициклического регулирования включают комплекс мер по созданию необходимой законодательной базы для противодействия последствиям кризиса, регулирование финансовых рынков, социальные меры и др.

В качестве антикризисных мероприятий государства приведем примеры из событий Великой депрессии (1929–1933 гг.), которые наглядно показывает, как бездействие государства может привести к плачевным событиям в экономике. Антикризисные меры правительства США по преодолению Великой депрессии, включали следующие основные направления:

1) борьба с безработицей. Одним из первых законов, принятых новым конгрессом 12 мая 1933 г., был федеральный чрезвычайный закон по борьбе с безработицей. Основные расходы в отличие от первых лет кризиса несло Казначейство США. Выдаваемые средства на безработицу не сужались, как это было при Гувере, а выдавались в виде грантов. Первоначальные меры предполагали гарантированные пособия по безработице, позже эти меры сменились на стандартные заработные платы от 19 дол. для неквалифицированных рабочих и до 94 дол. для профессиональных рабочих, что позволило снизить количество безработных на 10 млн чел. [8];

2) борьба с банковской паникой. Анализ Великой депрессии показывает, что бегство вкладчиков обрушило банковскую систему. Рузвельт объявил трехдневные банковские каникулы, что позволило спасти свыше 1 000 банков от банкротства. Для стабилизации депозитов была учреждена 1 января 1934 г. Федеральная корпорация по страхованию депозитов (FDIC), с этого времени ни один вкладчик не потерял своих застрахованных средств [9];

3) укрепление банковской системы. Для целей обеспечения стабильности банковской системы и ее развития были приняты Конгрессом ряд законодательных актов: в 1932 г. — The Federal Home Loan Bank Act, предполагающий финансирование организаций, занимающихся ипотечным кредитованием; в 1933 г. — The Emergency Banking Bill; в 1935 г. — The Banking Act;

4) поддержка сельскохозяйственного сектора, фермеров, предоставление рабочих мест посредством принятия соответствующих законов;

5) поддержка предприятий. В январе и июле 1932 г. Конгресс США учредил Финансовую корпорацию реконструкции (FCR), призванную оказывать финансовую помощь железным дорогам, финансовым институтам и бизнес-корпорациям, сельскому хозяйству и финансированию государственных и местных общественных работ;

6) либерализация ФРС. Был принят Закон Гласа — Стигала, направленный на либерализацию ФРС и разрешающий ей кредитовать банки-члены;

7) перераспределение доходов богатых к бедным для стимулирования потребления, в связи с чем максимальная ставка подоходного налога выросла с 25 до 63%;

8) интенсивная законодательная деятельность. В первые 100 дней президентства Рузвельта было принято множество законов, направленных на обеспечение стабильности и развитие экономики, прежде всего: Закон о восстановлении национальной экономики от 16 июля 1933 г., в рамках которого была создана Федеральная администрация чрезвычайной помощи (ФАЧП); Закон Гласа — Стигала о разграничении инвестиционных и коммерческих банков; закон о кредитовании сельского хозяйства; закон о комиссии по ценным бумагам;

9) проведение общественных работ. В общей сложности в 1933–1939 гг. на общественных работах под эгидой Администрации общественных работ (PWA) (строительство дорог, каналов, мостов) и Администрации гражданских работ (CWA) трудились порядка 4 млн чел.;

10) сокращение золотого содержания доллара. 31 января 1934 г. Рузвельт издал прокламацию, которая сокращала золотое содержание доллара с 25,8 до 15,5% и устанавливала официальную цену на золото на уровне 35 дол. за унцию, доллар был девальвирован на 41%;

11) социальное обеспечение. Расходы правительства за период 1932–1940 гг. выросли более чем в два раза.

Таким образом, рассмотренные нами антикризисные меры США в период Великой депрессии позволяют сделать некий свод общих инструментов по противодействию кризисам. Как правило, эти классические инструменты являются детальными программами налогово-бюджетной и денежно-кредитной политики и дополняются мерами

юридической легализации на уровне законов, регулированием финансовых рынков и мероприятиями в социальной сфере.

Для целей нашей работы наибольший интерес представляют предпринятые в период Великой депрессии меры регулирования финансовых рынков. Часть аналогичных мер была предпринята и в разгар мирового экономического кризиса 2008 г.

Таким образом, необходимо сделать следующие основные выводы:

- 1) кризисы являются неотъемлемой частью развития мировой экономики;
- 2) причины происхождения кризисов связаны с циклическим развитием экономики;
- 3) хронология мировых кризисов показывает, что первые кризисы начали происходить еще в эпоху Римской империи;
- 4) анализ мировых кризисов показывает, что кризисы стали распространяться в мировом масштабе с появлением капитализма и его распространением в мире;
- 5) меры по антикризисному управлению включают два основных направления: антициклическое государственное регулирование с использованием инструментов налогово-бюджетной и денежно-кредитной политик, а также антикризисные мероприятия.

Источники

1. Якунин В. И., Сулакшин С. С., Аверкова Н. А. и др. Политическое измерение мировых финансовых кризисов. Феноменология, теория, устранение. М.: Научный эксперт, 2012.
2. Дмитриева Н. З. Экономические кризисы: виды, причины возникновения и последствия // Студенческий научный форум: материалы IV Междунар. студенч. электрон. науч. конф. (15 февраля — 31 марта 2012 г.). URL: <http://www.rae.ru/forum2012/262/1111>.
3. Янова В. В. Экономика. Курс лекций: учеб. пособие для вузов. М.: Экзамен, 2005.
4. Булатов А. С. Экономика: учебник. М.: Юрист, 2006.
5. Рубини Н., Мим С. Как я предсказал кризис: экстренный курс подготовки к будущим потрясениям. М.: Эксмо, 2011.
6. Причины экономических циклов. URL: http://edu.dvgups.ru/metdoc/ekmen/eteor/ek_teor/metod/o_ek_teor/Krav3.htm.
7. Мельников В. Д. Основы финансов: учебник. Алматы: ТОО «Издательство LEM», 2005.
8. Куртишвили Ш. Великая Депрессия в США 1929–1933 гг. // Компания. 1998. № 32.
9. Борисов Е. Ф. Экономическая теория: курс лекций для студентов вузов. М., 2006.

К вопросу о долговом кризисе в США

Древалев Андрей Анатольевич¹, Миншаихова Альбина Альбертовна²

¹ Ассистент кафедры маркетинга и международного менеджмента
Уральского государственного экономического университета, г. Екатеринбург
(adrevalev@usue.ru)

² Студент Уральского государственного экономического университета,
г. Екатеринбург (minshaixova@mail.ru)

Аннотация. В статье рассматриваются международные аспекты проблемы роста государственного долга США. Анализируя статистические данные, авторы обсуждают соотношение низкой вероятности дефолта США наряду с прогнозированием роста рисков для мировой экономики, которые следуют из избранного органами государственной власти США сценария управления и обслуживания государственного долга.

Ключевые слова: государственный долг; дефицит; секвестр; долговой кризис; мировая валютная система.

При рассмотрении вопросов формирования общехозяйственной конъюнктуры на национальном и мировом уровне сфера финансовых отношений на текущем этапе играет если не ключевую, то, как минимум, значимую роль. При этом одним из показателей развития и состояния финансовой системы является объем государственного долга. Наибольшее внимание данному индикатору уделяется экспертами в периоды финансовой и экономической нестабильности. Так, при анализе развития и последствий глобального экономического кризиса 2008–2010 гг. принято отдельно выделять проблему государственного долга промышленно развитых стран: США, Японии и государств ЕС. Такое пристальное внимание обусловлено высокой значимостью тех рисков, которые включает проблема государственного долга.

Под государственным долгом понимается совокупность внешних и внутренних долговых обязательств страны, представляемой органами государственной власти. Заимствования являются одним из способов финансирования государственных операций. Таким образом, государственный долг — это совокупный размер задолженности государства, которая складывается из невыплаченных займов, а также процентов по ним.

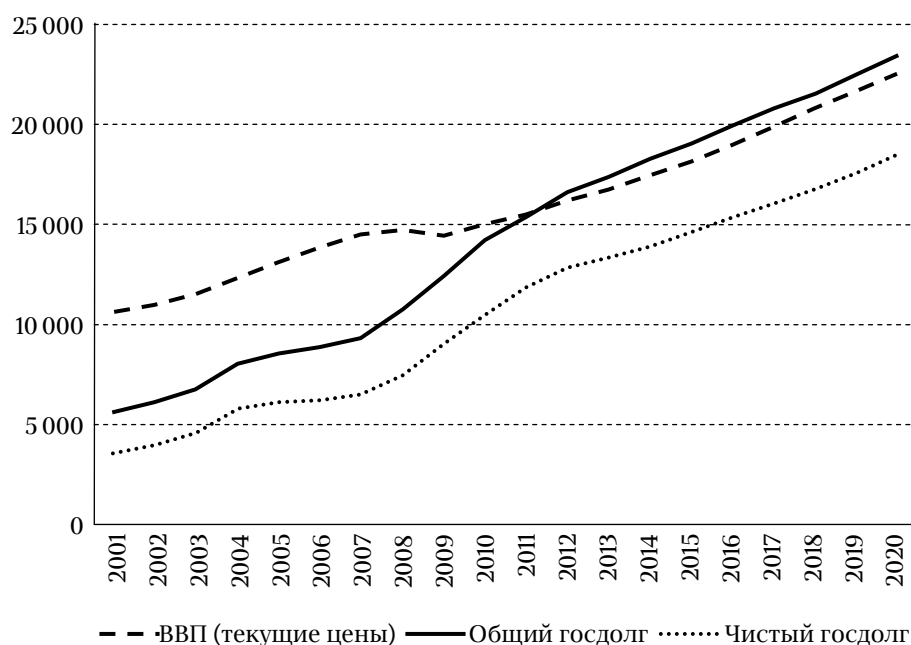
На международном уровне с учетом различий в масштабах экономик стран государственный долг рассматривается в процентном соотношении с внутренним валовым продуктом. Исторические данные за последние семь лет, а также прогнозные данные по 20 странам с наибольшим соотношением государственного долга к ВВП представлены в таблице.

**Список стран с наибольшим соотношением чистого государственного долга к ВВП, %
(составлено по: [1])**

Страна	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015 (прогноз)	2020 (прогноз)
Греция	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	152,8	172,1	174,3	169,9	122,0
Япония	80,5	95,3	106,2	113,1	127,3	129,1	122,9	127,3	129,6	138,7
Ливан	165,2	151,2	132,1	129,0	128,3	123,5	124,2	125,7	123,8	137,4
Португалия	61,4	67,6	79,7	91,9	100,9	115,9	119,4	120,1	119,2	116,4
Италия	84,1	86,2	94,2	96,3	98,4	103,0	107,5	110,4	111,8	102,3
Кабо-Верде	59,2	52,6	59,4	64,5	72,5	86,9	95,0	107,7	116,6	102,5
Гренада	89,9	84,8	92,1	98,1	101,2	104,5	108,0	107,2	107,1	85,2

Страна	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015 (прогноз)	2020 (прогноз)
Гамбия	60,9	63,9	62,6	69,6	77,3	77,0	83,3	100,2	100,0	66,5
Антигуа и Барбуда	79,2	77,3	102,5	90,8	92,4	87,1	94,3	98,7	106,9	81,1
Франция	57,7	60,3	70,1	73,7	76,4	81,5	84,7	87,4	89,3	84,4
Ирландия	10,2	20,4	37,2	67,5	79,1	87,9	92,1	85,7	85,5	71,7
Иордания	67,6	54,8	57,1	61,1	65,4	75,5	83,5	84,2	86,1	67,6
Египет	64,5	55,6	58,7	60,0	64,5	67,9	78,1	81,9	83,0	77,7
Великобритания	38,3	45,7	58,8	69,1	73,4	77,1	78,7	81,0	82,6	74,7
США	44,5	50,4	62,1	69,5	76,1	79,2	79,5	79,7	80,4	82,1
Доминикана	70,3	63,0	61,9	66,4	67,2	69,8	73,9	76,6	78,5	88,0
Белиз	86,0	79,8	83,7	83,2	79,4	75,0	75,3	76,3	75,7	88,3
Албания	53,4	55,1	59,7	57,7	59,4	62,0	70,1	72,6	73,6	50,0
Венгрия	63,4	63,9	72,4	75,5	74,7	72,3	71,7	71,6	70,5	68,8
Мальдивы	31,2	32,1	47,8	55,3	55,6	58,9	63,0	71,1	75,0	82,1

Как следует из таблицы, США занимают 15-ю строчку в списке стран с наибольшим объемом государственного долга в соотношении с ВВП страны. Однако это государство привлекает пристальное внимание аналитиков, так как в абсолютном выражении его государственный долг максимален среди других стран мира. По итогам 2014 г. чистый государственный долг США составил 13,9 трлн дол. США. Важно отметить, что за последние семь лет национальный долг США удвоился: отмечен рост с 6,5 трлн дол. США. К 2020 г. эксперты Международного валютного фонда прогнозируют рост до 18,5 трлн дол. США. Изменение показателей, включая прогнозные значения, представлено на рисунке.



Соотношение ВВП, совокупного и чистого государственного долга США
(составлено по: [1])

В отношении США под государственным долгом подразумеваются суммы, которые федеральное правительство должно своим кредиторам. Как видно из рисунка, в 2012 г. совокупный государственный долг США превысил ВВП страны.

В этой связи необходимо оговориться, что совокупный государственный долг превышает объем чистого госдолга на величину финансовых обязательств национальных государственных структур друг перед другом. Так, значительная часть совокупного госдолга США — это средства пенсионного фонда Social Security, излишек которого (разность оценок будущих активов и будущих обязательств) по закону должен вкладываться в казначейские облигации США [2].

Государственный долг США имеет законодательно установленный верхний предел, максимальное значение, которое не должно превышать при осуществлении государственных заимствований. Вместе с тем данное ограничение представляется, скорее, формальным, так как с 1940 г. верхний предел национального долга страны поднимался около 100 раз. С другой стороны, как показывает практика, споры об увеличении лимита государственного долга отрицательно сказываются на инвесторах, что приводит на определенных временных промежутках к усилению волатильности мировых рынков. Так, противоречия и длительные переговоры между демократами и республиканцами, длившиеся несколько месяцев в 2011 г., а затем и в 2012–2013 гг., привели к снижению общего кредитного рейтинга страны. Для снижения влияния на рынки эмоциональной составляющей процесса согласования мер в январе-феврале 2013 г. были приняты чрезвычайные меры, в частности приостановлен выпуск новых государственных ценных бумаг и принято решение отсрочить вложения средств в правительственный пенсионный фонд. В совокупности они должны были умерить темп роста государственного долга, обеспечив зазор между существующим уровнем и верхним пределом примерно 200 млрд дол.

Фактически в начале 2013 г. действие верхнего предела государственного долга США было впервые на короткий срок приостановлено. Последовавшее повышение потолка американского государственного долга пока остается последним. Оно произошло 19 мая 2013 г., установив максимум на отметке в 16,7 трлн дол. США. Однако новая планка не в полной мере соответствовала темпам роста государственного долга. Позже ее действие было вновь приостановлено до марта 2015 г. — и на момент публикации данной статьи вопрос о необходимости поднятия потолка государственного долга вновь открыт, что может привести к очередному витку так называемого долгового кризиса.

Очевидно, что решение проблемы с долговым кризисом напрямую зависит от того, какие меры предпримет американское правительство для снижения бюджетного дефицита и уровня государственного долга, для стимулирования экономического подъема.

Наиболее простым с точки зрения подходов к организации мер представляется инструмент эмиссии национальной валюты. Правительства стран прибегают к увеличению объемов выпуска денежных средств, чтобы монетизировать свои долги, тем самым устраняя необходимость поиска других источников для выплат. Но эта практика в основном лишь снижает государственные расходы по процентам.

По отношению к влиянию денежной эмиссии на государственный долг правительства стран могут быть денежно суверенными или денежно не суверенными. Денежно суверенные правительства могут позволить себе покрывать эмиссией национальной валюты внутренний государственный долг. Во внутренних долговых отношениях денежно суверенные правительства фактически не могут быть принуждены к банкротству или вынужденному изменению политики в отношении национальной валюты. Такое государство может заплатить долг любого объема при условии, что обязательства номинированы в его суверенной валюте. При этом правительство не нуждается во внешних заимствованиях или налогах для обслуживания долгов в его суверенной валюте.

США являются, пожалуй, наиболее ярким примером денежно суверенного правительства. Более того, доллар США играет роль резервной валюты мировой валютной системы и является признаваемым практически во всех странах мира средством расче-

тов в международных экономических отношениях. С учетом этого на отношения с внешними кредиторами будут в целом распространяться те же механизмы обслуживания государственного долга, что действуют в отношении национальных кредиторов.

Структура государственного долга США на декабрь 2012 г. выглядела следующей. 30% госдолга составляли зарубежные страны, основными кредиторами были Япония и Китай — по 1,1 трлн дол. Россия в этом списке расположилась на 6-м месте — 170 млрд дол. Внутренний государственный долг составлял 4,8 трлн дол., ФРС располагала 19 трлн дол. Держателями оставшейся части (4,1 трлн дол.) являются резиденты США: домохозяйства, страховые и пенсионные фонды, финансовые корпорации, банки [2].

Огромный госдолг и его рост — результат увеличения социальных расходов, сокращение которых нежелательно в виду экономической нестабильности. Таким образом, сокращение государственного долга в кратко- и среднесрочной перспективе кажется маловероятным. В 2011/12 финансовом году дефицит федерального бюджета США составил почти 1,089 трлн дол. и снизился на 16% по сравнению 2010/11 финансовым годом. Дефицит снизился за счет сокращения бюджетных расходов и увеличения выручки.

В 2013 г. Конгресс США принял закон, предотвращающий «фискальный обрыв» — ситуацию автоматического секвестра бюджета (резкого сокращения государственных расходов) в результате сокращения доходов на фоне отмены налоговых льгот [3].

Вместе с тем представители партий так и не смогли согласовать единый пакет мер по борьбе с дефицитом — демократы преимущественно выступают за повышение налогов, республиканцы — за сокращение социальных расходов [4].

По прогнозу аналитиков, государственный долг страны в среднем будет расти на 1 трлн дол. США в год, в результате чего отметка в 20 трлн дол. США будет превышена уже в 2017 г. При этом за 2015–2017 гг. ожидается стабилизация показателя отношения совокупного долга к ВВП страны на уровне 104–107%, что может быть достигнуто за счет роста номинального ВВП США в среднем на 5,5% в ближайшие годы. В то же время правительством США предполагается снизить дефицит государственного бюджета до 600 млрд дол. к 2017 г., или к уровню 3% ВВП.

Таким образом, с учетом текущих сложностей в экономике США, а также неминуемого снижения государственных расходов, которое окажет дополнительное понижающее давление на экономический рост, столь высокие темпы роста ВВП страны могут быть достигнуты только за счет инфляционной составляющей [6].

Еще в августе 2012 г. управление Конгресса США по бюджету представило два сценария изменения ситуации для экономики США в случае реализации фискального обрыва и его предотвращения. По первому сценарию снижение расходов бюджета (например, в результате финансового обрыва), несмотря на отрицательные последствия для американской экономики в краткосрочной перспективе, сделал бы возможным снизить дефицит бюджета до 0,4% ВВП к 2018 г. При этом уровень государственного и муниципального долга снизился бы с 77% ВВП в 2014 г. до 54% ВВП к 2022 г. Другой сценарий, который и реализуется на практике, предполагает сохранение высокого уровня бюджетного дефицита — на уровне 1 трлн дол., или на 2,5% ВВП выше. При этом прогнозируется рост чистого государственного долга до 90% ВВП к 2022 г. [2].

Как показано выше, дефолт США на международной арене невозможен, пока доллар США является признаваемой и используемой большинством стран международной расчетной единицей. Вместе с тем именно сознательное сохранение курса на рост государственного долга вызывает международные дискуссии о необходимости диверсификации комплекса расчетов мировой валютной системы. При этом риск потери роли денежно суверенного правительства на глобальном уровне для США практически равнозначно риску дефолта.

Ведущие аналитики сходятся во мнении, что вероятность дефолта крайне мала. Международное рейтинговое агентство Moody's оценивает шансы на дефолт США как «очень низкие». По мнению экспертов Moody's, Казначейство США сможет изыскать возможности для осуществления приоритетных платежей

Вместе с тем угроза дефолта в течение последних трех лет постоянно обсуждается в США. И обсуждается она не столько в глобальном, сколько в национальном масштабе [5]. Сегодня наиболее серьезные проблемы для США — управление лимитом долга и выбор приоритетных статей расходов. Возможность неодобрения Конгрессом очередного повышения «потолка» государственного долга создает ощущение наступления нового финансового кризиса. При этом нанести удар по мировой финансовой системе и спровоцировать новую рецессию может само ожидание дефолта — и, возможно, даже в большей степени, чем сам дефолт. В случае дефолта страна не сможет исполнять свои финансовые обязательства, что не может не беспокоить зарубежных партнеров, учитывая, что 33% государственного долга США финансируют иностранные государства [5].

Рассчитывать на использование в 2015 г. применявшихся в течение 2013 г. «чрезвычайных» мер для погашения долговых обязательств, таких как задержка выплат в Пенсионный фонд, вряд ли возможно. Даже частичный отказ США от своих долговых обязательств может стать для многих стран финансовой катастрофой. Находящиеся в обращении облигации правительства США стоят больше 12 трлн дол. США. Если будет пропущена хотя бы одна выплата процентов, последствия будут ощутимыми и трудно предсказуемыми для финансовых рынков с учетом роста их волатильности. Дефолт США может привести к банкротствам и множественным дефолтам во многих странах. Кредитные рынки будут заморожены. Значительно упадет потребительская и деловая активность. Возрастут финансовые риски. Дефолт вызовет скачок процентных ставок.

Из сказанного можно сделать вывод о существовании значительного риска того, что уровень государственного долга США в ближайшие годы будет расти ускоренными темпами. Наиболее вероятным сценарием обеспечения госдолга остается денежная эмиссия, т. е. запуск печатного станка. В итоге ФРС станет ключевым «кредитором» правительства. Процентные ставки по госдолгу сохранятся на текущих низких уровнях. Остается открытым вопрос, в какой степени эмиссия может повлечь снижение курса доллара относительно других валют, ведь это снижение в большей степени будет зависеть не от эмиссии, а от ожиданий и сохранения доверия к валюте внешних кредиторов и экономических агентов по всему миру, использующих доллар США в расчетах.

В этой связи представляется наиболее актуальной задача наднационального согласования механизмов, которые позволят, с одной стороны, избежать резкой потери доверия к доллару США со стороны зарубежных правительств и субъектов мировой международных экономических отношений, но, с другой стороны, позволят постепенно снижать роль доллара США в мировой валютной системе и подсистеме международных расчетов с целью снижения рисков лавинообразного перехода дисбалансов американской экономики в глобальные кризисные явления.

Источники

1. World Economic Outlook 2015. URL: www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2015/01/weodata/index.aspx.
2. Маркарян А. М. Перспективы долгового кризиса в США // Экономический журнал. 2013. № 1(29).
3. Едовина Т. Фискальный обрыв сглаживается // Коммерсант. 2013. № 83.
4. Долговой кризис в США. URL: <http://www.vestifinance.ru/articles/22192>.
5. Чувакина Л. Г. Долговая политика в условиях глобального кризиса // Международная экономика. 2014. № 3.
6. Мовчан А. Как долго США будут жить в долг. URL: <http://www.forbes.ru/mneniya-column/151713-ekonomika-ssha-vyrastet-vmeste-s-uvelicheniem-zaimstvovaniy>.

Нефть. Поиск новых решений

Камаева Татьяна Алексеевна¹, Марамыгин Максим Сергеевич²

¹ Магистрант Уральского государственного экономического университета,
г. Екатеринбург (tanja.kite@mail.ru)

² Доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой финансовых рынков
и банковского дела Уральского государственного экономического университета,
г. Екатеринбург (maramygin_ms@usue.ru)

Аннотация. В статье раскрываются способы удорожания российской нефти, составляющей основу бюджета Российской Федерации. Приведены статистические данные по добыче, продаже и переработке нефти в России и за рубежом. Даны предложения по значительному увеличению потенциала создания дополнительной стоимости нефти внутри страны до показателей других стран. Предложены конкретные меры по модернизации нефтедобывающей и нефтеперерабатывающей отрасли нашей страны, способствующие развитию экономики страны, повышению ВВП и созданию нескольких тысяч новых рабочих мест.

Ключевые слова: нефть; нефтепереработка; экспорт; способы; методы.

Цена нефти — она от Бога.

Вагит Алекперов,
президент компании «Лукойл»

Нефть является самым важным источником энергии в мире, на ее долю приходится 33,1% мирового энергопотребления. Она обладает высокой энергоемкостью и удобна для транспортировки, что делает ее практически незаменимым энергетическим ресурсом. Нефть очень важна для процветания нации, так как она дает энергию для развития транспортной системы и промышленности. Она также в значительной степени влияет на обороноспособность страны. Ведь многие военные машины используют ее и продукты ее переработки в качестве топлива. Поэтому ничего удивительного, что нефть оказывается в центре многих конфликтов. Нефть делает отдельных людей очень богатыми, приносит огромную прибыль компаниям и может бедные страны превратить в процветающие. Нефть может быть как благословением, так и проклятием. Все зависит от умения стран распоряжаться доставшимся им потенциалом.

Если по запасам Россия находится на 8-м месте (5,5% мировых запасов), то по добыче нефти — на 2-м после Саудовской Аравии (13% мировой добычи) [1]. Экспорт сырой нефти составляет существенную долю ВВП России и более половины доходной части государственного бюджета (52% в 2014 г.), поэтому колебания цен на нефть значительно влияют как на состояние российского бюджета, так и на экономику в целом [2].

Институт имени Гайдара и Российская академия народного хозяйства и государственной службы при президенте РФ опубликовали оценки развития российской экономики на 2016 г. при сохранении санкций и среднегодовой цены нефти 55 дол. за баррель (бюджет страны рассчитан исходя из явно завышенной цены в 96 дол. за баррель). При таком сценарии реальный ВВП в 2016 г. вернется к показателю шестилетней давности, инфляция с 2014 по 2016 г. превысит рост цен за предыдущие пять лет, а реальный курс рубля окажется на уровне 2003 г. Из-за такой цены нефти в ближайшие два года Россия «не получит дополнительных источников роста от внешней торговли», отмечают экономисты, опровергая мнение Минэкономики о том, чистый экспорт в обозримом будущем продолжит вносить положительный вклад в динамику ВВП [3].

Всякий раз, когда средняя годовая цена падает на 1 дол., бюджет теряет 2 млрд дол., или около 0,5%. Кроме того, от нефтяных котировок зависит курс рубля. Центробанк РФ назвал снижение цен на сырье одной из главных причин ослабления национальной валюты. Удешевление нефти сократит приток валюты и уменьшит эмиссию, а замораживание денег даже усилится для борьбы с ускорившейся из-за произвола монополий инфляцией. Это резко ужесточит финансовую политику, подорвет конъюнктуру, удорожит кредит и (вкуче с налоговым террором из-за ожидания сжатия доходов бюджетов) разрушит ряд предприятий, лишив кого-то из нас с вами рабочих мест [4].

Причин у обрушения цен на нефть много: от «сланцевой революции» и сокращения эмиссии доллара в США до замедления роста экономики Китая, снятия санкций с Ирана, роста экспорта нефти из Ливии и Ирака. Основная причина — это переизбыток нефти на рынке, ее даже уже негде хранить... Сокращать добычу — не в интересах членов — производителей ОПЕК, заявил Аль-Наими, независимо от уровня цен, будь они 60; 40 или 20 дол. за баррель — это не имеет значения. Страны Персидского залива между тем добывают нефть за 4–5 дол. за баррель. Это означает, что такой политики они могут придерживаться еще долгое время [5]. Нефтяники США обратились в Белый дом США с просьбой снять эмбарго, с продажи за границу нефти, действующее более 40 лет. При согласии властей США на снятие ограничений, цена на нефть будет еще ниже, и скорее всего тенденция к снижению будет продолжаться еще несколько ближайших лет. Более того, цены на нефть, стабилизировавшиеся на уровне 60 дол. за баррель, вновь могут рухнуть из-за нехватки места в хранилищах, предупреждает Wall Street Journal. Запасы сырой нефти в США достигли наибольшего за последние 80 лет уровня, в результате чего хранилища нефти оказались заполнены примерно на 70%. В других странах свободного места в хранилищах, по данным WSJ, осталось еще меньше: в Японии — не более 20%, а в европейских странах — в лучшем случае 10%. Когда нефть негде станет хранить, по мнению экспертов Wall Street Journal, такая ситуация чревата новым обвалом нефтяных цен. Ежедневная добыча нефти сейчас примерно на 1,5 млн баррелей превышает мировое потребление, и уже совсем скоро «лишнюю» нефть некуда будет девать [6]. Для РФ как для сырьевой страны нужно срочно принимать радикальные меры, направленные на поиск способов удорожания отечественной нефти, либо направить фокус внимания на переработку нефти, продажу продуктов передела, импортозамещение нефтепродуктов.

Рассмотрим несколько **способов увеличения цены на отечественную нефть**.

1. **Улучшение качества. Очистка от серы позволит сделать нефть дороже.** Это станет возможным после реализации проекта по выделению экспорта высокосернистой нефти в отдельное направление. В России появится новый сорт нефти. Об этом сообщил вице-президент «Транснефти» Сергей Андронов. Новый сорт нефти будет формироваться на основе сырья, добываемого на территории Татарстана, Башкирии, Удмуртии и частично Оренбургской области. Содержание серы в такой нефти составит 2,1–2,3% (против 3%). Сейчас наличие высокосернистой нефти в составе марки Urals сильно снижает ее качество. Чтобы повысить качество основного российского сорта Urals, из него необходимо убрать «тяжелую» башкирскую и татарскую нефть. После этого можно будет говорить о новом сорте нефти и искать для него рынки сбыта. В Европе, например, еще остались заводы, ориентированные на переработку мазута — как раз к нему и будет близок по качеству новый сорт. Проект, ориентировочная стоимость которого составляет 2,5 млрд р., прорабатывается «Транснефтью» по поручению Минэнерго РФ. Ожидается, что он позволит транспортировать до 23 млн т нефти в год [7]. Данный проект для скорейшей реализации правительству РФ необходимо взять под контроль, а также подумать о возможности запуска еще нескольких проектов на разных территориях нашей страны.

2. *Создание нового сорта нефти.* В России еще в 1990-х гг. пытались создать собственную маркировочную таблицу и зафиксировать биржевой эталон. Это позволило бы не зависеть от мировых цен на нефть, которая складывается отчасти как от экономических факторов, так и спекулятивных в виде выброса информации, порой ложной. Но в то время российские нефтяники отказались от отечественной маркировки, просто потому что не имели опыта работы на бирже и не хотели его иметь, жалуясь на биржевые сборы. Если бы тогда вывели на биржу свою маркировку, то сейчас были бы избавлены от спекулятивной составляющей падения цен — она была бы выше. Поэтому необходимо срочно создавать свой котировочный цент и постепенно приучать трейдеров к новому эталону. Совместное предприятие России, Японии и Нидерландов Sakhalin Energy вывело на рынок принципиально новый сорт нефти Sakhalin Blend, поставляемый в страны Азии. Это позволило «отвязать» стоимость сахалинской нефти от котировочного на бирже сорта Dubai Crude и продать ее на 2–3 дол. дороже спекулятивной биржевой цены. Повышая качество нефти, Sakhalin Energy будет теснить на азиатском рынке ближневосточные нефтяные компании. Компания Sakhalin Energy объявила о выводе на рынок нового сорта российской нефти Sakhalin Blend («сахалинский аромат»). Компания уже реализовала четыре танкера этой нефти, добытой на месторождении «Сахалин-2». Новый сорт появился в результате смеси сахалинской нефти марки Vityaz с газовым конденсатом с Киринского месторождения. Как поясняют нефтехимики, это увеличивает количество испаряемых полезных фракций. Проще говоря, из нее можно получить больше бензина и дизельного топлива. Смысл в этом есть в двух случаях: если у покупателя появились новые мощности по переработке, которые ориентированы на нефть именно такого качества, или продавец намерен выставить нефть на биржу. На мировой бирже российская нефть торгуется не самостоятельно, а в привязке к двум основным сортам — Brent (к нему по качеству приближена «Сибирская легкая») и WTI (ему соответствует российская Urals). Нефть сорта «Сибирская ВСТО» по качеству приходится между двумя этими сортами. Стоимость сахалинской нефти марки Vityaz привязана к третьей по котировочности нефти в мире Dubai Crude. Нефть нового сорта Sakhalin Blend удалось продать на 2–3% дороже дубайской. Покупателя в Sakhalin Energy не раскрывают. Но известно, что нефть Vityaz проекта «Сахалин-2» начиная с 2010 г. (всего добыто 47 млн т) поставлялась через порт Пригородное в Японию (33,9%), Южную Корею (33,6%), Китай (24,8%), Тайвань (1,6%), Филиппины (1,6%) и США (1,5%) [8]. Данное направление — по созданию новых сортов нефти также необходимо развивать, продвигать и вкладывать в него средства из государственного бюджета.

3. *Внедрение технологий глубокой добычи.* Занимая высокое место в мире по запасам, добыче и экспорту нефти, Россия находится на 20-м месте по уровню ее глубокой переработки. Перерабатывающие сырье мощности почти не развиваются. Около 80% из них, созданные еще в 1980-е гг., давно изношены и устарели. Из 500 млн т, добываемых в РФ за год, перерабатывается максимум 255–265 млн т, т. е. чуть более половины. Из этого сырья в РФ производятся в основном мазут и «среднекачественный» бензин. В результате Россия с трудом экспортирует свои нефтепродукты, не только из-за ужесточающихся экологических норм за рубежом, но и вследствие низкого спроса на эту российскую продукцию. В то же время высококачественные продукты из российской нефти выпускаются в Беларуси и Китае, Финляндии и Польше, Чехии и Турции, Швеции и Южной Корее, Японии и Венгрии, в Хорватии и на Тайване [9]. Избыточные мощности и отсутствие инвестиций привели к моральному и физическому устареванию оборудования заводов. Это объясняет тот факт, что на рубеже веков глубина переработки нефти в среднем по России составила лишь 67,4% — намного ниже, чем в любой развитой стране. Примерно то же самое можно сказать и о качестве выпускаемых нефтепродуктов [10].

4. *Заключение долгосрочных контрактов и стратегических соглашений.* Китай покупает все больше нефти в России и все меньше в Саудовской Аравии, крупнейшего производителя нефти в мире. Китайский импорт нефти из крупных стран ОПЕК упал, в то время как покупка в России выросла на 36% в 2014 г. В частности, Китай снизил покупку нефти в Саудовской Аравии на 8%, в Венесуэле — на 11%. Новые данные показывают, что доля Саудовской Аравии на нефтерынке Китая сократилась по сравнению с прошлым годом с 19 до 16%, а доля России выросла с 9 до 11%. Рост китайского импорта российской нефти будет продолжаться. Поток российской нефти в Китай вырастет с 30 млн т в 2014 г. и превзойдет 50 млн т в год к 2020 г. (это уровень поставок Саудовской Аравии в 2014 г.). Китай и Россия расширяют расчеты в национальных валютах, избегая доллар, а также реализуют миллиардные проекты, китайские компании получают доли в российских крупнейших нефтеместорождениях.

Российским нефтяным компаниям необходимо также подумать о заключении долгосрочных перспективных контрактах и с другими странами, например с Нидерландами — основным экспортером России, Японией, Германией, Индией, что позволило бы не зависеть от нестабильной цены на нефть [11].

5. *Снижение себестоимости добычи нефти.* Возможности сокращения затрат на производство, снижения себестоимости и повышения рентабельности переработки нефти исключительно велики. Для претворения их в жизнь необходима четкая постановка производственно-хозяйственной деятельности предприятия — правильная организация труда, современное снабжение сырьем и реагентами, равномерный выпуск нефтепродуктов, повышение их качества, установление оптимального технологического режима и соблюдение его, качественный ремонт оборудования и уход за ним, ликвидация простоев, расширение рационализаторской и изобретательской инициативы, обмен опытом и повышение квалификации работников, т. е. нужен грамотный менеджмент предприятий, вкладывающий в новые технологии и сотрудников хорошие инвестиции.

Большое значение имеют подготовка сырья, его обезвоживание, обессоливание и стабилизация. Это сокращает издержки на транспортировку и производство, продлевает сроки службы оборудования и межремонтный период, снижает потери, позволяет сэкономить капитальные вложения [12; 13].

Рыночные отношения побуждают нефтеперерабатывающие заводы искать пути снижения себестоимости продукции. Установки атмосферно-вакуумных трубчаток являются головными в технологической линии переработки нефти и эффективность их работы существенно снижает себестоимость товарной продукции [14].

Поскольку структура себестоимости в нефтегазодобывающей отрасли отличается по способам эксплуатации, то для каждого из них имеются свои специфические пути снижения себестоимости. При глубиннонасосном способе эксплуатации — это сокращение затрат на текущий ремонт путем увеличения межремонтного периода работы скважин и ускорения проведения ремонтов. При компрессорном способе эксплуатации — сокращение энергетических затрат путем перевода скважин на глубиннонасосный способ эксплуатации и других мер, снижающих компрессии рабочего агента [13]. Снизить себестоимость нефти можно не только путем проведения режима экономии и сокращения затрат на тонну добываемой нефти, но и путем расширения ее добычи более экономичными способами, роста добычи фонтанным способом как наиболее дешевым и сокращения добычи экономически менее эффективными способами [15].

В непростой, сложившейся на данный момент ситуации для экономики нашей страны, связанной с падением цены на нефть руководителям нефтеперерабатывающих заводов и руководству страны просто необходимо стараться принимать меры по снижению себестоимости добычи нефти; искать способы по совершенствованию качест-

ва, добываемой нефти; развивать партнерские отношения со странами-союзниками для подписания долгосрочных соглашений по поставке нефти; разрабатывать и продвигать на рынок новые сорта нефти; внедрять новые технологии по глубокой добыче нефти, а также модернизировать НПЗ и инвестировать денежные средства в строительство новых, высокотехнологичных НПЗ.

Второй важный вектор направления развития отрасли — **нефтепереработка**.

Но более эффективным и перспективным, на наш взгляд, стратегически верным решением для РФ будет сфокусироваться на переработке и производстве продуктов из нефти для продажи как на внутреннем, так и на внешнем рынке. В последние годы в РФ наблюдается активное увеличение потребления продуктов нефтехимии. Тем не менее доля этой отрасли в ВВП страны значительно ниже, чем аналогичный показатель в других странах. Россия традиционно экспортирует значительные объемы сырьевых продуктов нефтехимии и импортирует продукцию более глубокого передела.

Основу нефтеперерабатывающей промышленности России составляют 28 заводов. В то время как в США, например, функционируют 139 НПЗ [16]. Возраст большинства из них оценивается как критический. Та производственная база, которой сегодня располагает нефтеперерабатывающая промышленность, была создана с 1950 по 1986 г. [17]. Все крупнейшие НПЗ России были построены до 1991 г. и из-за изношенности и тяжелой российской нефти ежегодно закрываются на ремонт и модернизацию. Вследствие чего, несмотря на падение цен на нефть цены на бензин даже возрастали. России необходимо не просто экспортировать дешевую сырую нефть и закупать готовую продукцию у стран, которым продаем свою же нефть за «копейки», а самим перерабатывать и продавать продукты передела.

Ведь если задуматься, то каждый из нас повседневно десятки раз сталкивается с нефтепродуктами. Товары, в производстве которых используются нефтяные компоненты, применяется в промышленности, широко используются в изготовлении предметов быта и товаров народного потребления, в медицине, косметологии, да практически во всех сферах человеческого обихода. Мы живем среди нефти, продаем нефть, носим одежду из нее. Человек научился пускать в дело практически все, что связано с переработкой нефти. Так, оставшийся после перегонки нефти концентрат называют гудроном и используют при изготовлении дорожных и строительных покрытий. Вторичная переработка нефти включает в себя изменение структуры ее компонентов — углеводородов. Она дает сырье, из которого получают синтетические каучуки и резины, синтетические ткани, пластмассы, полимерные пленки (полиэтилен, полипропилен), моющие средства, растворители, краски и лаки, красители, удобрения, ядохимикаты, воск, канцелярские принадлежности, сантехнику и даже холодильники. Не пропадают и отходы нефтепереработки. Из них производят кокс, который используется в производстве электродов и в металлургии. А сера, которую получают из нефти при ее переработке, особенно высокосернистой, используется в производстве серной кислоты. Этиленвинилацетат применяют при производстве оболочки кабелей, обувной подошвы и игрушек. Из пластика делают бытовую технику и крупные детали автомобилей, мебель, посуду. — Все это закупается из-за границы. Наконец, самая странная сфера применения, которую придумали для нефти, — это наша с вами пища. Как отмечает генеральный директор ООО «INFOline-Аналитика» Михаил Бурмистров, в условиях роста цен на продовольственные товары в США и ряде других стран все большую актуальность приобретает производство пищевых продуктов с использованием микробиологического синтеза белка из нефтепродуктов и отходов нефтеперерабатывающего производства. Переработка всего 2% объема ежегодно добываемой нефти позволяет произвести до 25 млн т белка, чего достаточно для питания 2 млрд чел. в течение года. Он используется в производст-

ве самых разных продуктов, заменяя белок животного происхождения [18]. Почему бы российским ученым не начать развивать данное направление? Почему не дарить гранты за научные прорывы в данной отрасли, ведь это наше будущее?! Почему мы вместо этого «выжимаем» старые НПЗ и не начинаем строить новые, давая тем самым сотни тысяч новых рабочих мест, повышая ВВП страны, насыщая как внутренний, так и внешний рынок отечественными вышперечисленными товарами? Вместо этого мы строим НПЗ в Уганде стоимостью 2,5 млрд р. (выигран конкурс в феврале 2015 г.) [19].

По данным исследований, проведенных специалистами НК «Роснефть», самые распространенные продукты из нефти все-таки относятся к видам топлива. Это дизельное топливо, мазут, авиакеросин и, конечно, самый популярный в народе нефтепродукт — бензин. Именно на него приходится 50% от общего объема производимых в мире нефтепродуктов [18]. Почему страна, которая производит свыше 200 млн т бензина в год, около половины, которого отправляет на экспорт, вынуждена сама закупать его втридорога за границей — в Белоруссии, Финляндии, Японии, Сингапуре [20]. В Белоруссии, например, нефть не добывается, она туда поступает в основном из России. Нефть отправляется в Белоруссию без пошлин, потому что она член Таможенного союза, а белорусы, в свою очередь, экспортируют бензин с пошлинами и таким образом на этом зарабатывают [21].

На втором месте по популярности, пожалуй, следуют пластмассы. Массовый выпуск мелочей из пластмассы — гребней, коробок, пуговиц, игрушек — начался уже в конце XIX в. Сейчас каждый год в мире производят около 180 млн т пластмассы. На производство пластиковых пакетов в год уходит столько же нефти, сколько и на производство пластиковых бутылок. Крупным производителем одноразовых полиэтиленовых пакетов является Китай, ежегодно в Поднебесной на одни только пакеты уходит 37 млн баррелей нефти. Всего в год в мире на полиэтиленовые пакеты и бутылки уходит от 147,4 до 207,4 млн баррелей нефти в год [22]. Крупнейшими мировыми производителями пластмасс являются США, Канада, Франция, Китай и др. [23]. России в списке топ-20 нет, а почему бы и нет? Из продуктов нефтехимии также производят каучук и различные резиновые товары [18].

Конечному потребителю нужны ГСМ и полимеры, а не промежуточные продукты. Получается, что продавать можно или сырую нефть или конечный продукт. Современные НПЗ могли бы увеличить норму прибыли еще больше, чем НПЗ построенные в СССР или по технологиям СССР, но уже в наше столетие. По сообщениям Министерства энергетики РФ, сейчас в России существуют планы строительства 22 новых НПЗ [10], но мы все прекрасно понимаем, что это только планы...

В РФ существует значительный потенциал роста химической отрасли до показателей других стран. На данный момент доля в мировом производстве составляет 1,8% (для сравнения в Китае 20,3%, в Северной Америке — 18%), а доля химической отрасли в ВВП составляет вообще 1,3% (в Китае — 5,7%) [24]. Россия ориентирована на экспорт сырья и базовых нефтехимических продуктов и импорт пластиков. Существует значительный потенциал создания дополнительной стоимости внутри страны. Европейская цена на сырье и базовые нефтехимические продукты (экспортируемые Россией) в среднем в два раза ниже, чем цена на продукты дальнейшего передела (импортируемые Россией). Дополнительная стоимость дальнейшей переработки российского сырья и базовых нефтехимических продуктов создается за пределами РФ.

А с другой стороны — зачем нашим «нефтяным баронам» перерабатывать нефть внутри страны? Проще гнать ее в Поднебесную и там обрабатывать — прибыль будет выше, так как рабочая сила там дешевле и экономические законы более лояльны.

Государство, все в большей мере зависящее от «сырьевых нефтедолларов», едва ли сможет в считанные годы изменить данную ситуацию. Даже директивными распоря-

жениями. Потому что, как показывает опыт стран той же ОПЕК, нужна долговременная, целенаправленная политика индустриализации — по комплексному развитию перерабатывающих отраслей. В том числе нефтепереработки [9]. Необходимо менять вектор развития данной отрасли в сторону повышения качества добычи нефти, путем строительства новых современных высокотехнологичных заводов, дающих несколько тысяч новых рабочих мест, а также начать активно развивать нефтеперерабатывающую деятельность, повышая ВВП страны, экономику страны и качества жизни страны в целом.

Источники

1. Всё о нефти. URL: <http://vseonefti.ru>.
2. Цены на нефть / Википедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Цены_на_нефть.
3. Шаповалов А. Краеугольный баррель // Коммерсант. 2015. № 42.
4. Как цены на нефть влияют на нашу жизнь / Профессионалы.ru. URL: <http://professional.ru/Soobshchestva/biznes-klub/kak-tseny-na-neft-vlijajut-na-nashu-zhizn>.
5. Министр нефти Саудовской Аравии: 100 долларов за баррель больше не ждите / ИноТВ. URL: <http://russian.rt.com/inotv/2014-12-23/Ministr-nefti-Saudovskoj-Aravii-100>.
6. Калюков Е., Ратников А. В Нью-Йорке ввели фьючерсы на хранение нефти из-за переполненных хранилищ. URL: <http://top.rbc.ru/economics/06/03/2015/54f9cb699a79472afc2a069b>.
7. Танкаев Р. Российскую нефть очистят от серы, чтобы сделать ее дороже. URL: <http://nsn.fm/economy/gossiyskuyu-neft-ochistyat.php>.
8. Новый сорт российской нефти вытесняет с рынка арабскую. URL: <http://politnews.net/4323>.
9. Факты и комментарии / Столетие.RU. URL: http://www.stoletie.ru/fakty_i_komentarii.
10. Нефтеперерабатывающие заводы (НПЗ) — производители дизельного топлива / Мосдизель.РФ. URL: http://мосдизель.рф/gynok_diztopliva/proizvoditeli_dizelnogo_topliva.php.
11. Внешняя торговля России. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Внешняя_торговля_России.
12. Бройде И. М. Финансы нефтяной и газовой промышленности: учебник. 4-е изд. М.: Недра, 1990.
13. Организация и планирование производства на предприятиях нефтяной и газовой промышленности: учебник / В. Б. Ястремская, Е. С. Сыромятников, Л. Г. Злотникова, В. Б. Савицкий. 2-е изд. М.: Недра, 1978.
14. Проблемы научно-технического обеспечения нефтеперерабатывающего и нефтехимического комплекса: тез. докл. науч.-практ. конф. (Уфа, 9–10 июня 1999 г.) / отв. за вып. Э. Г. Теляшев. Уфа, 1999.
15. Новиченко П. П. Учет затрат и калькулирование себестоимости продукции в промышленности: учеб. для вузов. М.: Финансы и статистика, 1992.
16. Объем переработки на НПЗ в США достиг максимума с 1990 г. / Портал «Нефть России». URL: <http://www.oilru.com/news/420343>.
17. Гафиатуллина Л., Чичкин А. Болото «мазутной» ориентации // Российская бизнес-газета. 2000. 3 июня. URL: <http://www.rg.ru/bussines/econom/150.shtm>.
18. Забелю Е. Удивительное о нефти: из нее делают игрушки, лекарства и еду. URL: <http://top.rbc.ru/economics/27/11/2012/833646.shtml>.
19. Россия построит в Уганде НПЗ за \$2,5 млрд / Портал «Нефть России». URL: <http://www.oilru.com/news/449502>.
20. Россия начинает закупать бензин в Японии / AutoNews. URL: <http://www.autonews.ru/autobusiness/news/1697720>.
21. Глудунов О. Свое продаем, чужое покупаем? URL: <http://svpressa.ru/economy/article/102157/?aam=1>.
22. Куда уходит нефть? / Priroda.su. URL: <http://www.priroda.su/item/284>.
23. Крупнейшие производители пластика, пластмасс во всем мире / ПластЭксперт. URL: <http://www.e-plastic.ru/spravochnik/proizvoditeli-plastmass>.
24. Иванов С. В. Химический комплекс России: состояние и пути обеспечения устойчивого экономического развития. URL: <http://www.chem.msu.su/rus/chemr.html>.

Оценка значимости инвестиционного климата для привлечения в страну иностранных инвесторов

Капустина Лариса Михайловна¹, Портнов Николай Андреевич²

¹ Доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой маркетинга и международного менеджмента Уральского государственного экономического университета, г. Екатеринбург (lakapustina@bk.ru)

² Аспирант кафедры маркетинга и международного менеджмента Уральского государственного экономического университета, г. Екатеринбург (portnov.nikolay@gmail.com)

Аннотация. В статье приводятся результаты корреляционного анализа зависимости притока прямых иностранных инвестиций от инвестиционного климата страны. Инвестиционный климат оценен авторами с использованием статистических данных из отчетов и рейтингов международных организаций и агентств. В качестве дополнительного фактора инвестиционной привлекательности страны рассмотрены особые экономические зоны, в том числе планируемые к реализации в России территории опережающего развития.

Ключевые слова: иностранные инвестиции; инвестиционная привлекательность; особые экономические зоны; территории опережающего развития.

Увеличение масштабов международного движения капитала и встраивание практически всех стран мира в международные производственно-сбытовые цепочки делают актуальным исследование, посвященное оценке инвестиционной привлекательности государств и рынков для инвесторов. В условиях глобализации мировой экономики страны конкурируют за привлечение иностранных инвестиций, создавая благоприятный инвестиционный климат, предлагая налоговые льготы и другие стимулы международным компаниям. Для многих стран прямые иностранные инвестиции стали важнейшим инструментом развития национальной экономики и налаживания международных связей.

Инвестиционный климат считается одним из ключевых факторов привлечения иностранных инвесторов в страну. Большинство правительств стран мира стремятся создать как можно более благоприятные условия для ведения бизнеса. Многие международные экономические организации и мировые рейтинговые агентства оценивают различные аспекты инвестиционного климата государств мира, составляют рейтинги стран по их привлекательности для иностранных инвесторов.

В статье ставится цель определить зависимость притока иностранного капитала от степени благоприятности инвестиционного климата на основе применения корреляционного анализа. Проверяется гипотеза о том, что инвестиционный климат является фактором, полностью определяющим приток прямых иностранных инвестиций в страну.

Как известно, в каждом конкретном случае решение об инвестировании принимается с учетом субъективной позиции инвестора исходя из объективных факторов производственного потенциала и институциональных условий открытия предприятия с иностранными инвестициями в стране. Для многих корпораций нередко комфортнее и удобнее инвестировать в экономику соседних стран либо сходных по совокупности факторов экономического развития, менталитету, языку и т. п. Фактор культурной близости зачастую определяет направления осуществления прямых иностранных инвестиций международными корпорациями.

Для ответа на вопрос, в какой степени инвестиционный климат влияет на приток иностранных инвестиций в страну, прежде всего авторами отобраны и предложены методы оценки инвестиционного климата страны, которые позволяют сопоставить страны мира по уровню инвестиционной привлекательности.

Подходы к оценке инвестиционного климата

Одним из наиболее авторитетных и общепризнанных на уровне правительств государств подходов к оценке инвестиционного климата является рейтинг стран мира по созданию ими благоприятных условий для ведения бизнеса, ежегодно публикуемый Всемирным банком в докладе «Ведение бизнеса». Аналитиками Всемирного банка оцениваются и отслеживаются изменения нормативно-правовых актов, регулирующих деятельность, прежде всего, малых и средних компаний в стране на протяжении их жизненного цикла — от создания до ликвидации. В подготовке доклада участвуют более 6 700 экспертов: консультанты по вопросам предпринимательской деятельности, юристы, экономисты, государственные служащие, а также ведущие ученые разных стран мира, оказывающие методическую и экспертную помощь [1].

Всемирный экономический форум ежегодно публикует исследование, посвященное оценке международной конкурентоспособности стран. Эксперты форума определяют национальную конкурентоспособность как способность страны и ее институтов обеспечивать стабильные темпы экономического роста, которые были бы устойчивы в среднесрочной перспективе [2]. Индекс глобальной конкурентоспособности определяется Всемирным экономическим форумом совместно с сетью партнерских организаций (ведущих исследовательских институтов и организаций в странах мира) по методике, основанной на комбинации общедоступных статистических данных и результатов глобального опроса руководителей компаний. Индекс глобальной конкурентоспособности рассчитан на основе 113 переменных, из которых 2/3 представляют собой результаты опроса руководителей международных компаний.

Кредитные рейтинги, присваиваемые международными рейтинговыми агентствами государствам, регионам и компаниям также характеризуют инвестиционный климат. Рассчитываются на основе финансовой истории участников рынка, а также оценок размера их активов и взятых на себя финансовых обязательств. Основное предназначение подобных оценок — дать потенциальным кредиторам/вкладчикам представление о вероятности своевременной выплаты взятых финансовых обязательств. При этом существует правило, что при определении кредитного рейтинга компании определенной страны, он не может превышать кредитный рейтинг государства, в котором базируется данная компания. А это уже влияет на возможность привлекать заемные средства для такой компании, что является важной составляющей инвестиционного климата страны. Три крупнейшие рейтинговые агентства — Standard & Poor's, Moody's, Fitch — являются на сегодняшний день лидирующими организациями в мире по присвоению кредитных рейтингов странам и организациям [3].

Авторами предложена комплексная методика оценки инвестиционного климата страны, которая изложена в статье «Методические подходы к оценке инвестиционной привлекательности страны для иностранных компаний» [4]. Преимуществом методики выступает оценка инвестиционного климата стран в трех измерениях: правовая среда, экономическая среда и уровень риска.

Оценка влияния инвестиционного климата на объемы привлечения иностранного капитала на основе корреляционного анализа

Корреляционный анализ проведен по парам показателей, одним из которых является показатель объема привлеченных прямых иностранных инвестиций, а другой —

один из показателей инвестиционного климата страны. Объем накопленных прямых иностранных инвестиций на душу населения, доля накопленных прямых иностранных инвестиций в ВВП, среднегодовые темпы прироста прямых иностранных инвестиций рассматриваются как зависимая переменная, а показатель инвестиционного климата — в качестве независимой переменной.

Анализ проводился по 174 странам мира с 2006 по 2013 г. Результаты корреляционного анализа представлены в табл. 1–3 [5].

Таблица 1

**Коэффициенты корреляции показателей притока иностранных инвестиций
и рейтинга стран Всемирного банка «Ведение бизнеса»**

Показатель	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Накопленные прямые иностранные инвестиции на душу населения	0,49	0,46	0,34	0,29	0,28	0,29	0,35	0,32
Накопленные прямые иностранные инвестиции к ВВП, %	0,15	0,22	0,17	0,16	0,14	0,12	0,11	0,08
Среднегодовой темп прироста прямые иностранные инвестиции (10-летняя скользящая средняя), %	-0,06	0,08	0,05	0,01	0,03	-0,02	-0,09	-0,19
Накопленные прямые иностранные инвестиции	0,34	0,36	0,39	0,37	0,34	0,35	0,34	0,32

Из табл. 1 следует, что корреляция показателей притока прямых иностранных инвестиций в страну с рейтингом «Ведение бизнеса» относительно невысока. При этом наиболее сильная корреляция рангов стран по благоприятности условий для ведения бизнеса прослеживается с показателями накопленных прямых иностранных инвестиций (общего объема и на душу населения) — 0,32 в 2013 г.

Таблица 2

**Коэффициенты корреляции показателей притока иностранных инвестиций
и рейтингов агентства S&P**

Показатель	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Накопленные прямые иностранные инвестиции на душу населения	0,45	0,41	0,43	0,41	0,43	0,41	0,46	0,42
Накопленные прямые иностранные инвестиции к ВВП, %	0,13	0,20	0,13	0,15	0,16	0,16	0,12	0,04
Среднегодовой темп прироста, %	0,03	0,09	-0,08	-0,09	-0,07	-0,08	-0,12	-0,26
Накопленные прямые иностранные инвестиции	0,41	0,44	0,50	0,49	0,49	0,48	0,46	0,41

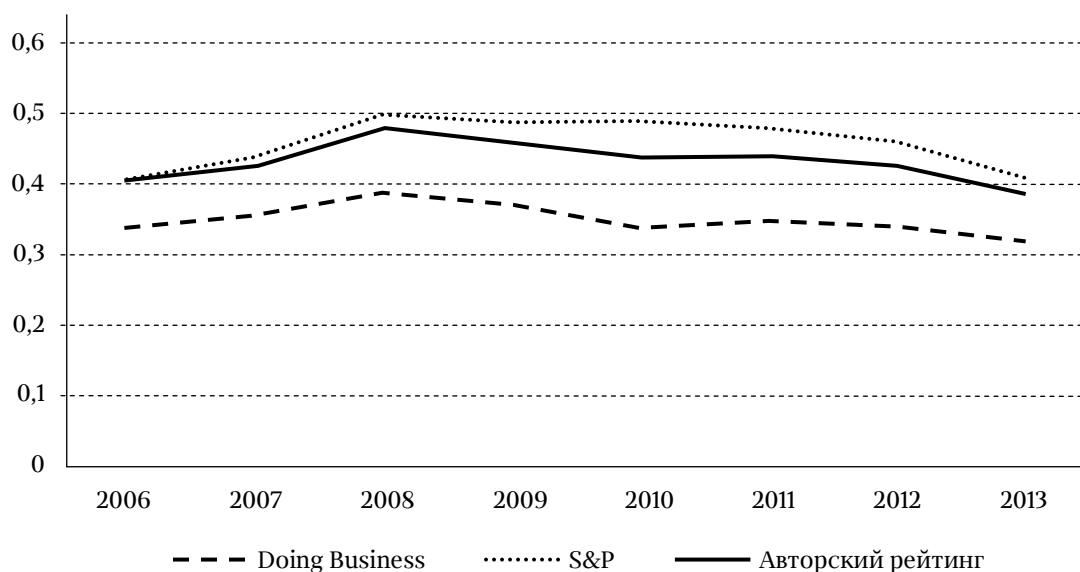
По итогам расчета коэффициентов корреляции притока ПИИ с кредитными рейтингами S&P можно заключить, что уровень тесноты связи показателей выше значений коэффициентов корреляции с рейтингом «Ведение бизнеса» — 0,42 в 2013 г.

Таблица 3

**Коэффициенты корреляции показателей притока иностранных инвестиций
и авторского рейтинга инвестиционного климата стран мира**

Показатель	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Накопленные прямые иностранные инвестиции на душу населения	0,51	0,48	0,40	0,38	0,39	0,37	0,43	0,41
Накопленные прямые иностранные инвестиции к ВВП, %	0,24	0,31	0,28	0,25	0,24	0,20	0,16	0,11
Среднегодовой темп прироста за 10 лет, %	0,03	0,20	0,11	0,03	0,01	-0,06	-0,08	-0,20
Накопленные прямые иностранные инвестиции	0,41	0,43	0,48	0,46	0,44	0,44	0,43	0,39

Значения коэффициентов корреляции прямых иностранных инвестиций с рейтингами стран по благоприятности инвестиционного климата, рассчитанных тремя способами в динамике за период 2006–2013 гг. представлены на рисунке.



Коэффициенты корреляции показателей инвестиционного климата и накопленных прямых иностранных инвестиций на душу населения

Самые высокие коэффициенты корреляции получены при рассмотрении взаимозависимости показателей инвестиционного климата и объема накопленных прямых иностранных инвестиций. Тот факт, что данная корреляция является наиболее сильной из всех рассмотренных, означает, что независимо от масштабов экономики инвестиционный климат определяет степень участия иностранных инвесторов в экономике страны.

Рассматривая показатели инвестиционного климата, наиболее высокие показатели корреляции получены с авторской методикой и суверенными рейтингами государств агентства S&P. Рейтинг «Ведение бизнеса» продемонстрировал относительно низкие показатели. Следовательно, при разработке авторской методики оценки инвестиционного климата был правильно предложен методический подход к оценке инвестиционного климата в части учета не только правовых и бюрократических аспектов ведения бизнеса, но и общеэкономической среды, а также уровня рисков для инвестора в рассматриваемой стране. Также сравнительно высокий уровень корреляции результатов оценки инвестиционного климата по авторской методике и показателей объема накопленных инвестиций подтверждает, что авторами корректно отобраны важнейшие показатели из докладов международных организаций для составления рейтинга стран по инвестиционному климату. Вместе с тем, отсутствие сильной взаимосвязи между всеми протестированными показателями инвестиционного климата и объема прямых иностранных инвестиций свидетельствует о том, что инвестиционный климат не во всех случаях является определяющим фактором при принятии решения об инвестировании. Такими решающими факторами может стать наличие объектов для инвестирования в стране, являющихся целью иностранного инвестора (например, уникальная технология, или наличие природных ресурсов, дешевой рабочей силы).

Наличие корреляции между показателями притока прямых иностранных инвестиций в страну и рейтингами S&P означает, что рейтинговые агентства проводят глубокий анализ экономической и политической ситуации в стране, дают объективную оценку текущей способности государства обеспечивать исполнение принятых на себя обяза-

тельств, что, в свою очередь, является хоть и косвенным, но довольно точным индикатором инвестиционного климата страны. Из данной ситуации можно сделать вывод, что, несмотря на критику действий международных рейтинговых агентств со стороны многих государств к их рейтинговым оценкам стоит относиться с должным вниманием и при необходимости применять меры для улучшения инвестиционного климата.

Особые экономические зоны как фактор инвестиционной привлекательности страны

По итогам проведенного корреляционного анализа можно заключить, что инвестиционный климат страны, являясь одним из важнейших факторов при принятии решения об инвестировании, не определяет в полной степени приток иностранных инвестиций в страну.

В этой связи представляет интерес рассмотрение иных факторов, обеспечивающих приток прямых иностранных инвестиций в страну. Такими факторами могут служить особые экономические зоны, на территории которых инвесторам предоставляются налоговые льготы и упрощенные условия ведения бизнеса. Например, Китай, признанный мировой лидер по привлечению ПИИ, имеет несколько видов территорий, предоставляющих льготные условия для иностранных инвесторов [6]:

- 5 специальных экономических зон (СЭЗ);
- 90 зон технико-экономического развития государственного уровня, расположенных в крупных городах;
- 114 зон новых и высоких технологий;
- 13 свободных таможенных зон;
- 14 зон приграничного экономического сотрудничества государственного уровня.

Каждая зона нацелена на развитие в строго определенном направлении. Так, СЭЗ были созданы на восточном побережье Китая в начале 1980-х гг. в целях активизации привлечения иностранных инвестиций. Согласно льготному режиму, действующему на территории СЭЗ, администрации зон в лице Управляющих комитетов пользуются правами провинциальных правительств в области регулирования местной экономики и разработки соответствующей нормативно-правовой базы. В частности, они самостоятельны в вопросах заимствования средств на мировом и внутреннем кредитных рынках, размещения за рубежом облигаций в рамках лимитов, предоставляемых центральным правительством. При этом они отвечают за свои обязательства собственными средствами. В отношении предприятий-резидентов СЭЗ применяются льготная ставка налога на прибыль и пятилетние «налоговые каникулы» с полным или частичным освобождением от уплаты данного налога (первые два года налог не взимается, последующие три года — 50% действующей ставки). До 2008 г. льготная ставка налога на прибыль составляла 15% (на других китайских предприятиях вне льготных зон — 33%) [6].

Указанные особые зоны ведения бизнеса в Китае доказали свою эффективность: в 1985 г. объем привлеченных в СЭЗ прямых иностранных инвестиций (ПИИ) составил 1,17 млрд дол. (20% всех ПИИ), а в 2006 г. на СЭЗ приходилось 7,3 млрд дол. прямых иностранных инвестиций (9% ПИИ), 22% товарного экспорта (37 млрд дол.) и 5% ВВП Китая.

Федеральным законом от 29 декабря 2014 г. № 473-ФЗ «О территориях опережающего социально-экономического развития в Российской Федерации» предусмотрено установление особых правовых режимов осуществления предпринимательской деятельности на территориях опережающего социально-экономического развития (далее — ТОР) на Дальнем Востоке. Базу документа составил опыт наиболее успешных аналогичных территорий в странах Азиатско-Тихоокеанского региона — Южной Кореи, Китая и Сингапура.

Резиденты ТОР полностью освобождаются от налога на добавленную стоимость, не будут платить налог на ввозимые для производственных нужд товары — сырье, материалы, работы, услуги. Согласно федеральному закону от 29 ноября 2014 г. № 380-ФЗ «О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации в связи с принятием федерального закона „О территориях опережающего социально-экономического развития в Российской Федерации“» налог на прибыль, зачисляемый в федеральный бюджет, составит 0%, в региональный — всего 5% в течение десяти налоговых периодов. В течение последующих периодов — не более 10%. Резидентов также освободят от налога на имущество организаций. Общая сумма страховых взносов составит 7,6%, в том числе 3% в Пенсионный фонд Российской Федерации; 1,5% в Фонд социального страхования Российской Федерации; 1,5% в Федеральный фонд обязательного медицинского страхования и 1,6% в Территориальный фонд обязательного медицинского страхования. Общая налоговая нагрузка на резидентов ТОР составит 12,2%.

Предполагается, что указанные льготы обеспечат резидентам территорий опережающего социально-экономического развития конкурентные преимущества и благоприятные условия ведения предпринимательской и инвестиционной деятельности, чем резидентам аналогичных территорий стран Азиатско-Тихоокеанского региона.

Управляющая компания будет курировать строительство инфраструктуры ТОР и обслуживать ее, предоставлять юридические и иные услуги резидентам (бухгалтерские услуги, таможенного брокера) [7]. Кроме того, управляющую компанию наделят почти всеми хозяйственными функциями, которые сейчас исполняют муниципалитеты. Иными словами, местных чиновников дистанцируют от управления создаваемыми территориями.

Заключение

По результатам проведенного корреляционного анализа были получены следующие выводы:

- Из рассматриваемых показателей инвестиционной деятельности зарубежных компаний в стране наиболее высокие значения коэффициентов корреляции характерны для объема накопленных прямых иностранных инвестиций на душу населения.
- Среди показателей инвестиционного климата наибольшая корреляция наблюдается с суверенными рейтингами, присвоенными агентством S&P, и авторской методикой оценки инвестиционного климата стран. Коэффициенты корреляции притока ПИИ с авторским рейтингом инвестиционного климата оказались примерно на одном уровне с показателями корреляционного анализа соответствия объема накопленных ПИИ на душу населения и кредитного рейтинга S&P.
- В последние годы прослеживается отрицательная связь между среднегодовыми темпами прироста прямых иностранных инвестиций в страну и показателями инвестиционного климата.
- В годы мирового экономического кризиса (2008 и 2009 гг.) коэффициенты корреляции в подавляющем большинстве случаев снизились.
- Теснота связей между показателями на уровне 40% недостаточна, чтобы заключить, что инвестиционный климат в определяющей степени объясняет направления и масштабы международного перемещения капитала между странами. Можно предположить, что помимо условий ведения бизнеса, благоприятной правовой и экономической среды на объемы привлечения ПИИ в конкретную страну могут оказывать влияние и другие значимые факторы.

• Территории опережающего развития в России могут стать дополнительным существенным стимулом для привлечения иностранных инвестиций, а также важным инструментом социально-экономического развития Дальнего Востока.

• Однако основное внимание должно быть уделено построению современной модернизированной экономики, усилению институтов защиты прав частной собственности, улучшению бизнес климата и правовой среды, сокращению коррупции и рисков инвестирования, что позволит России занимать достойную позицию в кредитных рейтингах, а также в рейтинге «Ведение бизнеса», и, в конечном итоге, привлекать необходимые объемы прямых иностранных инвестиций для развития обрабатывающей промышленности и повышения уровня жизни населения.

Источники

1. *Doing Business 2013. Smarter Regulations for Small and Medium-Size Enterprises*. Washington: The World Bank, 2013.

2. *The Global Competitiveness Report 2013*. Geneva: World Economic Forum, 2013.

3. *Standard & Poor's ratings historical data 1975-2015*. URL: http://www.standardandpoors.com/en_EU/web/guest/home.

4. Капустина Л. М., Портнов Н. А. Методические подходы к оценке инвестиционной привлекательности страны для иностранных компаний // *Известия Уральского государственного экономического университета*. 2014. № 2.

5. *UNCTAD Statistics Database*. URL: <http://unctadstat.unctad.org>.

6. *Особые экономические зоны Китая* // Портал внешнеэкономической информации М-ва экон. развития России. URL: http://www.ved.gov.ru/exportcountries/cn/about_cn/laws_ved_cn/special_area_cn.

7. Лобыкин А. Китайского инвестора заманят на Дальний Восток. URL: <http://expert.ru/2014/04/8/dalnij-vostok-peremanit-investorov-iz-kitaya-i-singapura>.

Процессы слияния и поглощения компаний в современной мировой практике

Козлова Оксана Александровна¹, Гасанов Саиб Акиф-оглы²

¹ Доктор экономических наук, профессор кафедры маркетинга и рекламы Омского государственного университета имени Ф. М. Достоевского, г. Омск (sibomsk@mail.ru)

² Студент кафедры маркетинга и рекламы Омского государственного университета имени Ф. М. Достоевского, г. Омск (gasanov.saib@gmail.com)

Аннотация. В статье представлен анализ сложившейся ситуации на современном мировом рынке слияний и поглощений; анализируются факторы проведения успешных сделок; кратко описана процедура формирования объективного представления об объекте инвестирования.

Ключевые слова: слияния компаний; поглощение компаний; транснациональные компании; дью-дилідженс (должная добросовестность).

В течение последних полутора лет деятельность, направленная на слияния и поглощения (далее — M&A), получила существенное развитие. Специалисты считают, что это достаточно длительный тренд, который затронет множество индустрий, как в государственном, так и в частном секторах экономики и скажется на деятельности всех игроков. Согласно отчету компании Deloitte, из 2 500 опрошенных менеджеров международных бизнесов, 84% ожидают стабильный, а может и ускоренный темп развития деятельности M&A в течение ближайших двух лет, а также ускоренный рост числа подобных сделок [1, р. 4].

Кроме прогнозов, описанных выше, есть еще несколько факторов, обуславливающих актуальность изучения современных тенденций на рынке M&A. Считается, что сегодня на рынках наблюдаются идеальные условия для межфирменных взаимодействий в рамках слияний и поглощений. Возвращаясь к опросу, проведенному Deloitte, 59% опрошенных заявляют о наличии более чем достаточных средств для реализации M&A. В то же время рынки ценных бумаг не стоят на месте, обеспечивая компании валютой для проведения транзакций, а низкие кредитные ставки сподвигают корпорации на заем денег для проведения операций по слиянию и поглощению. Мировая экономика в целом, можно сказать, близка к стабилизации, годовой темп роста ее составляет всего лишь 2,5–3%, что также заставляет корпорации обращаться к рынку M&A для обеспечения собственного роста, который не ограничивался бы темпами роста экономики в целом [2, р. 18–19].

Таким образом, становится очевидна необходимость внимательного изучения ситуации, в которой находится рынок слияний и поглощений, наблюдающихся на нем тенденций, диктующих деятельность ТНК в рамках данного рынка, а также наиболее выдающихся инструментов M&A, среди которых все большие обороты набирает DueDiligence, использование которого в статье рассмотрено с учетом опыта международной компании Unilever.

Мировые эксперты отмечают, что сегодня на рынке слияний и поглощений отличные условия. Рынок произошел в I квартале 2014 г. В течение лишь семи дней февраля компании США сообщили о рекордных транзакциях общей суммой около 120 млрд дол. Во всем мире общая стоимость транзакций в течение первых трех месяцев года возрос-

ла на 52% по сравнению с аналогичным периодом в прошлом году, что обусловило лучшее начало года для международной деятельности с 2011 г. [3, p. 8].

Согласно Тому МакГи, заместителю генерального директора компании Deloitte, практически все представители бизнесов в разных отраслях ожидают увеличение количества сделок на рынке M&A. Большие и малые компании не собираются прекращать подобную деятельность, будучи уверенными в ее перспективности и собственных способностях [1, p. 6].

По данным [4], в ближайшие несколько лет наибольшая активность с точки зрения M&A ожидается в следующих основных секторах, %:

Высокие технологии	28,1
Здравоохранение	20,4
Альтернативные источники энергии	16,0
Нефтегазовая промышленность	15,9
Финансовые структуры	15,7

По результатам исследований 21% из опрошенных Deloitte бизнесменов сообщили, что на ближайшие 12–18 месяцев их стратегия слияний и поглощений будет фокусироваться вокруг крупных трансформационных сделок. Еще 32% опрошенных полагаются на активные поиски небольших сделок стратегического значения, в то время как другие 26% придерживаются пассивной политики, выжидая удачные возможности и соответственно на них реагируя. Все большее число исполнительных директоров задумываются об использовании благоприятной ситуацией на рынке для того, чтобы серьезно изменить свой бизнес, стимулировать рост и стать лидером рынка [1, p. 7].

Предсказуемо, компании, готовые совершать самые крупные и дорогостоящие сделки — это транснациональные корпорации. Согласно специалистам, если компания приносит более 1 млрд дол. годового дохода, вероятность совершения ею крупной M&A сделки вдвое больше аналогичного показателя среди компаний с доходами между 10 и 50 млн дол. в год. Подобно этому, публичные компании более предрасположены к совершению крупных сделок, чем компании, находящиеся в частном владении одной семьи [5, p. 5].

Говоря о сферах деятельности, корпорации в сфере телекоммуникаций и высоких технологий чаще ищут крупные сделки, в то время как представители нефтегазовой промышленности предпочитают мелкие стратегические решения [6].

Основная причина, побуждающая к участию в слияниях и поглощениях — стремление к расширению и диверсификации потребительской базы. Почти 3/4 опрошенных компаний назвали приобретение новых потребителей и расширение географии влияния основной целью M&A сделок. Более половины признались, что прежде всего рассматривают приобретение компании на зарубежном рынке, так как существует восприятие транснациональных сделок слияния и поглощения как хороших драйверов развития позиций компании за рубежом [1, p. 8].

Хотя деятельность на рынке M&A ни в коем случае не снижает обороты, а владельцы бизнесов заинтересованы в выгодном приобретении бизнесов, почти все признаются, что некоторая часть денежных вложений неизбежно не оправдывает себя. Оценка выгоды и рисков, связанных со сделками по слиянию и поглощению — целая наука, которой занимаются высокопрофессиональные и опытные специалисты. Мы, разумеется, не будем вдаваться в такие подробности, а лишь рассмотрим определенные факторы, влияющие на успешность сделок.

Во-первых, способность интегрирования обозначена как главная проблема на пути к прибыльным слияниям. По словам Уильяма Терри, чаще всего проблемы возникают в так называемых «исполнительных разрывах» между разными ступенями сделки.

Во-вторых, специалисты выделяют неправильную оценку покупаемой компании как фактор неудачи, на который влияют качество и своевременность информации об участниках сделки, а также о способности руководителей управлять процессами слияния.

В-третьих, системная интеграция выступает главным признаком успешного приобретения. В данном случае на качество интеграции влияют такие факторы, как сохранение и расширение потребительской базы, соблюдение нюансов культурных взаимодействий и достижения полной синергии в работе приобретателя и приобретенного [7, р. 8–9].

В-четвертых, наличие четкой структуры управления. Контроль интеграции двух компаний включает в себя установление четких управленческих рамок, которые определяют, кто и с какой скоростью может решать вопросы внутри организации

Разумеется, нельзя забывать и то, что ситуация в окружающей среде имеет огромное влияние на сделку, т. е. экономическая ситуация, в стране (или обеих странах в случае транснациональных сделок), состояние отрасли (или нескольких отраслей).

Чтобы минимизировать влияние негативных факторов, компаниями используется ряд инструментов, в основном относящихся к оценке выгодности сделки. Наибольшую известность среди них набирает DueDiligence (дью-дилидженс) — это процедура формирования объективного представления об объекте инвестирования, включающая в себя оценку инвестиционных рисков, независимую оценку объекта инвестирования, всестороннее исследование деятельности компании, комплексную проверку ее финансового состояния и положения на рынке. Проводится обычно перед началом покупки бизнеса, осуществлением сделки по слиянию (присоединению), подписанием контракта или сотрудничеством с этой компанией.

Цель проведения данной процедуры — избежание или максимальное снижение существующих предпринимательских рисков (правовых, экономических, налоговых и маркетинговых). Важно понимать, что дью-дилидженс — это ни в коем случае не аудит.

Процедура, которую мы рассмотрим, описана нами с учетом опыта международной компании Unilever, на основе проведенного экспертного интервью. Компания сама проводит дью-дилидженс (с привлечением внешних специалистов), время на проведение которой обычно занимает около года.

Процедура состоит из нескольких этапов:

- 1) создание команды;
- 2) проведение финансовой экспертизы;
- 3) оценка объекта приобретения;
- 4) правовая оценка деятельности компании;
- 5) отчет потенциальному инвестору для подготовки бизнес-кейса.

Состав команды дью-дилидженс: аудиторы (внешние или внутренние); отдел репортинга; финансовые бизнес партнеры; юристы (внешние и внутренние); отдел маркетинга; отдел продаж; отдел SHE (safety, health, environment); производство (инженерный персонал); отдел персонала.

Информация поступает из десятков видов источников, которые мы не будем перечислять здесь в связи ограничениями статьи, скажем лишь в общем, что результаты выполнения работ основываются на полученной внутренней информации, законодательных и внутренних нормативных актах, данных, предоставленных конкурентами и партнерами Предприятия — объекта исследования.

Факторы успеха проведения дью-дилидженс, которую выделяют специалисты Unilever:

1. Профессиональная экспертиза.
2. Гибкость в принятии решений.
3. Дисциплина.
4. Уважение.

Разумеется, DueDiligence со всей своей детальностью и многоступенчатостью — не панацея и эта методика имеет ряд своих сложностей:

1. Содействие и поддержка со стороны менеджмента Продавца в условиях конфиденциальности
2. Высокая стоимость
3. Подбор профессиональной команды с экспертизой в конкретном бизнесе
4. Качество предоставляемой для анализа информации и документов.
5. Сложность получения необходимой аналитики в разных системах и учетных данных (особенность Российского рынка)

Согласно статистике, предоставляемой самой компанией, в 8 из 10 случаев после проведения долгого и дорогостоящего DueDiligence, Unilever принимает решение отказаться от приобретения. Кто-то может сказать, что это плохо и поставить под вопрос саму целесообразность траты ресурсов на проверку, однако, по словам представителей компании, убытки, понесенные в результате неудачного приобретения, с лихвой оправдывают время и деньги, потраченные на процедуру.

Подводя итоги всему сказанному выше, слияния и поглощения сегодня — центральная стратегия, с помощью которой достигается серьезный рост компаний. Учитывая прогнозы на текущий и ближайшие два года, корпорации имеют в своих руках все необходимое, для использования M&A как серьезного драйвера роста.

По словам МакГи, условия на рынках M&A сегодня идеальные. Корпорации, имеющие четкую стратегию слияний и поглощений способны обеспечить максимально полезное использование новоприобретенных компаний в рамках собственной структуры. Процедуры оценки вроде DueDiligence затратны, однако способны при правильном применении помочь компании определиться с целесообразностью покупки и в дальнейшем лучше интегрироваться, максимизируя тем самым пользу от сделки.

Невозможно учесть все факторы и быть ко всему готовым, однако те, кто имеет четкое видение и стратегию, следит за трендами и использует новейшие технологии оценки, может избежать потенциально расточительных сделок и максимально полезно использовать текущую ситуацию на мировом рынке слияний и поглощений.

Источники

1. M&A Trends Report 2014 / Deloitte. URL: <http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/mergers-acquisitions/us-ma-trends-survey-060114.pdf>.
2. 2013 Q3 Global CFO Signals: Positively Contagious / Deloitte. URL: <http://www2.deloitte.com/global/en/pages/finance/articles/2013-q3-global-cfo-signals.html>.
3. Mergers & Acquisitions Review: Financial Advisors. Full Year 2014 / Thomson Reuters. URL: http://dmi.thomsonreuters.com/Content/Files/4Q2014_Global_MandA_Financial_Advisory_Review.pdf.
4. Langston R. M&A Deal Makers. URL: <http://raconteur.net/finance/ma-deal-makers>.
5. Merger, Acquisition, Divestiture and Alliance Services / Accenture Strategy. URL: <https://www.accenture.com/cn-en/service-mergers-acquisitions-merger-integration-strategy.aspx>.
6. McAuley A. Energy Sector Mergers and Acquisitions in Focus. URL: <http://www.thenational.ae/business/energy/energy-sector-mergers-and-acquisitions-in-focus>.
7. Bridging the Gap: M&A. Are CFOs and Boards Aligned? / Deloitte. URL: <http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/mergers-acquisitions/us-ma-bridging-the-gap.pdf>.

Роль глобальных проектных команд в реализации международной промышленной кооперации

Кондратенко Юлия Николаевна

Кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга и международного менеджмента Уральского государственного экономического университета, г. Екатеринбург (julkon@yandex.ru)

Аннотация. В статье описывается специфика сотрудничества компаний в форме международной промышленной кооперации; даются определение и классификация основных видов контрактного взаимодействия компаний; приводится организационный механизм реализации кооперационного взаимодействия. Международная промышленная кооперация и кооперационные объединения международных стратегических альянсов рассматриваются как глобальный проект. Анализируется роль глобальных проектных команд для осуществления международного кооперационного взаимодействия, уточняется специфика глобального проектного управления; анализируются кросскультурные факторы, влияющие на эффективность работы в рамках глобальной команды.

Ключевые слова: международная промышленная кооперация; глобальный проект; глобальная команда.

Международная промышленная кооперация (МПК) — это форма взаимодействия юридически и экономически независимых промышленных предприятий, принадлежащих юрисдикции и капиталу разных стран, на основе координации функций или совместной деятельности в области производства, НИОКР, сбыта и управления с целью повышения конкурентоспособности участников.

В условиях дефицита средств у многих предприятий их участие в МПК является одним из наиболее эффективных средств постепенного технического перевооружения, увеличения объемов экспорта, достижения международных стандартов по качеству продукции и обеспечения загрузки мощностей. Контрактные формы международной промышленной кооперации (международная производственная, сервисно-сбытовая, научно-техническая и управленческая кооперация) позволяют, в отличие от прямых иностранных инвестиций и создания совместных предприятий, получить преимущества даже более слабому партнеру, снижают риск потери технологий и самостоятельности в принятии решений.

В европейской экономической литературе, начиная с конца 1980-х гг., исследователями (такими как С. Франкен [1], Х.-Й. Брасцюк и М. Хайденрайх [2], др.) разрабатываются принципы, инструменты и механизмы, являющиеся базисом для организации успешного международного сотрудничества. Анализ зарубежных моделей и алгоритмов кооперации позволил нам обосновать организационный механизм реализации МПК, основанный на использовании методов проектного управления. МПК может рассматриваться как проект, так как обладает основными признаками проекта: она направлена на достижение конкретных целей; включает в себя координированное выполнение взаимосвязанных действий; имеет ограниченную протяженность во времени, с определенным началом и концом; и, учитывая комплексный характер и неоднородность хозяйственных связей партнеров, любое кооперационное взаимодействие предприятий является, в определенной степени, неповторимым и уникальным.

Разработанный нами организационный механизм реализации международной промышленной кооперации включает восемь элементов — 1) оценка готовности предприятия к МПК и определение целей, вида и формы МПК на основе анализа базовых

требований зарубежного партнера; 2) поиск и выбор партнера; 3) уточнение формы МПК и предварительная ее экспертиза; 4) документальное оформление МПК, распределение рисков и затрат между партнерами; 5) подготовка к реализации МПК: решение технико-экономических вопросов и организация работы персонала; 6) реализация МПК; 7) оценка эффективности МПК; 8) анализ результатов и выработка мер по повышению эффективности международной промышленной кооперации.

Изучение ряда примеров международного кооперационного взаимодействия позволило нам сделать вывод, что на практике успех кооперации зависит во многом от социальных факторов, то есть от работы менеджеров, обеспечивающих связь предприятий. Для партнеров важно оперативно получать профессиональные ответы на свои вопросы и предложения. Учитывая, что на крупном предприятии в рамках жесткой иерархии это условие выполнить сложно, хорошим решением для повышения эффективности МПК является уход от иерархических функциональных моделей путем построения гибких организационных структур матричного типа, предполагающих формирование временных коллективов, создаваемых под конкретный проект и пользующихся определенной свободой в своей работе. Подобными коллективами могут стать проектные команды, создаваемые либо сразу после достижения основных договоренностей с партнером по кооперации и их документального закрепления в протоколах и соглашениях, либо на стадии согласования основных вопросов.

Однако следует учесть, что в последние годы в мире наблюдается тенденция перехода от образования двусторонних международных партнерств к созданию международных межфирменных сетей на основе объединения международных стратегических альянсов. Под контролем из штаб-квартиры крупной американской, японской или западноевропейской компании находится работа независимых научно-исследовательских центров, проектных институтов, серийных заводов, торговых фирм, расположенных в разных странах мира. Организация данной системы межстранового кооперационного взаимодействия предполагает использование принципов глобального проектного управления, требует создания глобальных проектных команд, имеющих свою специфику.

М. Саваж использует в своей работе термин «менеджмент 5-го поколения», суть которого состоит в том, что отношения собственности, вертикальная иерархия, матричная структура, компьютерная связь обеспечили горизонтальную связь различных функций и вертикальную связь между людьми, способствуя созданию единой сети знаний [3, с. 111]. Структура менеджмента 5-го поколения перемещает функциональные отделы в положение команд, работающих между предприятиями параллельно и ориентированных на самостоятельные задачи.

В настоящее время в литературе даются различные классификации и определения проектам, осуществляемым с привлечением специалистов из разных стран. Исследователь Дж. Биндер дает следующую классификацию проектов [4, с. 18]:

- 1) рассредоточенные проекты — проекты, в которых члены команды работают в одной компании, но находятся в разных странах;
- 2) международные проекты — проекты, в которых члены команды работают в разных странах, но являются сотрудниками одной компании;
- 3) виртуальные проекты — проекты, в которых члены команды работают в разных компаниях и находятся в разных странах;
- 4) глобальные проекты — проекты, управляемые через границы, с членами команды из разных культур, с разными языками, работающих в разных странах по всему миру.

К признакам глобального проекта мы можем отнести:

- разные страны — местонахождение членов проектной команды минимум в двух разных странах;

- разные организации — члены проектной команды могут работать для одного департамента в одной компании, для нескольких департаментов в другой компании или даже нескольких компаний. Для членов команды характерна приверженность к разным организационным и управленческим процедурам и корпоративным культурам;

- разные культуры — помимо отличий в корпоративных культурах проектная команда сталкивается с особенностями в обычаях и традициях, образе мыслей, религии;

- разные языки — члены команды говорят на разных языках. И хотя международные компании используют единый язык делового общения, то языковые отличия все-таки накладывают свой отпечаток;

- разные часовые пояса — зачастую члены глобальной проектной команды могут находиться в разных часовых поясах, что накладывает свой отпечаток на организацию совместных встреч и решение вопросов в рабочее время.

Под глобальным проектом мы понимаем ограниченную по времени уникальную деятельность, направленную на достижение конкретных целей путем координированного выполнения взаимосвязанных действий участников из разных стран и требующую организацию управления через границы.

При реализации международных кооперационных проектов могут быть использованы общие правила проектного менеджмента, например:

- введение личной ответственности членов проекта за конкретную сферу деятельности, что способствует повышению инициативы и мотивации;

- формирование в проектной команде климата открытости и доверия в общении друг с другом, что повышает вероятность успеха проектов;

- сведение к минимуму жесткой иерархии внутри команды и создание атмосферы интенсивного обмена информацией, гласности и открытой системы коммуникаций.

Однако если проект приобретает статус глобального, то следует учесть его специфику в части кросскультурных аспектов, которые ставят перед членами команды целый ряд вопросов:

- как устранить конфликты, возникающие между членами команды, работающими в разных странах;

- как установить доверие между членами команды разной национальности;

- как найти компромисс с членами команды из различных культур;

- как создать единую эффективную мультикультурную команду?

По нашему мнению, для успешного функционирования глобальной проектной команды основное внимание должно быть уделено этапу ее формирования. На данном этапе важно подобрать в команду таких специалистов, которые обладают определенным набором глобальных навыков:

- глобальные коммуникации — возможность общаться на расстоянии;

- глобальный опыт — работа в других странах, в глобальных проектах.

Эти люди требуют меньше усилий на тренинг и обучение, могут дать идеи, как улучшить систему коммуникаций, работу в рамках проекта, исходя из своего прошлого опыта:

- глобальное мышление — понимание культурных особенностей, географических различий;

- понимание культуры — знание организационной и страновой культур. Это значительно упрощает работу с людьми из разных стран;

- технические навыки — умение использовать новые технические средства, базы данных, программное обеспечение;

- самодисциплина и уверенность в себе — это позволяет работать самостоятельно, без постоянного контроля;

- самомотивация и концентрация;

- толерантность к неопределенности — некоторая степень неопределенности всегда присутствует в глобальных проектах, несмотря на усилия руководителя точно распределить роли и зоны ответственности;
- низкие потребности в частом общении — в рамках глобального проекта не так много возможностей для частых социальных контактов и общения;
- открытость и гибкость [4, с. 156].

При этом важно объединять в глобальной команде людей с разным темпераментом, опытом, уровнем знаний и квалификации, так как уникальность участников проекта не только позволяет распределить работу с учетом профессиональных и личностных особенностей человека, но и помогает при проведении «мозговых штурмов», способствуя активному высказыванию идей без страха не соответствовать какому-либо стандарту.

С целью минимизации негативного влияния кросскультурных вызовов, предлагается до начала работы над проектом провести серию тренингов для членов команды:

- языковые — выявить уровень владения, определить язык делового общения;
- кросскультурные — определить культурные различия, продемонстрировать уважение и внимание к ним и установить общие нормы и правила поведения;
- технические — при технических проектах разный уровень понимания стандартов и понятий может вызвать проблемы при сотрудничестве, поэтому важно уточнить терминологию и определить единое понимание концепции.

Выявление культурных особенностей членов команды и степени их близости позволит выбрать оптимальную стратегию управления глобальным проектом — либо стратегию кроссвергенции (сплав вместе практик управления из двух и более культур, чтобы адаптировать их ко всем культурам), либо стратегию гибридизации (использовать общую основу, улучшив ее выборочными элементами из успешных практик стран или культур, где проект осуществляется) [4, с. 123].

На наш взгляд, если культуры членов команды сильно не отличаются или члены команды характеризуются высоким уровнем толерантности и принятия особенностей культур друг друга, более эффективной будет стратегия гибридизации. Стратегия кроссвергенции больше подходит для случаев, когда члены команды имеют значительные расхождения в культурном аспекте и тяжело идут на поиск компромиссов.

Без проведения мероприятий по сплочению глобальной команды работа может быть парализована в первый же месяц, так как, несмотря на тенденции глобализации и массовую стандартизацию, отличия между представителями разных культур сохраняются и требуют учета и анализа.

Подводя итог, следует отметить, что реализация международной промышленной кооперации с использованием механизмов глобального проектного управления имеет свою специфику и требует использования специальных инструментов, однако, при этом позволяет повысить эффективность сотрудничества, увеличивает степень креативности членов команды при проведении мозговых штурмов и повышает отдачу от проекта в целом.

Источники

1. Franken S. Kooperation und Vertrauen. URL: www.wi.fh-koeln.de/homepages/s-franken/docs/F%FCChrung/06F-Kooperation.pdf.
2. Braczyk H.-J., Heidenreich M. Warum kooperieren Betriebe? // Widmaier U. Der deutsche Maschinenbau in den neunziger Jahren. Analysen zu Kontinuität und Wandel einer Branche. Frankfurt a. M.: Campus, 2000.
3. Savage C. M. Fifth Generation Management. Kreatives Kooperieren durch virtuelles Unternehmertum, dynamische Teambildung und Vernetzung von Wissen. Mensch Technik Organisation. Band 12. Zurich, 1997.
4. Binder J. Global Project Management. Communication, Collaboration and Management across Borders. Aldershot, UK: Gower Publishing Ltd., 2007.

Кадровое обеспечение инвестиционных проектов с международным участием

Коковихин Александр Юрьевич¹, Гладкова Татьяна Викторовна²

¹ Кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой экономики труда и управления персоналом Уральского государственного экономического университета, г. Екатеринбург (kau@usue.ru)

² Заместитель министра экономики Свердловской области (gov66@inbox.ru)

Аннотация. В статье анализируется значение оценки «удовлетворенности предпринимателей доступностью трудовых ресурсов необходимой квалификации» (по методике Национального рейтинга состояния инвестиционного климата в субъектах Российской Федерации) в инвестиционной привлекательности региона. Представлены меры, реализуемые в Свердловской области в целях обеспечения доступности для инвесторов квалифицированных кадров. Отмечаются особая роль реализации проектов «НСКК», World Skills и специфика подбора кадров при реализации инвестиционных проектов с зарубежным участием.

Ключевые слова: Национальный рейтинг состояния инвестиционного климата в субъектах Российской Федерации; оценка «удовлетворенности предпринимателей доступностью трудовых ресурсов необходимой квалификации»; национальная система компетенций и квалификаций (НСКК); движение World Skills, рекрутинг.

Среднегодовой объем иностранных инвестиций в экономику Свердловской области с 2007 по 2014 г. составлял 2,1 млрд дол., изменяясь в интервале от 1,3 млрд дол. в 2007 г. до 5,2 млрд дол. в 2012 г. По этому показателю Свердловская область входит в десятку лидирующих регионов Российской Федерации, заняв в 2012 г. 5-е место [1].

Вместе с тем в Национальном рейтинге состояния инвестиционного климата в субъектах Российской Федерации, подготовленном в мае 2014 г. АНО «Агентство стратегических инициатив по реализации новых проектов» по интегральному показателю Свердловская область заняла 18-е место (группа Е) [2]. Особенностью методики формирования рейтинга стал преимущественный учет субъективных оценок представителей предпринимательского сообщества («уровня удовлетворенности») по четырем направлениям: регуляторная среда, институты для бизнеса, инфраструктура и ресурсы и поддержка малого предпринимательства.

По направлению «инфраструктура и ресурсы» Свердловская область вошла в десятку лучших регионов. Однако, оценка «удовлетворенности предпринимателей доступностью трудовых ресурсов необходимой квалификации» составила 3,1 балла, что соответствует группе Е регионов с наименьшими значениями показателей.

В целях повышения инвестиционной привлекательности региона, 30 декабря 2014 г. Председателем Правительства Свердловской области утвержден План мероприятий («дорожная карта») по повышению позиций Свердловской области в Национальном рейтинге состояния инвестиционного климата в субъекте Федерации на 2015–2017 гг. [3]. В дорожной карте установлены целевые значения показателя «удовлетворенности предпринимателей доступностью трудовых ресурсов необходимой квалификации» на 2015, 2016, 2017 гг., составляющие 3,2; 3,5; 4,0 балла соответственно. Достижение показателем значения 4,0 балла позволит Свердловской области войти в топ-5 регионов по удовлетворенности предпринимателей доступностью трудовых ресурсов необходимой квалификации.

Основные мероприятия, реализуемые в целях повышения доступности трудовых ресурсов необходимой квалификации, включают усиление взаимодействия образовательных организаций и работодателей, в том числе в рамках дуальной системы образования, расширение участия организаций Свердловской области в конкурсах профессионального мастерства «Славим человека труда» и соревнованиях по методологии World Skills, являющиеся составными элементами национальной предпринимательской инициативы «Создание национальной системы компетенций и квалификаций».

С 2013 г. Министерство экономики Свердловской области является региональным координатором проекта Агентства стратегических инициатив «Создание национальной системы компетенций и квалификаций».

Значение проекта для Свердловской области связано с тем, что важнейшим условием развития Свердловской области, как промышленного региона является повышение конкурентоспособности продукции. На современном этапе развития основной фактор конкурентоспособности — это качество профессиональных кадров.

Организация взаимодействия всех сторон, заинтересованных в развитии человеческого капитала: исполнительных органов государственной власти, бизнес-сообщества, организаций профессионального образования обеспечена Координационным советом по кадровому обеспечению экономики Свердловской области.

Реализация проекта «Создание национальной системы компетенций и квалификаций» проходит по четырем основным направлениям: создание системы мониторинга спроса и предложения квалификаций и компетенций на рынке труда; развитие системы профессиональной ориентации и управления профессиональным ростом; разработка профессиональных стандартов, обеспечивающих накопление и развитие компетенций; создание системы сертификации компетенций и квалификаций.

В целях обеспечения потребностей экономики Свердловской области в кадрах разрабатывается семилетний прогноз Баланса трудовых ресурсов, проводится работа по обеспечению соответствия структуры трудовых ресурсов потребностям экономики в рамках Координационного Совета Правительства Свердловской области по кадровому обеспечению экономики.

В Свердловской области внедрен программный комплекс прогнозирования кадровых потребностей, впервые позволивший интегрировать в прогнозе кадровых потребностей экономики:

- первичную информацию исполнительных органов государственной власти и 73 городских округов и муниципальных районов Свердловской области по отсутствующим в статистике количественным и качественным характеристикам трудовых ресурсов статистической информации;
- статистическая информация по 12 группам показателей социально-экономического развития в 10 летней ретроспективе;
- актуальные данные по инвестиционным проектам, запланированным в Свердловской области (3 600 проектов);
- информацию предприятий по существующей и планируемой штатной структуре;
- стратегические документы социально-экономического развития.

Портальная версия программного комплекса, размещенная на сайте Правительства Свердловской области, консолидирует более 100 участников процесса и позволяет проводить экспертизу и анализ потребности экономики Свердловской области в специалистах разного профиля, а также анализировать соответствие структуры подготовки специалистов прогнозу потребности в кадрах различных отраслей экономики.

С использованием программного комплекса появилась возможность сформировать прогнозы на долгосрочный период (с 2014 по 2020 г.) по 73 муниципальным образованиям Свердловской области.

В качестве примера — по городскому округу Первоуральск составленный прогноз позволил выявить несоответствие подготовки специалистов потребностям экономики города. Рассчитанный прогноз потребности в подготовке кадров в разрезе специальностей по среднему профессиональному образованию составил 532 специалиста.

Помимо количественных вопросов кадрового обеспечения особое внимание уделено обеспечению соответствия качества профессиональных кадров требованиям современной экономики. Внедрение новых прогрессивных технологий ставит задачу нового качества подготовки персонала. Все большее значение приобретает разработка профессиональных стандартов, обеспечивающих накопление и развитие компетенций и создание системы сертификации компетенций и квалификаций.

Успешно продвигаются в разработке профстандартов такие гиганты нашей промышленности, как НПО «Уралвагонзавод», ООО «УГМК-холдинг», Первоуральский новотрубный завод, ОАО «Нижнетагильский металлургический комбинат.

Разработка профессиональных стандартов в рамках федерального плана осуществляется на базе Уральского федерального университета десять профессиональных стандартов для металлургии и горнодобывающей промышленности совместно с ООО «УГМК-Холдинг» и четыре — для строительной сферы совместно с Союзом предприятий стройиндустрии.

В части профстандартов и сертификации необходим переход на этап масштабирования лучших практик лидеров бизнеса на малый и средний бизнес, внедрение в образовательный процесс, программ разработанных на основе профстандартов.

На новом этапе развития производственно-образовательные кластеры должны стать основой сетевой структуры, которая будет распространять передовые профстандарты среди предприятий региона, крупных многопрофильных территориальных образовательных центрах, специализированных образовательных структур — центров прикладных квалификаций, центров коллективного доступа к образовательным ресурсам.

Это особенно важно в тех секторах экономики, где нет консолидированного заказчика: в сфере малого и среднего бизнеса; на транспорте, в сельском хозяйстве, сфере услуг. Для этого необходима работа с предприятиями, мотивация их к распространению своего опыта.

Также отметим имеющийся положительный пример производственно-образовательного кластера в сфере строительства: в Уральском колледже технологий и предпринимательства в рамках реализации международных образовательных проектов создана нетрадиционная для профессионального образования модель подготовки специалистов нового типа — ремесленников, которые обладают высоким уровнем профессиональных компетенций.

Результат внедрения этого проекта — первые места на «Ежегодном национальном чемпионате рабочих профессий World Skills». Свердловская область включилась в движение World Skills Russia с момента вхождения России в мировое движение и сейчас занимает 5-е место по развитию движения среди 52 регионов России. Сборная Свердловской области приняла участие в Открытом чемпионате Москвы в ноябре 2012 г. Три представителя Свердловской области стали победителями чемпионата. В январе 2013 г. в г. Первоуральск при поддержке ОАО «ЧТПЗ» прошел Национальный чемпионат России по мехатронике. В апреле 2013 г. прошел первый региональный чемпионат Свердловской области. В нем приняли участие около 100 участников, 20 экспертов, более 30 образовательных учреждений и предприятий. В мае 2013 г. сборная Свердловской области приняла участие в Национальном чемпионате в Тольятти. Четыре победителя от Свердловской области вошли в состав Национальной сборной России и участвовали в мировом чемпионате в Лейпциге (Германия). В апреле 2014 г. прошел второй регио-

нальный чемпионат Свердловской области. На втором национальном чемпионате в Казани в мае 2014 г. сборная области заняла третье место в командном зачете. Один участник от Свердловской области вошел в национальную сборную России и соревновался на World Skills Europe в г. Лилль (Франция).

Цели проекта:

- актуализировать механизмы кадрового обеспечения высокотехнологичных отраслей промышленности по сквозным рабочим профессиям на основе международных стандартов, включая механизмы профессиональной ориентации, подготовки кадров, формирования экспертных сообществ и повышения производительности труда;

- способствовать участию российских промышленных предприятий в международной технологической кооперации за счет повышения механизмов кадрового обеспечения, синхронизации стандартов в соответствии с международными требованиями;

- в рамках взаимодействия экспертных сообществ организовать работу по актуализации национальных профессиональных и образовательных стандартов на основе международных стандартов World Skills International по сквозным и наиболее востребованным профессиям в высокотехнологичных отраслях экономики России.

Чемпионат будет являться инструментом формирования списка наиболее актуальных рабочих профессий (как сквозных отраслевых, так и узкоспециальных), а также предоставит возможность выявить новые профессии, необходимость которых возникает в процессе развития технологий.

Четвертое направление реализации проекта — создание системы сертификации компетенций и квалификаций.

Сегодня в регионе созданы организации, занимающиеся сертификацией компетенций и квалификаций в сферах управления персоналом, бухгалтерского учета и оценки, сфере бытовых услуг.

Межотраслевой экспертно-методический центр «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н.Ельцина» определен Национальным агентством развития квалификаций экспертной площадкой по апробации типовой модели сертификации квалификаций (всего в стране пять экспертных площадок). Этим центром проведена экспертиза 16 профессиональных стандартов в области образования, науки, машиностроения.

К сожалению, говорить о создании системы сертификации компетенций и квалификаций пока еще рано. Сегодня потребность работников предприятий в сертификации очень незначительна, Причина этому — отсутствие заинтересованности работодателей в подтверждении общих компетенций персонала [4].

Вместе с тем оценка иностранным инвестором преимуществ региона с точки зрения обеспеченности профессиональными кадрами имеет свои особенности. Иностранный инвестор, в роли которого обычно выступает транснациональная компания, при подборе персонала для реализации проекта на территории региона применяет для всех стран присутствия общие требования к компетенциям и квалификации производственного персонала, функциональных специалистов и руководителей.

Для всех перечисленных категорий работников обязательны коммуникационные компетенции: знание иностранного языка — обычно английского, в том числе профессиональной лексики.

От функциональных специалистов и руководителей ожидается наличие компетенций и квалификаций, соответствующих стандартам международных профессиональных организаций и подтвержденные соответствующими сертификатами.

От персонала занятого в основном производстве ожидается разделение принципов профессиональной культуры страны происхождения инвестора, а также наличие компетенций на уровне компетенций стран присутствия инвестора [5].

Основными источниками профессиональных кадров для реализации инвестиционных проектов с международным участием являются миграция квалифицированных специалистов, подготовка квалифицированных специалистов в образовательных организациях и учебных центрах инвестора, привлечение квалифицированных специалистов на региональном рынке труда.

При приоритетности обеспечения занятости трудоспособных жителей Свердловской области региональный рынок труда не имеет явного излишка рабочей силы (коэффициент напряженности на рынке труда Свердловской области в 2014 г. незначительно отклонялся от значения 1), что создает потребность в привлечении иностранной рабочей силы в таких отраслях, как строительство, сельское хозяйство, легкая промышленность. 90% привлекаемых работников — неквалифицированные кадры, что потенциально ставит задачу по их сертификации. Увеличение доли иностранных квалифицированных работников, в рамках международной мобильности трудовых ресурсов, ограничивается слабым развитием рынка арендного жилья, а также необходимостью развития рекрутинга.

Подготовка квалифицированных специалистов в образовательных организациях, расположенных в Свердловской области, ставит задачи по усилению языковой подготовки, причем не только на уровне высшего, но среднего профессионального образования; расширения перечня и охвата образовательными программами, прошедшими международную аккредитацию. На уровне профессионального образования квалифицированных рабочих особое значение приобретает расширение вовлеченности образовательных организаций в движение World Skills, в том числе увеличение количества компетенций по которым проводятся региональные соревнования, интеграции профессиональных требований World Skills в образовательные программы.

Привлечение квалифицированных специалистов на региональном рынке труда также сопряжено с созданием условий для территориальной и профессиональной мобильности работников. Отдельной задачей становится развитие сертификации кадров на соответствие международным профессиональным стандартам.

Источники

1. Путьеводитель инвестора: Свердловская область. Б. м.: PwC, 2013. URL: <http://www.pwc.ru/ru/doing-business-in-russia/assets/pwc-invest-sverdlovsk-ru.pdf>.
2. Национальный рейтинг состояния инвестиционного климата в субъектах Российской Федерации / Агентство стратегических инициатив. URL: <http://asi.ru/regions/rating>.
3. План мероприятий («дорожная карта») по повышению позиций Свердловской области в Национальном рейтинге состояния инвестиционного климата в субъекте Федерации на 2015–2017 гг. URL: <http://mir.midural.ru>.
4. Коковихин А. Ю., Кансафарова Т. А., Борисов И. А. Применение теории контрактов к анализу института сертификации компетенций и квалификаций работника // Известия Уральского государственного экономического университета. 2015. № 2. С. 119–126.
5. Японцы стремятся к восстановлению автомобильной промышленности в России / inoСМИ.ru. URL: <http://inosmi.ru/russia/20131022/214088068.html#ixzz2iQ7bHSOy>.

Соотношение понятий интернационализации, транснационализации и глобализации

Коровина Евгения Ивановна

Аспирант кафедры маркетинга и международного менеджмента
Уральского государственного экономического университета, г. Екатеринбург
(KorovinaSh@yandex.ru)

Аннотация. В статье анализируются понятия интернационализации, транснационализации, глобализации и их соотношение. Также рассматриваются понятия международной компании, транснациональной и многонациональной корпорации. Дана авторская схема соотношения понятий интернационализации, транснационализации, глобализации, международной компании, транснациональной и многонациональной корпорации.

Ключевые слова: интернационализация; транснационализация; глобализация; международная компания; транснациональная корпорация; многонациональная корпорация.

Вторая половина XX и начало XXI в. характеризуются высокими темпами развития мировой экономики, нарастанием процессов интернационализации, транснационализации и глобализации, что связано с развитием коммуникаций, разработкой новых способов передачи данных, ускорения темпов перемещения людей, грузов и капитала, развитием производства и технологий. Предпосылкой данных процессов стало развитие свободной торговли, принципы которой впервые были описаны А. Смитом в 1776 г. в книге «Исследование о природе и причинах богатства» и развиты в идеях Д. Рикардо, Э. Хекшера — Б. Олина и других ученых. Принцип свободной торговли можно рассматривать как одно из первых определений интернационализации экономических отношений, но сам термин «интернационализация», происходящий от английских слов *internal* (внутренний) и *to internalize* (усваивать, превращать из внутреннего во внешнее), появился позже и стал означать первую фазу развития международных отношений, заключающуюся в выходе торговых связей за пределы границ одного государства, переходящую со временем в глобализацию.

Современные определения интернационализации можно разделить на три группы. Одни ученые, например С. Кокк, М. Форсманн и С. Хинтгу (см.: [1]) рассматривают интернационализацию как начальный этап внешнеэкономической деятельности предприятия, связанный с экспортно-импортными операциями. Другие экономисты, такие как А. Ю. Панибратов [2], Л. Велч и Р. Люстарин [3], А. Данильченко и Д. Калинин (см.: [1]), Дж. Даннинг [4], Й. Йохансон и Й. Вальне [5], О. Андерсен [6], В. Г. Сурвилло (см.: [1]), считают интернационализацией все этапы внешнеэкономической деятельности фирмы. Третья группа ученых (Е. А. Дергачева [7], Е. Д. Фролова [8], Ю. К. Перский и П. В. Новикова [9], П. Бакли и М. Кассон [10]) рассматривает интернационализацию в узком смысле на уровне компании и в широком смысле на уровне страны.

Изучив определения интернационализации известных экономистов, автор также рассматривает интернационализацию на уровне страны и на уровне компании. Интернационализация на уровне страны — это процесс развития устойчивых экономических взаимосвязей между странами, основывающийся на взаимовыгодном сотрудничестве государств. Интернационализацию на уровне компании автор рассматривает в узком и в широком смысле. Интернационализация компании в узком смысле — это этап развития компании, связанный с началом выхода на зарубежные рынки, чаще всего в форме экспортно-импортных операций, представительств, торговых филиалов и сервисных

центров. Интернационализация компании в широком смысле — это все этапы внешне-экономической деятельности предприятия, включающие экспорт, импорт, открытие представительств, сервисных центров, торговых и производственных филиалов за рубежом совместно с местной компанией или самостоятельно. Интернационализация компании в узком смысле является первым этапом интернационализации компании в широком смысле. В данном диссертационном исследовании мы будем подробно рассматривать интернационализацию компании в широком смысле.

Успешно пройдя этап интернационализации в узком смысле (экспорт, импорт, представительство, торговый филиал, сервисный центр), многие компании переходят к стадии производства за рубежом. Данный процесс называют транснационализацией. По вопросу, что такое транснационализация корпораций, мнения ученых расходятся. Одни экономисты (А. В. Данильченко и Д. С. Калинин [11], А. Г. Мовсесян и С. Б. Огневцев [12], Б. Д. Хусанов [11], Т. В. Ромашкин [11], О. В. Климовец [13]) считают транснационализацию второй фазой процесса выхода компаний на внешние рынки (после интернационализации и до глобализации), на которой помимо товара за рубеж переносится и его производство. Другие экономисты (В. С. Паньков [14]) называют транснационализацию корпораций основой процесса развития мировой экономики, а не вторым ее этапом.

Автор считает транснационализацию вторым этапом процесса интернационализации в широком смысле, связанным с выводом производства компании за национальные границы. На этапе интернационализации в узком смысле компания занимается экспортно-импортными операциями, может иметь представительства, торговые филиалы и сервисные центры за рубежом. На этапе транснационализации компания открывает за границей производство — совместно с местной компанией или самостоятельно.

Успешное развитие производства компаний за рубежом может привести к тому, что деятельность фирмы станет глобальной. Термин «глобализация» впервые появился в 1951 г. в словаре Вебстера [14], в 1983 г. Т. Левитт в журнале «Гарвард бизнес ревью» объяснил это понятие как процесс образования единых мировых рынков, на которых действуют крупные корпорации. В настоящее время существует множество определений данного процесса, многие из которых противоречат друг другу. Одни авторы (Л. М. Капустина [15], Р. И. Хасбулатов [16], Н. Симония [17], М. М. Гузев [17], И. Раминский [17]) во главу угла ставят положительные черты глобализации, другие считают, что ее негативное влияние перекрывает все плюсы (Й. Кляйнерт [18], Ш. Юзуф [19]). Также существуют различные определения термина глобализация через понятие интернационализации экономических отношений (И. Г. Владимирова [20], Ю. В. Шишков [21], П. Диккен [22]), а некоторые ученые вводят свои понятия для обозначения этого процесса (В. К. Ломакин [14], Ж. Перцебоиз [19], А. Айоб [19], Дж. Гелбрэйт [19]).

Автор считает глобализацию третьим этапом интернационализации в широком смысле. Глобализация — процесс образования единых мировых рынков, это результат развития мировой экономики, этап ее эволюции, новая ступень взаимоотношений хозяйствующих субъектов, открывающая новые возможности для ее участников. На этапе глобализации компания имеет производство в различных странах, каждый этап работ по изготовлению одного товара проходит в разных подразделениях по всему миру и однозначно трудно сказать, в каком государстве сделан товар. Производство становится глобальным, все мировые рынки компания рассматривает как один глобальный рынок.

В научной литературе активно обсуждается вопрос о соотношении процессов интернационализации и глобализации во временном контексте и о переходе одного этапа развития мировой экономики в другой.

И. Г. Владимирова [20] считает, что пройдя этап развития в национальных границах, экономика выходит на интернациональный уровень, развиваются производительные

силы, появляется международное разделение труда, международное экономическое сотрудничество (интернационализация производства и капитала), происходит процесс интеграции (объединения стран в различные группы). Переход на этап глобализации происходит в период глобального развития экономики, создания глобальной (всеобщей) финансовой системы, глобальных научно-технических процессов, когда на первый план выходит не экономика отдельных стран, а экономика в мировых масштабах.

В. С. Паньков [14] считает, что развитие экономики приобрело действительно глобальный характер после распада СССР в начале 1990-х гг. В то время прекратилось деление мира на две системы, и все страны, за исключением нескольких, сохранивших социализм (Северная Корея и Куба), пошли по сходному пути развития. Поэтому, по мнению В. С. Панькова, интернационализация окончательно перешла в стадию глобализации экономики в конце XX в., а глобализация — это высшая стадия интернационализации экономических отношений.

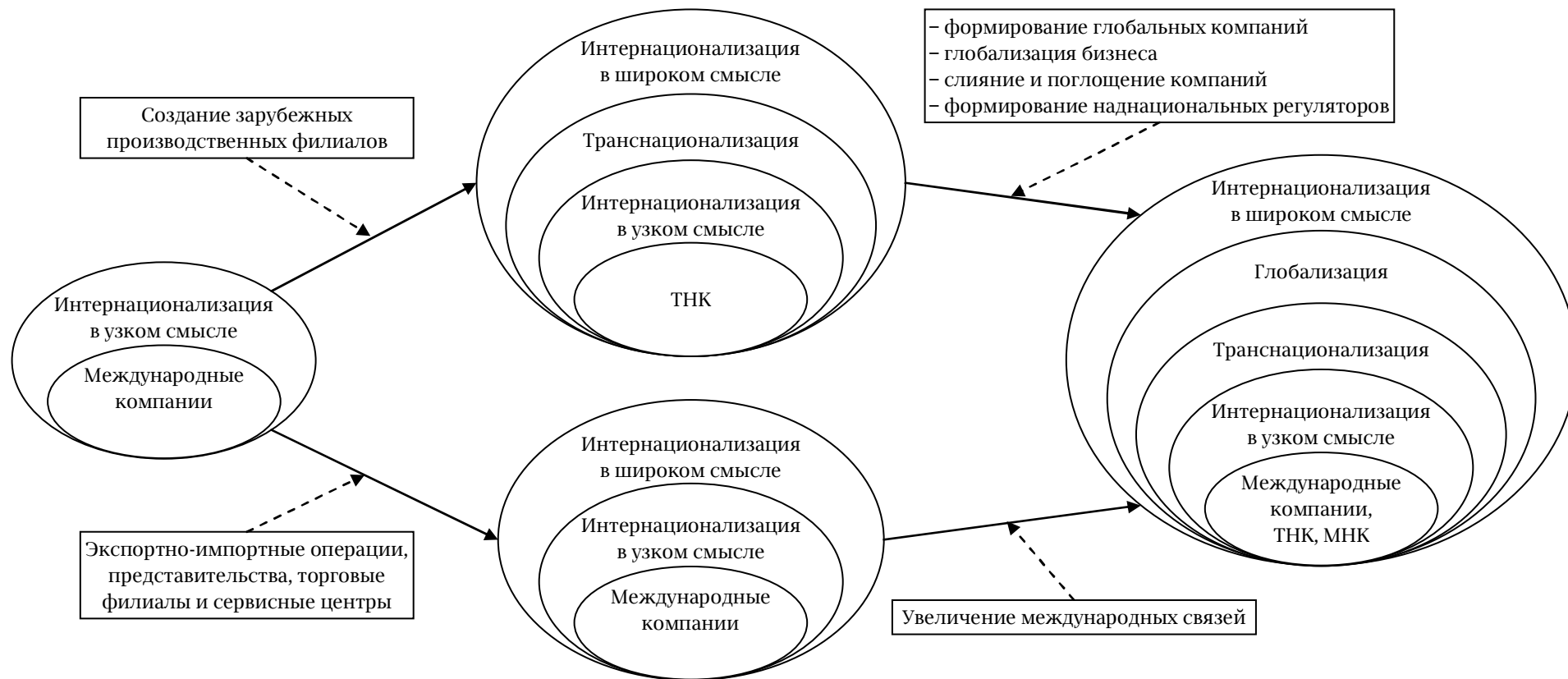
Многие авторы началом глобализации считают окончание холодной войны, но А. Теффлер [19] критикует эту точку зрения, полагая, что «окончание холодной войны стало продолжением развития глобальной системы. Изменения, связанные с распадом Советского Союза, вторичны, в действительности глобальная система сейчас была бы захламлена революционными настроениями, если бы не пала Берлинская стена и Советский Союз продолжал бы существовать».

Автор считает интернационализацию в узком смысле, транснационализацию и глобализацию последовательными этапами процесса интернационализации компании в широком смысле.

В основе интернационализации компании лежит теория фирмы [10] — национальная компания трансформируется в транснациональную и многонациональную. Происходит это в несколько этапов. На первом этапе зарубежная деятельность компании не является значительной для фирмы. Обычно это начало выхода на внешние рынки, как правило, посредством экспорта и импорта товаров. Юридически компания находится на территории одной страны. На втором этапе зарубежная деятельность компании становится относительно самостоятельной. Обычно это открытия производства за рубежом, компания становится транснациональной. На данном этапе зарубежная деятельность компании отделяется от деятельности на внутреннем рынке. На третьем этапе деятельность компании на внутреннем рынке теряет приоритет и становится в один ряд с внешними рынками. Именно на этом этапе компания становится многонациональной.

На рисунке автором представлено соотношение понятий интернационализации, транснационализации, глобализации, международной компании, транснациональной корпорации и многонациональной корпорации на общей схеме.

Таким образом, интернационализация — это процесс перемещения торговли, ресурсов и производства за пределы одного государства, приводящий к росту благосостояния и выигрышу всех его участников. В условиях развития новых способов коммуникаций, средств перемещения людей, товаров и финансовых потоков, с развитием производства и освоением новых пространств интернационализация приобретает глобальный характер — стираются национальные границы, появляется общий рынок со схожими потребностями, тенденциями и возможностями. Автор рассматривает интернационализацию компании в узком смысле как этап развития компании, связанный с выходом на зарубежные рынки, чаще всего в форме экспортно-импортных операций, представительств, торговых филиалов и сервисных центров. Транснационализация, по мнению автора, — это этап развития компании, связанный с выводом производства за национальные границы, а глобализация — это процесс образования единых мировых рынков.



Интернационализация компании в узком смысле — это этап развития компании, связанный с началом выхода на зарубежные рынки, чаще всего в форме экспортно-импортных операций, представительств, торговых филиалов и сервисных центров.

Международная компания — это компания, ведущая деятельность на зарубежных рынках.

Транснационализация — это этап развития компании, связанный с выводом производства за национальные границы

Транснациональная корпорация (ТНК) — это крупная международная компания, ведущая производственную деятельность в зарубежных филиалах, проводящая согласованную с головным офисом политику в странах пребывания.

Глобализация — это этап развития компании, связанный с образованием единых мировых рынков.

Многонациональная компания (МНК) — это международная корпорация, объединяющие национальные компании ряда государств на производственно-технической основе.

Соотношение понятий интернационализации, транснационализации, глобализации, международной компании, транснациональной корпорации и многонациональной компании

Основными субъектами процессов интернационализации, транснационализации и глобализации являются международные компании, транснациональные корпорации и многонациональные компании, осуществляющие конкуренцию на мировых рынках товаров и услуг. Международная компания — это компания, ведущая деятельность на зарубежных рынках. Транснациональная корпорация — это крупная международная компания, ведущая производственную деятельность в зарубежных филиалах, проводящая согласованную с головным офисом политику в странах пребывания. Многонациональная компания — это международная корпорация, объединяющие национальные компании ряда государств на производственно-технической основе.

На данном этапе развития экономики глобализация является высшей ступенью процесса интернационализации в широком смысле, а транснациональные корпорации и многонациональные компании — основными участниками и двигателями международной деятельности. Но мир не стоит на месте, экономика развивается быстрыми темпами, и, возможно, уже в ближайшем будущем мы сможем наблюдать новый этап развития процесса интернационализации и новых его участников.

Источники

1. Данильченко А., Калинин Д. Современные направления развития теории интернационализации деловой активности предприятия. URL: http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/5221/1/danilchenko_kalinin_2010_trudy.pdf.
2. Панибратов А. Ю. Стратегии интернационализации строительных компаний: предпосылки, направления и перспективы // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 8. 2010. № 1. С. 61–86.
3. Welch L. S., Loustarinen R. Internationalization: evolution of a concept // Journal of General Marketing. 1988. Vol. 14, no. 2. P. 34–55.
4. Dunning J. N. The Eclectic (OLI) Paradigm of International Production: Past, Present and Future // International Journal of the Economics of Business. 2001. Vol. 8, no. 2. P. 173–190.
5. Johanson J., Vahlne J.-E. The internationalization process of the firm: A model of knowledge development and increasing foreign market commitments // Journal of International Business Studies. 1977. Vol. 8(1). P. 23–32.
6. Andersen O. Internationalization and market entry mode: A review of theories and conceptual frameworks // Management International Review. 1997. Vol. 37, no. 2. P. 27–42.
7. Дергачева Е. А. Социально-философский анализ глобализации // Современные исследования социальных проблем: электрон. науч. журн. 2012. № 1(9). URL: <http://sisp.nkras.ru/issues/2012/1/dergachyova.pdf>.
8. Фролова Е. Д., Шишминцев М. Ю., Перова Ю. Н. Теоретические основы интернационализации деятельности компании в «экономике услуг» // Вестник УрФУ. Сер. Экономика и управление. 2012. № 2. P. 81–91.
9. Перский Ю. К., Новикова П. В. Интернационализация российской компании: роль и задачи менеджеров // Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. 2012. № 16(41). С. 36–47.
10. Buckley P. J. Forty years of internationalization theory and the multinational enterprise // Multinational Business Review. 2014. Vol. 22, iss. 3. P. 227–245.
11. Данильченко А. В., Калинин Д. С. Теоретические основы транснационализации страны и предприятия // Беларусь и мировые экономические процессы: сб. науч. ст. Вып. 8 / редкол.: А. В. Данильченко (пред.) и др. Минск: БГУ, 2011. С. 30–51.
12. Крейдич Т. В. Тенденции транснационализации мировой экономики в условиях глобализации // Вестник Мурманского государственного технического университета. 2010. Т. 13, № 1. С. 209–214.
13. Климовец О. В. ТНК России. М.: ИНФРА-М, 2013.
14. Паньков В. С. Глобализация экономики: некоторые дискуссионные вопросы // Безопасность Евразии. 2008. № 1. С. 221–245.
15. Мировая экономика и международная торговля / под ред. Л. М. Капустиной. Екатеринбург: Издательство АМБ, 2003.
16. Хасбулатов Р. И. Мировая экономика: в 2 т. М.: Экономика, 2001.
17. Юнусов Л. А. Глобализация мировой экономики: понятие и основные этапы // Проблемы современной экономики. 2008. № 4(28). URL: www.m-economy.ru/art.php?nArtId=2246.
18. Kleinert J. Trade and internationalization of production: Kiel working paper no. 1104. Kiel Institute for World Economics, 2002.
19. Lupan M., Prelipcean G. Contemporary globalization — confrontation of ideas // Annals of University of Oradea. 2009. Vol. 2. P. 393–399.
20. Владимирова И. Г. Глобализация мировой экономики: проблемы и последствия // Менеджмент в России и за рубежом. 2001. № 3. С. 97–111.
21. Шишков Ю. В. Интеграционные процессы на пороге XXI в. М.: НП «III тысячелетие», 2001.
22. Dicken P. Global shift. The internationalization of economic activity. Guilford Press, 1992.

Государственное регулирование как фактор стимулирования инновационного развития

Лавриненкова Евгения Олеговна¹, Андреева Лариса Олеговна²,
Федченко Елена Ивановна³

¹ Аспирант кафедры инженерного бизнеса и управления предприятием Российского университета дружбы народов, г. Москва (lavrinenkva-evgenija@rambler.ru)

² Кандидат педагогических наук, доцент кафедры инженерного бизнеса и управления предприятием Российского университета дружбы народов, г. Москва (andreevalo@mail.ru)

³ Студент кафедры инженерного бизнеса и управления предприятием Российского университета дружбы народов, г. Москва (rudn.fedchenko@gmail.com)

Аннотация. В статье раскрываются особенности влияния государства на инновационную деятельность. Выявлены и описаны методы воздействия государства на инновационные процессы. Охарактеризованы основные нормативно-правовые акты, регламентирующие инновационную деятельность.

Ключевые слова: инновационная деятельность; инновационный процесс; инновационный проект; управление инновационной деятельностью; методы государственного регулирования; стратегия инновационного развития.

Прежде чем раскрыть специфику государственного регулирования инновационного развития, стоит разобраться, что же собою представляет процесс управления инновационной деятельностью на предприятии, так как от того, как менеджеры подходят к процессу управления, зачастую зависит степень вмешательства государства во внутреннюю политику предприятия.

Существует несколько подходов к пониманию процесса управления инновационной деятельностью, каждый из которых имеет свою специфику.

При использовании объектного подхода под термином «управление» следует понимать процесс целенаправленного воздействия субъекта управления на объекты управления. Основной целью управления является создание эффективно функционирующей системы, базирующейся на информационных связях и отношениях.

Управление инновационной деятельностью в свою очередь также является управлением объектом, а именно инновационным процессом или инновационным проектом. При использовании объектного подхода к процессу управления, необходимо выделить основные звенья управления [классификация авторов]:

- оборотный капитал;
- персонал;
- рынок;
- основные средства;
- технологии;
- инновации;
- конструкции;
- финансы.

Также при рассмотрении инновационной деятельности как объекта управления необходимо отметить, что основополагающим элементом управления ею является планирование. В ходе планирования степень детализации каждого конкретного инновационного проекта зависит от ряда факторов (рис. 1).

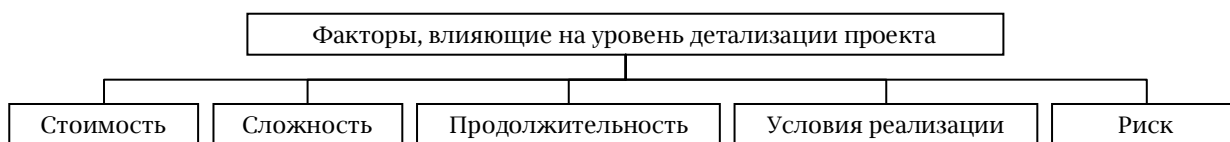


Рис. 1. Факторы, влияющие на уровень детализации проекта (составлено авторами)

Другими словами, степень детализации проекта при планировании зависит от организации взаимодействия между участниками проекта, от формы и периодичности финансирования, а также от масштабности проекта.

При рассмотрении управления инновационной деятельностью с точки зрения временного аспекта, выделяют стратегическое и тактическое управление инновационной деятельностью. Стратегическое управление инновационной деятельностью подразумевает долгосрочное управление инновационным проектом, в то время как тактическое направленно на осуществления краткосрочного комплекса мер по управлению инновационным процессом.

Стратегический процесс управления может подразделяться на [1]:

- управление по дисциплинам;
- проектное управление;
- организацию по продукту.

При проектном подходе к процессу управления выделяются следующие составляющие:

- система функций управления;
- процесс принятия управленческих решений;
- организационная система.



Рис. 2. Процесс принятия управленческого решения (составлено авторами)

Процесс принятия управленческого решения при управлении инновационными проектами есть не что иное, как определенная последовательность действий, представленная на рис. 2.

Еще одним методом управления является структуризация инновационного проекта.

Основные формы структуризации проекта:

- объектно-ориентированная;
- функционально-ориентированная;
- смешанная.

При выборе объектно-ориентированной формы управления главным критерием является физическая форма объекта управления, при функционально-ориентированной — различные классы деятельности. Смешанная форма структуризации инновационного проекта подразумевает использования как первого, так и второго критерия.

Таким образом, можно сделать вывод, что управление инновационным проектом направлено на выполнение следующих целей и задач: разработку, планирование процесса реализации, исполнение проекта и оценку эффективности внедрения инновации.

Говоря о государственном регулировании инновационной деятельности, в первую очередь на наш взгляд, стоит рассмотреть основные методы государственного регулирования инновационной деятельности, а именно [2]:

- экономические методы;
- административные методы;
- правовые методы.

В свою очередь представленные выше группы методов также подразделяются на прямые и косвенные методы государственного регулирования. К прямым методам относится контрактное финансирование инноваций, а также прямое дотационное финансирование, к косвенным — законодательные, нормативно-правовые акты, поддержка лицензирования, различные налоговые льготы, предоставление отсрочек платежей, льготных условий кредитов.

Наряду с методами, необходимо также рассмотреть структуру государственного регулирования инновационной деятельности (рис. 3).

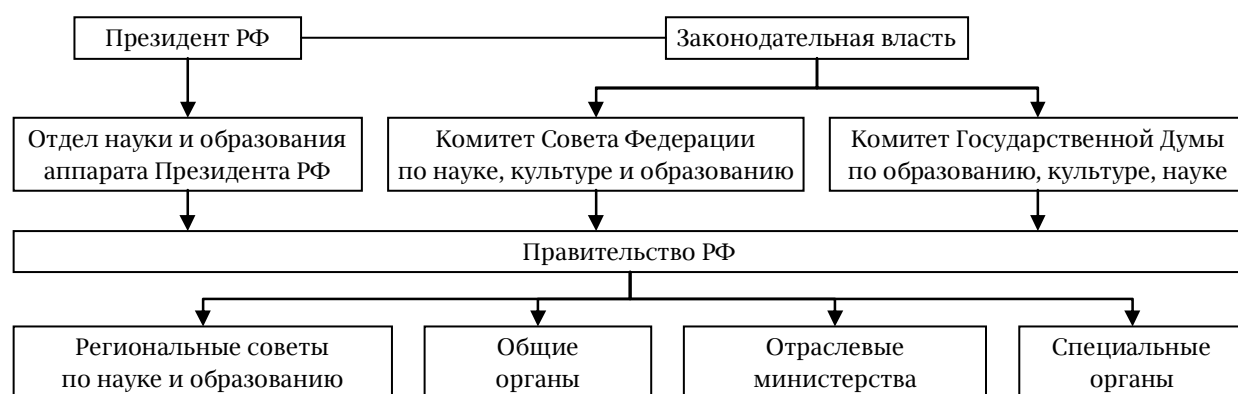


Рис. 3. Организационная структура регулирования инновационной деятельности [3, с. 25]

К общим органам управления относят следующие организации:

- Минпромэнерго РФ;
- Минэкономразвития РФ;
- Минфин РФ;
- Минобрнауки РФ;
- Кординационный совет по военно-технической политике.

К специальным органам относятся следующие организации:

- РАН;
- Росстат;
- отраслевые академии наук;
- Ростехрегулирование.

Правовое государственное регулирование инновационной деятельности в РФ носит два основных направления:

1. Урегулирование взаимоотношений участников инновационного процесса в процессе управления инновационной деятельностью.

2. Разработка и реализация комплекса мер, направленных не только на внедрение инновационных проектов в отдельно взятых областях и регионах, но и на инновационное развитие государства в целом.

Нормативно-законодательные акты, регулирующие инновационный процесс имеют многоуровневую структуру:

- первый уровень — федеральные законодательные акты (к ним относятся Федеральный закон от 23 августа 1996 г. № 126 «О науке и государственной научно-технической политике» и Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 г.);

• второй уровень — федеральные законодательные акты на уровне субъектов Российской Федерации (примером этого вида нормативно-правовых актов может служить постановление об инновационном развитии края (области) РФ);

• третий уровень — нормативно-правовая база муниципальных образований Российской Федерации (сюда относятся различные постановления об инновационном развитии города или иного муниципального образования).

Рассмотрим основные законодательные акты, регламентирующие инновационную деятельность в Российской Федерации:

1. Федеральный закон от 23 августа 1996 г. № 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике». В данном нормативно-правовом акте дано определения таким понятиям как: инновации, инновационный проект, фундаментальные и прикладные научные исследования, форма финансирования с помощью грантов.

Также в данном законодательном акте закреплены основные теоретические основы государственной инвестиционной политики РФ, основы субъекты инновационного процесса и методология регулирования научно-технической деятельности.

2. Стратегия инновационного развития РФ до 2020 г., утвержденная распоряжением Правительства РФ от 8 декабря 2011 г. № 2227-р. В данном документе законодательно закреплены цели и задачи развития инновационной деятельности на территории РФ, предложены способы их реализации.

Стратегия, предложенная в законе, носит долгосрочный характер. Согласно проекту стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 г., утвержденному постановлением правительства Российской Федерации от 8 декабря 2011 г. № 2227, с 2015 по 2020 г. из средств федерального бюджета будут выделены средства в размере (см. таблицу).

Финансовые параметры реализации Стратегии

Направление	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Внутренние затраты на исследования и разработки, % к ВВП	1,7	1,9	2,1	2,4	2,7	3,0
Средства государства на исследования и разработки, % к ВВП	1,1	1,2	1,2	1,2	1,3	1,3
Внутренние затраты на образование	5,2	5,4	5,7	6,1	6,3	6,5
Государственные расходы на образование, % к ВВП	4,4	4,5	4,7	5,0	5,1	5,3

В подкрепление к выше обозначенной стратегии разрабатываются следующие виды программ:

- Стратегия «Развитие образования»;
- Стратегия «Развитие науки и технологий»;
- Стратегия «Экономическое развитие и инновационная экономика»;
- Стратегия «Информационное общество (2011–2020 гг.)».

Следующий этап реализации данной стратегии заключается в планировании и детализации процесса ее реализации.

Существует три варианта инновационного развития [2]:

- инерционный (ориентированный на импорт) вариант технологического развития;
- вариант догоняющего развития и локальной технологической конкурентоспособности;
- вариант достижения лидерства в ведущих научно-технических секторах и фундаментальных исследованиях.

Рассмотрим каждый из предложенных вариантов в отдельности.

Первый вариант — в случае выбора варианта инерционного технологического развития государство ставит перед собой целью поддержание стабильности на макроэко-

номическом уровне, а также поддержание уровня относительно низких бюджетных расходов на инновации, науку и образование. Основная задача государства сводится к разработке и внедрению комплекса мер по созданию благоприятной бизнес среды. Однако этот вариант ведет к ослаблению потенциала инновационного развития страны и усилению зависимости от западных технологий.

Второй вариант — его суть заключается в использовании импортных технологий с целью перевооружения экономики. В этом случае развитие науки и улучшение инновационного климата страны попадает под прямую зависимость от коммерческого финансирования [Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов и их отбору для финансирования, утвержденные Госстроем России, Миноэкономики РФ, Минфином РФ, Госкомпромом России 31 марта 1994 г. № 7-12/47].

Третий вариант отражает основные цели и задачи, обозначенные в стратегии инновационного развития. При выборе третьего варианта государство ставит перед собой целью модернизацию исследовательского сектора, а также концентрирует усилия на наиболее перспективных научно-технологических направлениях, позволяющих значительно расширить применение российских разработок на мировом рынке высокотехнологичной продукции и услуг [Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 г.].

Учитывая все выше сказанное, можно сделать вывод о том, что государство является мощным регулятором инновационной деятельности. Существует множество прямых и косвенных методов воздействия, одним из наиболее значимых является стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 г., утвержденная постановлением Правительства РФ от 8 декабря 2011 г. № 2227, определяющая курс инновационного развития страны в долгосрочном периоде.

Источники

1. Гольдштейн Г. Я. Стратегические аспекты управления НИОКР. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2000. Разд. 6.2: Организационные структуры инновационной деятельности. URL: http://www.aup.ru/books/m56/6_2.htm.
2. Методы государственного регулирования экономики. URL: http://studopedia.net/14_152346_metodi-gosudarstvennogo-regulirovaniya-ekonomiki.html.
3. Мухамедьяров А. М. Инновационный менеджмент: учеб. пособие. 2-е изд. М.: ИНФРА-М, 2008.

Система финансово-экономического мониторинга как фактор управления в социально-экономических системах

Лавриненкова Евгения Олеговна¹, Андреева Лариса Олеговна²,
Федченко Елена Ивановна³

¹ Аспирант кафедры инженерного бизнеса и управления предприятием
Российского университета дружбы народов, г. Москва (lavrinenkva-evgenija@rambler.ru)

² Кандидат педагогических наук, доцент кафедры инженерного бизнеса и управления
предприятием Российского университета дружбы народов, г. Москва (andreevalo@mail.ru)

³ Студент кафедры инженерного бизнеса и управления предприятием
Российского университета дружбы народов, г. Москва (rudn.fedchenko@gmail.com)

Аннотация. В статье освещены вопросы финансово-экономического мониторинга как фактора управления в социально-экономических системах. Выявлены и проанализированы характерные особенности социально-экономических систем. Описан метод финансово-экономического мониторинга, обоснована его роль в процессе принятия управленческих решений.

Ключевые слова: рыночная экономика; социально-экономическая система; финансово-экономический мониторинг; финансовый анализ; система управления; финансовые показатели; ресурсы; отчетность.

В условиях рыночной экономики, т. е. системе, основанной на частной собственности [1], основными целями деятельности каждого коммерческого предприятия являются получение максимального дохода, а также увеличение ликвидности собственных активов. Однако в условиях рецессии достижение этих целей становится все более затруднительным.

Многие экономисты схожи во мнении, что кризис сегодняшнего дня схож с кризисом 2008–2010 гг. Иными словами сегодняшняя экономическая ситуация в стране во многом дублирует экономическую ситуацию начала 2009 г. На основании исследований малого и среднего бизнеса в условиях рецессии на примере города Москва 2008–2010 гг., проведенных Московским центром развития предпринимательства по данным Росстата [2], можно сделать следующие выводы:

- на момент начала 2009 г. наблюдалось сокращение количества средних предприятий на 22,4%;
- значение показателя отгрузки собственного товара и выполнение работ, услуг собственными силами в I квартале 2009 г. сократилось с 207,67 млрд до 29,94 млрд р. В среднем темпы роста данного показателя за весь рассматриваемый период снизились в 2,5 раза;
- показатель продано товаров несобственного производства средними предприятиями города Москва в I квартале 2009 г. составил 15,08 млрд р., в то время как в IV квартале 2008 г. он находился на отметке 260,64 млрд р.;
- оборот средних предприятий к началу 2009 г. сократился до 45 млрд р..

Менеджмент компаний вынужден искать пути выхода из сложившейся ситуации, либо привлекая все больше ресурсов, что в свою очередь отрицательно влияет на благосостояние компании, либо используя инновационные подходы и методы управления.

Говоря об инновационных подходах и методах управления, стоит заметить, что в последнее время все больше внимания уделяется внедрению на предприятии так на-

зываемых социально направленных инноваций. Другими словами — созданию на предприятии комплекса мер, имеющих своей целью эффективное преобразование в социальной сфере [3, с. 81].

Учитывая все вышесказанное, получается, что предприятие на сегодняшний день стоит рассматривать не просто как имущественный комплекс, используемый для осуществления предпринимательской деятельности, но и как социально-экономическую систему, имеющую ряд особенностей.

В научной литературе существует несколько трактовок определения социально-экономическая система. Сгруппируем некоторые в виде таблицы.

Основные подходы в научной литературе к понятию «социально-экономическая система»

Автор	Определение
Бузгалин А. В. [4, с. 48]	Социально-экономическая система — совокупность ресурсов и экономических субъектов, образующих единое целое (социально-экономическую структуру), взаимосвязанных и взаимодействующих между собой в сфере производства, распределения, обмена и потребления товаров и услуг, востребованных во внешней среде
Козлова О. В. [5, с. 5]	Социально-экономическая система — любое предприятие и любая организация, обладающие двумя ключевыми признаками. Во-первых, люди, осуществляющие процессы производства и управления, должны выступать главными ее элементами. Во-вторых, в рамках данной системы должны создаваться материальные и нематериальные блага, совокупный общественный продукт, знания, услуги, востребованные населением и необходимые для полноценного существования и развития общества
Валинурова Л. Г. [6, с. 5]	Социально-экономическая система — это целостная совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих социальных и экономических институтов (субъектов) и отношений по поводу распределения и потребления материальных и нематериальных ресурсов, производства, распределения, обмена и потребления товаров и услуг. Под понятием «экономические отношения», которое является центральным в социально-экономической системе, подразумевается совокупность экономических форм, связанных в единую, развившуюся из одного основания систему и составляющих специфическую природу экономического организма

Как видно из определений социально-экономическая система представляет собой совокупность ресурсов и экономических субъектов, которые взаимодействуют по определенным законам. Однако, несмотря на то, что данная система адаптивна и устойчива к разрушающим факторам внешней и внутренней среды, поведение многих ее элементов является непредсказуемым. И как всякая сложная система со стохастическими элементами, для успешного функционирования она нуждается в четкой системе финансово-экономического мониторинга.

На наш взгляд для проведения финансово-экономического мониторинга целесообразно использовать систему финансового анализа предприятия, предложенную А. Д. Шереметом [7]. Она наиболее полно позволяет увидеть картину финансового состояния компании на текущий момент времени, а также спрогнозировать дальнейшее ее развитие.

Финансовый анализ представляет из себя анализ финансовых показателей предприятия, отражающих его финансовое состояние, степень надежности, эффективность использования материальных, трудовых, производственных ресурсов. Финансовый анализ также позволяет выявить текущие и спрогнозировать будущие проблемы предприятия. Основными документами для проведения финансового анализа являются формы бухгалтерской отчетности:

- бухгалтерский баланс;
- отчет о прибылях и убытках;
- отчет об изменениях капитала;

- отчет о движении денежных средств;
- приложение к бухгалтерскому балансу;
- отчет о целевом использовании полученных средств;
- пояснительная записка;
- аудиторское заключение [8].

Финансовый анализ деятельности предприятия включает в себя такие разделы, как:

- анализ доходов, расходов и финансовых результатов деятельности предприятия;
- анализ рентабельности активов и оборачиваемости активов и обязательств;
- анализ финансового состояния предприятия;
- комплексную оценку финансово-хозяйственной деятельности.

Выделяют три основных этапа финансового анализа:

1) определение цели и подхода к реализации анализа;

2) оценка качества анализируемой информации;

3) определение методов анализа, проведение анализа, обобщение и оценка полученных результатов.

Первый этап включает в себя определение подхода к анализу, исходя из его цели. Выделяют три основных подхода:

- выделение нормативных показателей, в рамках этого подхода происходит сравнение финансовых показателей предприятия со средними значениями показателей отрасли (региона, страны, мировой экономики);

- сравнение показателей анализируемого отчетного периода предприятия с плановыми показателями, а также показателями предшествующего периода;

- проведение межхозяйственного сравнительного анализа — сравнение показателей анализируемого предприятия с показателями конкурирующих фирм.

Второй этап включает в себя оценку влияния учетной политики на формирование показателей отчетности, а также непосредственно проверку данных отчета

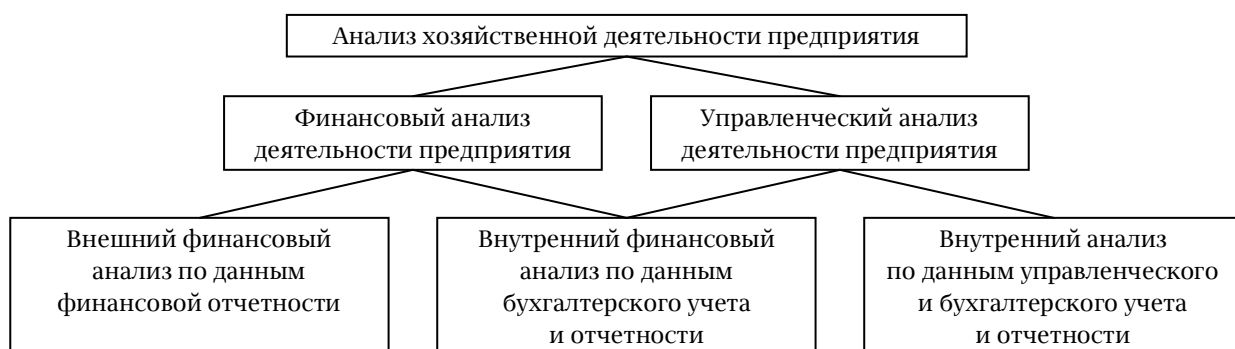
На третьем этапе происходит обобщение полученных результатов и создание базы для последующего управленческого анализа.

Финансовый анализ также делится на «внешний» и «внутренний».

«Внешний» финансовый анализ является более узконаправленным, так как базируется на данных публичной финансовой отчетности.

При проведении «внутреннего» финансового анализа используется информационная база как публичной финансовой отчетности, так и внутрихозяйственной отчетности, что в свою очередь дает более полную картину финансового состояния компании.

На рисунке показано место финансового анализа в системе анализа хозяйственной деятельности предприятия.



Место финансового анализа в системе анализа хозяйственной деятельности предприятия [7, с. 5]

Как видно из схемы, финансовый анализ деятельности предприятия тесно связан с управленческим анализом.

Разделение анализа хозяйственной деятельности на финансовый и управленческий — весьма условно. Главным критерием такого разделения служат условия деятельности предприятия в современной рыночной экономике. Главной задачей менеджера в условиях нестабильности рынка и конкурентной внешней среды является создание гибкой стратегии и тактики хозяйственного поведения. Важной составляющей этого процесса является финансово-экономическое планирование, в рамках которого разрабатываются различные внутрихозяйственные нормативы, отражающие индивидуальные особенности управления бизнесом. Данные нормативы являются коммерческой тайной и не отображаются в рамках бухгалтерской отчетности, однако, современная бухгалтерская отчетность, сформированная в ходе развития рыночной экономики, обладает высокой степенью достоверности и достаточно полно характеризует финансовое состояние предприятия. Таким образом, «внутренний» и классический «внешний» финансовый анализ создают мощную базу для управленческого анализа, в рамках которого происходит углубление и детализация выводов финансового анализа.

Важная особенность данной методики финансово-экономического мониторинга состоит в том, что она является частью единой системы комплексного экономического анализа, опираясь в своих расчетах не только на финансовые, но и на производственные показатели, наиболее полно отражая хозяйственную деятельность предприятия. Учитывая эту особенность, можно говорить о том, что финансово-экономический мониторинг является эффективным инструментом при принятии управленческих решений и помогает менеджеру быстро и грамотно реагировать на изменяющиеся условия агрессивной внешней среды.

Источники

1. Основы национальной экономики. Рыночная экономика // Энциклопедия экономиста Grandars.ru. URL: <http://www.grandars.ru/student/nac-ekonomika/gynochnaya-ekonomika.html>.
2. Анализ состояния среднего бизнеса г. Москвы в 2008–2010 гг. (по данным официальной статистики) / Глобальный информационно-аналитический центр. URL: <http://www.giac.ru/analytics/?id=21>.
3. Технологии социальной работы: учебник / под общ. ред. Е. И. Холостовой. М.: ИНФРА-М, 2001.
4. Бузгалин А. В., Колганов А. И. Теория социально-экономических трансформаций. Прошлое, настоящее, будущее экономик «реального социализма» в глобальном постиндустриальном мире. М.: ТЕИС, 2003.
5. Теория управления социалистическим производством: учеб. для студентов инж.-экон. специальностей вузов / под ред. О. В. Козловой. М.: Экономика, 1983.
6. Стратегическое планирование региональных социально-экономических систем: учеб. пособие / Л. С. Валиурова, Л. Г. Ахтариева, Н. А. Кузминых, Н. З. Мазур. Уфа: БАГСУ, 2013.
7. Шеремет А. Д., Негашев Е. В. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2013.
8. Формы бухгалтерской отчетности / Центр управления финансами. URL: <http://center-yf.ru/data/Buhgalteru/Formy-buhgalterskoi-otchetnosti.php>.

Экономические интересы Исландии в контексте решения вопроса о вступлении в Европейский союз

Людмила Липкова

Доктор экономических наук, профессор, декан факультета международных отношений
Университета экономики Братиславы, Словакия

Аннотация. В статье рассматриваются социальные и экономические особенности Исландии с точки зрения оценки последствий возможного присоединения к Европейскому союзу. Анализируются причины отсутствия долгосрочной заинтересованности Исландии в членстве в ЕС, что выразилось в отзыве заявки на вступление в Европейский союз в 2015 г. Выявлены экономические интересы Исландии, объясняющие ее особый подход к вопросу о членстве в Европейском союзе, а также национальные особенности, складывавшиеся на протяжении веков. Проведен анализ структуры экономики и структурных сдвигов в национальном хозяйстве Исландии в последние десятилетия, сделан вывод о растущем влиянии мирового сообщества на социально-экономическое развитие страны.

Ключевые слова: Исландия; экономические интересы; присоединение к Европейскому союзу.

Характеристика современного развития экономики Исландии

Как одно из европейских государств, Исландия отличается многими особенностями. Географические и природные условия в прошлом определяли ее включение в мировое сообщество, а в настоящее время также является ключевым фактором в интеграционных устремлениях страны. Исландия с ВВП на душу населения в 54 570,4 дол. [1] является одной из самых богатых экономик не только в Европе, но и во всей мировой экономической системе.

Исландия занимает территорию самого большого вулканического острова в мире. Климатически страна расположена в арктической зоне. В ее недрах почти нет полезных ископаемых. Кроме того, поверхность острова мало пригодна для сельского хозяйства — выведения овец, крупного рогатого скота и выращивания неприхотливых растений. Основным средством к существованию в прошлом был, главным образом, рыбный промысел, который и в настоящее время исключительно важен для национальной экономики. Рыба и морепродукты исторически являются основным экспортным товаром Исландии. Для экономики страны имеют большое значение водные ресурсы, геотермальные источники и географическое расположение в Атлантическом океане.

Сам процесс формирования государства, заселение острова викингами и кельтами, колонизации Исландии Норвегией, Великобританией и Данией, обретение независимости в 1944 г., экономическое развитие и положение в мировом хозяйстве характеризуется специфическими особенностями, которые обусловлены географическими факторами. Природные условия детерминируют и интересы государства в вопросах интеграции в различные политические и экономические объединения. Специфика экономики и географическое положение обуславливают осторожность Исландии при решении вопроса относительно суверенитета государства и его экономики.

Внешнеполитическая интеграция Исландии

Исландия с населением в 329 тыс. чел. [2] представляет собой малое государство. Малые государства, с учетом их экономического потенциала и обороноспособности

своей территории, чаще вливаются в официальные международные структуры. Целью процесса интеграции малых стран является более эффективное использование внутренних ресурсов или обеспечение защиты своей территории с участием иностранных партнеров. Во внешней политике Исландии можно определить три основных направления, на которых базируется интеграция с географически близкими или более отдаленными государствами. Речь идет о так называемом нордическом, арктическом и атлантическом направлениях. Нордическое направление реализуется в рамках сотрудничества пяти северных государств (Дания, Финляндия, Исландия, Норвегия, Швеция) и трех других субъектов с ограниченной международно-правовой субъектностью (Аландские острова (Финляндия), Гренландия и Фарерские острова (Дания)). Экономические связи этих субъектов международных отношений исторически существуют давно и являются очень тесными. В настоящее время северные страны Европы, в том числе Исландия, стремятся углублять сотрудничество в сфере обороны в рамках так называемого NORDEFCO (Северное сотрудничество в области обороны).

Арктическое направление начало формироваться в конце XX в. Оно направлено на удовлетворение потребностей и решение проблем коренных народов северных стран. Значение Арктики и сотрудничество в регионе становится все более важным в связи с разведанными значительными запасами энергоресурсов. Повышается и значение морей как транспортных маршрутов для международной торговли, а также как источника рыбных ресурсов. Важными в этом контексте являются и вопросы охраны арктической экосистемы и международного сотрудничества в этой области. Все вышеуказанные проблемы Исландия решает вместе с другими странами региона.

Атлантическое направление связано с географическим положением Исландии, которая находится в середине так называемого GIUK прохода (Гренландия, Исландия, Великобритания). В 1949 г. Исландия стала членом НАТО, а в 1951 г. подписала двустороннее соглашение с Соединенными Штатами, которое исходило из Североатлантического договора. С 1960 по 2006 г. в Кеблавике находилась военная база НАТО. В рамках атлантического направления выстраивает Исландия также сотрудничество в области обороны с Европейским союзом.

Сотрудничество Исландии с Европейским союзом реализуется с 2007 г. в рамках так называемой Северной политики Европейского союза, в которой Исландия является одним из участников (Исландия, Норвегия, Россия). Северная политика ЕС направлена на быстро растущие северные регионы Европы и арктическую область в целом.

Исландия является основателем Северного совета (1952), в рамках которого был устранен паспортный контроль для граждан государств-членов и обеспечено свободное передвижение рабочей силы во всех пяти государствах-членах (Дания, Финляндия, Исландия, Норвегия, Швеция).

Интеграция Исландии в международные экономические структуры

После Второй мировой войны Исландия вступила в Организацию европейского экономического сотрудничества, благодаря которой стала получать выгоды от экономической помощи, предоставляемой США европейским государствам в рамках плана Маршалла. Использование этой помощи было одним из главных импульсов послевоенного экономического развития страны. После трансформации Организации европейского экономического сотрудничества в 1961 г. Исландия стала членом Организации экономического сотрудничества и развития [3]. В 1970 г. Исландия стала членом Европейской ассоциации свободной торговли (1970) и вместе с Лихтенштейном, Норвегией и Швейцарией состоит в ассоциации по настоящее время. В 1994 г. в качестве члена Европейской ассоциации свободной торговли Исландия присоединилась к Евро-

пейскому экономическому пространству. Государства — члены Европейской ассоциации свободной торговли имплементировали внутренние нормативные акты Европейского союза в свое внутреннее законодательство. Исландия как член Северного совета подписала в 2000 г. Шенгенское соглашение о свободном передвижении лиц и с 25 апреля 2001 г. применяет его на практике [4]. На основании вышесказанного можно сделать вывод, что если бы Исландия решила вступить в Европейский союз, ей не пришлось бы проводить сложный процесс имплементации законодательства ЕС в исландскую правовую систему.

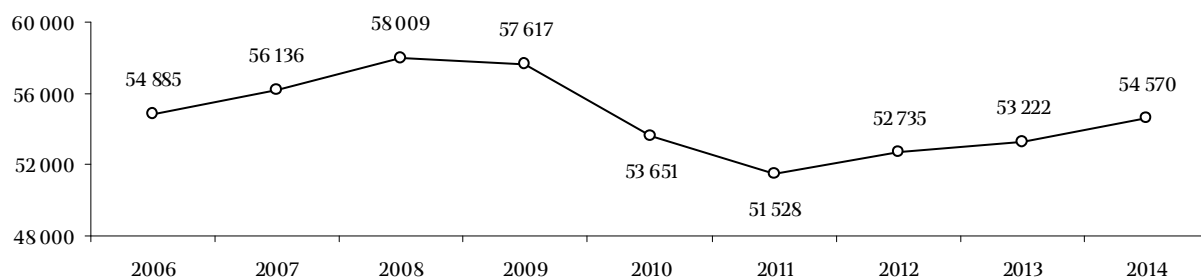
Из пяти стран Северной Европы три государства являются членами Европейского союза (Дания, Финляндия, Швеция). Финляндия также является членом еврозоны с момента ее создания. Норвегия по итогам двух референдумов отказалась от присоединения к Европейскому союзу, принимая во внимание структуру норвежской экономики, в которой важную роль играют сырье и рыболовство. Исландия долгие годы не проявляла интерес к вопросу членства страны в Европейском союзе. Главной причиной была значимость рыболовного промысла для экономики государства, с одной стороны, а, с другой стороны, существование Общей рыболовной политики в Европейском союзе ставило под угрозу эксклюзивное использование рыбных ресурсов в прибрежных водах Исландии. Кроме того, географическое положение Исландии также является не совсем выгодным для ее сотрудничества с государствами-членами Европейского Союза. Страны, которые имеют сухопутные границы и географически находятся ближе, имеют меньшие затраты в рамках международной торговли.

Проблематику членства Исландии в Европейском союзе исследуют многие авторы. За относительно короткий временной период в научной литературе достаточно много внимания уделено анализу причин и экономических интересов Исландии участвовать в интеграционных процессах Европейского союза [5]. После изменений в банковской системе США, с которой исландские банки тесно связаны, и результатов выборов в Исландии в 2009 г., опубликованы материалы о разных точках зрения на преимущества вступления Исландии в структуры Европейского союза (см.: [6]). Попытки предоставить объективный анализ интеграции Исландии в Европейский союз можно встретить и у других авторов (например, [7]).

Экономические связи Исландии и Европейского союза

Импульсом для ускорения решения правительства Исландии о подаче заявки на членство в Европейском союзе стал кризис 2008 г. Не менее важным фактором при принятии решения о членстве в ЕС были результаты парламентских выборов в Альтинг в 2009 г.

Экономика Исландии является одной из самых богатых в мире. В списке государств она входит в двадцатку самых богатых стран по ВВП на душу населения (см. рисунок).



ВВП на душу населения Исландии в 2006–2014 гг., дол. США [1]

В 2008 г. в Исландии наступил глубокий финансовый кризис. Страна оказалась на грани государственного банкротства. Исландию от банкротства спас кредит Международного валютного фонда в размере 160 млн дол. [4]. Исландские банки хотели использовать начавшийся в 2008 г. в мировой экономике финансовый кризис. Банки занимались спекулятивными операциями и агрессивно инвестировали. После того, как американский банк Lehmann Brothers обанкротился, инвесторы начали выводить свои капиталы из исландских банков. Три банка — Glitnir, Kaupthig и Landsbanki — оказались на грани неплатежеспособности, а затем обанкротились. Многие жители Исландии потеряли сбережения, а также иностранные вкладчики, в основном из Нидерландов и Великобритании. В результате банкротства трех исландских банков экономику страны постиг кризис. Фирмы ограничивали инвестиции, а международный рейтинг Исландии ухудшался. По данным рейтингового агентства Moody's рейтинг Исландии в 1997 г. был на уровне AAA, а затем начал понижаться в мае 2008 г. до уровня AA1, в октябре 2008 г. — A1, в декабре 2008 г. — Baa1, в ноябре 2009 г. — до Baa3 [8]. Снизилась доходность в государственный бюджет. Правительство приняло экстренные законы. Среди прочего, снизило заработную плату сотрудников государственных учреждений. Безработица и инфляция увеличились. Уровень безработицы достиг в январе 2008 г. 3%, а максимум зафиксировали в январе 2010 г. — 9,2%. В январе 2015 г. уровень безработицы снизился опять до 4,4% [1].

В период кризиса и после него с сильной проевропейской программой выступал, главным образом, Социал-демократический альянс и профсоюзные организации. В это время правительство социал-демократов было убеждено, что членство в ЕС поможет стране решить возникшие проблемы. Исландия хотела присоединиться к тогда еще стабильному сообществу и зоне евро. Проевропейские аргументы были основаны на ожиданиях от вступления в Европейский союз — снижении потребительских цен, переходе на евро, укреплении национальной безопасности государства, ускорении регионального развития и снижении дефицита демократии. От вступления в еврозону исландские сторонники членства в ЕС ожидали стабилизации внутреннего финансового рынка, восстановление доверия на международных финансовых рынках. Евро должен был бы обеспечить элиминацию рисков обменного курса и снижение транзакционных издержек в торговле с государствами-членами еврозоны, а также мог бы устранить общую ценовую дискриминацию.

В 2009 г. в Исландии проходили парламентские выборы, в которых значительную поддержку получил Социал-демократический альянс (30% голосов), который активно выступал за членство в Европейском союзе. Социал-демократический альянс создал правительство с представителями евроскептиков — Лево-зеленым движением (Left Green), которое получил 21,1% голосов на парламентских выборах [9]. В коалиционном соглашении правительство реализовывало проевропейскую программу. В июле 2009 г. Исландия подала в Совет Европейского союза заявку на членство.

На основании положительного заключения Комиссии Евросоюза Совет ЕС принял 17 июня 2010 г. заявку на членство Исландии. Процесс вступления начался в июне 2011 г. После принятия заявки Исландии на членство в Евросоюзе двусторонние отношения между Европейским парламентом и исландским парламентом (Althing) были формализованы и улучшены созданием Совместного парламентского комитета ЕС — Исландия.

Переговоры о вступлении включали реализацию 35 глав, регулирующих широкий спектр сотрудничества между Исландией и ЕС. По двум главам не было необходимости вести переговоры, потому что они не относились к Исландии. Ключевой частью переговоров стала глава о политике в сфере рыболовства. Политика в сфере рыболовного промысла была наиболее спорным вопросом в связи с важностью рыболовства для

экономики Исландии, доля которого составляет 10% ВВП, а в структуре экспорта доля рыболовного промысла достигает 75% [10]. Исландия в рамках переговоров о вступлении не была готова принять условия какого-либо соглашения, которое бы негативно повлияло на ее политику рыболовства. Кроме того, необходимо было согласовывать проблематику по сельскому хозяйству, учитывая исландскую систему субсидирования этой отрасли.

Евроскептики во время переговорного процесса о вступлении создавали группы влияния в сфере сельского хозяйства и рыболовства. Аргументом евроскептических партий была возможная угроза для существования 200-мильной эксклюзивной экономической (рыболовной) зоны и европейские правила, которые могли бы разрушить рыболовецкий промысел. Самыми большими противниками вступления в ЕС были Ассоциация фермеров и Федерация владельцев рыболовецких судов. Эту группу поддерживала в основном Партия независимости (Independence Party).

Следующей партией евроскептиков традиционно считается Лево-зеленое движение (Green Left), которое с момента своего создания отрицательно относилось ко всем формам интеграции, шла ли речь о НАТО или Европейском экономическом пространстве. После кризиса в 2009 г. эта партия смягчила свои антиевропейские взгляды, а после выборов 2009 г. вошла в правительственную коалицию с Социал-демократическим альянсом.

Парламентские выборы и изменение отношения к членству в ЕС

Результаты парламентских выборов 2013 г. в Альтинг показали, что европейски настроенный Социал-демократический альянс потерял поддержку избирателей, а выборы выиграли евроскептики — Партия независимости (Independence party), которая получила 26,7% голосов избирателей и Прогрессивная партия (Progressive party), которая получил 24,4% голосов [11]. В 2013 г. новое исландское правительство приостановило переговоры о вступлении в ЕС и отложило реализацию решения, направленного на отзыв заявки о членстве страны в Европейском союзе. Первая попытка правительства окончательно отозвать заявку состоялась в мае 2014 г. Под давлением граждан, которые требовали по этому вопросу организовать референдум, правительство воздержалось от отзыва заявки на членство в ЕС. Но в марте 2015 г. правительство Исландии приняло окончательное решение отозвать заявку, а 12 марта 2015 г. объявило об этом Европейскому комиссару по вопросам расширения Штефану Фюле.

Главной проблемой в вопросе членства Исландии в Европейском союзе является спор о рыболовной политике. Исландия не заинтересована соблюдать квоты Европейского союза на вылов рыбы. После кризиса 2008 г. страна увеличила вылов скумбрии. Увеличение вылова является одним из позитивных факторов в процессе восстановления экономики. Соседние государства (Норвегия, Великобритания) обращают внимание на то, что Исландия вылавливает слишком много рыбы и тем самым угрожает рыбным ресурсам. Исландия в 2015 г. не присоединилась к соглашению между ЕС, Норвегией и Фарерскими островами о квотах на вылов скумбрии. В соответствии с предлагаемым соглашением вылов скумбрии должен был сократиться на 20%. С 2007 г. наблюдается рост годового вылова рыбы с 37 тыс. т в 2011 г. В 2015 г. Исландия планирует увеличить объемы вылова рыбы на 150 тыс. т. Причем квоты Европейского союза в рыболовстве в 2015 г. снизятся с предыдущих 613 тыс. на 520 тыс. т [12]. Исландия, если бы была государством — членом Европейского союза, должна была бы исполнять квоты и уменьшать объемы вылова рыбы, что имело бы негативные последствия для экономики страны.

Выводы

Для выводов можем использовать некоторые заявления представителей исландского правительства по вопросу членства страны в Европейском союзе.

«Участие в переговорах уже не актуально, — заявил премьер-министр Исландии Сигмундур Давид Гуннлаугссон, — в связи с изменениями в Европейском Союзе, которые для Исландии неприемлемы» [13]. Министр иностранных дел Исландии Гуннар Браги Свейнссон высказался, что «интересам Исландии лучше соответствует пребывание вне ЕС» [14].

Четыре оппозиционные европейски настроенные партии Исландии направили председательствующей в Евросоюзе Латвии открытое письмо, в котором написали, что исландское правительство отозвало заявку на членство в Европейском Союзе незаконно, потому что этот вопрос не был предметом консультаций с Комитетом по иностранным делам Альтинга. Многие евроскептики из других государств-членов Европейского союза положительно оценивают решение исландского правительства об отзыве заявки на членство в ЕС. Они утверждают, что государства могут действовать в экономических интересах своих граждан и что членство в Евросоюзе не является необходимостью.

Для Европейского союза Исландия по-прежнему остается важным партнером, членство которой в ЕС приветствуется, но это решение является свободным и суверенным выбором страны.

Известно, что с вхождением страны в любое интеграционное объединение, редуцируется и степень самостоятельности государства. Многие страны видят в интеграции гарантии своего будущего процветания, как, например, нынешние 28 государств — членов Европейского союза. На данный момент Исландия приняла решение о своем будущем без участия в этом европейском объединении.

Источники

1. Trading Economics: 300.000 indicators from 196 countries. URL: <http://www.tradingeconomics.com>.
2. Island Economy: Population, GDP, Inflation, Business, Trade, FDI, Corruption / Heritage Foundation. URL: <http://www.heritage.org/index/country/iceland>.
3. Kadečková H. Dějiny Islandu. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2001. ISBN 978-80-7106-408-4.
4. Evropská unie — portál o EU. URL: <http://www.euractiv.cz>.
5. Mišík M. Ryby vs. národná identita: Konštruktivistický pohľad na vzťah Islandu a Európskej únie // Sociológia. 2008. № 40. Č. 4.
6. Majer R., Kaniok P. Příčiny islandské žádosti o vstup do EU: Postupná proměna nebo náhlý skok? // Mezinárodní vztahy. 2011. № 3. S. 77–92.
7. Lipková E. Európska únia. Bratislava: Sprint, 2011. ISBN 978-80-89393-33-6.
8. Economics. Macroeconomics. Country macro data. URL: <http://countryeconomy.com>.
9. Althingi: News and Press Releases. URL: <http://www.althingi.is/english>.
10. Statistics Iceland. URL: <http://www.statice.is>.
11. Iceland vote: Centre-right opposition wins election / BBC News. URL: <http://www.bbc.co.uk/news/world-europe-22320282>.
12. Island řeší úkrok vlády od Evropské unie. URL: <http://zpravy.e15.cz/zahranicni/politika/island-resi-ukrok-vlady-od-evropske-unie-1172635>.
13. Island se chystá stáhnout žádost o členství v EU. URL: <http://www.paratdnes.cz/2015/01/Island-se-chysta-stahnout-zadost-o-clenstvi-v-EU.html>.
14. Iceland drops EU membership bid / BBC News. URL: <http://www.bbc.com/news/world-europe-31862988>.

Экономическое стимулирование аграрной сферы региона как фактор развития территориальных конкурентных преимуществ

Малыш Елена Владимировна

Кандидат экономических наук, научный сотрудник
Центра развития и размещения производительных сил Института экономики
Уральского отделения Российской академии наук, г. Екатеринбург (malysz.elena@mail.ru)

Аннотация. Система сравнительных преимуществ предприятий и территорий определяет систему их конкурентного взаимодействия. Характеристики местоположения хозяйствующего субъекта позволяют извлекать систему рентных доходов. Эффект взаимодействия становится базой для дополнительной добавленной стоимости. Инновационный сценарий развития опирается на создание конкурентных преимуществ. Развитие пищевой промышленности Свердловской области должно строиться по инновационному сценарию.

Ключевые слова: конкурентные взаимодействия; сравнительные преимущества; рентные факторы; инновационное развитие; пищевая промышленность.

Основой процессов адаптации сельского хозяйства страны в условиях глобальной социально-экономической нестабильности и перехода агропродовольственной системы на инновационную траекторию развития выступают процессы формирования и развития конкурентных преимуществ каждого конкретного хозяйствующего субъекта, которые в свою очередь складываются в процессы формирования и развития конкурентных преимуществ аграрной сферы всего региона.

Системы конкурентных преимуществ предприятий и территорий формируются и получают свое развитие на основе системы сравнительных преимуществ. При этом нужно заметить, что обе системы по своей экономической сути опираются на систему рентных факторов [1, с. 77]:

а) дифференциальные ренты I порядка, дающие предприятиям и территориям систему сравнительных преимуществ по отношению к факторам их создающих: технические, технологические, организационные и иные избыточные факторы производства предприятий и территории;

б) дифференциальные ренты II порядка в основном формируют и дают импульс развитию системы конкурентных преимуществ предприятий и территорий: в связи с благоприятной внешней средой сельскохозяйственных организаций, что обусловлено их выгодным территориальным местоположением и возможностью извлечения дополнительного дохода в от производственной деятельности, связанного с особыми инвестициями в повышение качества избыточных факторов производства.

Теория сравнительных преимуществ, как научная основа решения проблемы размещения и специализации производств, объясняющая альтернативные издержки, определяемые разной ценой факторов производства на разных территориях, в современных условиях становится недостаточно эффективной. М. Портер связывал глобализацию экономики с признанием того факта, «что парадигма, которая управляет конкуренцией между отдельными местами, сместилась со сравнительного преимущества на более широкое понятие конкурентного преимущества» [2, с. 328]. Сравнительное преимущество территорий, обеспечивающее более низкие факторные издержки и масштабы производства, по-прежнему существует, но в большинстве отраслей и территорий оно

уже не является конкурентным преимуществом, так как факторы производства стали более мобильными и могут свободно поступать по низким ценам с мировых рынков.

В соответствии с современными представлениями теории ренты основой в построении траектории реализации преимуществ играют не добавочные вложения капитала в расчете на единицу факторов производства, которые (при неизменных прочих условиях) приводят к снижению предельной производительности, а наличие возможностей направлять инвестиции в нововведения, позволяющие в краткосрочном периоде получать различные виды рент (квазирент).

Конкурентное преимущество территории формируется под воздействием его особых характеристик местоположения [3, с. 96]. Совокупность названных характеристик местоположения региона создает особые условия перехода хозяйствующих субъектов к экономике, построенной на знаниях и позволяющей извлекать систему рентных доходов, обусловленных территориальными возможностями региона.

Конкурентное преимущество того или иного местоположения хозяйствующего субъекта, когда в роли базового фактора производства выступают знания и квалификация, обеспечивается состоянием внешней среды, которая максимально способствует их расширенному воспроизводству.

Наиболее важной задачей в процессах формирования и развития системы конкурентных преимуществ хозяйствующих аграрной сферы территории, по нашему мнению, является обеспечение устойчивых конкурентных преимуществ производителей. Нами замечено, что в рамках современной рыночной экономики возникает и начинает развиваться хорошими темпами новая система отношений между хозяйствующими субъектами, близкими по территории. Эти отношения строятся по принципу взаимного согласования действий для извлечения совместной выгоды, формирования направленного вектора в создании дополнительной добавленной стоимости и ее распределения на взаимовыгодных условиях. Данное взаимодействие преобразует конкурентные преимущества в конкурентное взаимодействие. Основой механизма конкурентного взаимодействия являются процессы формирования и использования всех форм и видов рент, доступных для извлечения на территории хозяйствующего субъекта.

Академик Л. И. Абалкин в 2008 г. заложил основу теории конкурентного взаимодействия [4, с. 263]. Новая система отношений характеризуется тем, что в нее все активнее включается «новый» участник — потребитель. Его роль настолько расширилась в последнее время, что потребитель стал активно включаться в воспроизводственный процесс и даже в систему управления цепочкой стоимости. Потребитель все больше стал играть роль «носителя» рентных доходов. Именно потребителю с его платежеспособным спросом, его потребностями, его сбережениями стал непосредственно влиять на предложение, на скорость трансформации производства, а значит на тот дополнительный доход, который он обеспечивает путем участия в формировании дополнительной добавочной стоимости [5, с. 76]. Это и становится в последнее время рентно-несущей функцией потребителя.

Современные предприятия аграрной сферы региона вынуждены конкурировать по всему спектру параметров конкуренции. Многие руководители предприятий пришли к выводу, что конкурировать по всему спектру параметров конкурентоспособности они не в состоянии и как раз это толкает их на сотрудничество с теми предприятиями отрасли, которые обладают недостающими у них самих параметрами конкурентоспособности. Таким образом, формируются новые сетевые взаимоотношения на основе управления цепочкой ценности.

Базой нового эффекта взаимодействия становится дополнительная добавленная стоимость, формируемая за счет согласования операций производственного цикла по

учету требований потребителей к продукту, т.е. за счет создания особой ценности в рамках предложенных производителем возможностей. В этом взаимодействии перво-степенное значение имеют те потребности потребителей, для которых цена не является основным фактором выбора продукта, более важную роль играет максимально возможное удовлетворение потребностей потребителей. Рост доходов потребителей позволяет вырасти их требованиям к качеству продукта и к условиям его потребления. Стратегия дифференциации вызывает рост ассортиментного ряда продуктов, глубокую сегментацию рынков, а это повышает требования к межотраслевому взаимодействию.

Существенным ограничением на рост в результате такого взаимодействия является объем производства. Чем изысканнее требования потребителя, тем менее массовым должно быть такое производство. Путем преодоления указанного ограничения является «омассовость» потребностей, т.е. чем больше потребителей будут удовлетворены продуктом, тем больше возрастет его ценность. Привлекая потребителя к решению проблем создания ценности, предприятие настраивает свой производственный процесс на измененные потребности быстрее, чем конкуренты, что и дает преимущество.

Траектория развития предприятия в новых условиях предполагает постоянную гонку по улучшению качества продукта, за более глубокое удовлетворение потребностей потребителей; вместе с тем дифференциация приведет к переходу от массового производства к серийному и даже к штучному. Движение по траектории обеспечит только потенциал по формированию добавленной стоимости.

Инновационное социально-ориентированное развитие пищевой и перерабатывающей промышленности Свердловской области в современных условиях предполагает повышение инвестиционной, бюджетной и экспортной привлекательности отрасли, ее роли в экономике региона и страны [6, с. 107–113].

При инновационном сценарии развития предполагается формирование благоприятных условий для развития предприятий пищевой промышленности в регионе. Наряду с использованием традиционных мер, стимулирующих экономический рост пищевой промышленности, он предусматривает новые дополнительные целевые меры государственной поддержки. Это меры по привлечению инвестиций на техническое перевооружение и радикальную модернизацию производства, на реализацию высокотехнологичных пилотных проектов и важнейших инвестиционных проектов государственного и стратегического значения на основе развития частно-государственного партнерства, что позволит увеличить масштабность внедрения прогрессивных наукоемких технологий, обеспечить более высокие темпы роста объемов выпуска продукции, повысить в объеме продаж долю инновационной продукции.

Этот вариант предполагает сочетание построения активной бизнес-модели развития предприятий с мерами государственного стимулирования [7, с. 57]. По данному сценарию предусматриваются коренные изменения в структуре производства, приоритетного развития эффективных предприятий, ориентированных на выпуск импортозамещающей и экспортной продукции с высокой долей добавленной стоимости. Инновационный путь экономического развития пищевой промышленности на региональном уровне базируется на следующих предпосылках и тенденциях: создание программ социально-экономического развития регионов, среднего и малого бизнеса, региональных кластеров, стратегий и концепций развития отрасли и сопряженных отраслей, комплексный системный подход и концентрация внимания на реализацию мероприятий, касающихся повышения эффективности инновационной деятельности отрасли в рамках единой стратегии, ориентированной на ускорение инвестиционного процесса, масштабную технологическую модернизацию производства, рост производительности труда, снижение предпринимательских и инвестиционных рисков, преж-

де всего в сферах научных исследований и разработок, внедрение новых технологий, создание максимально благоприятных условий для предпринимательской инициативы, повышения инвестиционной привлекательности малого бизнеса.

Инновационный сценарий долгосрочного развития предполагает системное развитие отрасли на основе целей и приоритетов региональной политики. Он опирается на создание конкурентных преимуществ:

- обеспечение нарастания производства продуктов питания условиями для расширения их сбыта;
- корпоративное развитие на основе создания современных крупных производств;
- институциональное развитие в рамках отраслевых общественных организаций;
- смена технологической парадигмы развития с использованием механизмов государственной поддержки и агропарка;
- развитие отраслевых общественных организаций;
- поддержание высокого технологического уровня производства пищевых продуктов с использованием механизмов государственной поддержки.

Основными преимуществами инновационного сценария развития являются:

- ускорение темпов экономического роста на основе максимального использования имеющегося потенциала;
- повышение конкурентных преимуществ отрасли;
- рост налоговых поступлений в консолидированный бюджет области;
- обеспечение социального эффекта в виде сохранения количества занятых, создания новых рабочих мест и роста уровня оплаты труда в отрасли.

Активное формирование эффективных отраслевых организаций приведет к тому, что большая часть краткосрочных задач отрасли будет решаться внутри рынка с использованием механизмов отраслевого соглашения [8, с. 8]. Отраслевые организации станут эффективным проводником технологий производства и дистрибуции, стандартов менеджмента качества, будут стимулировать развитие человеческих ресурсов, при условии государственной поддержки станут инструментом масштабной модернизации в отрасли, удобным инструментом мониторинга и анализа развития малого бизнеса в отрасли.

Создание агропарка приведет к выстраиванию эффективной системы межотраслевых связей в АПК, на новый уровень поднимет использование сельскохозяйственного сырья в области, создаст технологическую платформу первичной переработки сырья, доступную в том числе и малым товаропроизводителям [9, с. 48].

Внедрение представленных форм управления развитием рынка позволит снизить степень государственного участия в отрасли. Государство оставит за собой функции обеспечения безопасности продовольственных товаров, определения концептуальных направлений развития отрасли, развития нормативно-правовой базы.

Реализация комплексных мероприятий по модернизации производства в отрасли приведет к увеличению уровня загруженности мощностей, повышению производительности труда [10, с. 8–10].

Социальный эффект заключается в опережающем темпе роста уровня оплаты труда в отрасли, а также в обеспечении населения области качественными продуктами питания.

Таким образом, в целях сохранения и развития пищевой промышленности в Свердловской области инновационный сценарий является оптимальным для эффективной работы отрасли, повышения ее конкурентного уровня и улучшения экономических показателей, импортозамещения, расширения области сотрудничества с различными компаниями и научными центрами Уральского региона и страны в целом.

Источники

1. Малыш Е. В. Система инструментов регулирования земельно-рентных отношений // Аграрный вестник Урала. 2012. № 10(102).
2. Портер М. Конкуренция. СПб.: Изд. дом «Вильямс», 2000.
3. Горев В. П. Экономика России в системе международных конкурентных отношений: монография. Иркутск: Байкальский государственный университет экономики и права, 2010.
4. Абалкин Л. И. Российская экономическая мысль: история и современность. М.: Институт экономики РАН, 2008.
5. Заостровцев А. П. Теория общественного выбора: экономический анализ поиска ренты, бюрократии и диктатур. СПб.: Изд-во С.-Петерб. гос. ун-та экономики и финансов, 2009.
6. Стратегические основы развития предприятий пищевой и перерабатывающей промышленности региона в условиях ВТО: монография / Е. В. Малыш, Ю. Г. Лаврикова, В. В. Дрокин и др. Екатеринбург: Ин-т экономики УрО РАН, 2014.
7. Малыш Е. В., Сычева Ф. А. Проблемы государственного субсидирования предприятий агропромышленного комплекса России в условиях ВТО // Агропродовольственная политика России. 2013. № 12(24).
8. Татаркин А. И., Попов Е. В. Императивы современной теории экономических институтов // Журнал экономической теории. 2013. № 4.
9. Лаврикова Ю. Г., Малыш Е. В. Зеленая экономика в кластерном развитии // Региональная экономика. Теория и практика. 2014. № 36(363).
10. Татаркин А. И., Татаркин Д. А. Возможности развития реального сектора российской экономики в условиях мировых кризисов // Известия Уральского государственного экономического университета. 2009. № 4(26).

Эффективные методы и способы осуществления налогового контроля в новых экономических и политических условиях

Михасева Елена Николаевна

Кандидат экономических наук, доцент кафедры учета, анализа и аудита
Волгоградский филиал Российской академии народного хозяйства
и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Волгоград
(zhen0505@mail.ru)

Аннотация. Налоговым контролем признается деятельность уполномоченных органов по контролю над соблюдением налогоплательщиками, налоговыми агентами и плательщиками сборов законодательства о налогах и сборах. Налоговый контроль проводится должностными лицами налоговых органов в пределах своей компетенции посредством форм, предусмотренных Налоговым кодексом РФ. Эффективность налогового контроля зависит от государственного мониторинга субъектов налогового контроля.

Ключевые слова: бюджет; налоги; налоговый контроль; налоговые органы; мероприятия налогового контроля; эффективность.

Российская Федерация как демократическое федеративное правовое и социальное государство, действуя в интересах всего общества в целях соблюдения и защиты прав и свобод человека, осуществляет социальную, экономическую, правоохранительную и другие функции, которые обеспечиваются взимаемыми налогами. Для бесперебойного финансирования данных мероприятий особенно в современных условиях нестабильной политической и экономической ситуации, необходимо пополнение всех уровней бюджета, что достигается за счет уплаты юридическими и физическими лицами налогов и сборов. Но в силу ряда причин налогоплательщики не всегда своевременно и в полном объеме уплачивают налоговые платежи, поэтому для обеспечения поступления денежных средств в бюджет необходимо наличие особого организационно-правового механизма.

Известно, что от того насколько развит механизм налогового контроля зависит экономическое и социальное развитие любого современного государства. На данном этапе создание финансовой устойчивости является основной задачей государства, значимость налогов и сборов как источников доходной части государственного бюджета объясняет приоритетность налогового контроля как направления деятельности налоговых органов. Потому вопросы организации налогового контроля, анализа эффективности работы налоговых органов, разработка путей улучшения налогового контроля являются актуальными.

Многовековой практикой налогообложения были выработаны различные формы и методы контроля за сбором налогов, соблюдением налогового законодательства, развитие и смена этих форм предопределялись развитием экономических и правовых институтов. Считаю необходимым и значимым изучение исторического опыта формирования и развития системы налогового контроля.

Проводя ретроспективный анализ становления и развития системы налогового контроля в России можно выделить следующие основные этапы (табл. 1).

**Основные этапы развития системы налогового контроля в России
(составлено по: [1])**

Даты	Описание этапа	Специфика этапа
X в.	В древнерусских княжествах пополнение казны происходило с помощью взимания дани. Дань обычно взималась «полюдьем» при объезде подвластных территорий князем или княжеской дружиной	Дань являлась прототипом прямых налогов
XIII в.	Во времена татаро-монгольского ига Золотая орда собирала дань с подвластных земель сначала с помощью уполномоченных хана — баскаков, впоследствии поручила это местным органам власти: так, русские удельные князья собирали дань на своей территории, а затем передавали ее великому князю для отправления в Орду	Баскаки и удельные князья являлись прообразом налоговых органов
XIV в.	Складывается система кормлений. Доходы и пошлины собирались холопами, пошлинниками, тиунами, назначенными кормленщиком	Холопы, пошлинники, тиуны — прототип налоговых органов в выполнении фискальной функции
Конец XIV в.	Произвол наместников ограничивается уставными грамотами. Наместники получают указания, как и с кого собирать доходы, а населению предоставляется право челобитья. Сборы утрачивают характер личных доходов наместника и становятся государственным налогом	Появление прообраза нормативно-правовых актов, регулирующих порядок уплаты налогов
Конец XV в.	Большинство прямых налогов собирал Приказ большого прихода, но наряду с ним существовали и приказы, специализировавшиеся на сборе определенных видов налогов, а также местные приказы, которые собирали налоги с подведомственных им территорий	Формирование многоуровневой налоговой системы
1655 г.	Создание Счетного приказа	Упорядочение сложной и запутанной системы органов, занимавшихся сбором налогов
1679–1681 гг.	Учреждение Приказа Большой казны	Упорядочение сложной и запутанной системы органов, занимавшихся сбором налогов
1719 г.	Утвержден регламент Камер-коллегии, обязанности которой состояли в «надзирании и правлении над окладными и неокладными приходами»	Этот государственный орган является прообразом Министерства финансов Российской Федерации
1802–1833 гг.	Создание МиФина, структурным подразделением которого стал Департамент податей и сборов, взимавший прямые и косвенные налоги с населения, кроме того, занимавшийся и проведением переписей податного населения	Налоговые органы становятся подведомственными Министерству финансов, появление функции учета и регистрации налогоплательщиков
1885 г.	Появление должности податных инспекторов. Функции податных инспекторов заключались в контроле за правильным взиманием налогов на своих участках и в руководстве деятельностью уездных податных присутствий	Появление в налоговых органах структурных единиц, уполномоченных контролировать правильность исчисления и взимания налоговых платежей
1918 г.	Декретом СНК сбор налогов передан в ведение создаваемых финансовых отделов губернских и уездных исполкомов	Передача фискальной функции новому государственному органу

Даты	Описание этапа	Специфика этапа
1921 г.	В составе Наркомфина образуется управление налогами и государственными доходами, контроль за взиманием налогов поручен финансовым инспекторам, переданным в подчинение губернским финансовым отделам	Формирование нового органа, отвечающего за сбор и контроль налоговых платежей
1930 г.	Создание в системе районных и городских финансовых отделов налоговых инспекций	Появление новой структурной единицы в системе налогового администрирования
1946 г.	Наркомфин СССР преобразован в Министерство финансов СССР	Преобразование органа, ведающего финансами СССР
1991 г.	образована Главная государственная налоговая инспекция Минфина СССР. Образована Государственная налоговая служба — отдельный и независимый от Минфина России орган исполнительной власти федерального уровня	С переходом России к рыночной экономике возникла необходимость реорганизации органов, занимающихся сбором налогов. Государственная налоговая служба становится отдельным и независимым от Минфина России органом исполнительной власти федерального уровня
1998 г.	Госналогслужба России переименована в Министерство Российской Федерации по налогам и сборам (МНС России)	Переименование Налоговой службы
1999 г.	Введена в действие часть первую Налогового кодекса Российской Федерации, устанавливающая основные принципы налогообложения	Введен основополагающий нормативно-правовой акт, регулирующий налоговую систему Российской Федерации

Современная история налогового администрирования началась с 2004 г. В целях совершенствования структуры федеральных органов исполнительной власти указом Президента была утверждена новая структура органов, согласно которой Министерство по налогам и сборам Российской Федерации преобразовано, его функции переданы Министерству финансов РФ. В ведении Министерства финансов Российской Федерации находится Федеральная налоговая служба Российской Федерации (далее — ФНС России). ФНС России является федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по контролю и надзору за соблюдением законодательства о налогах и сборах, за правильностью исчисления, полнотой и своевременностью внесения в соответствующий бюджет налогов, сборов и иных обязательных платежей, в случаях, предусмотренных законодательством РФ. Таким образом, с 2004 г. налоговый контроль согласно законодательству, находится в ведении Федеральной налоговой службы.

В соответствии со ст. 82 НК РФ налоговым контролем признается деятельность уполномоченных органов по контролю за соблюдением налогоплательщиками, налоговыми агентами и плательщиками сборов законодательства о налогах и сборах, установленных Налоговым кодексом РФ. Налоговый контроль проводится должностными лицами налоговых органов в пределах своей компетенции посредством: налоговых проверок (камеральная налоговая проверка, выездная налоговая проверка). В целях эффективности проведения налогового контроля, как в рамках проведения проверок, так и вне рамок проверок, возможно проведение специальных мероприятий налогового контроля: направление запросов в компетентные органы иностранных государств; истребование документов у проверяемого лица; истребование документов (информации) о налогоплательщике, плательщике сборов, налоговом агенте; направление мотивированных запросов в кредитные учреждения, для получения информации о движении денежных средств налогоплательщиков; направление запросов в регистрирующие, контролируемые, правоохранительные органы с целью получения информации

о проверяемом налогоплательщике; вызов на основании письменного уведомления в налоговые органы налогоплательщиков для дачи пояснений; допрос свидетеля; осмотр территории налогоплательщика; выемка документов и предметов; назначение экспертизы; привлечение специалиста; участие переводчика и понятых.

Очевидно, что совершенствование налоговой системы происходит на постоянной основе, в связи с наличием различных экономических, правовых, социальных и политических условий. Так, с июня 2007 г. в целях обеспечения системного подхода к отбору объектов для выездных налоговых проверок разработана Концепция планирования выездных налоговых проверок. С 2009 г. введен обязательный досудебный порядок обжалования решений о привлечении к ответственности (п. 5 ст. 101.2 НК РФ). С 1 января 2014 г. применяется обязательный досудебный порядок обжалования любых ненормативных актов налоговых органов, действий или бездействий их должностных лиц.

В настоящий момент ФНС предлагаются следующие мероприятия по совершенствованию контрольной работы налоговых органов:

- горизонтальный мониторинг (в зарубежном опыте этот метод успешно применяется в Королевстве Нидерланды). Данный метод основан на доверии, которое заключается в добровольном раскрытии информации налоговому органу, соглашении между налоговыми органами и налогоплательщиками на обмен информацией, на расширение информационного взаимодействия с налогоплательщиками, предупреждению экономических рисков, снижение бремени последующего налогового контроля;

- совершенствования контроля на малый и микробизнес. Осуществить это налоговым органам, не ущемляя своих интересов, может позволить введение диагностических обзоров малого бизнеса (в зарубежном опыте данный вид проверки активно используется во Франции [2]).

Для выбора оптимальной и эффективной модели системы налогового контроля помимо изучения исторического аспекта формирования налогового контроля в России также считаю целесообразным обратиться к зарубежной практике ряда стран: Германии, Японии, Франции и США (табл. 2). Выбор стран обусловлен различием в географическом и материковом расположении, а также менталитетом населения вышеприведенных стран. Так, Германия считается страной с одной из самых консервативных налоговых систем. Налоговая система Японии признается одной из самых эффективных в мире. Налоговая система Франции отличается своей специфичностью. Система налогового контроля США схожа с системой Российской Федерации.

Сравнительный анализ, считаю, следует провести по следующим критериям:

1. Варианты организации налоговых органов и их подчинения.
2. Органы, осуществляющие налоговый контроль.
3. Неожиданный характер проведения проверки.
4. Виды налоговых проверок.
5. Право на получение информации.
6. Срок контроля.

На основе изученного исторического опыта и проведенного анализа зарубежной практики можно сделать вывод об адаптации некоторых элементов зарубежной практики организации налогового контроля в России и применению ранее использованных методов и способов осуществления налогового контроля на основе ретроспективного анализа.

Контрольная работа налоговых органов противодействует и пресекает совершение преступлений в финансовой сфере. Однако, расследование и раскрытие налоговых преступлений не в компетенции налоговой службы.

**Сравнительный анализ осуществления функций налогового контроля
в зарубежных странах и Российской Федерации
(составлено по: [2–6])**

Критерий	ФРГ	Франция	Япония	США	РФ
Варианты организации налоговых органов и их подчинения	Структурное подразделение (Финансовое управление Германии)	Структурное подразделение (Главное управление государственных финансов Франции)	Самостоятельный статус	Структурное подразделение (Министерство финансов США)	Структурное подразделение (Министерство финансов РФ)
Органы, осуществляющие налоговый контроль	Федеральное налоговое управление	Генеральная дирекция налогов	Национальное налоговое управление	Служба внутренних доходов	Федеральная налоговая служба
Неожиданный характер проведения проверки	Присутствует	Отсутствует			
Виды налоговых проверок	Документальная, случайный отбор, специальный отбор	Камеральная, выездная, диагностические обзоры в отношении малого бизнеса	По месту нахождения налогоплательщика, на территории налогового органа	Заочная, камеральная, выездная	Камеральная, выездная
Право на получение информации	Практика права не предусмотрена специальными документами				
Срок контроля	Отсутствует ограничение срока. Средняя продолжительность контрольных проверок: на крупном предприятии — 25–30 дней; на среднем — 15 дней; на малом и мелком — 6–8 дней	Минимальный срок проверки равен 2–3 дням, Ревизионный период — 1 год (может быть продлен еще на 2 года). Для физических лиц — не более 1 года	Отсутствует ограничение срока	Камеральная проверка — 3 месяца. Выездная проверка — 2 месяца	
Налоговые суды	Присутствует	Отсутствует	Отсутствует	Присутствует	Отсутствует

ФНС России это исполнительный, а не правоохранительный орган власти, в связи с чем ФНС России не обладает оперативно-розыскными методами работы, позволяющими расследовать и раскрывать налоговые преступления, поэтому считаем, что еще одним, эффективным средством противодействия совершения преступлений в финансовой сфере будет являться создание финансовой полиции (опираясь на исторический опыт — аналог существовавшей ранее налоговой полиции), наделенной новыми полномочиями противодействия преступлениям, посягающим на финансовую систему государства. Введение финансовой полиции позволит эффективно и оперативно проверять, и реализовывать информацию о подозрительных финансовых сделках и операциях методами и средствами оперативно-розыскной деятельности и при наличии признаков преступления незамедлительно принимать решение о возбуждении уголовного дела. Также следует отметить, что подобные структуры успешно существуют во многих странах, в том числе Германия, Франция.

Увеличить эффективность налогового контроля позволит возвращение элемента внезапности при проведении налоговых проверок (опираясь на исторический опыт — существовал в России до 2007 г.). Внезапность позволит дисциплинировать налогоплательщиков. Налогоплательщики будут вынуждены вести бухгалтерские и налоговые документы в строгом соответствии с законом постоянно. Данная практика успешно функционирует в Германии [6].

Еще одним органом, который позволил бы сделать результаты налогового контроля более эффективными, является налоговый суд. Институт налогового суда эффективно функционирует в США, Германии [3; 6]. Введения налогового суда в систему органов власти Российской Федерации позволит увеличить эффективность разрешения налоговых споров в судебном порядке, так как наличие данного института предполагает наличие квалифицированных работников в области налогового права данного органа, а также судей, принимающих решения по данному виду споров. Внедрение института налогового суда позволит также снять большую часть нагрузки с арбитражных судов.

Подводя итоги, проведенного исследования можно сделать вывод о том, что налоговый контроль — это динамичный процесс, поэтому для повышения эффективности контрольной работы налоговых органов должны совершенствоваться формы контрольно-надзорной деятельности, а также внедряться новые методы налогового контроля с опорой на отечественный исторический и зарубежный опыт. Экономическая и финансовая жизнь государства наращивает свои темпы, и контрольная деятельность налоговых органов не должна от нее отставать. Именно совершенствование методов контрольной работы налоговых органов как составной части налогового администрирования представляется единственно прогрессивным способом увеличения доходов бюджета за счет налоговых поступлений, не ущемляющим законных прав и интересов налогоплательщиков.

Источники

1. Лаппо-Данилевский А. С. Организация прямого обложения в Московском государстве со времен Смуты до эпохи преобразований. М.: Либроком, 2013.
2. Цепилова Е. С. Особенности налоговой системы и налогового контроля во Франции // Финансы. 2013. № 2. С. 68–71.
3. Берестова С. В. Налоговые проверки в Соединенных Штатах Америки // Российский налоговый курьер: электрон. журн. 2004. № 13–14. URL: <http://www.rnk.ru/journal/archives>.
4. Евмененко Т. О. Налоговый контроль и ответственность налогоплательщиков // Бухгалтерский учет. 2000. № 3. С. 40–48.
5. Калашникова Н. И. Влияние налогового администрирования на уровень собираемости налогов // Экономический анализ: теория и практика. 2009. № 2. С. 58–64.
6. Перонко И. А., Красницкий В. А. Налоговое администрирование // Налоговый вестник. 2000. № 10. С. 22–25.

Коррупция как препятствие на пути инновационного развития

Морозова Юлия Максимовна¹, Шарафутдинова Елена Николаевна²

¹ Студент Уральского государственного экономического университета, г. Екатеринбург
(morozyova-264536@ya.ru)

² Кандидат химических наук, доцент кафедры управления качеством
Уральского государственного экономического университета, г. Екатеринбург
(shen17@yandex.ru)

Аннотация. Проблема коррупции носит глобальный характер. Причины коррупции имеют глубокие исторические и ментальные корни. Тем не менее, в настоящее время есть примеры эффективной борьбы с проявлениями коррупции в ряде стран мира, которые демонстрируют очевидную взаимосвязь успешного инновационного развития страны и избавления от коррупции.

Ключевые слова: коррупция; инновации; идеология общественного договора; социально-экономические причины и последствия; стратегия борьбы с коррупцией; экономическая свобода и инновационное развитие.

Коррупция — это термин, обозначающий использование должностным лицом своих властных полномочий и доверенных ему прав в целях личного обогащения, противоречащее моральным устоям и законодательству [1].

Коррупция выступает как сложное социальное явление, которое зародилось в глубокой древности и продолжает существовать в настоящее время практически во всех странах мира [2].

В первобытных и раннеклассовых обществах плата жрецу, вождю или военачальнику за личное обращение к их помощи рассматривалась как универсальная норма. Ситуация стала меняться по мере усложнения и профессионализации государственного аппарата [3]. Так, в средневековой России «кормления» воевод и присвоение ими платы за разрешение конфликтов считались обычным доходом служивых людей, практически наряду с жалованием из казны или получением поместий. Чем более централизованным было государство, тем более строго оно ограничивало самостоятельность граждан, провоцируя чиновников низшего и высшего звена к тайному нарушению закона в пользу подданных, желающих избавиться от строгого надзора [4].

Во второй половине XX в., после появления большого числа политически самостоятельных стран «третьего мира», их государственный аппарат, как правило, изначально оказался сильно подвержен системной коррупции. Дело в том, что на «восточные» традиции личных отношений между начальником и просителями здесь получились огромные бесконтрольные возможности, связанные с государственным регулированием многих сфер жизни. Например, президент Индонезии Сухарто получил прозвище «Мистер 10 процентов», поскольку всем действующим в этой стране иностранным корпорациям предлагалось платить четко обозначенную взятку президенту и членам его «семейного клана» [5]. В «третьем мире» появились режимы (на Филиппинах, в Парагвае, на Гаити, в большинстве африканских стран), где коррупция тотально пронизывает все виды социально-экономических отношений, и без взятки просто ничего не делается.

Первым правителем, о котором сохранилось упоминание как о борце с коррупцией, был шумерский царь города-государства во второй половине XXIV в. до н. э. Несмотря на

показательные и часто жестокие наказания за коррупцию, борьба с ней не приводила к желаемым результатам [6].

Коренной перелом в отношении общества к личным доходам государственных чиновников произошел только в Западной Европе эпохи Нового времени. Идеология общественного договора провозглашала, что подданные платят налоги государству в обмен на то, что оно разумно вырабатывает законы и строго следит за их неукоснительным выполнением [7]. Личные отношения стали уступать место чисто служебным, а потому получение чиновником личного дохода, помимо положенного ему жалования, начали трактовать как вопиющее нарушение общественной морали и норм закона.

Разные проявления коррупции имеют различную этическую оценку: одни действия считаются преступными, другие всего лишь безнравственными [1]. Самые опасные формы коррупции квалифицируются как уголовные преступления. К ним, прежде всего, относятся растрата, хищение и взятки. Растрата заключается в расходе ресурсов, доверенных должностному лицу, с личной целью. Она отличается от обычного воровства тем, что изначально лицо получает право распоряжаться ресурсами легально: от начальника, клиента и т. д. Взятка является разновидностью коррупции, при которой действия должностного лица заключаются в оказании каких-либо услуг физическому или юридическому лицу в обмен на предоставление последним определенной выгоды первому. В большинстве случаев, если дача взятки не является следствием вымогательства, основную выгоду от сделки получает взяткодатель. К уголовным преступлениям также относится покупка голосов избирателей (хотя некоторые считают ее не формой коррупции, а видом недобросовестной избирательной кампании).

Деловая коррупция возникает при взаимодействии власти и бизнеса [8]. Распространение коррупции среди чиновников приводит к тому, что в ней оказываются заинтересованными и подчиненные, и начальники (табл. 1).

Т а б л и ц а 1

Коррупционные интересы подчиненных и начальников [9]

Плюсы	Минусы
<i>Подчиненный</i>	
<ul style="list-style-type: none"> • Шире возможности — больше взятки. • Под покровительством начальника брать взятки безопаснее 	<ul style="list-style-type: none"> • Организованная группа — отягчающее обстоятельство. • Отдает процент от взяток
<i>Начальник</i>	
<ul style="list-style-type: none"> • Процент от взяток подчиненных — стабильный доход. • Нет непосредственного участия во взятке. • Меньше вероятности, что подчиненный сам выдаст 	<ul style="list-style-type: none"> • Если подчиненного поймут, он может выдать начальника. • Организованная группа — отягчающее обстоятельство

На практике подчиненные делят взятки не только с начальством, но и между собой. Конечным итогом является формирование специфических для коррупции внутренних рынков и экономических механизмов. Среди областей, наиболее прибыльных в плане коррупции, следует выделить:

- налоговые льготы;
- продажа сырьевых товаров по ценам ниже рыночных;
- районирование, поскольку оно влияет на стоимость земли;
- добыча природных ресурсов;
- продажа государственных активов, в особенности приватизация государственных предприятий;

- предоставление монопольной власти к определенному виду коммерческой (в особенности экспортно-импортной) деятельности;
- контроль над теневой экономикой и нелегальным бизнесом (вымогательство, защита от преследования, уничтожение конкурентов и т. д.);
- назначение на ответственные посты в органах власти.

Вымогательство («государственный рэкет») практикуется чиновниками, обладающими дискреционной властью препятствовать кому-либо в получении лицензий, специальных разрешений или любых других услуг, входящих в компетенцию чиновника. Если чиновник имеет полномочия оценивать сумму надлежащих выплат (например, налогов или пошлин), это также открывает возможности для вымогательства. Столкнувшись с вымогательством со стороны госслужащего, частное лицо оказывается перед выбором: либо дать взятку (что сопряжено с риском разоблачения), либо обжаловать действия госслужащего через внутренний или внешний надзорный орган. Решение зависит от того, насколько затратная процедура обжалования, а также насколько гражданин осведомлен о своих законных правах и обязанностях госслужащего [10].

Американские фирмы-экспортеры утверждали, что они часто проигрывают выгодные контракты из-за того, что по закону не имеют права платить взятки заграничным чиновникам. Напротив, в большинстве стран ОБСЕ взятки иностранным партнерам не только не запрещались, но даже могли быть списаны с дохода при уплате налогов. Например, у немецких корпораций такие расходы составляли около 5,6 млрд дол. в год (англ.). Ситуация изменилась только в конце 1997 г., когда страны ОБСЕ подписали «Конвенцию о борьбе с дачей взяток иностранным государственным должностным лицам при осуществлении международных деловых операций» [11].

В некоторых случаях коррупция становится единственной возможностью получить номинально бесплатные услуги, которые государство обязано предоставлять своим гражданам. Например, коррупция в медицине не только способствует формированию негативной морально-этической ситуации в обществе. Она углубляет дискриминацию граждан по их социальному статусу, деструктивно воздействует на систему государственного управления и снижает возможности экономического роста страны. Говоря юридическим языком, коррупция в здравоохранении приводит к массовому нарушению конституционных прав и свобод граждан [12].

На сегодняшний день не известны методы в педагогике и менеджменте, которые бы гарантировали, что человек будет идеальным чиновником. Однако существует множество стран с весьма низким уровнем коррупции.

Коренной перелом в отношении общества к личным доходам государственных чиновников произошел только в Западной Европе эпохи нового времени. Идеология общественного договора провозглашала, что подданные платят налоги государству в обмен на то, что оно разумно вырабатывает законы и строго следит за их неукоснительным выполнением [7]. Личные отношения стали уступать место чисто служебным, а потому, получение чиновником личного дохода, помимо положенного ему жалования, начали трактовать как вопиющее нарушение общественной морали и норм закона.

Предлагают три возможных подхода к уменьшению коррупции. Первый — это ужесточение законов и их исполнения, что позволит повысить риск наказания. Второй — это создание экономических вариантов, позволяющих должностным лицам увеличить свои доходы, не нарушая законы. Третий — это усиление роли рынка и конкуренции, что позволит уменьшить размер потенциальной прибыли от коррупции [13].

В международной практике есть практические примеры успеха борьбы с коррупцией. Например, Сингапурская стратегия борьбы с коррупцией. Ее отличие — строгость и последовательность: «попытки искоренить коррупцию должны основываться на

стремлении минимизировать или исключить условия, создающие как стимул, так и возможность склонения личности к совершению коррумпированных действий» [14]. В момент обретения независимости в 1965 г., Сингапур был страной с высокой степенью коррупции. Тактика ее снижения была построена на ряде мер: регламентации действий чиновников, упрощении бюрократических процедур, строгом надзоре над соблюдением высоких этических стандартов. Центральной организацией стало автономное Бюро по расследованию случаев коррупции, в которое граждане могут обращаться с жалобами на госслужащих и требовать возмещения убытков. Одновременно с этим было ужесточено законодательство, повышена независимость судебной системы, введены экономические санкции за дачу взятки или отказ от участия в антикоррупционных расследованиях. Кроме того, предприняты жесткие акции вплоть до поголовного увольнения сотрудников таможни и других госслужб. Это сочеталось с регулированием экономики, повышением зарплат чиновников и подготовкой квалифицированных административных кадров. В настоящее время Сингапур занимает лидирующие места в мире по отсутствию коррупции, экономической свободе и инновационному развитию. Вузы Сингапура высоко котируются среди зарубежных абитуриентов. Согласно версии ежегодного аналитического исследования конкурентоспособности стран The IMD World Competitiveness Yearbook, которое проводит Institute of Management Development (Швейцария), на протяжении последних пяти лет эта страна неоднократно оказывалась в тройке лидеров [15, с. 76].

Причины коррупции в современном обществе разнообразны:

- двусмысленные законы;
- незнание или непонимание законов населением, что позволяет должностным лицам произвольно препятствовать осуществлению бюрократических процедур или завышать надлежащие выплаты;
- нестабильная политическая ситуация в стране;
- отсутствие сформированных механизмов взаимодействия институтов власти;
- отсутствие единства в системе исполнительной власти, т. е. регулирование одной и той же деятельности различными инстанциями;
- зависимость стандартов и принципов, лежащих в основе работы бюрократического аппарата, от политики правящей элиты;
- кумовство и политическое покровительство, которые приводят к формированию тайных соглашений, ослабляющих механизмы контроля над коррупцией;
- профессиональная некомпетентность бюрократии;
- низкий уровень участия граждан в контроле над государством;
- низкий уровень экономического развития;
- религиозная традиция;
- культура страны в целом и т. д.

В Российской Федерации был проведен опрос среди населения Москвы и других регионов, результаты которого представлены в табл. 2 (данные 2002 г.).

Следует отметить, что социологические опросы фиксируют понимание россиянами той угрозы, которую несет коррупция национальным интересам России. Так, на прямой вопрос социологов Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) «Что препятствует выходу России из кризиса и ее экономическому процветанию?» большинство россиян (55%) на первое место ставят бюрократическое засилье, коррумпированность нынешней политической и экономической элиты страны [16].

Население РФ о причинах коррупции, % опрошенных [16]

Причина	Москва	Регионы РФ
Безнаказанность	26	26
Алчность	13	12
Низкий уровень жизни	16	11
Плохая работа властей	14	10
Коррупция была всегда	8	5
Бюрократизм, продажность	4	4
Воровство	3	3
Низкий культурный уровень	4	1
Общее экономическое положение страны	1	1
Другое	1	2
Нет ответа	13	26

В заключение следует отметить, что коррупция существовала всегда и во всех странах. О полной победе над ней говорить сложно, но ее можно заключить в некие рамки, когда она перестанет быть существенным элементом социальной и государственной системы. В мировой экономике есть примеры, когда ее масштабы ограничены до такой степени, чтобы оно не подрывать сами основы существования страны [17].

Источники

1. Коррупция // Энциклопедия инвестора. URL: <http://investments.academic.ru/1080/Коррупция>.
2. Коррупция как общественное явление. URL: <http://www.vevivi.ru>.
3. Коррупция // Энциклопедия Кругосвет. URL: http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/ekonomika_i_pravo/KORRUPTSIYA.html.
4. Логинов О. История коррупции в России. URL: <http://www.all-crime.ru/korruptiya/korr-history-1.htm>.
5. Шесть коррумпированных президентов. URL: <http://korrossia.ru/rating/8328-6-korruptirovannyh-prezidentov.html>.
6. Андрианов В. Д. Практика и методы борьбы с коррупцией в США. URL: <http://society.viperson.ru/wind.php?ID=631764&soch=1>.
7. Моисеева Н. А. Цивилизационные особенности России и проблема коррупции // Сборник научных докладов МАИ. М., 2009. URL: <http://www.mai.ru/events/sfiro/articles/sec2/moiseeva.doc>.
8. Википедия — свободная энциклопедия. URL: <https://ru.wikipedia.org>.
9. <http://forexaw.com>.
10. Социологическое исследование коррупции / Российское общество политологов. URL: <http://gospolitics.ru/300-sociologicheskoe-issledovanie-korruptcii.html>.
11. Ильина О. Международный день борьбы с коррупцией: под прицелом истории / ПАСМИ: Первое Антикоррупционное СМИ. URL: <http://pasmi.ru/archive/100000>.
12. Коррупция в медицине. URL: <http://project.su/korruptsiya/korruptsiya.php>.
13. Маркович А. А. Коррупция: положительные и отрицательные стороны и подходы к ее решению // Научный электронный архив. URL: <http://econfr.rael.ru/article/6789>.
14. Борьба с коррупцией. URL: <http://www.korrupt.ru>.
15. Беленов О. Н., Анучин А. А. Конкурентоспособность стран и регионов. М.: КноРус, 2011.
16. Коррупция: база данных Фонда «Общественное мнение». URL: <http://bd.fom.ru/cat/power/corr>.
17. Айрапетян Э. С. Причины и условия, порождающие коррупцию в Российской Федерации в современных условиях // Актуальные вопросы юридических наук: материалы междунар. науч. конф. (г. Челябинск, ноябрь 2012 г.). Челябинск: Два комсомольца, 2012. С. 68–71.

Проблемы и перспективы развития системы среднего и начального профессионального образования в Республике Армения

*Петросян Ирина Борисовна¹, Карапетян Ирина Григорьевна²,
Петросян Виктория Борисовна³*

¹ Кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории и проблем экономики переходного периода Российско-Армянского (Славянского) университета, г. Ереван, Армения (petrosyan.irina@gmail.com)

² Ассистент кафедры управления, бизнеса и туризма Российско-Армянского (Славянского) университета, г. Ереван, Армения (irina.karapetyan@yahoo.com)

³ Преподаватель кафедры управления, бизнеса и туризма Российско-Армянского (Славянского) университета, г. Ереван, Армения (vtpetrosyan@gmail.com)

Аннотация. В процессе социально-экономического развития Республики Армения важную роль играет качественное начальное и среднее профессиональное образование и обучение. Доступность и процесс его внедрения являются одними из основных факторов обеспечения экономического роста, снижения уровня бедности и смягчения социального неравенства. Авторами был проведен анализ современного состояния системы среднего и начального профессионального образования, выявлены основные проблемы, существующие в данной сфере, а также пути их решения, изучены перспективы дальнейшего развития данного вида образования; разработаны рекомендации по проведению комплексных структурных реформ, позволяющих повысить эффективность данной системы и качество предоставляемых образовательных услуг.

Ключевые слова: экономическое развитие; начальное и среднее профессиональное образование; рынок труда; непрерывность образования; качество образовательных услуг.

Основная цель профессионального образования — подготовка квалифицированного специалиста соответствующего уровня и профиля, конкурентоспособного на рынке труда, свободно владеющего своей профессией и ориентированного в смежных областях деятельности, способного к эффективной работе по специальности на уровне мировых стандартов, готового к постоянному профессиональному росту, социальной и профессиональной мобильности [1, с. 1].

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что в процессе социально-экономического развития Армении важную роль играет качественное начальное и среднее профессиональное образование и обучение. Его доступность и процесс его внедрения являются одними из основных факторов обеспечения экономического роста, снижения уровня бедности и смягчения социального неравенства. На сегодняшний день развитие этой ступени образования считается одним из основных приоритетов в процессе стабилизации состояния экономики Армении, поскольку в условиях структурных преобразований экономики важную роль приобретают повышение качества программ базового профессионального и дополнительного образования и приведение их в соответствие с целями социально-экономического развития страны. Особую значимость приобретают задачи и проблемы реформирования сферы профессионального образования и обучения, что позволит осуществлять обучение, направленное на спрос на рынке труда, предусматривая специализированные процессы для вовлечения и переподготовки части населения, находящейся в составе долгосрочной структурной и циклической безработицы.

До начала мирового финансово-экономического кризиса в Армении наблюдался небывалый экономический рост, который был обусловлен ростом спроса и цен на мировых рынках основных экспортируемых товаров, а также притоком частных иностранных денежных трансфертов. Однако кризис 2009–2011 гг. и экономическая ситуация 2014 г., показали, что развитие только лишь за счет экспорта некоторых наименований ресурсов и готовой продукции, а также за счет притока частных трансфертов из-за границы не дает гарантий стабильности и не позволяет выработать стратегию долгосрочного экономического роста. Необходимость дальнейшего обеспечения постоянных темпов непрерывного развития требует создания экономики и общества, базирующихся на знании [2, с. 80]. Образование, как средство создания человеческого капитала, играет центральную роль в этой проблеме. Система образования является гарантом подготовки высококачественных кадров в сфере конкурентоспособной научной сферы и сферы высоких технологий.

Руководствуясь имеющимся опытом, можно заключить, что достижение наилучших результатов экономического развития Армении возможно лишь при наличии определенных условий. Первыми на повестке дня на сегодняшний день стоят систематизированное осуществление образовательных программ, созданных на основе согласования со стороны государственных органов, работодателей, частных и международных организаций; составление программ регионального социально-экономического развития; проведение исследований и мониторинга рынка труда; улучшение качества образования и целевая направленность финансовых вложений. Обеспечение этих условий можно гарантировать лишь при проведении ряда мероприятий, способствующих развитию профессионального образования в стране. Целью этих мероприятий должно стать создание современной системы начального и среднего профессионального образования в РА при наличии соответствующей системы исследования и мониторинга рынка труда. При этом необходимо отметить, что создаваемая система должна полностью быть сопоставима с аналогичными успешно функционирующими системами развитых и наиболее передовых развивающихся стран мира.

Развитие начального профессионального и среднего образования необходимо рассматривать в контексте достижения основных целей общего развития страны, а именно [1, с. 16]:

- обеспечения устойчивого экономического роста;
- международного и регионального сотрудничества;
- повышения уровня благосостояния населения и снижения уровня бедности;
- развития системы начального и среднего профессионального образования и обучения, направленной на удовлетворение спроса на рынке труда.

Однако существующая на сегодняшний день система НПО и СПО не позволяет в полной мере достигать поставленных целей, поскольку в ней существует ряд серьезных проблем, требующих незамедлительного решения. При этом проблемы в данной системе разнообразны и многочисленны. Анализ деятельности учебных заведений СПО и НПО РА показал, что на сегодняшний день можно выделить ряд наиболее значимых проблем, описание которых будет приведено ниже.

Основные проблемы в сфере СПО и НПО обусловлены следующими факторами:

- 1) социально-экономическим состоянием страны;
- 2) быстрыми изменениями в сфере науки и техники;
- 3) отсутствием необходимых условий для непрерывного развития образования;
- 4) большими объемами структурной безработицы;
- 5) недоступностью образовательных услуг для сельского населения;
- 6) неэффективным использованием имеющихся ресурсов.

Если обратиться к количественному анализу системы НПО и СПО (рис. 1), то можно отметить, что количество учреждений на протяжении всего исследуемого периода оставалось практически неизменным [3, с. 128], однако сегодняшний день произошло некоторое сокращение количества учреждений НПО, а количество учреждений СПО незначительно выросло.

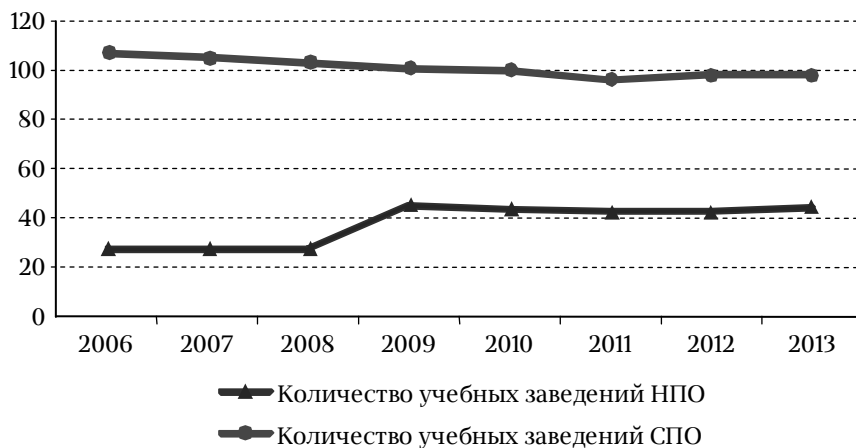


Рис. 1. Динамика количества учебных заведений СПО и НПО РА, 2006–2013 гг.

Что касается распределения количества абитуриентов и студентов, обучающихся по программам начального и среднего профессионального образования (рис. 2), то становится ясно, что учреждения НПО существенно уступают по данному показателю учреждениям СПО, и такая тенденция сохраняется и сегодня [3, с. 131].

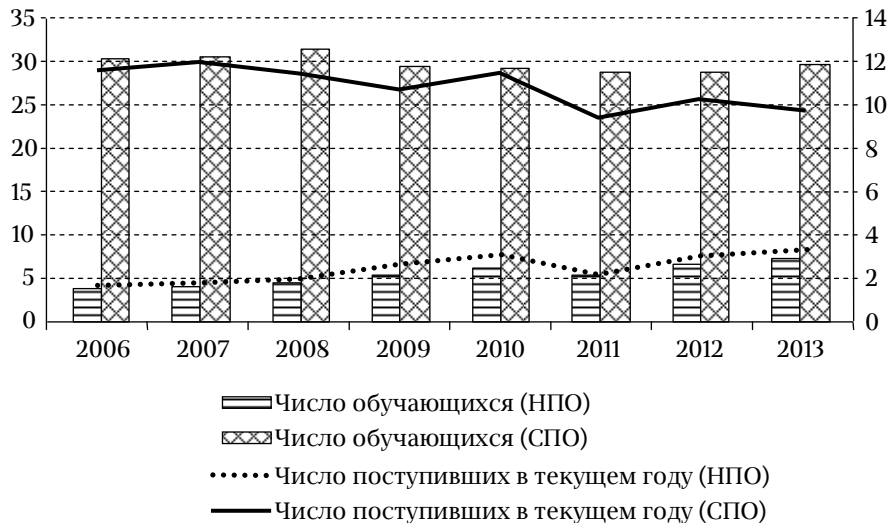


Рис. 2. Динамика количества учащихся в учреждениях СПО и НПО РА, 2006–2013 гг., тыс. чел.

Очевидно также, что число обучающихся в сфере СПО остается практически неизменным на протяжении всего исследуемого периода, а число поступающих, как видно из рисунка, имеет понижательную тенденцию, что свидетельствует о снижении привлекательности данного вида образования. Что касается сферы НПО, то здесь, наоборот, наблюдаются положительные тенденции. Так, число обучающихся в 2006 г. выросло с 4,1 тыс. до 7,4 тыс. чел. в 2013 г., т. е. более чем на 60%.

Общее количество штатных преподавателей, задействованных в учебном процессе вышеуказанных учебных заведений, по положению на 2013 г. составляет 4 226 чел., из

которых 90% имеют высшее образование. Однако лишь 0,9% преподавательского состава имеют ученые степени и 0,2% — ученое звание [4, с. 2]. Это свидетельствует еще об одной проблеме в системе профессионального образования — крайне низких стимулах в совершенствовании знаний и повышении квалификации со стороны преподавателей. Это обусловлено низким уровнем оплаты труда в данной сфере, низкой привлекательностью данной ниши на рынке образовательных услуг (преподаватели, имеющие ученые степени и звания, предпочитают работу в вузах) и, как следствие, отсутствием конкуренции на рынке услуг труда преподавателей в данной сфере. Данная проблема остается на сегодняшний день нерешенной, поскольку не систематизированы программы повышения квалификации и переподготовки преподавательского состава.

Также частично решены проблемы внедрения информационной составляющей в процесс преподавания, а также новых технологий преподавания, что повысило бы эффективность образовательного процесса. Серьезной проблемой является также и то, что слабы связи между данными учебными заведениями и предприятиями, отсутствуют эффективные механизмы организации учебной и производственной практик, что является залогом качества образования такого типа.

Рынок труда, в лице работодателей, слабо вовлечен в процесс управления данной системой. Существующая система недостаточно гибка и не успевает реагировать на потребности некоторых быстроразвивающихся отраслей экономики.

Кроме того, нет эффективных международных связей и механизмов развития сотрудничества с аналогичными учебными заведениями в других странах, и во многих случаях, пробные программы, которые пытаются проводить в этой сфере международные организации, не имеют своего продолжения.

Исследования также показали, что современная система СПО и НПО Армении по степени специализации выпускников не соответствует требованиям рынка труда и производства. Система непрерывно выпускает одинаковое количество одинаковых специалистов с идентичным уровнем качества приобретенных знаний и навыков. Об этом свидетельствует то, что на протяжении восьми лет доминирующие по количеству выпускников специальности остаются неизменными (рис. 3) [3, с. 135]. Так, в системе НПО — это сфера обслуживания, сфера транспортного обеспечения и специальности в области искусства и дизайна. В системе СПО тремя ведущими специальностями являются здравоохранение и спорт (среди которых преобладают специализации — сестринское дело и акушерство), экономика, искусство и кинематография.

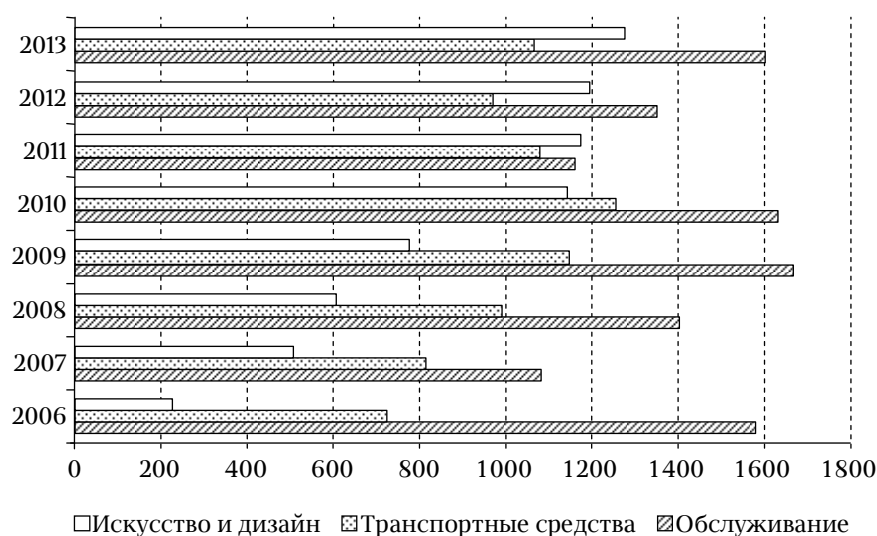


Рис. 3. Число выпускников учреждений НПО по специальностям, 2006–2013 гг.

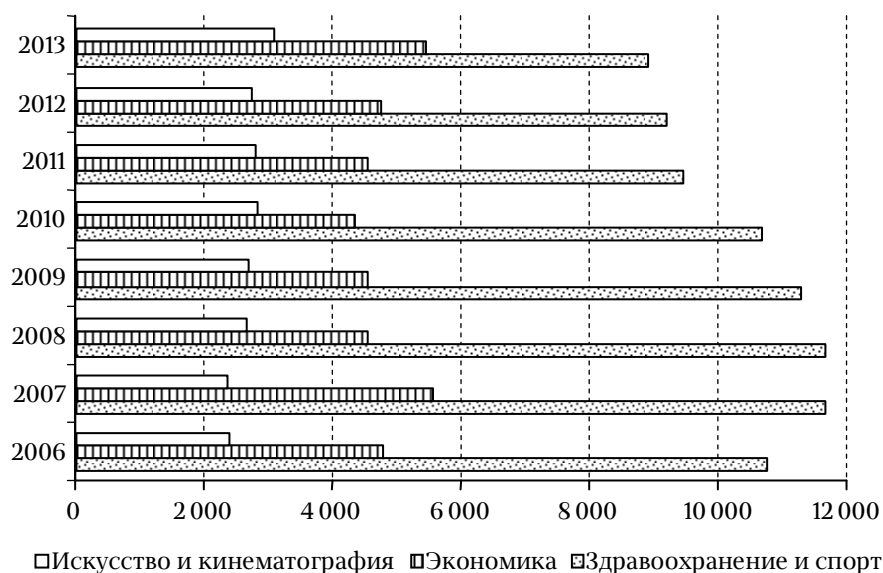


Рис. 4. Число выпускников учреждений СПО по специальностям, 2006–2013 гг.

Наиболее проблематична ситуация в сфере СПО, поскольку система воспроизводит слишком большое количество студентов медицинских и экономических специальностей, в то время как согласно исследованиям отечественных и зарубежных авторов, вузовская система также «перепроизводит» выпускников этих же специальностей, и они не находят спроса на рынке труда. Это приводит к тому, что выпускники системы СПО не в состоянии быть конкурентоспособными по уровню знаний, навыков и квалификации и большая часть из них либо остается невостребованными на рынке труда, либо же вынуждены продолжать образование в вузах (преимущественно, на заочных отделениях) для удовлетворения требованиям, предъявляемым со стороны рынка труда.

Хотя на данный момент проводятся мероприятия по приведению качества образования в соответствие со стандартами Болонского процесса, ни одна из присвоенных квалификаций в полной мере не соответствует профессиональному уровню в странах Европы. Помимо этого, для подавляющего большинства лиц старшего возраста, как занятых, так и безработных, не предусмотрена ни одна образовательная программа. Это не позволяет сокращать структурную безработицу как в текущем, так и в будущем периодах.

Еще одной не менее важной проблемой системы является неинтегрированность образовательных учреждений в глобальное информационное пространство, что не позволяет потенциальным работодателям, абитуриентам и другим стейкхолдерам получать интересующую их информацию.

В рамках проводимого исследования нами была изучена деятельность 72 государственных учреждений среднего профессионального и 25 начального профессионального образования, а также 30 негосударственных образовательных учреждений среднего профессионального образования, имеющих лицензию Министерства образования и науки РА. Также в перечень исследуемых учреждений вошли 11 учебных заведений профессионального образования при вузах и фондах. В том числе предметом исследования стала доступность информации о данных учреждениях в глобальной сети Интернет. Нами были выбраны несколько основных критериев: наличие веб-сайта, полнота и прозрачность информации об учреждении (в том числе наличие миссии и целей организации, структуры управления, наличие системы контроля качества образования), отраженной на веб-сайте. Кроме того, была сделана попытка получить информацию о на-

личии лабораторий и кабинетов для проведения практических занятий, электронных библиотек и наличия центров карьеры, что особенно важно для установления связей с потенциальными работодателями.

Как показало исследование, только 14 из 72 государственных учреждений СПО имеют свой собственный веб-сайт, у остальных сайта либо нет, либо же есть страница в социальных сетях, однако представленная на данных страницах информация носит всего лишь характер демонстрации общественной и культурной деятельности данных заведений. Еще более удручающая ситуация с государственными учреждениями НПО, поскольку ни у одного из них нет официального веб-сайта и только у двух заведений открыта страница в социальных сетях. Ситуация коренным образом отличается в сфере негосударственных учреждений СПО. Из отмеченных 25 субъектов 13 (50%) имеют веб-сайты, что можно объяснить также тем, что данные образовательные учреждения располагают менее ограниченными, по сравнению с государственными учреждениями, средствами для финансирования расходов на рекламу, пиар и маркетинг. К тому же данные учреждения вынуждены осуществлять такие расходы, поскольку им необходимо быть конкурентоспособными среди большого количества зарекомендовавших себя на протяжении многих лет государственных образовательных учреждений и быть узнаваемыми и привлекательными для потенциальных абитуриентов.

Что касается наличия миссии и целей деятельности организации, то из 14 учреждений, имеющих сайт, лишь шесть субъектов разместили данную информацию. Также не удается понять, располагают ли данные образовательные учреждения необходимыми лабораториями, мастерскими и кабинетами для проведения практических и лабораторных занятий, поскольку именно занятия этого типа составляют неотъемлемую часть такого вида обучения.

Также нет конкретной информации о наличии центров карьеры. Лишь в двух учреждениях НПО и трех СПО есть центры карьеры, что свидетельствует об очень слабой связи с работодателями и уменьшает возможность дальнейшего трудоустройства.

Информация о структуре образовательных программ, преподаваемых на каждой специальности дисциплинах, учебных программах полностью отсутствует. Это вновь свидетельствует об отмеченной выше проблеме — ни у работодателей, ни у абитуриентов и других заинтересованных лиц нет возможности быстрого доступа к информации о предоставляемых образовательных услугах и качестве образования, что ведет к потерям в конкурентоспособности на рынке.

Все это говорит о том, что система НПО и СПО Армении нуждается в коренных реформах, которые будут затрагивать все сферы деятельности учебных заведений данного типа, равно как и деятельность государства на данном рынке образовательных услуг.

Как было отмечено выше, система НПО и СПО в Армении должна способствовать достижению высоких показателей качества посредством формирования гибких образовательных механизмов, созвучных требованиям экономики и общества, а также целевого вложения ресурсов. Таким образом, в контексте развития экономики страны сфера НПО и СПО нуждается в реформах, главным образом направленных на повышение рейтинга образования как внутри страны, так и за ее пределами.

Для достижения основных целей развития начального и среднего профессионального образования необходимо существенно повысить эффективность управления системой НПО и СПО, развивать профессиональный потенциал управленческих звеньев и преподавателей, изменить содержание данного вида образования, для того, чтобы оно соответствовало современным требованиям. С этой целью необходимо определить ин-

дикаторы минимальных требований к образовательным результатам. В то же самое время залогом успеха является повышение эффективности используемых ресурсов и нахождение новых источников финансирования и механизмов привлечения финансовых средств.

Необходима существенная модернизация содержания и структуры профессионального образования в соответствии с требованиями основных отраслей промышленности, сферы услуг, культуры, государственной службы и др. Система профессионального образования недостаточно сориентирована как на общий страновой, так и на территориальные рынки труда, а также на перспективные потребности их развития, что зачастую делает ее неконкурентоспособной.

Развитие связей между профессиональным образованием и рынком труда возможно лишь при создании эффективной системы трудоустройства выпускников, в том числе путем развития целевой контрактной подготовки. Необходимо выработать механизм формирования у всех выпускников учреждений НПО и СПО умений поиска и подбора работы, включая и создание рабочих мест, открытие собственного дела.

В числе стратегических направлений развития профессионального образования особое место занимает укрепление и модернизация материально-технической базы и инфраструктуры образовательных учреждений. Разветвленная инфраструктура должна вписать учебные заведения в глобальную сеть Интернет и локальные информационные сети. Она должна сомкнуть образование с предпринимательством через научно-технологические парки и венчурные предприятия.

В системе профессионального образования опережающее развитие должны получить начальное и среднее профессиональное образование, поскольку на современном этапе резко возрастает потребность народного хозяйства в высококвалифицированных рабочих и специалистах среднего звена.

Необходимо существенно модернизировать содержание и повысить качество профессиональной подготовки на этих уровнях образования с ориентацией ее на международные стандарты качества, активизировать деятельность по укрупнению, интеграции профессий, решительно повернуть учреждения начального и среднего образования к потребностям местного рынка труда. Необходимо увеличить их финансирование, в частности для создания современной учебно-методической и информационной базы обучения, расширения НИР, издания учебной литературы для этих уровней образования. Одновременно предстоит разработать и внедрить концепцию реализации общего среднего образования в начальных и средних профессиональных учебных заведениях, обеспечить взаимосвязь их профессиональных образовательных программ, вертикальную мобильность их учащихся.

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод о том, что в сложившейся ситуации лишь коренные реформы позволят решить все имеющиеся проблемы. Исследование зарубежного опыта развития такого рода образовательных учреждений показало, что проводимые реформы должны базироваться на ряде принципов, соблюдение которых станет залогом успеха их осуществления.

Мы выделили следующие пять принципов.

1. Создание открытой и демократической системы, которая обеспечивает одинаковые возможности доступа к ней всех граждан, вне зависимости от стартовых условий и стажа работы посредством обеспечения равного доступа всех граждан к системе НПО и СПО и предоставления возможности бесплатного обучения.

2. *Непрерывность образования*, что позволит обеспечивать продолжительность обучения в зависимости от желания обучающегося. С этой целью различные образовательные уровни (среднее, начальное и среднее профессиональное, высшее) должны быть неразрывно связаны друг с другом.

3. *Качество образовательных услуг*, обеспечение которого предполагает постоянное обновление общих знаний, развитие технологий, создание методики преподавания.

4. *Обеспечение умений в соответствии с потребностями экономики и рынка труда*, предусловием чего является гибкая система НПО и СПО, которая быстро реагирует на постоянно изменяющиеся потребности производства. Наилучшим способом достижения этой цели может стать комплексное исследование рынка труда, как на локальном уровне, так и на уровне всей страны и региона в целом.

Источники

1. *Стратегия развития начального и среднего профессионального образования и обучения в Республике Армения на 2005–2008 гг.* Ереван, 2004.

2. *Петросян И. Б. Основные проблемы несоответствия системы ВПО Республики Армения требованиям рынка труда // Реалии управления корпоративными финансами и финансовый инжиниринг в современной России: материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Москва, 30–31 октября 2013 г.).* М.: Изд. дом Государственного университета управления, 2013. С. 80–84.

3. *Статистический ежегодник Армении, 2013 / Национальная статистическая служба Республики Армения.* Ереван, 2013.

4. *Программа реформ профессионального образования и обучения в Республике Армения на 2012–2016 гг. // Официальный сайт Министерства образования и науки РА. URL: <http://www.edu.am>.*

Причины и последствия экономического кризиса в Российской Федерации

Предеин Александр Михайлович¹, Сысоева Татьяна Леонидовна²

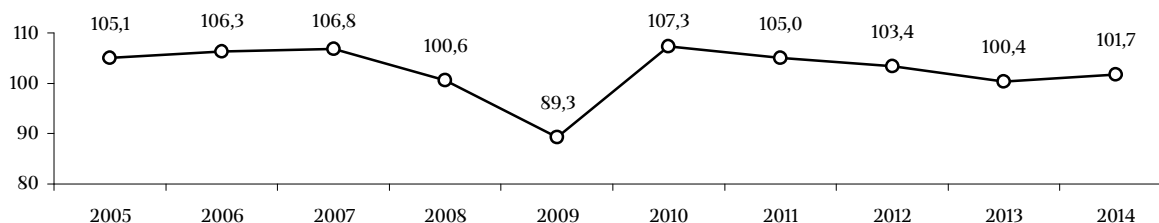
¹ Кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга и международного менеджмента Уральского государственного экономического университета, директор медиагруппы «Открытие», г. Екатеринбург (predein@yandex.ru)

² Кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга и международного менеджмента Уральского государственного экономического университета, г. Екатеринбург (t.l.sysoeva@mail.ru)

Аннотация. Общехозяйственная конъюнктура России непостоянна: она складывается под влиянием огромного числа факторов. В последние месяцы экономическая ситуация в стране претерпевает существенные изменения под влиянием геополитического фактора (война на юго-востоке Украины), высокой зависимости от динамики Еврозоны, сланцевой революции в США и др. В данной статье предпринята попытка охарактеризовать циклические и нециклические факторы, влияющие на развитие конъюнктуры России путем рассмотрения экономических показателей, а также дать прогноз развития страны на ближайшие годы.

Ключевые слова: экономический кризис; общехозяйственная конъюнктура; антикризисная политика; динамика экономики.

Мировая политическая конъюнктура оказывает сильное влияние на состояние экономики страны. Принимая во внимание кризис на Украине, введение экономических санкций против РФ со стороны ряда стран, экономика России будет развиваться иначе, чем это прогнозировали год назад. Характеризуя общехозяйственную конъюнктуру, стоит рассмотреть валовой внутренний продукт. По данным Всемирного банка, в последние годы в России наблюдается тенденция к его сокращению. Так, в 2013 г. темп прироста ВВП составил 1,3%, а в 2014 г. был близок к нулю — плюс 0,6% [1]. По оценкам ЦБ РФ, в I квартале 2015 г. темпы экономического роста будут также чуть выше нуля [2]. Одним из важнейших показателей, позволяющим оценить положение экономики на фазе бизнес-цикла, является темп роста промышленного производства. Анализируя данные за 2005–2014 гг., можно наблюдать стагнацию промышленного производства. При этом, однако, за последние два года были зафиксированы его минимальные значения после кризиса 2009 г. (см. рисунок).



Темп роста промышленного производства (по данным Правительства РФ)

По данным Всемирного банка, в период мирового финансового кризиса 2008–2009 гг. темпы инфляции составили 14,1 и 11,7% соответственно. В 2014 г. инфляция вновь продемонстрировала рост 11,4%, что лишь немногим ниже значений предыдущего кризиса [1]. Другим важным показателем, необходимым для анализа конъюнктуры, является ключевая ставка ЦБ РФ, величина которой влияет на процентные ставки по бан-

ковским кредитам и уровень инфляции. В декабре 2014 г. она существенно возросла, увеличившись до 17%, однако Совет директоров Банка России принял решение о понижении с 2 февраля 2015 г. ключевой ставки до 15% годовых.

Внешний долг Российской Федерации также существенно возрос. Отчасти это вызвано ослаблением рубля, наблюдаемым в последнее время, однако главной причиной является задолженность российских корпораций перед внешними кредиторами. Так, в 2014 г. корпоративный внешний долг составил 60 млрд дол. Рейтинговое агентство Moody's понизило кредитный рейтинг России до уровня Вaa3, что является последней ступенью инвестиционного рейтинга. При дальнейшем снижении государственные облигации опустятся до «мусорного» уровня, что означает, что инвесторам не рекомендуется вкладывать средства в российскую экономику. В начале января аналитики агентства Bloomberg поместили Россию на пятое место в перечне стран, в которых наиболее вероятен дефолт. Еще одним важным аспектом является объем прямых иностранных инвестиций. В то время как в 2013 г. они увеличились на 39,67% (по данным Всемирного банка), в 2014 г. падение составило 70%. Для сравнения: в 2009 г. их объем уменьшился лишь вдвое по сравнению с предыдущим годом [1].

Существенное падение цен на нефть за последнее время оказало крайне негативное влияние на экономику страны, ведь Россия сильно зависит от своих нефтяных доходов. За последний год цена «черного золота» сократилась в 1,85 раза, или почти на 46%. Сегодня цена остается по-прежнему низкой: по данным Росстата на 13 февраля 2015 г. она составила 61,11 дол. за баррель. Стоит также принять во внимание и колоссальное падение курса рубля по отношению к доллару США и евро за последний год. В среднем за 2014 г. бивалютная корзина подешевела на 30%.

Говоря о причинах кризиса, принято указывать на исчерпание источников роста национальной экономики и накопление институциональных ограничений, что делает его похожим скорее на кризис конца 1980-х — начала 1990-х гг., нежели на все последующие. Ситуация усугубилась ввиду взаимных санкций между Россией и странами Запада, а также падения во II полугодии 2014 г. цен на нефть на 45%. К концу 2014 г. кризис затронул валютный рынок и банковский сектор, а в 2015 г. ударил по реальному сектору экономики. Согласно прогнозу Центра развития Высшей школы экономики [3], при колебаниях цены на нефть в пределах 50–80 дол. за баррель, российскую экономику в ближайшие годы ожидает рецессия, сопровождающаяся падением реальных доходов населения до 10%, ростом безработицы до 7%, ухудшением условий кредитования и банкротством многих должников, одновременным ростом стоимости и ухудшением качества госуслуг. В апреле 2015 г. из 39,4 млн российских заемщиков, что составляет более половины экономически активного населения страны, более 5 млн не платят по долгам более 90 дней, их долги перед банками достигают 1,3 трлн р. Таких «проблемных» кредитов, по данным Правительства РФ, за год стало больше на 1,5 млн. Прогноз для бизнеса совершенно неутешительный: исследования ВШЭ предвещают дальнейшее снижение рентабельности, рост рисков вместе с процентными ставками, означающие снижение инвестиционной активности.

Снижение деловой активности привело к изменению баланса спроса и предложения в сфере коммерческой недвижимости. По итогам первой половины 2014 г., доля свободных площадей на основных улицах Москвы достигла 8%, на второстепенных — 16%. В конце 2013 г. данные показатели составляли 5 и 10% соответственно. В Екатеринбурге ситуация схожая: коммерческие помещения часто пустуют, в то время как собственники пытаются сдать их в аренду. Со снижением посещаемости торговых центров Екатеринбурга на 20–30% за последние полгода, владельцам последних приходится снижать арендные ставки и предпринимать значительные усилия по поиску и удержа-

нию арендаторов. В среднем за 2014–2015 гг. арендные ставки на коммерческую недвижимость в Екатеринбурге упали на 40%. Бизнес реагирует предсказуемо: сокращает издержки, либо закрывается вовсе. Многие предприниматели пытаются продать приносящий все меньше прибыли бизнес и выбрать себе более спокойный путь. В апреле 2015 г. база данных по продаже готового бизнеса на крупнейшем екатеринбургском портале www.e1.ru содержала более 350 объявлений.

Снижение издержек — очевидный путь. С уменьшением рентабельности необходимо понижать затраты, отказываться от любых «излишеств», оптимизировать арендные платежи, штат предприятия, повременить с инвестициями.

Гибкое ценообразование — еще один способ повысить эффективность в условиях высокой инфляции. Непрерывный мониторинг цен конкурентов, «обратная связь» с потребителями помогут вовремя менять ценники и, в конечном счете, оптимизировать прибыль.

Повышение эффективности продвижения. Экономия на рекламе — тупиковый путь, в условиях падающего спроса клиенты не появятся сами собой. Обретает особую важность выбор наиболее эффективных средств продвижения, с использованием креативного подхода и новых медиа.

Следование потребителю. Ориентация на удовлетворение потребностей определенного рыночного сегмента — необходимое условие успешности любого бизнеса. Но в кризис предпочтения потребителей меняются, и прежняя сегментация теряет актуальность. Важно своевременно выявлять текущие потребности людей и стараться им соответствовать.

На основании вышесказанного можно заключить, что российская экономика вступает в фазу «кризис» бизнес-цикла, что требует государственного вмешательства.

В 2015–2017 гг. бюджетно-налоговая и денежно-кредитная политика будут направлены на формирование благоприятной деловой среды, необходимой для привлечения инвестиций и устойчивого роста экономики в среднесрочной перспективе. Одними из основных задач являются снижение инфляции в среднесрочном периоде до 4%, а также увеличение емкости финансового рынка. Политика валютного курса Банка России предполагает отказ от установления фиксированных ограничений на уровень курса национальной валюты или целевые значения его изменения. Однако стоит отметить, что данное решение не может в полной мере способствовать укреплению национальной валюты, так как рубль — нефтяная валюта, находящаяся в прямой зависимости от цен на нефть. Аукционы по предоставлению иностранной валюты с помощью операций РЕПО, введенные в действие в сентябре-октябре 2014 г., останутся основным инструментом регулирования банковской ликвидности в 2015–2017 гг. Однако подобные действия правительства, по мнению «Росбизнесконсалтинга», могут привести к снижению валютных резервов, что побудит кредитные агентства вновь снизить рейтинг России и поставит под вопрос ее способность справиться с обслуживанием задолженности.

Кроме того, Правительством РФ был разработан антикризисный план, вступивший в силу с конца января 2015 г. и предусматривающий государственную поддержку системообразующих отраслей и компаний с целью сохранения условий для развития экономики в период кризиса. Кроме того, Россия продолжит стимулировать экспорт; были выделены средства на докапитализацию банков с государственным участием через облигации федерального займа (ОФЗ) [4; 5]. При этом, однако, необходим жесткий контроль над расходованием выделенных средств.

Характеризуя общехозяйственную конъюнктуру России, стоит принять во внимание и экономические санкции, введенные в отношении страны. Прежде всего, российские банки и корпорации серьезно ограничены в иностранных займах, вследствие чего

российский бизнес начал активно развивать сотрудничество с азиатскими банками, однако из-за взаимосвязи финансовых рынков ужесточение условий кредитования идет по всему миру. Если Европейский союз введет новые санкции, произойдет значительное снижение инвестиционной активности, в результате чего российская экономика может продолжительное время испытывать постоянный спад. Вследствие ограничения на ввоз продуктов питания из-за границы и ответных мер России происходит рост инфляции и ее ускорение. Негативное влияние может оказать ограничение поставок российского газа в Европу, ведь почти 60% налоговых поступлений России генерируются нефтью и газом. Однако данная ситуация послужила стимулом для развития российского аграрного сектора. Россия начала переориентировку на новые рынки. Кроме того, санкции оказали весьма благоприятное воздействие на военную и космическую отрасли. Таким образом, санкции имеют как положительные, так и отрицательные аспекты. При этом полная экономическая изоляция России маловероятна ввиду глубокой интеграции мировых капиталов.

Важным политическим шагом стало присоединение Крыма. Безусловно, данные действия во многом продиктованы интересами безопасности страны. Новый регион имеет хороший потенциал для экономического роста, но требует значительных инвестиций в развитие. После присоединения Крыма правительство заявило о начале реализации ряда грандиозных инвестиционных проектов, направленных на развитие инфраструктуры региона. Решение о формировании игорной зоны на территории полуострова позволяет добиться нескольких положительных экономических эффектов:

- увеличение притока налоговых поступлений в местный и региональный бюджет;
- появление новых рабочих мест для местного населения;
- рост числа отдыхающих.

Таким образом, можно резюмировать, что для выхода из кризиса России потребуется несколько лет. Несмотря на то, что Правительство РФ начало активно бороться с кризисом, предпринимаемые меры не способны оказать существенного влияния на укрепление курса рубля и на повышение мировых цен на нефть. Ввод экономических санкций в отношении России послужил толчком для активного стимулирования промышленности и сельского хозяйства с целью импортозамещения и укрепления экономики страны. Стоит надеяться, что данные меры поспособствуют повышению инвестиционной привлекательности России и притоку инвестиций; что ситуация, сложившаяся на мировой арене, в том числе неблагоприятная геополитическая обстановка вокруг России, приведет в долгосрочной перспективе к укреплению российской экономики и обретению страной большей экономической независимости. Определим главные проблемы, которые возникнут перед российской экономикой в 2014–2015 гг.: рост цен на продукты питания, необходимость переориентирования части отраслей на внутренний рынок, развитие сельскохозяйственных отраслей с реализацией продукции на внутреннем рынке. Конечно, определенные отрасли экономики будут испытывать сложности в развитии. В первую очередь, это касается предприятий, которые на основе кооперации взаимодействовали с украинскими фирмами.

Источники

1. Российская Федерация: ежемесячные тенденции экономического развития / The World Bank. URL: <http://www.worldbank.org>.
2. Пресс-центр ЦБР. URL: <http://www.cbr.ru>.
3. НЭП: Наш Экономический Прогноз / Институт «Центр развития». URL: <http://dcenter.hse.ru/nep>.
4. Иришев Б. К. Кризис евро и глобальные риски. М.: Весь Мир, 2014.
4. Гайдар Е. Т. Финансовый кризис в России и в мире. М.: Проспект, 2010.

Особенности современного развития региональной интеграции в рамках СНГ

Сопилко Наталья Юрьевна

Кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры инженерного бизнеса и управления предприятием
Российского университета дружбы народов, г. Москва (sheremett73@gmail.com)

Аннотация. Выделены основные тенденции современного развития интеграционных процессов в регионе СНГ. Классифицированы группа факторов, способствующих интеграции, взаимодействию национальных экономик участников Содружества, а также ряд дезинтеграционных факторов, определена векторность их взаимодействия. Отмечены позиции и роль России в процессах региональной интеграции на постсоветском пространстве.

Ключевые слова: региональная интеграция; дезинтеграция; пространство СНГ; векторность интеграционного взаимодействия.

Появление СНГ в конце прошлого столетия (1991 г.), окончательно подтверждающего дезинтеграцию СССР, явилось предполагающим фактором развития других объединяющих процессов на постсоветском пространстве, что обусловило проблему векторности сотрудничества и выбора бывшими союзными странами своей ниши на мировом рынке. Поэтому сегодня большое внимание в теоретическом и практическом аспекте уделяется изучению содержания и направленности интегральных взаимодействий этого региона.

Теоретической базой для проведения исследований интеграционных процессов на пространстве региона СНГ послужил анализ научных работ и материалов таких российских ученых, как А. Барковский, Ф. Клоцвог, В. Промский, Р. Гринберг, Л. Федулова, Л. Вардомский и др. Было установлено, что вопросы специфики и эволюции интеграционного движения между вновь созданными независимыми государствами окончательно не изучены, имеют свои особенности, требуют дальнейшего системного исследования и научного поиска возможных путей развития и реализации.

Длительное сотрудничество бывших советских республик во многом предопределило интеграционные процессы, происходящие в настоящее время. Это и сложившиеся ранее технологическая взаимозависимость, специализация, транспортная инфраструктура, тесные связи в социально-культурной, гуманитарной, информационной, научной сферах с одной стороны, а также усиление мировой интернационализации — с другой.

Однако, необходимо отметить, что в изменившихся экономических условиях развитие интеграции на территории СНГ имеет целый ряд противоречий и трудностей. Недоработки в политике обусловились множеством факторов, влияющих на принципы взаимодействия стран — участниц Содружества. Особую роль в стратегии национальных формирований сыграло размежевание бывших советских республик и их геополитические отличия. При этом региональная интеграция нашла выражение в создании субрегиональных образований, более ограниченных по количеству участников, с разными экономическими целями, формами и темпами развития, а также многонациональностью, стилями и методами управления в государствах, политикой перехода от плановой экономики к рыночным отношениям [1].

В объединении стран СНГ, модель которого формировалась на примере ЕС, не был учтен фактор высокого уровня экономической плотности территории и отсутствие рыночного механизма взаимодействия. Такого типа модель для фактически унитарного

государства с единой идеологией, обособленным экономическим пространством и вооруженными силами, общегосударственным языком общения, представленная разными государственными уровнями, приводит к ослаблению, тяжелым экономическим и социальным последствиям. По мнению специалистов, регион при этом в целом теряет статус активного игрока в системе международных экономических отношений [2].

Отмечается, что в целом регионе СНГ (с 2000 г.) процессы экономического взаимодействия носят разноречивый характер, отличаются как объединяющими, так и дезинтегрирующими чертами [3]. Это обусловлено влиянием ряда обстоятельств и комплексом факторов, определяющих отношения между государствами Содружества. Последние можно классифицировать на группу факторов, способствующих интеграционным процессам, имеющих устоявшийся, глубинный характер и определяющих потребность во взаимодействии и объединении: общие исторические корни, тесное переплетение культур и традиций; географическая положение стран; заинтересованность в безопасности; взаимозависимость, основанную на территориальном и отраслевом разделении труда; транспортную инфраструктуру; средства коммуникаций; общие правила, стандарты и нормы в различных сферах хозяйственной деятельности, а также социальной сфере; русский язык как средство делового и культурного общения; психологические настроения населения стран относительно объединения на пространстве СНГ, отражение которых представлено в табл. 1.

Таблица 1

**Доля респондентов, поддерживающих объединение со странами СНГ
(рассчитано автором по данным [4])**

Вариант ответа	Россия	Кыргызстан	Беларусь	Украина	Армения	Молдова	Узбекистан	Таджикистан
Поддерживают объединение с:								
Азербайджаном	13	1	7	2	0	2	7	1
Кыргызстаном	13	—	5	1	0	2		6
Россией	—	67	48	22	55	43	47	70
Беларусью	46	2	—	14	1	6	8	3
Таджикистаном	11	1	5	1	0	2	8	—
Казахстаном	29	11	13	8	0	5	20	12
Узбекистаном	12	3	5	2	0	2	—	11
Туркменистаном	10	1	6	0	0	2	11	6
Украиной	24	1	8	—	0	4	5	1
Арменией	19	1	6	2	—	2	6	1
Молдовой	15	1	6	4	0	—	5	1
Не надо объединяться	31	23	39	28	37	28	37	18

Согласно статистическим данным (табл. 1) внутри стран Содружества прослеживаются различная степень приверженности как в пользу региональной интеграции, так и в сторону автономности (показатели выше 20%).

Результаты проведенного опроса показывают, что практически для всех стран приоритетным является сближение с Россией. Высокая доля стремления к объединению наблюдается у Казахстана, России и Беларуси (84; 79 и 68% респондентов соответственно). На фоне политики интеграционного сотрудничества у ряда стран четко наблюдается тенденция тяготения к автономизации.

К группе факторов, препятствующих региональной интеграции, можно отнести те, которые наталкиваются на разные противоречия во взаимоотношениях, связанные с процессом становления государственности и сопровождающиеся национально-хозяйственной обособленностью многих стран региона. Такие государства, как правило, на-

ходятся на разных уровнях развития промышленности и сельского хозяйства, требуют восстановления национальных экономик и доведения народнохозяйственных комплексов до достаточного уровня конкурентоспособности на рынке. Также можно отметить, что отсутствие эффективного рыночного механизма хозяйствования, координации в проведении экономических реформ, оказывает влияние на динамику и направленность участия государств в интеграционных процессах, на степень согласованности национальных законодательств, а это создает серьезные препятствия на пути к успешной реализации интеграционного сотрудничества [5].

К дезинтегрирующим факторам также можно отнести резкие колебания в объемах ВВП стран (табл. 2) и в объемах промышленного производства, как показателям, тормозящим процесс сближения менее развитых стран СНГ с более развитыми.

Таблица 2

**Динамика изменений прироста ВВП стран СНГ, % к предыдущему году
(рассчитано по данным www.cisstat.com)**

Страна	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Азербайджан	10,8	9,3	5,0	0,1	2,20	5,8	2,8
Армения	6,9	-14,1	2,2	4,7	7,60	3,5	3,9
Беларусь	10,2	0,2	7,7	5,5	1,50	0,9	1,6
Казахстан	3,2	1,2	7,3	7,5	5,00	6,0	4,1
Кыргызстан	8,4	2,9	-0,5	6,0	-0,90	10,5	3,6
Молдова	7,8	-6,0	7,1	6,8	-0,19	8,9	4,7
Россия	5,2	-7,8	4,5	4,3	3,40	1,3	0,6
Таджикистан	7,9	3,9	6,5	7,4	7,50	7,4	6,7
Туркменистан	14,7	6,1	9,2	14,7	11,10	10,2	0,3
Узбекистан	9,0	8,1	8,5	8,3	8,20	8,0	8,1
Украина	2,3	-14,8	4,1	5,2	0,20	0,0	-5,3
Всего по СНГ	5,3	-6,9	4,9	4,7	3,40	2,0	1,0

Наблюдаемый незначительный прирост ВВП во многих странах региона СНГ и его падение в период 2008–2009 гг. можно объяснить возникновением мирового финансово-экономического кризиса, в котором пострадали в наибольшей степени Украина и Армения из-за высокой зависимости от внешних инвестиций, нескоординированности политических действий, уязвимости экспортной структуры и возможно из-за вступления этих стран в ВТО. В целом для всех стран характерны постоянные колебания ВВП, что подчеркивает отсутствие стабильного обособленного национального развития: в среднем по региону СНГ показатель прироста ВВП до кризиса был достаточно высоким (7–8%), а в кризисный период достаточно низким (-7%) по сравнению со странами мира (-2,2%), странами с развитой экономикой (-3,5%). Такие резкие изменения можно связать с последствиями рецессии, которую в большей степени ощутили, в основном, страны Содружества [6]. При этом некоторые государства благодаря специализации на производстве, экспорту нефти и газа, а также относительной закрытости национальных экономик смогли сохранить высокие показатели ВВП (Туркменистан, Узбекистан, Азербайджан).

Немаловажен тот факт, что после распада СССР для большинства стран Запада появившиеся новые независимые государства стали представлять особый интерес, как удобная площадка для развития стабильного рынка сбыта своих товаров и крупный источник получения топливно-сырьевых ресурсов. Поэтому они всячески старались не допустить образования устойчивого интеграционного объединения государств — уча-

стников СНГ, усиливая политико-экономическую зависимость от стран дальнего зарубежья. Это не смогло не отразиться на роли взаимной торговли внутри Содружества и также явиться дезинтеграционным фактором [1].

Многими учеными отмечается, что при недопустимо низком уровне международной конкурентоспособности для экономики практически всех стран СНГ характерна высокая степень открытости [2]. Это делает их чрезмерно чувствительными к внешним кризисам и изменениям, может существенным образом тормозить экономический и технический рост, а также являться дезинтеграционным. Кроме того, обособление стран приводит к снижению конкурентоспособности национальных товаров, поскольку на них падает спрос и экспортировать такую продукцию возможно только в ближнее зарубежье, а импортеров привлекают более качественные товары дальнего зарубежья. Интерес вызывает только сырье и результатом такой торговли является не объединение, а скорее «скрытое субсидирование» стран СНГ [7].

Учитывая, что страны-участники СНГ характеризуются спецификой собственных и общих интересов, имеют свои правила взаимодействия, вызванные разнонаправленностью основополагающих документов регулирования торгово-политического и валютно-финансового сотрудничества как внутри и за его пределами, а также связанные с опасностью потери суверенитета в процессе региональной интеграции, усилением зависимости от более сильного партнера, такого, например как Россия, особенно в отношении создания наднациональных органов власти и др., нецелесообразно ускорять процесс образования субрегиональных группировок в рамках СНГ [8; 9].

В контексте вышесказанного важнейшей задачей интеграционного процесса является поиск оптимальных путей развития экономической политики стран региона СНГ с использованием сравнительных моделей, выделением факторов, способствующих повышению уровня конкурентоспособности, совместимости существования и возможности регионализации.

Общий анализ основных тенденций и особенностей развития СНГ, свидетельствует о больших различиях в масштабе и глубине институциональных преобразований, предусматривающих формирование частной собственности на средства производства и частного предпринимательства ведущих институтов многоукладной экономики, либерализацию хозяйственной деятельности, создание рыночной инфраструктуры и рыночных механизмов государственного экономического регулирования. При этом кажется, что более очевидным является дезинтегрирование, нежели сближение государств. Однако обособленно ни одна страна СНГ не в состоянии преодолеть кризисные последствия и выстоять в условиях глобальной конкуренции самостоятельно [5].

По мнению Р. С. Гринберга, инициатором многих интеграционных процессов на территории региона СНГ выступает Россия, обладающая мощным военным потенциалом и занимающая особое геополитическое положение в Евразийском пространстве [3]. Россия, формируя конкурентоспособную региональную группировку, может стать реальным центром влияния и внести вклад в становление многополярного мира, и, безусловно, она заинтересована в интеграционном движении на территории Содружества, прежде всего в целях безопасности границ, стабилизации политической и экономической системы в странах ближнего зарубежья. Создание многонационального объединения позволит государствам-участникам создать условия устойчивого развития и повышения конкурентоспособности.

В результате исследования было выявлено, что в настоящее время на мировом рынке прослеживается тенденция оживления кооперационных связей как на территории региона СНГ в целом, так и между Россией и ее партнерами. Положительное сальдо РФ в торговле со странами Содружества по данным Российского статистического еже-

годника 2011 г., достигло в 2010 г. 27,4 млрд дол. (по справочным данным, в 2005 г. составляло 11,7 млрд дол.). Наглядно динамику изменений внешнеторгового оборота России со странами СНГ можно проследить на рис. 1.

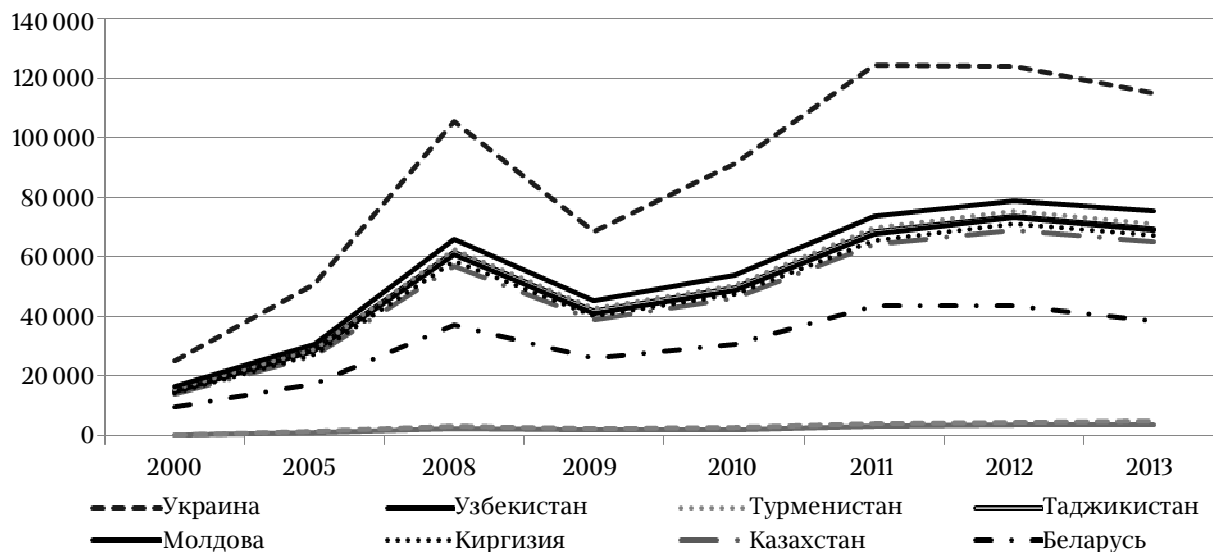


Рис. 1. Динамика внешнеторгового оборота России со странами СНГ, млн дол.

Построенные графики (рис. 1), отражающие изменения внешнеторгового оборота, имеют тенденцию роста, хотя в последние годы (после 2011 г.) наблюдалось некоторое замедление (незначительное снижение показателей торговли 2013 г. было связано с общемировой неблагоприятной ситуацией на рынке). До настоящего времени, крупнейшими партнерами России на пространстве СНГ остаются Украина, Беларусь и Казахстан, что объясняется их тесными длительными кооперационными и торговыми взаимосвязями, торговлей внутри Таможенного союза. Хотя, на первом месте выгодной признается торговля с Украиной, которая, к сожалению, не является членом этого формирования.

В мировой экономике сегодня существует множество примеров успешного развития отдельных стран на интеграционной основе. Но при этом отмечается, что крупные самодостаточные хозяйственные системы выбирают в качестве модели адаптацию взаимодействия с другими крупными экономическими структурами, а мелкие и средние национальные экономики, опасаясь самоизоляции и как результата тупикового пути развития, ориентируются на модель интегрирования с более масштабными экономиками, которые впоследствии приобретают статус центров региональных объединений [3]. Такой путь с предполагаемой интеграцией является целесообразным для стран региона СНГ, которые в масштабах мирового хозяйства представляют собой периферийные государства с переходной, трансформирующейся экономикой. Очевидно, что даже выделяющаяся на фоне остальных стран по размерам и объемам потребления Россия не сможет сегодня обособленно достигнуть оптимального масштаба рыночной структуры.

Признавая, что государства СНГ в одиночку не обладают набором ресурсов и отраслей, необходимых для экономического роста и решения задач по модернизации и достаточному уровню конкурентоспособности на мировых рынках, решение многих экономических проблем состоит именно в необходимости интеграции. Вопрос «будет ли интеграционный вектор результативно направлен в сторону России или же в направлении других государств?» остается открытым. Существование в настоящее время разнонаправленных внешнеэкономических стратегий, приводящее к формированию различ-

ных типов моделей блоковой структуры стран в регионе СНГ (варианты моделей интеграции, предлагаемые А. М. Либманом и Б. А. Хейфецом [10], многоскоростная модель А. Филиппенко [11], модель единого экономического пространства Н. И. Промского [12]), не позволяет в полной мере прогнозировать результативность сотрудничества, и принятие решений остается дискуссионным.

Проведенные нами исследования и анализ тенденций формирования экономической интеграции позволили выделить цепочку признаков и особенностей, обуславливающих векторность процессов сотрудничества в регионе СНГ и определить основные направления их развития (рис. 2).

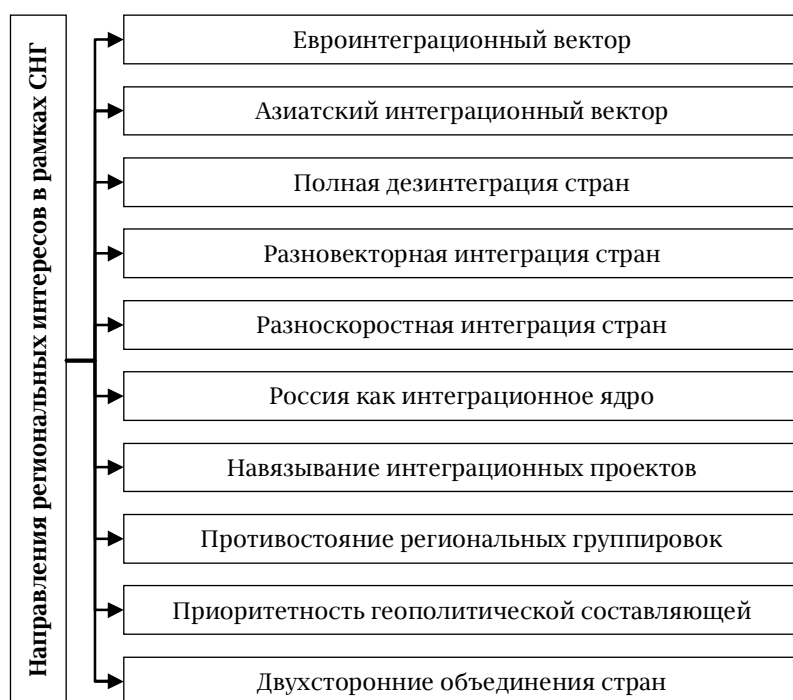


Рис. 2. Векторы возможного развития региональных процессов на пространстве СНГ

Представленная схема иллюстрирует основные пути регионализации на пространстве СНГ, по которым возможно развивать интеграционный процесс. Предлагаемая направленность регионализации с учетом производственного взаимодействия ориентирует страны Содружества на оптимальное использование своего ресурсного потенциала, повышение национальной конкурентоспособности на мировом рынке. При этом, если рассматривать Украину, Грузию и другие страны, тяготеющие в большей степени к Западу, то можно отметить, что для крупнейших мировых лидеров (США и ЕС), они не являются важными стратегическими партнерами, и вряд ли ориентируют на те эффекты, которые ожидаются от сближения с ними.

В то же время интеграция с Россией для стран региона СНГ является выгодной, поскольку может способствовать повышению эффективности функционирования и увеличению темпов роста народного хозяйства.

В этой связи важно продолжать исследования по поиску альтернативных рациональных путей экономического объединения на основе национальных интересов в пространстве СНГ, построения новых моделей, оптимизирующих процесс региональной интеграции, а также методов повышения конкурентоспособности национальных экономик.

В дальнейшем исследование по регионализации, на наш взгляд, целесообразно проводить по отношению к самым крупным игрокам на региональном рынке СНГ — России, Беларуси, Казахстану и Украине.

Несмотря на множество теоретических положений в области интеграции и дезинтеграции этих стран, в предложенных сценариях и моделировании процессов, так и не решены вопросы приоритетности их развития, выгодные как одной, так и другой стороне и положительно влияющие на повышение рейтинга их конкурентоспособности в рамках крупных мировых держав.

Источники

1. Барковский А. Н. Модели внешнеэкономических связей стран СНГ и их влияние на интеграционные процессы в Содружестве. М.: Финанс. акад. при Правительстве РФ, 2003.

2. Зевин Л. З. Современное евразийство и глобализм: взаимодействие и противоречие // Евразия в поисках идентичности / под ред. С. П. Глинкина, Л. З. Зевина. М.—СПб.: Нестор-История, 2011. С. 51–66.

3. Гринберг Р. С., Косикова Л. С. Новые тенденции экономического сотрудничества на постсоветском пространстве // Россия в глобализирующемся мире: полит.-экон. очерки. М., 2004. С. 445–460.

4. Интеграционный барометр ЕАБР — 2014: аналитическое резюме. СПб.: Центр интеграционных исследований Евразийского банка развития, 2014. URL: http://eabr.org/r/research/centre/projectsCII/integration_barometer.

5. Абрамова О. Д. и др. Проблемы региональной интеграции: политические, экономические и культурные процессы. М.: РАГС при Президенте РФ, 2007.

6. Косикова Л. С. Регион СНГ в глобальной экономике // Евразия в поисках идентичности / под ред. С. П. Глинкина, Л. З. Зевина. М.—СПб.: Нестор-История, 2011. С. 94–116.

7. Шкваря Л. В. Международная экономическая интеграция в мировом хозяйстве. М.: ИНФРА-М, 2011.

8. Гринберг Р. С., Косикова Л. С. Интеграция на разных скоростях: возможно ли единое экономическое пространство в рамках СНГ // Стратегия России. 2004. № 4. С. 31–39.

9. Барковский А. Н. 10 лет СНГ: накопленный опыт и перспективы // Проблемы прогнозирования. М., 2002. Вып. 1. С. 93–100.

10. Либман А. М., Хейфец Б. А. Модели региональной интеграции. М.: Экономика, 2011.

11. Филиппенко А. Интеграционные перспективы Украины: бигравитационная модель // Экономика Украины. 2005. № 11. С. 11–22.

12. Промский Н. И. Взаимодействие России со странами СНГ как фактор ускорения экономического развития и повышения конкурентоспособности национальной экономики: дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.14. М., 2009.

К вопросу о маркетинговых исследованиях кросс-культурных различий в поведении потребителей

Тимохина Галина Сергеевна

Кандидат экономических наук, доцент кафедры мировой экономики
Института международных связей, г. Екатеринбург
(GalinaTimokhina@yandex.ru)

Аннотация. Научная статья представляет собой краткий обзор 75 исследований, посвященных изучению поведения потребителей, относящихся к различным культурам. Выполненный обзор позволяет оценить динамику изучения кросс-культурных вариаций в поведении потребителей в зарубежной и отечественной науке и определить приоритеты для будущих исследований.

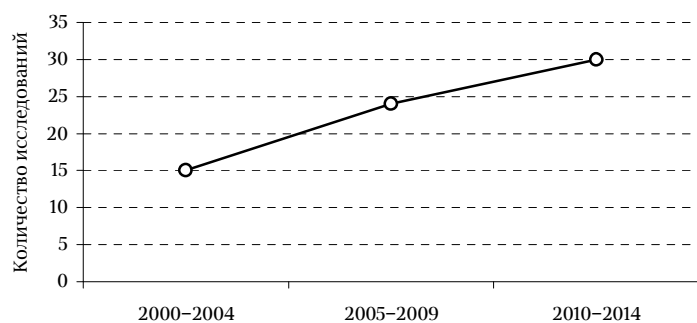
Ключевые слова: кросс-культурные вариации; поведение потребителей; маркетинг.

В настоящее время на глобальных рынках наблюдается ярко выраженный запрос хозяйствующих субъектов на прикладные исследования поведения потребителей, конкретные теоретические и практические разработки по управлению потребительским поведением и спросом. В условиях динамично меняющихся рынков эффективность маркетинговых стратегий глобальных компаний определяется знанием особенностей поведения потребителей, относящимся к различным культурам. В частности, чрезвычайно важными в глобальном маркетинге компаний становятся исследования, анализ, оценка и учет кросс-культурных вариаций в поведении глобальных потребителей.

Маркетинговая деятельность глобальных компаний требует новых подходов в формировании системы управления поведением потребителей из разных культур. Необходима операционализация новых методологических понятий, инвентаризация уже разработанных методов в смежных науках, разработка методологии анализа кросс-культурных вариаций в поведении глобальных потребителей как последовательной цепочки исследовательских процедур — от постановки и формализации задач до разработки прикладных маркетинговых решений.

В связи с актуальностью маркетинговых исследований кросс-культурных вариаций в поведении потребителей нами проведен контент-анализ существующих научных статей по данной теме в целях систематизации подходов к изучению потребительского поведения с позиций культурных вариаций, а также в целях классификации рассматриваемых исследований с точки зрения теоретических, методологических подходов, возможности применения результатов для разработки практических маркетинговых решений. Поскольку объем данной статьи не позволяет изложить все результаты контент-анализа 75 научных статей по данной теме (42 страницы текста, 27 таблиц, 5 рисунков, 1 приложение), мы ограничимся кратким обзором, позволяющим оценить динамику изучения кросс-культурных вариаций в поведении потребителей и определить приоритеты для будущих исследований.

Выполненный нами обзор существующих маркетинговых исследований культурных различий в поведении потребителей показывает, что, к сожалению, в отечественной маркетинговой науке тема кросс-культурных вариаций в поведении потребителей представлена довольно скудным количеством исследований. Наряду с этим обозначенная нами сфера исследований развивается довольно интенсивно как количественно, так и качественно зарубежными авторами (см. рисунок).



Динамика исследований кросс-культурных различий в поведении потребителей зарубежными учеными

Так, на наш запрос по словосочетанию «кросс-культурные различия в поведении потребителей» поисковой системой Google Scholar было выдано свыше 3 тыс. научных статей. Соответственно мы вынуждены были ограничить наш литературный обзор исследований по этой теме временным периодом с 2000 по 2014 г. (см. рисунок). В результате нами были отобраны для контент-анализа 74 теоретических и практических исследо-

ваний кросс-культурных вариаций в поведении потребителей зарубежных авторов и только одна научная статья отечественных ученых в соавторстве с зарубежными.

Следует отметить практическую направленность исследований по теме кросс-культурных вариаций в поведении потребителей. Из 75 научных статей 10 имеют теоретический и методологический характер (Weiermair, 2000; Luna, Gupta, 2001; Cui, Choudhury, 2002; Craig, Douglas, 2006; Hermann, Hetitmann, 2006; Watkins, 2010; Hofstede, Mooij, 2001; Faruque, Rahman, Khandoker, 2011; Boachie-Mensah, Boohene, 2012; Kastanakis, Voyser, 2014) [1]. Остальные исследования являются эмпирическими, основанными на вторичных и первичных данных и позволяющими принимать практические маркетинговые решения.

Представляется интересным значительный разброс журналов, публикующих подобные исследования (табл. 1). Выбранные нами исследования были представлены в 37 маркетинговых, отраслевых и бизнес-журналах. Большинство исследований по интересующей нас теме были освещены в лидирующих маркетинговых международных журналах, таких как International Marketing Review (33% статей), Journal of Consumer Marketing (12%), European Journal of Marketing (8%) and Journal of Business Research (7 %).

Таблица 1

Анализируемые научные журналы и используемые поисковые базы

Журнал	Количество статей	Поисковая база
International Marketing Review	12	Emerald
Journal of Consumer marketing	9	Emerald
European Journal of Marketing	6	Emerald
Journal of Business Research	5	Science Direct
Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics	3	Emerald
Journal of Consumer Behavior	3	Wiley
Cross Cultural Management: An International Journal	3	Emerald
International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research	3	Emerald
Journal of International Consumer Marketing	2	Taylor & Francis
International Journal of Hospitality Management	2	Science Direct
Journal of Services Marketing	1	Emerald
International Journal of Research in Marketing	1	Emerald
Advances in International Marketing: Cross-Cultural Buyer Behavior	1	Emerald
Young Consumers	1	Emerald
Journal of Product & Brand Management	1	Emerald
Management Research Review	1	Emerald
Managing Service Quality: An International Journal	1	Emerald

Журнал	Количество статей	Поисковая база
International Journal of Retail & Distribution Management	1	Emerald
International Journal of Service Industry Management	1	Emerald
International Journal of Wine Business Research	1	Emerald
British Food Journal	1	Emerald
Psychology and Marketing	1	Wiley
International Journal of Consumer Studies	1	Wiley
International Journal of Tourism Research	1	Wiley
Journal of International Marketing	1	Google Scholar
Journal of Interactive Advertising	1	Google Scholar
International Journal of Management and Marketing Research	1	Google Scholar
International Journal of Business and Management	1	Google Scholar
Organizacija	1	Google Scholar
Journal of Home Economics of Japan	1	Google Scholar
International Business and Management	1	De Gruyter
Marketing and Marketing Research	1	Yandex
Journal of Air Transport Management	1	Science Direct
Appetite	1	Science Direct
The Information Society: An International Journal	1	Taylor & Francis
Journal of Marketing Communications	1	Taylor & Francis
BMC Health Services Research	1	Springerlink
<i>Vsezo</i>	75	

Как отмечалось выше, наряду с интенсивным изучением кросс-культурных вариаций в поведении потребителей с точки зрения количества исследований, обозначенная нами сфера развивается качественно, включая в структуру научного и практического знания самые разные области исследования, относящиеся к кросс-культурным вариациям в потребительском поведении. Выполненный нами контент-анализ научных статей показал приоритетные области интересов академической науки и бизнеса при исследовании кросс-культурных вариаций в поведении потребителей (табл. 2.).

Таблица 2

Область исследований кросс-культурных вариаций в поведении потребителей

Область исследований		Количество релевантных конструкторов, относящихся к областям исследований*		
		Теоретические исследования	Эмпирические исследования	Всего, %**
Кросс-культурные исследования поведения потребителей (research of consumer behavior)	Психология потребителей	12	93	105 (60)
	Поведение потребителя	4	26	30 (16)
	Социологические вопросы поведения потребителей	3	17	20 (11)
	Сфера услуг	1	7	9 (5)
	Брендинг	—	5	5 (3)
	Реклама	—	5	5 (3)
	Сегментирование рынков	1	2	3 (1)
	Продуктовое разнообразие	3	—	3 (1)
<i>Vsezo</i>				186

Примечания: * Исследователи могут использовать более чем один конструктор, относящийся к различным областям исследования. ** Проценты показывают долю определенных конструкторов среди всех используемых конструкторов.

Представленная таблица показывает, что большинство исследований кросс-культурных вариаций в поведении потребителей фокусируются на изучении психологии потребителей, собственно потребительского поведения, в основе которого лежит модель процесса принятия решения потребителем, затем социологических вопросов поведения потребителей. Нам представляется, что интерес исследователей к психологии поведения потребителей обусловлен возможностью использования полученных результатов при разработке комплекса маркетинга как основного инструментария привлечения и удержания потребителей. Известным постулатом в маркетинге является то, что достижение маркетинговых целей лежит в сфере психологии потребителей.

В целях систематизации подходов к исследованию поведения потребителей разных культур в процессе анализа нами выделено два основных подхода: изучение потребительского поведения в различных культурах на основе применения культурных моделей и культурных измерений и изучение кросс-культурных вариаций поведения потребителей на основе простого сравнительного анализа (табл. 3).

Таблица 3

Исследования, основанные/не основанные на культурных моделях/измерениях

Количество исследований, основанных/не основанных на культурных (национальных) моделях	Теоретические исследования	Практические исследования	Всего статей	Всего, %
Исследования, основанные на культурных моделях/измерениях	9	41	50	67
Исследования не основанные на культурных моделях/измерениях	1	24	25	33
Общее количество исследований (статей)	10	65	75	100

Следует отметить, что в процессе проведения кросс-культурных исследований начиная с семидесятых годов прошлого века, учеными разработаны культурные модели и измерения, основанные на практическом изучении ценностей самых разных культур на довольно больших выборках, что позволяет получать качественные результаты. Наиболее известными культурными моделями, которые могут быть активно применены в кросс-культурных исследованиях поведения потребителей являются: Values orientation theory by Kluckhohn and Strodtbeck, 1973; Hall model, 1976; Hofstede model, 1980, 1988; Riddle, 1986; Gudykunst and Ting-Toomey model, 1988; Markus and Kitayama, 1991; Schwartz model, 1992, 1994; Triandis model of individualism/collectivism, 1995; National identity model by Keillor, 1996; 7D Dimensions model by Tromprenaars and Hampden-Turner, 1997; DMIS model by Bennett, 1998; Steenkamp, 2001; Cultural orientations indicator by Walker, Schmitz, 2003; GLOBE model by House, 2004; Classification of cultures model, Schuster and Copeland, 2006 [2; 3; 4].

Анализ применения упомянутых моделей в исследованиях кросс-культурных вариаций потребительского поведения (см. табл. 3) показывает, что 67% исследований базируются на использовании перечисленных выше культурных моделей, из которых в 80% научно-исследовательских статей культурные измерения методологически включены в проведение, анализ и интерпретацию результатов, в 20% научных статей культурные модели и измерения только упоминаются. Более чем в одной трети (33%) рассматриваемых исследований авторы проводят только лишь сравнительное изучение конструкторов поведения потребителей разных культур (стран), не используя культурные измерения. Кросс-культурные исследования вариаций в поведении потребителей, имеющие только лишь сравнительный характер, с нашей точки зрения, не позволяют получать достоверные результаты, по которым можно применить практические маркетинговые решения.

Как отмечалось выше, исследования культурных вариаций в поведении потребителей вызывают интерес не только академической науки, но и бизнеса. Данный факт доказывает количество практических рекомендаций в анализируемых нами научных статьях (табл. 4).

Т а б л и ц а 4

Наличие практических маркетинговых рекомендаций по результатам исследований в анализируемых научных статьях

Тип рекомендаций для маркетинг-менеджмента	Исследования	
	Количество	Доля, %
Рекомендации отсутствуют	21	28
Общие рекомендации для маркетинг-менеджмента	18	24
Конкретные рекомендации по результатам исследования	27	36
Маркетинговое заключение	9	12

Полученные данные об отсутствии либо наличии практических рекомендаций для маркетинг-менеджмента показывают, что только в 28% статей нет практических рекомендаций по результатам исследований для принятия маркетинговых решений. Большинство исследований (36 и 12%) выделяют практические рекомендации в отдельный раздел с подробным описанием применения результатов исследования в маркетинге глобальных компаний.

В заключение следует отметить, что проиллюстрированная нами положительная динамика маркетинговых исследований кросс-культурных различий в поведении потребителей, выявленные приоритетные области изучения потребительского поведения и концептуальные подходы к методологии исследований позволят отечественным ученым глубже и шире развивать данную тему, как для академических целей, так и для бизнеса.

Обозначенная нами область маркетинговых исследований актуальна не только для глобальных транснациональных компаний, но и хозяйствующих субъектов, работающих, например, в рыночном пространстве Евразийского экономического союза, поскольку потребители стран, входящих в данный союз, имеют различные культурные ценности не только в рамках разных культур, но и в рамках одной культуры. Потребители, относящиеся к разным этническим группам, как показывают исследования, также имеют свои особенности восприятия, мотивации, которые необходимо учитывать при разработке маркетинговых программ по привлечению и удержанию потребителей.

Источники

1. Douglas S. P., Craig C. S. On improving the conceptual foundations of international marketing research // Journal of International Marketing. 2006. Vol. 14, no. 1. P. 1–22.
2. Andreasen A. R. Cultural interpretation: a critical consumer research issue for the 1990's // Goldberg M., Gorn G., Pollay R. W. (eds). Advances in Consumer Research, Vol. 17. Provo: Association for Consumer Research, 1999. P. 847–849.
3. Hofstede G. H. Cultural consequences: comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations. 2nd edition. Thousand Oaks, CA: Sage, 2001.
4. Steenkamp J. E. M., Hofstede F., Wedel M. A cross-cultural investigation into the individualism and national cultural antecedents of consumer innovativeness // Journal of Marketing. 1999. Vol. 63. P. 55–69.

Влияние прямых иностранных инвестиций на экономику России

Фальченко Оксана Дмитриевна

Старший преподаватель кафедры внешнеэкономической деятельности
Уральского государственного экономического университета, г. Екатеринбург
(falchenko@gmail.com)

Аннотация. Статья посвящена анализу влияния прямых иностранных инвестиций и деятельности транснациональных корпораций на экономику принимающей страны. Дана оценка вклада прямых инвестиций транснациональных корпораций в экономический рост России. В заключении приводится расчет потребностей в прямых иностранных инвестициях для обеспечения прогнозных темпов экономического роста России.

Ключевые слова: прямые иностранные инвестиции; транснациональные корпорации; принимающая страна; экономический рост; прогноз.

Введение и постановка проблемы

В современном мировом хозяйстве транснациональные корпорации (ТНК) являются одним из ведущих субъектов производственных, торговых, валютно-финансовых, научно-технических процессов, воздействуют на экономики принимающих стран через перемещение капитала в форме прямых иностранных инвестиций (ПИИ), экспорта товаров и услуг, а также играют важную роль в передаче ноу-хау, технологий и инноваций. По данным Конференции ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД), в 2013 г. на транснациональные корпорации приходилось около 2/3 мирового притока прямых иностранных инвестиций и более 1/2 мирового экспорта товаров и услуг [1]. Перед Россией стоит задача совершенствования инвестиционного и инновационного механизмов для решения социально-экономических проблем и повышения темпов экономического роста. Данная задача может быть решена с использованием потенциала отечественных предприятий, а также путем расширения сотрудничества с иностранными компаниями, посредством государственного регулирования прямых инвестиций ТНК. В этой связи актуальной становится оценка роли и макроэкономических эффектов влияния прямых иностранных инвестиций на экономику России, а также измерение вклада ТНК в прирост валового внутреннего продукта, экспорта и импорта РФ.

Следует отметить, что влияние ТНК на принимающие страны через перемещение прямых иностранных инвестиций неоднозначно. Проанализировав существующие методические подходы к оценке эффектов влияния прямых ТНК на экономику принимающей страны, нами разграничены эконометрические модели, рассматривающие макро- и микроэкономические эффекты влияния ПИИ ТНК на экономику принимающих стран [2; 3]. Данные модели апробированы на примерах развитых и развивающихся стран, в том числе Китая, государств Африки, Латинской Америки, Центральной и Восточной Европы, Венесуэлы, России.

В группе микроэкономических моделей [2; 3] оценено влияние ТНК на среднюю добавленную стоимость на одного работника местных фирм [Р. Кэйвз (1974)]; повышение производительности местных фирм через трансферт технологий [Р. Кэйвз (1996); Л. Де Мелло-мл. (1999); Ф. Ван Ло (1977); Дж. Чан (2002); Д. Ким, Дж. Сео (2003); С. Хаймер (1960); Р. Кэйвз (1971); Дж. Даннинг (1981); Б. Айткен, А. Харрисон (1999)]; межотраслевое взаимодействие с местными фирмами [С. М. Кадочников, И. М. Драпкин, Н. Б. Давидсон, А. А. Федюнина (2012)]. Макроэкономические модели [2; 3] отражают влияние ТНК на

прирост ВВП [Э. Мансфилд, А. Ромео (1980); М. Хаддад, А. Харрисон (1993); Р. Липси (2002); М. Бломстром, Р. Липси, М. Цзеян (1994); Л. Алфаро, К. Ариндам, С. Калемли-Оскан, С. Селин (2007); М. Карковик, Р. Левайн (2002)]; уровень технологического и инновационного развития страны [Р. Финдли (1978); Э. Боренштейн, Дж. Де Григорио, Дж.-В. Ли (1998); Дж. Раппапорт (2000); Дж. Де Григорио (2003)]; экспорт и импорт [Ф. Барри, Дж. Бредли (1997); Х. Сан (1998); К. Х. Занг, С. Сонг (2000); Л. С. Голдберг, М. В. Кляйн (2000); А. М. Кутан, Г. Вукшич (2008); З. А. Хайлу (2010)]. В 19 из 24 проанализированных исследований обнаружена положительная корреляция между прямыми инвестициями ТНК и экономическим ростом принимающих стран [2; 3].

Вместе с тем можно сделать выводы: 1) некоторые описанные в литературе эконометрические модели имеют теоретический характер и не могут быть протестированы на реальных статистических данных по причине их отсутствия в официальной государственной статистике; 2) большинство эконометрических моделей относительно, могут быть справедливы для одной страны и не работать в другой. Применение многих проанализированных моделей для экономики России затруднительно из-за отсутствия необходимых данных или недостаточной длины динамических рядов агрегированных показателей.

Проведенный анализ эконометрических моделей позволил сформулировать следующие научные гипотезы для тестирования на примере экономики России:

Гипотеза 1. Размещение филиалов ТНК и увеличение ПИИ в РФ ведет к увеличению темпов экономического роста и экспорта товаров и услуг.

Гипотеза 2. Увеличение притока прямых инвестиций ТНК в экономику России ведет к уменьшению товарного импорта, что свидетельствует об импортозамещающей функции прямых инвестиций ТНК.

Модели и результаты

Для оценки влияния прямых инвестиций ТНК на экономику принимающей страны применим регрессионный анализ, адаптируя известные эконометрические модели для экономики России. Автор развивает методологический подход, предложенный Л. М. Капустиной [2; 4].

Модель 1. Зависимость ВВП от динамики внутренних инвестиций и инвестиций ТНК в основной капитал. За основу взята производственная функция Кобба — Дугласа [5]. При проведении расчетов по функции Кобба — Дугласа получен вывод, что труд оказывает наибольшее влияние на ВВП России. При увеличении средней численности занятых в российской экономике на 1% ВВП России повышается на 7,76%. При увеличении внутренних инвестиций в предыдущем году на 1% ВВП России текущем году прирастает на 0,52%.

Однако для оценки специфического влияния прямых инвестиций ТНК в работе построена двухфакторная модель, включающая следующие переменные: натуральный логарифм инвестиций в основной капитал ТНК и их филиалов; натуральный логарифм внутренних капиталовложений в основной капитал (формула (1)):

$$GDP_t = \alpha + \beta_1 \times FCI_{t-1}^{TNC} + \beta_2 \times DCI_{t-1} + \varepsilon, \quad (1)$$

где GDP_t — валовой внутренний продукт (ВВП) в t -м году; FCI_{t-1}^{TNC} — инвестиции в основной капитал ТНК и их филиалов в $(t - 1)$ -м году; DCI_{t-1} — внутренние инвестиции в основной капитал в $(t - 1)$ -м году; α — константа; ε — остатки; $\beta_{1,2}$ — коэффициенты регрессии. Данные показатели взяты с лагом в один год.

Нами оценено влияние выбранных переменных на динамику ВВП Российской Федерации за 1994–2013 гг. В результате получена следующая регрессионная зависимость ВВП от динамики внутренних капиталовложений и инвестиций ТНК в основной капитал в РФ (формула (2)):

$$GDP_t = 4,096 + 0,317 \times FCI_{t-1}^{TNC} + 0,431 \times DCI_{t-1} + \varepsilon. \quad (2)$$

(0,826) (0,085) (0,126)

Примечание. Регрессия осуществлена методом наименьших квадратов. Расчет проводился автором с помощью пакета анализа данных в программе MS Excel. Числа в скобках — стандартные ошибки. Расчеты базируются на статистических данных Федеральной службы государственной статистики.

При росте внутренних инвестиций в основной капитал на 1% ВВП увеличивается на 0,431%. При увеличении инвестиций ТНК в РФ в основной капитал на 1% в предыдущем году ВВП России в текущем году повышается на 0,317%. Проведенные расчеты подтвердили вывод о положительном, но незначительном влиянии инвестиций иностранных ТНК и их филиалов в основной капитал на темпы прироста ВВП.

Модель 2. Зависимость экспорта товаров и услуг от динамики индекса либерализации торговли, внутреннего производства и накопленных прямых инвестиций ТНК в принимающей стране. За основу взята модель Али М. Кутана и Горана Вукшича («Foreign Direct Investment and Export Performance: Empirical Evidence», 2008) [6]. В эконометрическую модель 2 вошли следующие переменные: натуральный логарифм реального ВВП как переменная, натуральный логарифм индекса либерализации торговли, натуральный логарифм накопленных ПИИ для оценки влияния прямых инвестиций ТНК на экспорт товаров и услуг принимающей страны (формула (3)).

$$EXP_t = \alpha + \beta_1 \times TLI_t + \beta_2 \times FDI_t^{stock} + \beta_3 \times GDP_t + \varepsilon, \quad (3)$$

где EXP_t — экспорт товаров и услуг; TLI_t — индекс либерализации торговли; FDI_t^{stock} — накопленные прямые иностранные инвестиции в принимающей стране; GDP_t — реальный валовой внутренний продукт; α — константа; ε — остатки; $\beta_{1,2,3}$ — коэффициенты регрессии.

С использованием описанной выше регрессионной модели оценено влияние выбранных переменных на экспорт товаров и услуг Российской Федерации за 1994–2012 гг. В результате получена следующая регрессионная зависимость экспорта от динамики ВВП и накопленных ПИИ (формула (4)):

$$EXP = 1,366 - 0,312 \times TLI_t + 0,175 \times FDI_t^{stock} + 0,681 \times GDP_t + \varepsilon. \quad (4)$$

(1,597) (0,026) (0,07)

Примечание. Регрессия осуществлена методом наименьших квадратов. Расчет проводился автором с помощью пакета анализа данных в программе MS Excel. Числа в скобках — стандартные ошибки. Расчеты базируются на статистических данных ЮНКТАД и ЕБРР.

Получен вывод, что наибольшее влияние на экспортный рост в России оказывает увеличение внутреннего производства товаров и услуг. При увеличении накопленных ПИИ на 1% экспорт товаров и услуг Российской Федерации повышается на 0,175%. Расчеты подтвердили гипотезу о положительном влиянии накопленных ПИИ ТНК на рост экспорта товаров и услуг России.

Для проверки гипотезы об импортозамещающей функции ПИИ ТНК протестированы следующие эконометрические модели:

Модель 3.1. Зависимость импорта товаров от динамики реального эффективного обменного курса валюты, валового национального дохода на душу населения, внутренних инвестиций и инвестиций ТНК в основной капитал. За основу взята модель З. А. Хайлу («Impact of Foreign Direct Investment on Trade of African Countries», 2010) [7]. В эконометрическую модель 3.1 вошли следующие переменные: натуральный логарифм индекса реального эффективного обменного курса, натуральный логарифм валового национального дохода на душу населения; натуральный логарифм инвестиций в основной капитал ТНК; натуральный логарифм внутренних капиталовложений в основной капитал (формула (5)).

$$IMP_t = \alpha + \beta_1 \times REER_t + \beta_2 \times GNI_t + \beta_3 \times FCI_{t-1}^{TNC} + \beta_4 \times DCI_{t-1} + \varepsilon, \quad (5)$$

где IMP_t — импорт товаров в t -м году; $REER_t$ — индекс реального эффективного обменного курса национальной валюты в t -м году; GNI_t — валовой национальный доход на душу населения в t -м году; FCI_{t-1}^{TNC} — инвестиции в основной капитал ТНК и их филиалов в $(t - 1)$ -м году; DCI_{t-1} — внутренние инвестиции в основной капитал в $(t - 1)$ -м году; α — константа; ε — остатки; $\beta_{1,2,3,4}$ — коэффициенты регрессии.

Нами оценено влияние выбранных переменных на динамику товарного импорта Российской Федерации за 1994–2013 гг. (формула (6)):

$$IMP_t = -3,071 + 0,967 \times REER_t + 0,564 \times GNI_t + 0,643 \times FCI_{t-1}^{TNC} - 0,274 \times DCI_{t-1} + \varepsilon. \quad (6)$$

(2,048) (0,413) (0,210) (0,296) (0,135)

Примечание. Регрессия осуществлена методом наименьших квадратов. Расчет проводился автором с помощью использования пакета анализа данных в программе MS Excel. Числа в скобках — стандартные ошибки. Расчеты базируются на статистических данных Федеральной службы государственной статистики и Всемирного банка.

Получен вывод, что наибольшее влияние на прирост импорта товаров в РФ оказывает изменение реального эффективного обменного курса валюты и валового национального дохода на душу населения. Регрессионный анализ показал, что при росте внутренних инвестиций в основной капитал на 1% импорт снижается на 0,274%. Расчеты показали, что прямые инвестиции ТНК имеют положительное влияние на рост импорта: при увеличении инвестиций ТНК в РФ в основной капитал на 1% в предыдущем году импорт товаров в России в текущем году увеличивается на 0,634%.

Модель 3.2. Зависимость импорта товаров от динамики внутренних инвестиций и инвестиций ТНК в основной капитал. В эконометрическую модель 3.2 вошли следующие переменные: натуральный логарифм инвестиций в основной капитал ТНК; натуральный логарифм внутренних капиталовложений в основной капитал (формула (7)).

$$IMP_t = \alpha + \beta_1 \times FCI_{t-1}^{TNC} + \beta_2 \times DCI_{t-1} + \varepsilon, \quad (7)$$

где IMP_t — импорт товаров в t -м году; FCI_{t-1}^{TNC} — инвестиции в основной капитал ТНК и их филиалов в $(t - 1)$ -м году; DCI_{t-1} — внутренние инвестиции в основной капитал в $(t - 1)$ -м году; α — константа; ε — остатки; $\beta_{1,2}$ — коэффициенты регрессии.

Нами оценено влияние выбранных переменных на динамику товарного импорта Российской Федерации за 1994–2013 гг. (формула (8)):

$$IMP_t = -2,432 - 0,67 \times FCI_{t-1}^{TNC} + 1,537 \times DCI_{t-1} + \varepsilon. \quad (8)$$

(1,545) (0,16) (0,235)

Примечание. Регрессия осуществлена методом наименьших квадратов. Расчет проводился автором с помощью пакета анализа данных в программе MS Excel. Числа в скобках — стандартные ошибки. Расчеты базируются на статистических данных Федеральной службы государственной статистики.

Регрессионный анализ показал, что при росте внутренних инвестиций в основной капитал на 1% импорт увеличивается на 1,537%. Инвестиции ТНК и их российских филиалов в основной капитал снижают импорт товаров. Проведенные расчеты показали, что при увеличении инвестиций ТНК в РФ в основной капитал на 1% в предыдущем году импорт товаров в Россию в текущем году снижается на 0,67%.

Результаты расчетов по модели 3.1 и 3.2 противоречивы, что не позволяет подтвердить выдвинутую гипотезу об отрицательном влиянии ПИИ на прирост импорта России. Прямые инвестиции ТНК в экономику РФ на современном этапе не стимулируют импортозамещение, а направлены скорее на выпуск продукции для ее реализации на российском рынке. В наибольшей степени динамика импорта зависит от изменений реального эффективного курса рубля.

Прогноз

Используя эконометрическую модель 1, описывающую зависимость темпов экономического роста от объемов внутренних и иностранных прямых инвестиций и позволяющую проводить многовариантные расчеты для разных сценариев экономического развития принимающей страны, нами проведен расчет потенциальных объемов прямых инвестиций для достижения заданных темпов экономического роста на основе сценариев Министерства экономического развития РФ.

Ввиду текущей экономической ситуации в экономике страны Министерство экономического развития РФ в Прогнозе социально-экономического развития Российской Федерации на 2015 г. и на плановый период 2016–2017 гг. предложило два сценария развития экономики: базовый и умеренно-оптимистический. Темпы прироста потенциальных объемов инвестиций в основной капитал в 2015–2017 гг. представлены в табл. 1.

Таблица 1

Прогноз темпов прироста потенциальных объемов инвестиций в основной капитал в 2015–2017 гг. для обеспечения прироста ВВП России согласно сценариям Министерства экономического развития РФ, %

Сценарий	Темпы прироста инвестиций в основной капитал для обеспечения плановых темпов прироста ВВП	2015	2016	2017
Базовый	Темп прироста ВВП (базовый вариант),%	1,2	2,3	3,0
	Прямые инвестиции ТНК, %	1,6	3,1	4,1
	Внутренние инвестиции в основной капитал, %	1,6	3,1	4,1
Умеренно оптимистический	Темп прироста ВВП (умеренно-оптимистический вариант),%	3,3	3,3	4,3
	Прямые инвестиции ТНК, %	4,4	4,4	5,8
	Внутренние инвестиции в основной капитал, %	4,4	4,4	5,8

Примечание. Инвестиции в основной капитал будут прирастать равномерно.

На основании данных сценариев нами составлен прогноз потенциальных объемов инвестиций в основной капитал для обеспечения плановых темпов прироста ВВП в 2015–2017 гг., представленный в табл. 2.

**Прогноз потенциальных объемов инвестиций в основной капитал
в 2015–2017 гг. для обеспечения роста ВВП России
согласно сценариям Министерства экономического развития РФ, млрд р.**

Сценарий	Прогноз потенциальных объемов инвестиций в основной капитал для обеспечения плановых темпов прироста ВВП	2015	2016	2017
Базовый	Темп прироста ВВП, %	1,20	2,30	3,00
	Прямые инвестиции ТНК, млрд р.	1 883,93	1 942,33	2 021,96
	Внутренние инвестиции в основной капитал, млрд р.	11 673,93	12 035,82	12 529,29
Умеренно оптимистический	Темп прироста ВВП, %	3,30	3,30	4,30
	Прямые инвестиции ТНК, млрд р.	1 935,85	1 966,82	2 054,98
	Внутренние инвестиции в основной капитал, млрд р.	11 995,65	12 187,59	12 733,90

При этом важно отметить, что для увеличения ВВП необходимо создавать благоприятные условия как для внутренних, так и для иностранных инвесторов. Нами предлагается, основываясь на изученном зарубежном опыте Китая, Индии и Бразилии, применять в России следующие инструменты государственного регулирования прямых инвестиций ТНК, которые направлены на увеличение положительных эффектов и нивелирование отрицательных эффектов инвестиционной деятельности ТНК (составлены автором по данным портала внешнеэкономической информации Министерства экономического развития РФ):

1. Инструменты государственного регулирования, направленные на увеличение положительного влияния прямых инвестиций ТНК на экономический рост, торговлю и структуру экономики:

- законодательное определение отраслей промышленности для привлечения или ограничения доступа к ним инвестиций ТНК и классификации инвестиционных проектов с участием ПИИ на три класса: поощряемые, ограничиваемые и запрещенные (опыт Китая);

- введение дополнительных ограничительных условий для ограничиваемых направлений деятельности: возможность ведения деятельности только в форме совместного паевого или контрактного предприятия (запрет на ведение деятельности в форме предприятия с 100% иностранным капиталом), требование об обязательном наличии у национального участника абсолютного или относительного контроля (при этом иностранные участники могут владеть только до 49% акционерного капитала) (опыт Китая);

- формирование свободных экономических зон разного типа: зоны новых и высоких технологий; специальные экономические зоны; свободные таможенные зоны; зоны приграничного экономического сотрудничества государственного уровня; зона свободной торговли (опыт Китая);

- введение режима «автоматического одобрения» для ПИИ: инвестору — нерезиденту или национальной компании не требуется согласия от Правительства страны или Центрального банка для осуществления инвестиций. Любая компания может выпускать акции или конвертируемые облигации для лица-нерезидента, при условии соблюдения секторных ограничений, прописанных законодательно (опыт Индии);

- введение режима «с одобрения правительства» для ПИИ: инвестиции в сферы деятельности, не охватываемые режимом «автоматического одобрения», требуют предварительного одобрения правительства (опыт Индии);

- лицензия на разведку и разработку полезных ископаемых может быть получена нерезидентом только при условии получения предварительного одобрения центрального правительства (опыт Индии);

- предоставление стимулов для предприятий, расположенных в свободных экономических зонах: не требуется лицензия на осуществление импорта; беспошлинный импорт средств производства, материалов, запасных частей, расходных материалов и т. д.; беспошлинное приобретение на внутреннем рынке средств производства, сырья, расходных материалов, запасных частей и т. д.; предприятие освобождается от уплаты налога на прибыль в размере 100% от прибыли сроком на 5 лет с момента декларирования прибыли, далее еще на 5 лет в размере 50%; разрешаются производство, оказание услуг, переработка, сборка, ремонт, вторичная переработка, упаковка и т. д.; разрешаются продажи на внутренний рынок при полной уплате таможенных пошлин в соответствии с действующим для внутренней таможенной зоны законодательством; полная свобода по заключению субконтрактов (подрядов); упрощенный режим таможенных проверок экспорта и импорта; беспрепятственный возврат импортированных товаров, признанных дефектными; выдача ссуд в объеме до 100% стоимости основных фондов, сохранение валютных средств на счете (без их конвертации в местную валюту); беспошлинный импорт/приобретение специфических товаров для создания предприятий (опыт Индии);

- направление деятельности свободных экономических зон не должно противоречить местному законодательству в отношении размещении объектов, загрязнения территории, утилизации вредных отходов и др.; не менее 35% от территории свободной экономической зоны должно быть занято предприятиями по основному профилю деятельности (опыт Индии);

- инвестиции иностранного резидента свободной экономической зоны должны составлять не менее 25% уставного капитала в создаваемом предприятии (опыт Китая).

2. Инструменты государственного регулирования, направленные на уменьшение негативного влияния прямых инвестиций ТНК на экономику:

- введение в законодательство положения о том, что валютные сделки, осуществляемые в стране, требуют обязательного разрешения Центрального Банка. В случаях нарушения норм валютного законодательства, если это не подпадает под уголовную ответственность, на период разбирательства лицензии нарушителей отзываются, а их счета замораживаются (опыт Индии);

- введение требования о том, что иностранные инвестиции должны быть зарегистрированы в Центральном банке, после чего инвестор получает сертификат регистрации, дающий право на перевод прибыли за рубеж, реинвестирование прибыли, репатриацию капитала (опыт Бразилии).

3. Инструменты государственного регулирования, направленные на увеличение уровня технологического и инновационного развития страны и развитие высокотехнологичных производств внутри страны:

- включение в приоритетные отрасли для ТНК следующих сфер деятельности: наукоемкое производство; высокие технологии; современные услуги; энергосбережение; новые виды энергии; сельское хозяйство (опыт Китая);

- введение программы Ex-Tariff — при ввозе капитального оборудования, не имеющего аналогов в стране, импортный тариф взимается по пониженной ставке (опыт Бразилии).

Выводы

Таким образом, мы можем сделать следующие выводы:

- подтверждена гипотеза о положительном влиянии прямых инвестиций ТНК на рост ВВП России: показано, инвестиции в основной капитал играют важную роль для роста и развития национальной экономики. Расчеты по основе построения экономет-

рических моделей подтвердили гипотезу о том, что инвестиции в основной капитал ТНК и их филиалов, локализованных в России, оказывают положительное, хотя пока незначительное их влияние на рост ВВП России;

- подтверждена гипотеза о положительном влиянии прямых инвестиций ТНК на рост экспорта товаров и услуг России: сделанные расчеты иллюстрируют, что прямые иностранные инвестиции положительно влияют на экспорт товаров и услуг России. Полученные данные на основе построения эконометрических моделей подтвердили гипотезу о том, что накопленные ПИИ оказывают положительное, хотя пока незначительное их влияние на рост российского экспорта;

- не подтверждена гипотеза об импортозамещающей функции прямых инвестиций ТНК: полученные нами результаты говорят о противоречивом влиянии капиталовложений ТНК на импорт товаров в Россию. Прямые инвестиции ТНК в экономику РФ на современном этапе не стимулируют импортозамещение, а скорее направлены на выпуск продукции для ее реализации на российском рынке. В наибольшей степени динамика импорта зависит от изменений реального эффективного курса рубля.

- составлен прогноз необходимых объемов прямых инвестиций ТНК для обеспечения заданных темпов экономического роста и предложены инструменты государственной политики по привлечению прямых инвестиций ТНК в экономику России на основе изученного зарубежного опыта Китая, Индии, Бразилии.

Источники

1. *World Investment Report 2014: Global Value Chains: Investing In the SDGs: An Action Plan*. URL: <http://unctad.org/en/pages/DIAE/World%20Investment%20Report/WIR-Series.aspx>.

2. Фальченко О. Д. Эффекты влияния ТНК на экономическое развитие принимающей страны // *Universidad & Ciencia*. Vol. 3, no. 3. Ciego de Ávila, Cuba: Universidad «Máximo Gómez Báez», 2014. P. 8–23.

3. Kapustina L. M., Falchenko O. D. The Impact of Foreign Direct Investment on the Russian Economy and Business Climate // *North-East Asia Academic Forum*. Harbin University of Commerce (China), 2013. P. 353–358.

4. Капустина Л. М. Регион в мировом и национальном экономическом пространстве. Екатеринбург: Изд-во УрО РАН, 2000.

5. The Cobb — Douglas production function once again: its history, its testing, and some new empirical values // *Journal of Political Economy*. 1976. Vol. 84, no. 5. P. 903–916.

6. Kutan A. M., Vukšić G. Foreign direct investment and export performance: empirical evidence // *Comparative Economic Studies*. 2007. Vol. 49, iss. 3 (September). P. 430–445. URL: <http://ssrn.com/abstract=1682379>.

7. Hailu Z. A. Impact of foreign direct investment on trade of African countries // *International Journal of Economics and Finance*. 2010. Vol. 2, no. 3. P. 122–133.

Claims Solving in Cross Border Relations through Factoring and Forfaiting in Slovakia

Katarína Čulková¹, Andrea Seňová², Marcela Taušová³

¹ Technical University Košice, Slovakia, Faculty BERG, Institute of Earth Sources, Department of Business and Management (katarina.culkova@tuke.sk)

² Technical University Košice, Slovakia, Faculty BERG, Institute of Earth Sources, Department of Business and Management (andrea.senova@tuke.sk)

³ Technical University Košice, Slovakia, Faculty BERG, Institute of Earth Sources, Department of Business and Management (marcela.tausova@tuke.sk)

Abstract. Number of risks influence significantly business. Due to the mentioned growing importance in the frame of business risk is giving to claims insurance. Many times mostly foreign clients do not fill their liabilities, which causes rising of foreign cross-border claims. One of the possible solving is factoring and forfaiting. Presented contribution analyses possibilities of their using in conditions of Slovak Republic.

Key words: claims; cross border relations; factoring; forfeiting; Slovakia; business risk.

Insurance of claims in cross border relations through factoring and forfaiting in Slovakia

Introduction

Every activity of the company is influenced by risks. Such risks influence significantly business as well as decision of businessman. In present time companies meet various types of risks, therefore there is necessary to accept and permanently install new measurements for their elimination. Business risk is one of the important risks and more and more importance is giving today to insurance of business risk in the frame of claims. Therefore, companies obtain more information about present situation of their business partners and presently possible insurance of claims. Using of such insurance could mean possibility to offer products and services for higher number of clients, to verify deeply bonity of clients and to determine internal limits, leading to minimizing of business risks.

Present state of problem solving

In present time there is necessary to know that companies and their activities are permanently threaten by various types of risks that act in companies in various ways. Risk can be characterized as probability of loss rising, danger of mistaken decision [1]. Business risk can be viewed as financial risk, meaning potential financial loss of subject in the future that had risen by using of given financial or commodity tool or portfolio [2]. Single business risks in the frame of contract relations result from danger that business partner will not observe closed contract since he is not willing or able to pay. Disability of partner to observe his liabilities, resulting from contract has generally reason in his changed economical position or irreal estimation of his economical possibilities. Reason of business risks increasing can be also changed conditions on the market or individual countries [1].

In the frame of business risk insurance there is necessary to know that business risk can have its reason in business partner, in political and economic situation of business partner country or in character of services and goods that are subject of the business. In practice, elimination of business risk is provided by payment, security and financial tools, for example: bank guarantee, documentary credit, documentary collection, factoring, forfaiting, leasing, etc. [3].

Cross-border claims are debts that are rising during business relations among domestic and foreign company. Base of their rising is that foreign companies (clients) that bought given good or service from domestic company (supplier) do not observe their liabilities, which causes rising of cross-border claims [3]. There are several ways for elimination of risk of cross border claims rising:

1. Verification of client's bonity.
2. Using of tools for risk's elimination (for example bank guarantee, bank insurance).
3. Simple and transparent system (evidence) of liabilities and claims.
4. Simplicity and readability of closed business contract [3].

Factoring and forfaiting in condition of Slovak Republic

Financing through factoring in Slovakia becomes more and more popular. It presents interesting possibility how companies could obtain necessary financial means, mainly in case they have problem to obtain bank credit [4]. During crisis that smitten Slovakian companies in 2009 volume of financed claims had decreased. Together with volume of financed claims their quality had been worsening as well, which caused that their insurance was more expensive and less accessible. From the side of offer we can say that factoring is product, offering by four greatest banks in Slovakia (Všeobecná úverová banka, Slovenská sporiteľňa, Československá obchodná banka, Tatra banka a. s.). Also one nonbanks subject offer factoring services in Slovakia, mainly Bibby Factoring Slovakia. Factoring companies obtain more and more attention from segment of SMEs. There is necessary to know that although from one side great companies bring for factoring companies great turnover, on the other side they bring also lower gross margin. Due to the mentioned SMEs, using factoring for financing of their needs or having supplies for site clients, means great potential for factoring companies. There is necessary to know that decisive attitude to choice of factoring company in present time means limits, which means how many companies can be financed, till what will be the price of the service. All companies, providing factoring services in Slovakia are members of Association of factoring companies [4].

Slovakian companies are still only learning how to use factoring for financing of their activity. While in foreign countries rate of factoring on GDP is around 6%, in Slovakia it presents only around 2% [3].

Group VUB in 2011 proved position to be leader of business financing (Trade Finance). Significant distance from competition had mainly in area of claims financing, where according statistics of Association of factoring companies (AFC) it achieved almost 40% market rate and it succeeded to growth annually in spite of market decrease. AFC monitors factoring and repurchase of claims in volume 705 million EU, while VUB as one of AFC members succeeded to increase volume of financing. Its annual growth presents 8%, while total volume of financing claims by members of association decreased about the same value. Non-regression financing presents key product of business financing in VUB, which protect companies and businessmen against secondary disability to pay, since risk of invoice disability to pay is transmitting to factoring company, or bank.

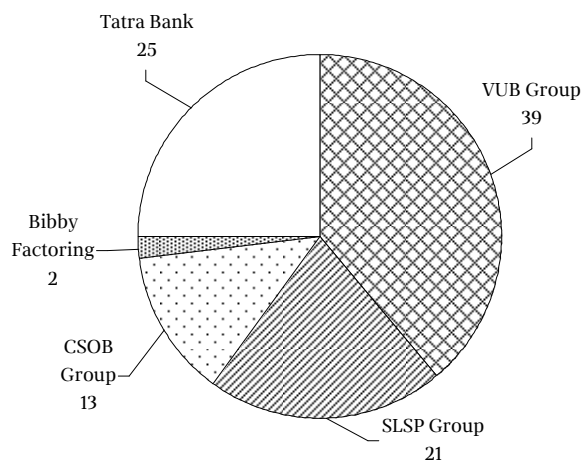


Figure 1. Market rat of claims repurchase and factoring in Slovakia in 2012, % [3; 4; 5]

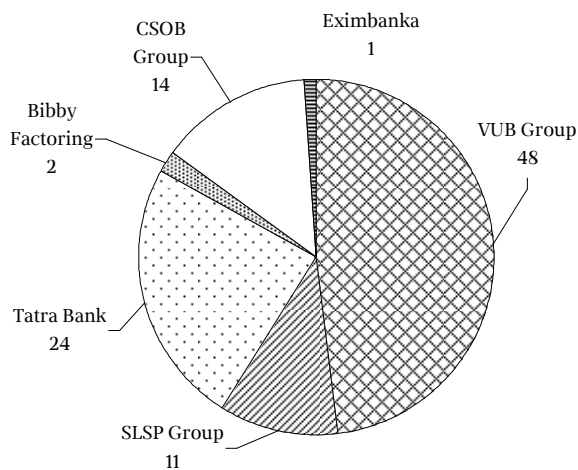


Figure 2. Market rate of AFC in Slovakia in 2013 together [5; 6]

From the figure 5 we can see that bank subject Eximbanka entered to companies, providing factoring services and repurchase of claims in 2013 against 2012. In 2013, VUB group proved also position of leader for financing of claims with market rate 48%. In spite of whole decrease of market about more than 13%, it managed to increase volume of financing claims about 6.2% annually to 749 million EUR. Market rate of VUB increased about 9%. VUB financed in 2013 almost every second business claims in Slovakia, financed in the frame of AFC. Development of market of claims financing recorded annual decrease of claims repurchases about 38%. In contrast to other members, offering factoring services, which recorded in the area significant decreases,

VUB group managed to maintain, yet smoothly increase volume of repurchased claims from 330 to 340 million EUR [6].

Companies, which export their production, or its part, can use specific credit source for financing of claims — forfaiting. All its conditions are based on contract between exporter and forfeiter. In condition of Slovakia banks meet forfaiting at the end of 20th Century. It means that producers began to export goods directly and foreign clients demanded from them supplier credits, which single Slovakian companies could not finance. In Slovakia, banks mostly repurchase claims from international business [4].

Companies, providing forfaiting services in Slovakia, are mostly bank subjects: Slovenská sporiteľňa, Všeobecná úverová banka, Československá obchodná banka.

Results and suggestions

According obtained data we can say there is several ways how to minimize risk of disability to pay invoices. Among such possibilities belong following tools:

- Obtaining of more knowledge about present and potential clients,
- Market research of concrete clients,
- Obtaining of knowledge about given clients from single employees of client's company,
- Deeper and higher frequency of invoice payment following,
- Using of factoring and forfaiting company.

1.1.1. There is great potential in Slovakia to use services of bank and nonbanks subjects, offering insurance of claims. There is necessary to insure whole portfolio or majority of claims of the company. Main reason is diversification of risk with aim to achieve profit. Company should know that insurance company could reject insuring of clients that are too risky or making business in countries, not known for insurance companies.

1.1.2. During decision of the company if to insure or not insure claims, we suggest following methodological process:

- To obtain detail information about offer, condition of insurance, fees, etc. from factoring and forfaiting companies,
- To challenge various companies, offering claims insurance,
- To request also other companies, using factoring or forfaiting services and obtain detail information about satisfaction, advantages and disadvantages of such services,
- To separate clients, which are not insured in some AFC or other insurance company,

- To choice according presented offers from factoring and forfeiting companies such offer that could mean greatest contribution for the company,

- To compare own costs, invested to irrecoverable claims with costs, invested to insurance,

- To decide about possibility to insure claims.

1.1.3. Main reasons, leading to such conclusion are following:

- Not observing of invoice payment from the side of clients,

- Irrecoverable claims,

- Misuse of advantages, offered to companies during taking of greater number of products,

- Unpredictable situation in country of clients,

- Unpredictable development in the business branch of client,

- Risk of financial loss,

- Low competitiveness of company at new and not known export markets,

- Low rating in banks and by this way also improper conditions for credit or factoring products.

Advantage of claims insurance can mean for the company following contributions:

- Possibility to offer its products and services for higher number of clients, according deep and rapid verification of new clients bonity by factoring or forfeiting company,

- Higher competitiveness at new and not searched export markets due to deep searching and detail information about new export markets by factoring and forfeiting company,

- Lower costs on verification of clients bonity, due to continuous actualization of world's information database, used by companies, offering factoring and forfeiting services and claims insurance,

- Higher rating in banks,

- Possibility to monitor permanently existing insurance limits through on-line system.

1.1.4. Using of such service can mean also verification of client's bonity according following:

- Financial reports and information, provided by clients from public available sources (database of nonpayer, etc.),

- Information, obtained by market analysis (for example from other suppliers in case of late payment,

- Rating of country, where potential client makes business.

It is proper every company should have its internal limits (volume of business with given clients). Such limits should result from long-term experiences with given clients and considering of financial risk of making business with them. During using of claims insurance there would be also determination of limits, stated by factoring (forfeiting) companies according information about clients. Such limit will present for the company at the same time secure level of business with given clients.

It is also necessary to indicate tools for evaluation of financial risks of its clients. We recommend company to install permanently innovation methods and techniques due to the increasing of effectiveness of claims management. Such innovation methods and techniques would enable company to identify rising of irreclaimable claims and following to accept measurements for minimizing of their impact. At the same time, it would bring possibility to use more proper conditions for insurance of their claims.

Conclusion

Business relations present relations of everyday life, where all activities are connected with various risks. Most important financial risk presents business risk. Permanent development of competition, pressure of clients to decreasing of products price and increasing of their

quality causes that companies must give in present time more and more attention to tools, methods and techniques, leading to minimizing of such risks. Companies must give permanent attention to verification of client's bonity. Main reason is to avoid possible disability to pay and following possible bankruptcy.

One of the ways for risks minimizing means using of factoring and forfaiting services. Using of such services becomes more and more popular in Slovakia. In present time, there is growing demand of Slovakian companies on products of bank and nonbanks subjects, providing insurance and repurchase of claims.

References

1. Smejkal V., Rais K. Řízení rizik ve firmách a jiných organizacích. Praha: Vydavatelství Grada Publishing, 2006. ISBN 978-80-247-1667-4.

2. Jílek J. Finanční rizika. 1. vyd. Praha: Grada, 2000. ISBN 978-80-7169-579-3.

3. Jančíková E. Medzinárodný platobný styk. Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm, 2009. ISBN 978-80-225-2858-0.

4. Asociácia faktoringových spoločností. URL: <http://www.afs.sk>.

5. Kašťáková E., Ružeková V. Operácie v zahraničnom obchode teória a prax. Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm, 2012. ISBN 978-80-225-3496-3.

6. Všeobecná úverová banka a. s. URL: <http://www.vub.sk/tlacove-centrum/tlacove-spravy/rok-2013/skupina-vub-jasnym-lidrom-obchodneho-financovania-na-slovensku.html>.

CSR in the Czech Republic: The Local Experience*

Zuzana Dvorakova¹, Katerina Legnerova, Marek Stritesky,
Mohammad Meeran, Martin John David Quigley²

The Department of Human Resources of the Faculty of Business Administration,
University of Economics, Prague, Czech Republic

¹ zdvorak@vse.cz

² martin.guigley@vse.cz

Abstract. The concept of Corporate Social Responsibility (CSR) has been the subject of debate and research with non-profit organizations in the CR since the early 1990s. This concept has been embedded in Czech society by the local subsidiaries of multinational corporations (MNC's). CSR is a strategy whereby the corporations take responsibility for the economic, social and environmental consequences of their business activities. In so doing, they undertake to limit/eliminate the negative impact which they have on their 'stakeholders. The aim of this paper is to identify and analyze the extent to which the local subsidiaries of MNC's really do implement and utilize the CSR concept in favour of stakeholders. The local trends are characterized in terms of quantity and quality. Year by year, a growing number of businesses formulate a CSR strategy and develop CSR projects. The quality of these projects is also constantly being improved upon. They focus on disadvantaged communities, the sustainability of CSR activities, in addition to quantifying the benefits for business, as well as for society as a whole. Philanthropy continues to occupy its place in CSR projects. However, the austerity measures contained in successive budgets give greater encouragement to those practices, which connect companies' core business activities with CSR activities.

Key words: corporate social responsibility (CSR); local subsidiaries; CSR best practices; Czech Republic.

Introduction

The concept of Corporate Social Responsibility (CSR) has been the subject of debate and research with non-profit organizations in the Czech Republic since the early 1990s. The increasing attention, which is being paid to CSR by the businesses community, has become particularly noticeable during the past decade. The CSR concept has been embedded in Czech society by the local subsidiaries of the multinational corporations (MNC's). CSR is seen as a strategy whereby the corporations take responsibility for the economic, social and environmental consequences of their business activities. In so doing, the corporations undertake to limit/eliminate the negative impact which they have on the 'stakeholders' (Crane & Matten, 2010) [7].

The aim of this paper is to identify and analyze the extent to which local subsidiaries of MNCs really do implement and utilize the CSR concept in favour of their stakeholders in the CR. This study's methodology consists of the following: firstly, mapping and analyzing secondary sources dealing with the CSR strategies and practices, which are applied in the business world. Secondly, illustrating the facts described herein by use of two case studies that demonstrate the best practices in the area in the CR.

Czech based branches of foreign MNC's have helped to implant firmly the concept in Czech society. The European Union (EU) encourages companies to adopt CSR strategies, which, it can be argued, are instruments for the implementation of some of the EU policies,

* This paper is processed as one of the outputs of the research project 'Competitiveness' registered at the Ministry of Education, Youth and Sport under registration number IP300040 — created by the fund for the long-term institutional support to the conceptual development of a research organization; the relevant part of the project is called 'Resources and perspectives of the development of European economies'.

which are contained in the EU Social Chapter, for instance, as well as EU policies and legislation related to consumer and employee protection, environmental protection, human rights and so on. In order to illustrate how Czech companies implement CSR strategies, the authors have chosen three Czech business subjects: *SKODA AUTO, a. s.*, *Czech-Slovak Commercial Bank Group (CSOB)* and another automobile manufacturer, *TPCA (Toyota Peugeot Citroen Automobile), Kolin*. The prospective outcomes of this paper should be to support or refute a common view, that in the CR, pragmatic arguments prevail within the business community as to why enterprises should expend time and resources on CSR.

1. Foundations of the CSR Concept

1.1. Defining the CSR Concept

The concept of CSR has a long history. We can find cases of business organizations in the 19th century, as well as in the first half of the 20th century, which can be said to have behaved in a “socially responsibly” manner; e. g. Cadbury Brothers in England (19th century), and Tomáš Baťa, a shoe manufacturer, in what is now the CR (20th century). In the context of such a reality, academics have attempted to define CSR. Despite this fact, no universal definition has yet been adopted (Porter & Kramer, 2006) [12]. For the purposes of this paper, with regard to the local CSR reality, we will start with the definition provided by the European Commission, and which has been embedded in the New Policy on Corporate Social Responsibility. There, CSR is defined as “the responsibility of enterprises for their impact on society” [8, p. 6]. In order “...To fully meet their corporate social responsibility, enterprises should have in place a process to integrate social, environmental, ethical, human rights and consumer concerns into their business operations and core strategy in close collaboration with their stakeholders” [8, p. 6].

Arising from the aforementioned, we will define CSR thus: ‘that state of affairs where corporations take steps, over and above what is required of them by law, to limit and/or eliminate the negative impact of their business activities on the stakeholders’. Socially responsible corporations must take the needs and interests of the stakeholders into account when formulating their business strategies, and the budget allocations for the coming year. For instance, including pollution reducing measures as well as the research to find much cleaner production methods in such planning, would be part of the corporation’s socially responsible strategy. On the other hand, funding for a new sports club, or library in the town where the company has its business seat, would come under the category of ‘Corporate Philanthropy/Corporate Charity’ — itself a sub-heading of CSR.

1.2. Importance of the CSR Concept for the Business World

CSR has become increasingly important for every modern company in order to sustain its competitive position amongst other players in the marketplace (Avram & Kuhne, 2008) [1]. Implementation of this concept may bring significant benefits to the company in terms of risk management, access to capital, cost saving, human resource management and customer relationships [8]. These days, increasing the importance of social responsibility requires organizations to recognize the role of CSR in the business world and integrate the CSR concept into their business and strategic leadership strategies (Bondy et al., 2012) [5]. So, corporations actively work on ‘developing management and organizational mechanisms for reporting and controlling business’s socially conscious policies and practices’ (Crane et al., 2008) [7, p. 20].

As a ‘benchmark’ for companies to measure the level of success which they have achieved in their CSR activities, as well as allowing them to see what still remains to be improved upon; there exist the: OECD Guidelines for Multinational Enterprises; 10 principles of the UN Global Compact; UN Guiding Principles on Business and Human Rights; ILO Tri-partite Declaration of Principles on Multinational Enterprises and Social Policy, as well as the ISO 26000 Guidance Standard on Social Responsibility [8].

Porter and Kramer (2006) [12] pointed out that reporting CSR initiatives to its stakeholders brings the company prestige, as well as contributing to the positive reputation of the organization. Crane et al. (2008) added that through official CSR reports it is possible to monitor how different nations and corporations approach various issues with regard to CSR. The phenomenon has emerged mostly in developed countries such as the United States, where the first formal reports came from (Fifka, 2013) [9]. Following the example of the United States — the cradle of CSR development — in the past 10 years, the significance of CSR in Europe has reached new levels, and has become the topic of many conferences, reports, as well as the focus of research dealing with social welfare [7].

2. The CSR concept in the CR

The CSR concept has created a paradigm shift from the traditional interpretation of what is profitable (Mullerat, 2010) [11]. Society does not believe that entrepreneurs perform their economic activities out of altruism, nor is it believable that companies will exchange their profitable business activities for socially beneficial ones. Under the currently prevailing economic conditions, current CSR practices in the CR are adjusted in such a way as to allow companies to carry out their business activities in a reasonable way. For the employees of a socially responsible corporation, the strategy means, to internalise the Public Interest into decision-making processes and HR services.

2.1. Case Studies

SKODA AUTO, a. s.

This company's CSR strategy comes under the following three headings: Economic, Social and Environmental (Ptacek, 2011) [13]. Under its Economic heading, Skoda-Auto shows its commitment to environmental protection by its introduction of its GreenLine range of cars. These vehicles are designed to be more fuel efficient, aerodynamic and ecological. At Skoda-Auto, CSR is not just something to be done at managerial level; each individual worker also has his/her part to play in realising the company's CSR environmental strategies. The Skoda-Auto employee behaviour index informs staff, regardless of position in the company, of their CSR responsibilities.

Skoda's social area of its CSR strategy deals mainly with employee welfare, sports and culture sponsorship, as well as education. The company's relations with the wider community (i. e., external relations), is also covered by the social area. Skoda encourages its employees in following a healthier lifestyle by offering a personal health plan, tailored to the needs of the individual employee. Furthermore, the company offers its employees such benefits as extra pension plans, interest free housing loans, and other social and cultural benefits. In addition to this, employees are invited to suggest improvements to the ways the company carries on its business activities, as part of Skoda's quality improvement program. The carmaker is also committed to equality in its plants, as well as to drastically reducing, or eliminating workplace accidents, through its strict work injury policy. Skoda also supports, through its partnership with non-profit groups, causes such as cancer research and environmental protection (e. g., pollution clean up operations; research and development into new methods of 'green' industrial production, and the like). While Skoda supports environmental groups in their work, the company's main activity in the environmental component of its CSR policy consists of developing more ecological engines for its vehicles, as well as decreasing their fuel consumption. Skoda is continually researching and developing more environmentally friendly production methods in its plants, as well.

Czech-Slovak Commercial Bank Group (CSOB), is one of the largest "...leading provider of financial services in the Czech Republic, serving individuals, small and medium-sized enterprises, large corporations and institutional clients". This corporation has a very well developed CSR strategy, which is oriented on the following areas: "...responsible business, education and

development, diversity and the environment". The bank is in partnership with a number of non-profit organisations, which help it to engage directly in corporate philanthropy projects.

For instance, CSOB supports education projects through its partnership with the *Olga Havlova Foundation*; it helps abandoned children, orphans and those in foster families via the *Sense and Sensibility Endowment Fund*, as well as supporting its partner non-profit organisations in many more community aid causes. The bank also supports education and development by direct cooperation and partnership with universities and other centers of higher education. In addition, financial aid is given to primary and secondary schools, for example, to purchase new audiovisual materials, sports equipment, textbooks and the like. Sports and culture are other areas in which the firm plays a supporting role; sometimes even an active role, for instance, when members of staff coach a football team, or direct a play, which is put on by local amateur theatre groups. CSOB pays special attention to the employment of disabled people and minorities as part of its commitment to diversity in the workplace, while its care for the environment is demonstrated by the *Cycle to Work Campaign*. *Volunteerism* is also a part of the bank's CSR activities, especially its environmental protection and community care operations. The following is a description of some of the activities in which CSOB personnel were engaged: "...Volunteers worked in several zoological gardens, performed forest clean-up, repaired the protected heritage site residence in the Kokořín area, worked in the gardens of orphanages and facilities for the mentally disabled, and accompanied the disabled on trips...". CSOB personnel also participated in tree planting projects, as well as cleaning up rivers, streams, forests and other parts of the environment. Under the heading *responsible business* we find, *inter alia*: a CSOB *employee code of ethics* as well as an *anti-corruption programme*. Here, the employees are schooled in the types of behaviour to avoid, as well as reporting procedures, and protection for whistle blowers, in the event of their witnessing prohibited behaviour by colleagues, superiors or subordinates.

TPCA (Toyota Peugeot Citroen Automobile) Kolin is a multinational carmaker based in Kolin, Czech Republic. The company has made environmental protection an integral part of its production strategy. This commitment can be seen in the concern's producing the so called 'city cars', which are powered by economical, lean burn engines, as well as fitting particle filters to its Diesel vehicles, as standard, since 2000. TPCA is also working on developing a new generation of hybrid vehicles. As the company's CSR report states: "...TPCA uses the most environment-friendly technologies, as proven by BAT (Best Available Techniques), which the plant was awarded along with an international certificate of environmental management EN ISO 14001:2004...". For this company, '*corporate citizenship*' is not confined to preventing damage to the environment, but also supporting culture, sport, education and the local community in general. Here are some examples of TPCA's CSR policy in action: a donation of 2 million Czech Crowns to the community around Kolin to finance various projects, such as a new sports field, new bus stops, a cycling bridge and such things for the public good. In the health-care area, TPCA has donated 9 million Czech Crowns to one hospital in the area, for the purchase of new medical supplies and equipment, as well as enabling another hospital to buy a new, fully equipped ambulance. TPCA also sponsors a music festival in Kmočuv, which is near Kolin.

The company looks after its workforce very well. In addition to wages and conditions, which are guaranteed by law, the workers are paid performance bonuses, which are assessed from the point of view of both individual and team effort and results. They also receive bonuses for holidays (e. g., Christmas, Easter and the like), as well as important events and anniversaries in the individual's life. Examples of these include births, deaths, 'big' birthdays, either of the worker or his/her close family members. Workers also receive a monthly allowance for cleaning of their work clothes.

TPCA also offers Z-Konto to its long-time employees. This benefit covers, among other things, low, or no, interest loans to purchase new or used vehicles from the company, or even to finance housing. There are many more benefits which the company gives its employees, but space prevents me from going into the others in any detail. Here is another example of TPCA's benefits scheme: accommodation and housing for employees and their families ; subsidized 'healthy eating' for employees in two canteens; transport is laid on by the company in order to bring its workers to and from the plant; and there is even a virtual account called 0-konto, in which workers accumulate points which they then use to replace worn out and destroyed work clothing.

This is just a small example of the CSR strategies of CSOB and TPCA Kolin.

2.2. Trends and the Future

Based on some facts described in the case studies mentioned above, CSR strategy and practices are usually executed by the local subsidiaries of the MNC's, and are based on the CSR strategy which has been adopted and implemented by head office. The administration of CSR processes is delegated to the local management, and is, in turn, conducted by a staff subdivision within the local organization. Supervision of the process is carried out by a top management member of the local subsidiary. Nowadays CSR philanthropic activities are not of a purely financial nature. Indeed, new business models link entrepreneurship with social or environmental projects. Generally speaking, in the case of Czech firms, it appears to be the exception rather than the rule that they have a written CSR strategy which is consistent with their business policies and standardized processes. This includes the establishment of a CSR department.

In the CR, pragmatic arguments prevail within the business community as to why enterprises should expend time and resources on CSR. Therefore, we find a significant number of cases where the main motive is based on building good PR, as well as HR marketing. Hence, some companies strive to be visible as sponsors, or philanthropists who support local communities, as well as presenting themselves as the best employer. Public reactions to CSR activities are different. The majority of the population is less willing to be personally engaged in CSR activities compared to people in other developed countries. Czech people also have a reserved attitude to the usefulness of such activities. A positive attitude change towards CSR is evident among *Generation Y*, graduates, and among higher and middle-income people because their values are similar to the values and lifestyles in developed countries.

All private entities in the CR prioritize an active rather than a passive approach to CSR. Instead of making financial donations to specific entities, they are willing to devote employee time to volunteering; to link volunteering with HR processes, as well as monitoring the extent to which CSR projects are sustainable, as well as what benefits they will reap in the long-term.

2.3. Role of the CSR Department

CSR, being a voluntary business concept, relies on self-regulation to achieve its objectives. For a corporation to be able to gauge its progress in CSR, it must measure its activities against its industry/business sector Best Practices. In order for it to have any sense, it must be incorporated into the company's overall business strategy; if a corporation has a CSR department which operates outside its core business area; that would be a waste of resources. Ideally, a CSR department's *raison d'être* should only be to cooperate with the other departments in the implementation of CSR policy into all aspects of the corporation's core business activities. Once it is up and running, the CSR department personnel should be absorbed into the other 'business' departments to help ensure that they abide by the socially responsible principles which they have adopted. It is also important to have the entire staff; from the CEO down to the cleaners; committed to realising the CSR policy of the corporation. Only in this way can the company's CSR strategy have any chance of long-term success.

Conclusion

In the CR, pragmatic arguments prevail within the business community as to why enterprises should spend time and resources on CSR. Private entities prefer an active approach to CSR projects than a passive one, and so they integrate them into other activities; mostly into HR management; e. g. into training and development. Public reactions to CSR activities are different. Czech people still have a reserved attitude to the usefulness of such activities. A positive attitude change towards CSR is evident among *Generation Y*, graduates, and among higher and middle-income people due to changes in their lifestyle, as well as their expectations.

Local CSR trends are characterized in terms of quantity and quality. Year on year, a growing number of businesses formulate a CSR strategy and develop CSR projects. At the same time, the quality of these projects is improving. They focus on disadvantaged communities, the sustainability of CSR activities, in addition to quantifying the benefits for business, and society as a whole. Philanthropy continues to occupy the place, which it has always occupied, but the austerity measures contained in successive budgets encourage those CSR practices, which connect companies' core business activities with CSR activities.

References

1. Avram D. O., Kuhne S. Implementing responsible business behavior from a strategic management perspective: developing a framework for Australian SMEs // *Journal of Business Ethics*. 2008. Vol. 82, no. 2. P. 463–475.
2. Basil D. Z., Runte M. S., Easwaramoorthy M. et al. Company support for employee volunteering: a national survey of companies in Canada // *Journal of Business Ethics*. 2009. Vol. 85, no. 2. P. 387–398.
3. Baumann-Pauly D., Scherer A. G. The organizational implementation of corporate citizenship: an assessment tool and its application at UN Global Compact participants // *Journal of Business Ethics*. 2013. Vol. 117, no. 1. P. 1–17.
4. Bingham J. B., Mitchell B. W., Bishop D. G. et al. Working for a higher purpose: A theoretical framework for commitment to organization-sponsored causes // *Human Resource Management Review*. 2013. Vol. 23, no. 2. P. 174–189.
5. Bondy K., Moon J., Matten D. An institution of corporate social responsibility (CSR) in multinational corporations (MNCs): Form and implications // *Journal of Business Ethics*. 2012. Vol. 111, no. 2. P. 281–299.
6. Crane A., Matten D. *Business Ethics. Managing corporate citizenship and sustainability in the age of globalization*. 3rd edition. New York: Oxford University Press, 2010.
7. *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility* / ed. by A. Crane, A. McWilliams, D. Matten et al. New York: Oxford University Press, 2008.
8. *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. A renewed EU strategy 2011–2014 for Corporate Social Responsibility*. Brussels, October 25, 2011. URL: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/files/csr/new-csr/act_en.pdf.
9. Fifka M. S. Corporate citizenship in Germany and the United States — differing perceptions and practices in transatlantic comparison // *Business Ethics — A European Review*. 2013. Vol. 22, no. 4. P. 341–356.
10. Choi Y., Yu Y. The influence of perceived corporate sustainability practices on employees and organizational performance // *Sustainability*. 2014. Vol. 6, no. 1. P. 348–364.
11. Mullerat R. *International Corporate Social Responsibility: The Role of Corporations in the Economic Order of the 21st Century*. Alphen aan den Rijn: Kluwer Law International, 2010.
12. Porter M. E., Kramer M. R. Strategy and society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility // *Harvard Business Review*. 2006. Vol. 84, iss. 12. P. 78–92.
13. Ptacek T. CSR in the Czech Republic: Skoda Auto // Tomas Ptacek's Blog. URL: <http://tomasptacek.wordpress.com/2011/05/08/csr-in-the-czech-republic-skoda-auto>.
14. Tetreva L. Corporate social responsibility in the Czech Gambling Industry // *Economics and Management*. 2011. Vol. 16. P. 612–620. URL: <http://www.ktu.edu/lt/mokslas/zurnalai/ekovad/16/1822-6515-2011-0612.pdf>.

Financial management of the Common Agricultural Policy of the European Union and its crisis response

Ľubica Harakaľová

University of Economics in Bratislava, Faculty of International Relations

Abstract. Since the establishment of the Common Agricultural Policy of the European Union (CAP) in its implementation occurred such situations, which can be considered critical. Reaction to resolve these phenomena were the reforms of the CAP of the EU related to its financial management. The aim of the article is to analyze the changes in the structure and financing instruments in the context of the CAP of the EU crisis phenomena. The article also analyzes the impact of the current economic and financial crisis on the EU agriculture and the reflection of this situation in the Multiannual Financial Framework of the EU for the years 2014–2020.

Key words: common agriculture policy; financial management; crisis; reforms.

Introduction

The Common Agricultural Policy of the European Union is the most difficult common European policy, which is composed of several complex financial instruments. Upon its establishment, the CAP has been created as a relatively straightforward policy with simple management tools of funding. In terms of financial management the CAP can be considered as a subset of financial processes that exist within the financial management of the EU. The EU funding and, in particular the CAP, became the subject of criticism especially at the time of reflecting of the crisis phenomena. However, the CAP overcame its own crisis, which were not only the results of the set of financial instruments and rules. Causes, consequences and solutions to these crisis phenomena of the CAP will be analyzed in this article. The analysis will be a reflection and comparison of these crisis phenomena in the theory of European integration.

Comprehensive publication by P. Kratochvil about the theories of European integration [4] was the base for the creation of this comparative analysis. Analysis of the various stages of the functioning of the CAP is based on the study of the authors of publications dealing with the common EU policies (Lipková, 2011 [5]; Fojtíková & Lebieczik, 2008 [3]; Baldwin & Wyplosz, 2013 [1]; Fiala & Pitrová, 2003 [2]).

An important part of the analysis of crisis management of the CAP is an explanation of the concept, which facilitates deciding under which level of government deciding on the different types of problems in the European integration groupings should fall under. Kratochvil (2008) classifies theories of European integration according to whether it tries to describe the whole integration process and focuses on a particular aspect or a particular phase [4]. According to this aspect of classification, comprehensive theories of integration or middle range theories can be applied.

The middle range theories will be a basis of our analysis because these theories deliberately do not examine the whole issue of integration, but they explore a partial problem and its current state. Middle range theories can focus on the functioning of an institution or behavior of lobby groups at some point in the decision-making process [4]. We consider these theories as appropriate for application to decision-making processes in shaping management and financial instruments of the CAP. Among the middle range theories belong model of policy networks, new institutionalism theory and multi-level governance. When analyzing the crisis phenomena in the CAP we will apply elements of intermediate range theories, also because the CAP as one of the common EU policies has its autonomous and specific features of the implementation (support for certain groups of producers by non-market measures).

Theory of new institutionalism deals with issues related to institutions and countries, institutions and their impact on States, the impact of States on institutions, and deals with the question whether institutions are actors or structures. When applying these issues, we will analyze the situation of the State in relation to the EC/EU and vice versa solving the crisis phenomena in the EU's CAP.

Theories of multilevel governance and theory of policy networks use political approach to theories of European integration. The basic idea of the theory of multilevel governance is the argument that the authority of the political system is not only the highest level, but that the regional or local actors as representatives of particular social or territorially defined groups affect the decision-making process. One example is the so-called theory top-down regionalism, which helps the economic boom of the poor and underdeveloped regions, which is part of the EU's CAP — an incentive for rural development. Regions have not directly strong decision-making and legislative powers as the EU institutions, but have a significant impact on the formation of different EU policies [4].

Model of policy networks develops a theory of multilevel governance by extending the network of actors (non-governmental, public and private actors, influential individuals, social groups). This model is based on two assumptions. The first assumption is that the system of government in modern societies has no hierarchical nature of governance and different groups of actors across society are involved. They can defend the new policy in a public space or promote in by their influence. The second assumption is that political networks differ in their composition and their impact of policies and areas [4]. For example, in discussions about the CAP lobbying farmers or political group, which supports them, can have strong representation in policy network.

Crises of the CAP of the EU, consequences and solutions

The crisis is generally a term used to describe the state of the decisive turnover, breakthrough, moment of conspicuous imbalance, intermediate stage between the two distinguishable phases. Currently, the concept of crisis is associated with particularly difficult situation, critical condition, or the highlight that rivals the greatest difficulties. The analysis of crises within the EU's CAP will use the terminology of understanding of critical state. Such a formulation is the basis for the chronological classification of crisis phenomena of EU's CAP since its inception.

The Treaty of Rome defined the objectives of the CAP of the EU. They were conditioned by providing nutrition to the population and to use of available resources in the agricultural and food sector of the Member States. This was due to the crisis situation after World War II, when agriculture decimated by war not able to ensure a smooth supply of food. The European Community also sought to achieve food self-sufficiency. Appropriate and stable standard of living of the farming community should have been afforded while maintaining reasonable prices of agricultural production.

Critical food shortages and low standard of living of the farmers were a cause of the institutional solution of this situation by approach that the institutions are important. Determination of minimum guaranteed prices for a group of agricultural products was the result of a simple economic logic [1]. This approach was approved by all stakeholders without any significant lobbying certain grouping. In 1962, the European Agricultural Guidance and Guarantee Fund were established as an essential tool of its funding.

The consequences of the implementation of the CAP — reforms without effect

Satisfaction of the farmers, as one of the two groups involved, was the result of the functioning of a system of guaranteed prices, by setting a minimum price to farmers to ensure higher prices of agricultural produce. The increase of agricultural production was successfully

increased significantly, thus it reduced the EU's dependence on food imports. It also meets the aims of the CAP — ensuring an adequate standard of living.

The only stakeholders involved who might be dissatisfied due to higher food prices, could be the consumers. This group did not feel threatened by such an approach, as revenue in the period grew faster than food prices, security of food supply was important, while consumers showed solidarity with the group of farmers.

The results of such a functioning of the CAP were food surpluses of certain agricultural production. The Community perceived such a situation as temporary, storage costs surpluses incur and subsequently the cost of their disposal. Purchase of agricultural surplus was interference in the EU budget and the fact that these surpluses were liquidated at the same time was perceived negatively. Issues in international trade caused that part of the production was sold in foreign markets at dumped prices. At the same time, in the late 90s of the 20th century, discontent of the farmers began to show, because farmers' incomes, despite the support of the CAP, were below average incomes in other sectors of the EU economy.

The crisis of overproduction due to agricultural intensification would be removed by simple financial measure — removing the minimum price guarantee. This measure would cause negative reactions in strong and politically influential group of farmers. Another dimension of non-compliance of the financial management of the CAP is uneven allocation of the CAP's financial resources to large and small farms, which in the further development of the CAP intensifies.

In order to push forward the necessary reforms of the CAP, it was necessary to adopt such financial instruments, which a strong agricultural lobby would accept. COPA (Comité des Organisations Professionnelles Agricoles), an umbrella organization promoting interests of the farmers, played an important role in deciding. Approval of guaranteed prices was subject to decision-making in the EU Council of Ministers, and therefore their lobbying interests were directed to members of this institution.

Despite the efforts to implement reform measures of the CAP funding through Mansholt and Delors plan, they did not produce the expected effects and because of the resistance of the interest groups of farmers. In terms of financial management in this period, emphasis was on the application of financial discipline through financial frameworks, which enacted budget maxima in the individual budget lines.

The European Commission is an important element of financial management, which was also involved in the decisions that had to bring a balance between revenue and expenditure of the EU budget (e. g. Document Green Paper, 1985).

Real reforms of the CAP

The reason for radical reform of the CAP were externalities from the EU's trading partners as a result of the negotiations of the Uruguay Round of the GATT and later WTO trade negotiations (DDA). McSharry reform, Agenda 2000 and the Health Check brought from 1995 to 2008 a new logic in the funding of the CAP — direct payments independent of production volume, the injustice was mitigated by so-called modulation. Financial instruments of the CAP have emerged as the first and second pillar — the first concerns direct payments and the second a rural development [5]. Due to political resistance to reform and the impact of lobby groups, some sectors avoided the reform (sugar sector) and the effects were mild. Significant policy of organization was demonstrated by the large and wealthy farmers, so politicians count on their support (e. g. Jacques Chirac — Former French President).

In 2005, two funds arose from the original Agricultural Fund by dividing — the European Agricultural Guarantee Fund and the European Agricultural Fund for Rural Development. An interesting aspect of the reform is the possibility of transferring funds from the first to the second pillar of the CAP.

The new form of the CAP after 2014, the consequences of the crisis

The European Commission in 2011 launched a debate on new form of the EU's CAP. This discussion was related to the opening of the debate on the multiannual financial framework 2014–2020. The result of this discussion is New CAP towards 2020. The CAP funding has these main features: security of the deviation from price support, equitable distribution of direct payments (applied to small and large farmers, new and old EU member states), simplification of the CAP. Financial instruments directed to young and small farmers are an important element, and increasing emphasis is on the sustainability of agriculture.

With the approval procedure of the multiannual financial framework for the programming period 2014–2020 position of the European Commission was apparent, although the interests of groups of environmental major agricultural producers reflected in its decision. Generously designed expenditures of the European Commission to the CAP were finally approved by the European Parliament in a reduced volume [7] National governments enter by a greater degree into the financial management of the CAP of the EU, either through their national budgets or by delegation of financial powers from the EU budget [8].

The impacts of the current financial and economic crisis to the agriculture are moderate due to the low price elasticity of demand. The agricultural sector is far more dependent on climatic and geographical conditions. The impact of the crisis is reflected in consumer behavior and non-productive functions of agriculture. The CAP reforms were not related to crisis resolution as the economic crisis, but a crisis management caused by rapid climate change and disasters.

Conclusion

The financial management of the EU's CAP during its functioning profiled by a simple system guaranteed prices to complex and opaque system of financial instruments and rules. This system has proven to be unjust, inefficient and costly. Despite the ambition of the EU institutions, to clarify, simplify and make this system transparent, just EU institutions become subject to influence by interest groups of farmers preferred. It can be concluded that the medium-range theory is confirmed, even in crisis situations governance does not take place only at the level of central integration institutions, but governance (impact) takes place at several levels.

References

1. Baldwin R., Wyplosz Ch. *Ekonomie evropské unie*. Praha: Grada Publishing, 2013. ISBN 978-80-247-45.
2. Fiala P., Pitrová M. *Evropská unie*. Brno: Centrum pro stadium demokracie a kultury, 2003. ISBN 80-7325-015-2.
3. Fojtíková L., Lebiezík M. *Společné politiky Evropské unie*. Praha: Nakladatelství C. H. Beck, 2008. ISBN 978-80-8179-939-9.
4. Kratochvíl P. *Teorie evropské integrace*. Praha: Vydavatelství Portál, 2008. ISBN 978-80-7367-467-0.
5. Lipková E. et al. *Európska únia*. Bratislava: Vydavateľstvo Sprintdva, 2011. ISBN 978-89393-33-6.
6. Šlosarčík I. et al. *Institute Evropské unie a Lisabonská smlouva*. Praha: Grada Publishing, 2013. ISBN 978-80-247-3567-2.
7. *Multiannual Financial Framework 2014–2020* / European Commission. URL: http://ec.europa.eu/budget/mff/figures/index_en.cfm.
8. *Budget in Figures* / European Commission. URL: http://ec.europa.eu/budget/figures/index_en.cfm.
9. *The Common Agricultural Policy after 2013* / European Commission. URL: <http://ec.europa.eu/agriculture/cap-post-2013>.
10. *Treaty of Lisbon*. URL: http://ec.europa.eu/archives/lisbon_treaty/full_text/index_en.htm.

Vibration Power and Micro Hydroelectric Power, the Energy for the Future

Md. Nazmul Hossain¹, T. B. Ivanova²

¹ Engineering Business & Enterprise Management Department, Engineering Faculty, Peoples' Friendship University of Russia, Moscow, Russia (mdnazmul197@gmail.com)

² Scientific Supervisor, Engineering Business and Enterprise Management Department, Engineering Faculty, Peoples' Friendship University of Russia, Moscow, Russia

Abstract. Energy is the paramount significant component for economic, educational, science and technological development for all of the various countries. It is an integral part of every sphere of modern life and indispensable for almost all of the economic development ranging from farm irrigation to manufacturing of goods and heavy industrial activities. But the world today is confronted with two interrelated challenges closely linked with energy; these are global unusual temperature rising and mass poverty. Due to incremental consumption of traditional energy earth atmospheric greenhouse gases (GHG) is rising rapidly, resulting global warming, global climate changes and ecological catastrophe. This is concern with the other challenge that 1.3 billion of the world population, most of them is impoverished and live in rural areas in Africa and Asia, still out of the electricity supply facilities, concerning economic downturn, poverty, illiteracy, unemployment, crimes and social depression as well as unexpected acceleration of deforestation, household air pollution and diseases.

In this very condition changing patterns of energy which are carbon neutral or carbon negative, reliable and affordable only can save the world from upcoming challenges. Together with other sources of green energy our newly invented carbon negative "Vibration Power" and "Micro Hydroelectric Power" could be a viable alternative to save the green planet from upcoming challenges.

Key words: fossil fuel; greenhouse gases; environment pollutions; poverty; global warming; alternative sources of energy; vibration power; micro hydroelectric power.

Introduction

The continuing interest to alternative sources of energy is increasing gradually as the world today is very much concern about rising level of Earth's atmospheric greenhouse gases (GHG), global climate changes and growing energy demand in short order. Global warming, the increase in the temperature of the Earth's neon-surface air is the greatest challenge the world is confronting with and world grave concern for Earth's all living creations. The potential impacts of global warming are devastating. It will affect hydrology and biology of earth-everything including economy, eco-system and substances.

This is concern with the other factor that 1.3 billion of the world population still out of the electricity supply facilities. Non-accessibility to energy or huge shortage of energy supply in developing countries, vastly in South-Asian and Sub-Sahara African countries, hindering the financial growth, investment opportunities and employment creation and increasing social depression, poverty and illiteracy rate. The latter undermines and limits their capabilities and their opportunities to secure employments aftermath prolonging and confinement of the poverty circle.

In these circumstances together with other sources of green energies, our newly invented carbon negative "Vibration Power" and "Micro Hydroelectric Power" could be a viable alternative to save the green planet from upcoming challenges.

Energy and Evolution

Energy is one of the most crucial components for economic, educational, science and technological development and center for all of the development. For sustainable development and growth, energy is generally and electricity is particularly crucial.

Energy efficiency and effective use of energy are the key components for sustainable development for all countries and all people. To alleviate poverty & illiteracy, promote human welfare and innovation, stimulate innovative culture and environment in society and raise living standard, energy is an integral part [Chaurey & Kandpal, 2010a].

Virtually all forms of economic activities, whether in urban, peri-urban or in rural areas, rely on energy. Without meeting the demand of reliable and affordable energy, countries will not be able to reach the Millennium development goal [Hong & Abe, 2012; Narula et al., 2012].

In Johannesburg, South Africa, in 2002, at the World Summit for Sustainable Development (WSSD), leaders from around the world emphasis the acute role of energy on alleviating poverty and promoting sustainable development.

Electricity, the most useful source of energy, can extend the working hours and days, increase productivity, improve safety and working condition and draw customer's attention.

Moreover, electricity accessibility can transform commercial activities from manual labor to mechanization and automation and promote quality [Lee et al., 2008].

Economic theory suggests that when energy accessibility play role to minimize the cost of products for companies, companies react with some combination of: multiply productivity and employment, minimize the cost of products and services and investment in other financial activities. Lower input cost might also stimulate the extension of existing firms together with the emergence of new one.

On the contrary, industrial growth is hindered, cost of products and services is intensified and economic growth and employment creation are limited if energy service is not highly reliable and of sufficient quality.

But it is a matter of fact that the availability of energy for industries and commerce is not enough alone. If energy service is not highly reliable, affordable, green and of sufficient quality, the cost of industry of energy outages and the need for investment in backup systems could be substantial and limit economic growth and higher ecological damages.

Growing Demand of Energy Worldwide

The world today is consuming massive conventional energy and the demand is growing in short order. According to BP's Energy Outlook 2035, global energy demand continues to grow further beyond 2030 to 2035. The consumption is expected to soar up by 41% in between 2012 and 2035. According to International Energy Outlook (IEO) Reference case, world energy consumption will enhance to 630 quadrillion Btu in 2020 and 820 quadrillion Btu in 2040 from 560 quadrillion Btu in 2014 (524 in 2010).

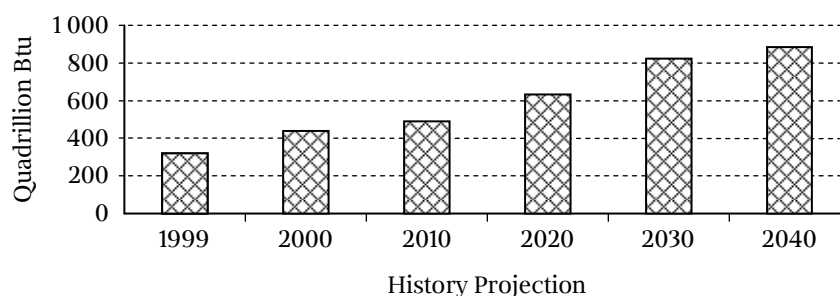


Figure 1. The world total energy consumption, 1990–2040 (IEO data)

The World Energy Outlook (WEO) 2013 projected that by 2050 the world would have to generate enough electricity for an additional 3.3 billion people, as 2 billion will be multiplied between 2013 and 2050. The Exxon Mobil's outlook for Energy 2013 projected that between 2013 and 2040, global chemical energy demand will rise by 55% is an account for 35% of growth in industrial sector. The International Energy Outlook 2013 projected that fossil fuel, including oil, natural gas and coal, will supply 80% of the global energy through 2040.

Figure 1 shows the world total energy consumption, 1990–2040.

Massive Consumption of Energy and Environmental Impacts

The aftermaths of massive consumption of conventional energy would be excessive global warming and global climate changes. Global energy-related CO₂ emission will become worse than expected. According to International Energy outlook 2013 reference case, global CO₂ emission from fuel combustion continue to grow unabated, from 31.2 bmt in 2010 to 45.5 bmt in 2040, living the world on the track for a long-term average global temperature increase of 3.6 °C or more. Scientists of National Oceanic and Atmospheric Administration said that during the 21st century the earth could warm by an additional 7.2 °F if we fail to reduce greenhouse gases emission from burning fossil fuel. Fatih Birol, the chief economist of the International Energy Agency, said that despite the global agreement to stay below 2 °C, the world is on the track that, without action, leads to an increase of 4 °C or more by 2050.

The impacts of such an unusual global warming and global climate changes would be extremely devastating for the Earth's all living beings. This phenomenon (incremental temperature rising) will be causes of unusual acceleration of ecological catastrophe such as acid precipitation, stratospheric ozone depletion, rising sea level, increasing occurrences of several weather events, more frequent of wildfire and drought, food shortage, changing patterns of diseases, severe water shortage, the loss of tropical forests and many species.

Energy Non-accessibility and Socio-economic Depression

This is another factor to be concern that 1.3 million of the world, most of them is impoverished and live in developing African and Asian countries, still out of the electricity supply facilities. Moreover, a surprising quantity of 2.5 billion people that is around 43% of the total world population still relies on biomass. The number is reported to be multiplied to 2.6 billion by 2016 and to 2.7 billion by 2030.

The non-accessibility or insufficient supply of reliable, affordable and modern forms of energy concerning high rate of unemployment, crimes and social-economic depression as well as unexpected acceleration of deforestation, household air pollution and global climate changes through emitting CO₂ and atmospheric bromine in the form of methyl bromine lead to the chemical destruction of ozone in the stratosphere.

The non-accessibility or insufficient supply of energy has been cause of economic downturn, poverty and illiteracy. The letter undermines and limits their capabilities and opportunities to secure employments aftermath prolonging and confinement of poverty cycle.

Alternative Renewable Sources of Energy for Safety, Prosperity and Diversity

Energy is the paramount significant component for economic, education, science and technological dynamism but massive consumption of traditional energy has been cause Earth's atmospheric greenhouse emission, global warming and global climate changes and at the same time non accessibility to modern energy has been cause of mass poverty, unemployment and illiteracy in developing Asian and African countries In these complex conditions green renewable sources of energy could be an integral part of solution.

A study conducted by Bangladesh Climate Change Observer reported that Alternative Renewable Sources of Energy can play an intensive role to accomplish two interrelated challenges

the world is currently confronted with: rapidly growing global temperature and incremental energy demand [CCOB-2010].

It has been reported that in many developing countries, renewable sources of energy (RES) projects can directly contribute to economic growth and poverty alleviation by providing energy needs to create businesses and employments.

In today's world, People are moving from rural areas to urban areas either in search for better employments, better income, better living standard or for better education. In 2014, approximately 3 billion people that are nearly about half of the global population lived in urban areas. This figure is expected to be expanded to about 2/3 of the population by the year 2025, with the most rapid changes happening in the developing world. The trend is one hand increasing the slums in the cities, polluting the city environment, accelerating poverty and crime rate and on the other hand hindering the rural development. Easy accessible, reliable, affordable and green sources of energy in rural areas, where transmission and distribution of energy generated by fossil fuels is difficult, only can change the circumstance through enhancing productivity and income generation activities, better communication facilities, better education and infrastructure [Energy for Development, p. 3].

Education is widely recognized as one the most essential components for poverty reduction, according to current discourses of development studies.

In developing countries, women and children are mainly responsible for drudgery such as collecting fuel wood and fetching water and they spend more than an hour per day on average for this. Energy accessibility reduces this drudgery for women to involve in financially important sectors and allow children to expand their opportunities for school attendance and other educational activities.

Households with vicious cycle of poverty send their children to work to earn money to support their poor families. Sometime children are dropped out of school to work due to school expenditure and households insolvency, most of the cases they work for three meals for a day. Such low-level attainment of education causes a lack of employment opportunities for poor households.

Easy accessible renewable sources of energy can increase the income generation activities and employment and bring disposable income of poor households to bring socio-economic sustainability. Due to the factors number of school going children is increased and school dropout rate is reduced [IEA, 2007; UNDP, 2004].

Vibration Power (Proposed)

When rotor of an electric motor, a tight coil of copper wire wrapped around an iron core, rotate at high speed between the poles inside a powerful, permanent magnet, mechanical energy turn into electric energy.

When electricity is fed into the copper coil, it becomes a temporary, electrically powered magnet, in other words, an electromagnet, and generates a magnetic field all around it. This temporary magnetic field pushes against the magnetic field that the permanent magnet creates and forces the coil to rotate. The magnet field is called exciter and the pole is called stator.

There are numbers of procedures existences to spin the motor to generate electricity such as wind power, water stream, ocean tide, hot wave etc.

Over the vibration (power) technology, vibration of roads, created by velocity and pressure of electric vehicles run through the roads, would be used to spin the motor of a specially designed generator to generate electricity.

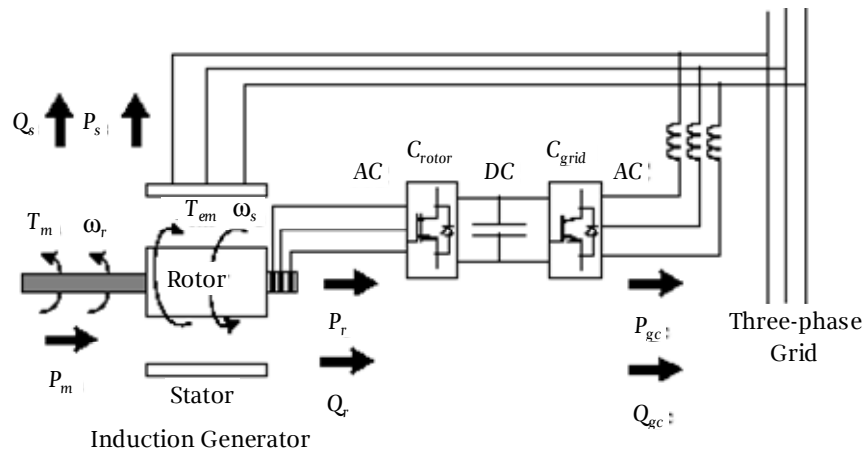


Figure 2. An ideal power generator

Size and Shape of the Generator

The generator will consist of a 3" × 3" × 0.5" diameter magnetic field, 2.2" diameter rotor and 2" diameter motor and will be fixed in a round shaped steel enclosure like a tennis ball. Unlike the traditional square shaped round generator it would be round shaped generator to get the maximum output.

Materials

Magnet: Neodymium n-50

Wire: copper wire ($R = 1.7 \times 10^{-8} \Omega \text{ m}$)

Others: Screws, bring ball, steel enclosure etc.

Figure 3 shows the equipment of generator.

To generate 5 kW/c electricity other functions will be: According to the Faraday's law,

Number of poles: $n = 2 \times 60 \times f / (\text{rpm}) = 2 \times 60 \times 10 / 300 = 4$, where f — frequency; rpm — rotation per minute.

Tones of wire of motor $N = 11$ tons.

$[P = 5 \text{ kw.}$

$N = 4.$

$D = 2 \text{ mm.}$

$N(dt) — ?$

$I — ?$

$I = V/R.$

$R = Pl/A.$

$P = I^2R = P = VI.$

$V = 11 \text{ kv.}$

$N_1/N_2 = I_1/I_2.$

$I = P/V = 1.25/11 \text{ Amp.}$

$\Phi = 1.25 \text{ kW}/N$ (where $\Phi = I$).

$N = 1.25/1.25/11 = 11$ tons], where D — diameter, l — length, R — resistance, p — resistivity, N — number of pole, Φ — magnetic flux, t — frequency, P — power, V — voltage.

To get the efficiency,

Required frequency = 10 Hz.

Speed = 5 mm/c.

Installation

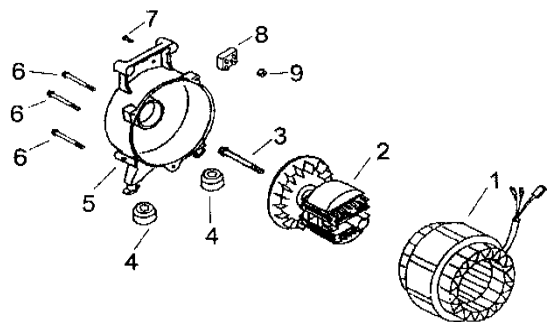


Figure 3. The equipment of generator

The generator, inside a 3.5 square inch iron frame, will be installed inside a 3.5 square inch hole of 5" high-speed breaker of busy road. Speed breaker is a perfect place to get the maximum vibration through the velocity and pressure of vehicles.

Amount of electricity

In pick hours between the time 8 a. m. and 8 p. m. when roads are with heavy vehicles, full capacity will be got but the rest of the hours the efficiency will be almost half.

So, the amount of electricity would be

$$5 \text{ kW} \times 60 \times 60 = 18 \text{ MW/h (pick hours).}$$

$$5 \text{ kW} \times 60 \times 60 \times 50\% = 9 \text{ MW/h (non-pick hours).}$$

Daily generation = 324 MW electricity.

Five generators can be installed in 3 meters busy road and then daily generation of electricity would be 1620 MW.

Generated electricity will be transmitted through transmitter and can be distributed to remote rural areas through national grid. Wide spread implementation of this technology will meet the rapidly growing energy demand and minimize the energy related greenhouse emission in the earth atmosphere.

Micro-hydroelectric power

This is the other factor that for householder purposes, for example to light the lamp, to run the electric fan and to operate other households' substances, we use electricity. We can generate the electricity that we use every day, by micro hydroelectric power at home.

Micro hydroelectric power is another innovative green source of energy to generate little amount of energy for households use, for example to light the lamp, to run the fan or to operate small scale electronic substances.

Over the technology waste water of basins passed through the basin's tunnel would be used to turn the turbine to generate electricity.

Micro-hydroelectric power turbine

Micro-hydroelectric power turbine consists of two parts. These are generator and turbine. The generator module will be 75" × 75" × 20" by the size to generate up to 35 Watt/c of sustainable output. Turbine will be 1" × 1" spoons shaped blades made up of sustainable light plastic. The number of blades of the turbine will be ten to get the maximum output.

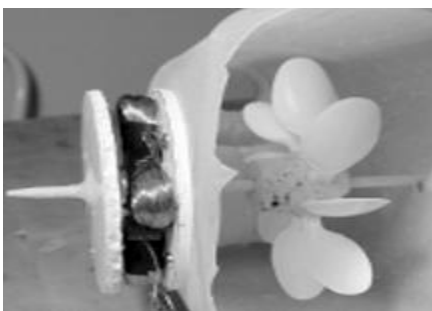


Figure 4. Micro hydroelectric turbine

Figure 4 shows the image for a micro hydroelectric turbine.

Installation

The generator will be attested out surface of a tunnel and the turbine will be set up inside the tunnel of a basins. When waste water falls on the basins and passed through the tunnel where turbine is installed, the turbine will be turning and electricity will be generated.

The technology is highly effective in mosques, in restaurant and supermarket where water is used almost around the day.

Conclusion

Carbon neutral or carbon negative Alternative Renewable Sources of Energy is the demand of time when energy is indispensable for economic, educational, science and technological development, diversity and dynamism but massive consumption of conventional energy is the cause of global warming, global climate changes and environmental damage. On the contrary, non-accessibility or insufficient supply of modern energy has been cause of massive economic downturn, poverty, illiteracy, unemployment, crimes and social depression in developing Asia

and African countries. Alternative renewable sources of energy only can save the world from the upcoming challenges the world going confronting with the rapidly acceleration of earth atmospheric greenhouse gases, rapid growing energy demand and massive poverty. Together with other sources of green energy, our newly invented “Vibration Power” and “Micro Hydroelectric Power” will bring a potential breakthrough. Worldwide appliance of these technologies can save the green planet from the upcoming danger.

References

1. McKinney M. L., Sehoel R. M., Yonavjak L. Environmental Science: System and Solution. 5th edition. Jones & Bartlett Learning, 2012.
2. Moeller D. W. Environmental Health. Cambridge: Harvard University Press, 2005.
3. Rogers W. O. et al, Pollution Control & Waste Management in Development Countries.
4. Country Profile on Solid Waste Management Situation. The Regional Solid Waste Exchange Information & Experience network in Mashreg & Maghreb Countries 2010.
5. How the World Should Invest in Energy Efficiency, July 2008, Mckinsey Global Institute, International Panel of Climate Change (IPCC)-Climate Change Statistic.
6. World Energy Outlook 2013, Nov. 2013 / International Energy Agency (IEA).
7. Energy Technology Perspective, June 2008 / International Energy Agency (IEA).
8. RIA Novesti 27.08.2014.
9. Mullar R. A. Energy for Future Presidents. Norton paperback, 2009.
10. Krishna M. Manufacturing Energy Use in India: A Decomposition Analysis // Asian Journal of Energy and Development. 1995. Vol. 1, iss. 3. P. 223–247.
11. CCOB: Climate Change Observer of Bangladesh — 2010. Regional climate outlook. Dhaka, 2010.

Corporate Social Responsibility in a Global Environment

Larisa Kapustina¹, Alisa Uman²

¹ Dr. of Econ. Sciences, Prof., Head of Marketing and International Management Department,
Ural State University of Economics, Yekaterinburg (lkapustina@bk.ru)

² Student of Institute of Management and Information Technologies,
Ural State University of Economics, Yekaterinburg (dcma-94@mail.ru)

Abstract. The article deals with the existing links and influences of Corporate Social Responsibility on HRM practices developed by international companies. The meaning of Corporate Social Responsibility for companies' competitiveness, for workers in terms of human capital investment is discussed. One of the brightest examples of successful dealing with HRM in a Global Environment within the framework of CSR strategy (Google) is analyzed in the article.

Key words: corporate social responsibility; human resource management; competitiveness; Google.

Introduction

Human Resource Management (HRM) and Corporate Social Responsibility (CSR) are two concepts that are becoming increasingly important to company strategies. Indeed, companies are in search of new practices to increase their productivity and their competitive positions. Moreover, HRM is an indispensable tool for any organization, and CSR is becoming increasingly crucial for companies' competitiveness.

Igalens and Joras (2002) define CSR as 'the voluntary integration of the social and ecological concerns of companies in their commercial activities and their relations with all stakeholders. CSR satisfies completely the applicable legal obligations and invest in the Human Resources and the environment' [1].

According to the European Commission (2001), 'being socially responsible not only means satisfying completely the applicable legal obligations, but also going beyond and investing "more" in human capital, environment and relations with stakeholders. The acquired experience with the investment in technologies and commercial practices that are ecologically responsible suggests that by going further than more respect for the legislation, companies could increase their competitiveness. The application of social standards overtaking the fundamental legal obligations, for example in the field of training, working conditions or relations between management and staff, can also have direct effects on productivity. This opens a method of managing the change and to reconcile social development and increased competitiveness'. While improving the satisfaction of their various stakeholders, companies utilizing a responsible approach could also take advantage of positive effects.

Grimand and Vandangeon-Derumez (2010) [2] also indicate that CSR can be perceived as a substantial forced process not only for the company to show its stakeholders how its policies respond to their expectations but also as an exploratory process establishing the foundations of new regulation. In this view, HR departments should maintain a difficult balance between enforcing the necessary conformity regulations and the will to innovate.

Of the three fundamental constituents of the CSR concept, several authors assert that the social pillar is generally the one on which the greatest emphasis is placed. This pillar focuses on the affable social dimension and its possible links with HRM [3; 4].

The Link between CSR and HRM

More and more companies are establishing practices bound to CSR. If, as asserted by authors, it is the social dimension that is most heavily emphasized in CSR, we can inquire about the existing links between CSR and HRM and how CSR influences HRM practices developed by socially responsible companies. Indeed, people interviewed by SOFRES in 2001 consider CSR to denounce primarily child labour practices in the Third World, to encourage positive treatment of staff, and to develop employability [4]. HR professionals interviewed by Coulon (2006) estimate that CSR's major interests are to better involve employees at work and to attract the best employees [5]. Weiss considers that "CSR would ensue from the evolution of the working practices and thus from a better consideration of the environmental and social impacts of the companies' activities" [6]. These authors' comments imply a narrow link between CSR and HRM.

Therefore, when both concepts —CSR and HRM— merge, socially responsible HRM practices are established within a company that affect workers primarily in terms of human capital investment (all the capacities, talents, qualifications, and experiences accumulated by an individual that partially determine his capacity to work or to produce for himself or for others), health and safety. The main objective of companies in applying responsible practices is to attract and keep qualified workers within their infrastructures, with specific stakes for HRM [7].

In the studies regarding the links between HRM and CSR, the last is perceived "as an average utility or instrument to emphasize the social rationality of the company" [8]. The same approach would improve company image, commitment and staff loyalty, and would guarantee good working conditions for employees. These authors consider that when CSR intends to benefit employees, it takes the shape of training individuals to progress in their careers, promoting diversity of all visible minorities, and offering interesting conditions of remuneration, including gratitude and employee profit sharing in shareholding. Furthermore, Fraise and Guerfel-Handa (2005) also show CSR's influence in redefining HRM strategies by bringing to light questions of lifelong training, health and safety, diversity, and equal treatment of men and women [3]. For example, Sharma et al. (2009) argue that the designing of performance management system will be impacted by CSR in order to better measure the employees socially responsible initiatives. According these authors, "this becomes important as the internalization of CSR in an organizational culture requires that appropriate behaviours get appraised, appreciated as well as rewarded" [9]. A system of mutual influence would thus exist between HRM and CSR, suggesting that HR functions and roles could evolve according to CSR practices established by the company.

If Beaupré et al. (2008) conclude that applying a CSR perspective to HRM will not change HRM objectives (to attract, retain, develop and motivate) and that socially responsible HRM will focus more on well-being objectives, we can wonder about CSR's influence on HRM practices and on HR functions and roles [7].

According to contextual factors, such as ageing, labour shortage, war for talent etc., such practices could be very essential for companies. Added et al. (2009) highlight the fact that HR must attract new workers but also must enhance a company's human resources. Moreover, well-being at work tends to be a crucial issue for HR departments at a time when people are talking more and more about psychological stress in the workplace [10].

CSR in a Global Environment. CSR and HRM at Google

CSR is increasingly important for companies operating in a Global Environment, when the competition is so tough, as a consumer having vast number of options chooses one brand over another not simply comparing the price, quality and reputation of each product, but thinking about how well the company behind each one treats its employees; how ethical the company is; and whether it engages with local communities.

According to a study by Reputation Institute, a private global consulting firm based in New York, the willingness to buy, recommend, work for, and invest in a company is driven 60% by the perceptions of the company or its reputation, and only 40% by the perceptions of the products or services it sells. The analysis shows that 41% of how people feel about a company is based on their perceptions of the firm's corporate social responsibility practices. "CSR speaks to who the company is, what it believes in and how it is doing business," says Kasper Ulf Nielsen, executive partner at Reputation Institute. "It's a core element of reputation and can be used to help establish trust and goodwill amongst stakeholders. Almost half of people's willingness to trust, admire, and feel good about a company is based on their perceptions of the corporate social responsibility of the company, so this is a key tool for companies to use to improve support from stakeholders like consumers, regulators, financial community, and employees."

One of the brightest examples of successful dealing with HRM in a Global Environment within the framework of CSR strategy is Google. The online space has created a more fragile corporate reputation environment than at any other time in history. This can be dangerous territory for sure since no one is immune to being "taken out" regardless of size or stature. Thus, it is important for Google, obviously, to maintain as pristine a reputation as possible. What is interesting is the idea that it also may be just as important for the industry as a whole that Google has as clean a record as possible in the court of public opinion. To remain a high flier and not to become a question mark, Google has been creating different corporate social responsibility activities to make sure their corporate reputation is as spotless as possible [11].

Since its founding, Google has been firmly committed to active philanthropy and to addressing the global challenges of climate change, education and poverty alleviation. Since 2007, Google also jump-started a series of social initiatives in China. One of the company's social works is "Google China Social Innovation Cup for College Students" that is a nationwide competition that aims to empower China's youth to become agents of social change. By soliciting project ideas from college students and funding viable proposals, the company aims to instill in China's future leaders the values of social responsibility, the importance of community welfare, and the spirit of self-empowerment. Among all colleges and universities that participate in the competition, 100 of them that top in the number of proposal submission will share 500 Google "Campus Volunteer Stars" Scholarships every year [12].

Google also supports Earthquake Relief Efforts. On May 12, 2008, a 8.0 magnitude earthquake struck Sichuan province in Western China, claiming the lives of tens of thousands. Amidst the chaos and despair, Google's various departments mobilized immediately to support rescue and relief efforts. To support the vast and urgent need for material resources, Google and its employees raised over 18 million RMB (USD 2.6 mm) and donated over 7 million RMB (USD 1.02 mm)'s worth of free online advertising to earthquake relief organizations. At the same time, Google also developed a communication platform that included an information platform for resource support, a search platform for families looking for lost relatives, and a global platform for charitable donations. Google Maps also provided China's State Bureau of Surveying and Mapping with satellite images of quake-affected regions to better aid and direct rescue efforts.

In early September 2008, Google funded construction of 15 Google Quake Relief Hope Schools in the city of Mianyang in Sichuan province, helping 18,184 elementary and high school students to return to the classroom. Google has also collaborated with Mercy Corps, Save the Children, Doctors without Borders and other organizations to commit rescue and relief support to quake victims for the next 2-3 years, focusing especially on rebuilding, rehabilitating, and retraining. Moreover, the company provides hundreds of charitable organizations with

grants, supporting them in advocating and promoting their causes, from animal rights and literacy to abandoned children and HIV education [12].

For the fourth year running, Google tops the list of *The Companies with the Best CSR Reputations* published by Forbes. The ranking prepared by the Global advisory firm Reputation Institute is based on research culled from members of the public in 15 markets around the world. Companies are judged based on their performance in a number of areas, including environmental, social, workplace, and government.

Google scored big in all areas, gaining particular attention for citizenship practices, reporting that its data centers use less than 50% of the energy typically required such facilities, and that the company has committed more than \$1 billion to renewable energy projects. The company is extremely active, genuine and well regarded, in terms of citizenship, governance, and workplace that drive CSR perceptions. In particular, Google was the company with the best perception for 'workplace' in 2013. Fifty-one percent of consumers across the 15 markets agree that Google is an appealing place to work, and that it treats its employees well. If you treat your own people well you are open, honest, and a caring company. And through its focus on this dimension, Google has been able to be seen as a local company in many countries around the world.

Google invests in social entrepreneurs who are using technology to crack the code on the world's toughest problems. In 2012, the company invested in tech-based efforts to expand access to clean water, stop wildlife poaching, prevent the horrible practice of human trafficking and reduce poverty worldwide. In addition, the company helps nonprofit teams carry out their work. In 2011–2013, Google has donated over \$353 million in grants worldwide, approximately \$3 billion in free ads, apps and products, and Googlers have volunteered approximately 6,200 total days of employee time to support nonprofits (a total of 150,000 hours) [13].

All of these Google's activities help to increase the company's productivity and its competitive positions, which, in its turn, influence HRM, helping to attract and retain the best employees. Being socially responsible, the company invests more in human capital, training individuals to progress in their careers, encouraging positive treatment of staff and better involving employees at work. It allows HR departments to follow the necessary conformity regulations, on the one hand, and to provide to its employees the opportunities to innovate, on the other. This method of managing helps to reconcile social development, becoming a competitive edge of Google.

Conclusion

Corporate Social Responsibility and its effect on Human Resource Management are becoming increasingly important to company strategies, especially in a Global Environment. Properly developed elements of Corporate Social Responsibility strategy can become the real advantage of the organization.

One of the best examples of the companies where CSR takes place is Google. This approach improves company image, commitment and staff loyalty, and would guarantee good working conditions for employees. Well-being at work tends to be a crucial issue for HR departments at a time when people are talking more and more about psychological stress and bullying in the workplace. That is why the company is ranked first in the list of the most attractive employers of the world published by Forbes, for four years in a row [11]. Thereby, CSR is a core element of reputation in the context of globalization.

References

1. Igalens J., Joras M. La responsabilité sociale de l'entreprise: Comprendre, rédiger le rapport annuel. Paris: Editions d'Organisation, 2002.

2. Grimand A., Vandangeon-Derumez I. Les modes d'appropriation de la RSE et leurs impacts sur la fonction Ressources Humaines // Actes du 21^e congrès de l'AGRH. 2010.
3. Fraisse A. S., Guerfel-Henda S. La Responsabilité Sociale de l'Entreprise (RSE): instrument de management des ressources humaines? // Actes du 16^e Congrès de l'AGRH. 2005.
4. Saulquin J. Y. GRH et responsabilité sociale: bilan des discours et des pratiques des entreprises françaises // Actes du 15^e congrès de l'AGRH, 2004. P. 2477-2496.
5. Coulon R. Responsabilité sociale de l'entreprise et pratiques de gestion des ressources humaines // Revue de l'organisation responsable. 2006. P. 48-64. URL: <http://dx.doi.org/10.3917/ror.001.0048>.
6. Moreno M. Cours GRH/IFSE. IAE, 2008.
7. Dupont C., Ferauge P., Giuliano R. The Impact of Corporate Social Responsibility on Human Resource Management: GDF SUEZ's Case // International Business Research. 2013. Vol. 6, no. 12.
8. Beaupré D., Cloutier J., Gendron C. et al. Gestion des ressources humaines, développement durable et responsabilité sociale // Revue internationale de psychosociologie. 2008. P. 77-140. Éditions ESKA. URL: <http://dx.doi.org/10.3917/rips.033.0077>.
9. Sharma S., Sharma J., Devi A. Corporate social responsibility: the key role of human resource management // Business Intelligence Journal. 2009. Vol. 2, iss. 1. P. 205-213.
10. Added E., Dartiguepeyrou C., Raffard W., Saloff C. M. Le DRH du 3^e millénaire. Paris: Pearson/Village Mondial, 2009.
11. Marketing Pilgrim. URL: <http://www.marketingpilgrim.com>.
12. Google. Company. URL: <http://www.google.cn/intl/en/about/company/responsibility>.
13. Forbes. URL: <http://www.forbes.com>.

Evidence of Climate Change and Its Impact on Hydraulic Economic in the Watershed of Ciego De Avila Province

Oscar Brown Manrique¹, Yurisbel Gallardo Ballat², Amaury Correa Santana³

¹ Professor of Hydrotechnical Studies Centre (HSC), University of Ciego de Ávila (UNICA), Cuba (obrown@ingenieria.unica.cu)

² Professor of Hydraulic Engineering Department, University of Ciego de Ávila (UNICA), Cuba (yurisbelgb@ingenieria.unica.cu)

³ Specialist of Water Resource Enterprise

Abstract. The research was conducted in Cuba in order to prove the existence of climate change related to water resources. A series of 30 years of rainfall and number of rainy days per month on a scale of quarterly, in the period from 1977 to 2006. In the experimental process as different procedures were used: the average percentage method for estimating the seasonal movements from the time series analysis, the construction of climograma. The main results show a trend of decreasing rainfall and number of rainy days from 2000, not only on an annual basis, but also in the wet season.

Key words: climograma; time series; climate anomalies; movement patterns; cumulative curve.

Introduction

The climate is one of the most precious natural resources of the earth, because the property has to reset constantly the heat, humidity, solar radiation, wind and others. It is also a basic resource upon which all others, so any changes to it will impact on nature and society [1]. Climate change is referred to change with respect to global or regional climate history and involves various meteorological parameters such as temperature, precipitation, atmospheric pressure, cloudiness, increased sea level and variations in the occurrence of extreme weather events as droughts, floods and tropical storms.

Climate change due to both natural causes and anthropogenic, however, the United Nations Framework Convention on Climate Change uses the term 'climate change' only to refer to the change by human causes.

Climate change is the result of energy, ecological and social imbalances caused by the technological advances of today, excessive population growth and industrial development characterized by the use of fossil fuels in energy consumption, which have caused a severe global warming directly affects the availability of water resources such as rainfall [2].

The overall increase in the concentration of CO₂ is mainly due to the use of fossil fuels, deforestation [3]. And changes in land use, while the increase of methane and nitrous oxide are primarily due to the agriculture [1]. Continuing growth of emissions of greenhouse gases would produce an additional warming during the twenty-first century, which would represent a very serious problem that threatens the world's ecosystems, for the 1 °C increase in global temperature would cause shortages water 400–1,700 million of people.

Among the climate impacts projected by the IPCC are the decrease of water available in most regions in mid-latitudes and dry tropics, already suffering from water shortage, which is why the implementation of strategies needed mitigation to reduce the impacts of climate change [1].

Cuba has a strategy for adaptation to climate change in sustained observing systems for climate system, education of the population and understanding the problem by actors at different levels to contribute to the enrichment of this strategy at local level this paper aims to de-

termine the evidence of climate change and its effects on the availability of water in the town of Fallas of Ciego de Ávila to contribute to decision-making for conservation and wise use [4].

Materials and methods

The research was carried out in the town of Falla, which is a village in the municipality of Chambas. It is located north of the province of Ciego de Ávila at a distance of approximately 37.8 km. Its geographical location is 22° North latitude and 78° West longitude with sustained economic development mainly in agriculture.

The research analyzed a series of 30 years of rainfall and number of rainy days in the period 1977 to 2006. The data were collected systematically in the rainfall team of CA-347 Camilo Cienfuegos station having a 22°09' North Latitude and 78°45' West Longitude on a height of 15.82 m above mean sea level. Technique descriptive statistics were used to analyze the fundamental statistician's serial data using the Microsoft Office Excel 2007. Intra-annual and interannual variability of the series was also determined by constructing a scatter plot tool with Microsoft Office Excel 2007.

An analysis of the time series for variable rainfall and number of rainy days in order to estimate the seasonal movements by the seasonal index (*IE*) was performed [5]. The average seasonal index for the year must be 100% and represents the sum of the index numbers of the 12 months, with a value of 1200%. Otherwise, should be corrected by multiplying by the adjustment factor, so that must be passed to the process of seasonal adjustment of the data to eliminate the seasonal movement of the data, by dividing the original data from the seasonal index.

Climograma of the of Falla was created to be a useful tool to study the climate of the area and allows to display summarizes the variation of the monthly mean temperature and precipitation over a year, revealing the existence of dry or rainy periods, which were checked by the index Gaussen from aridity index (*IA*) representing the duple in temperature (°C) [6].

Smoothing methods are employed to remove the random fluctuations of the time series. In this case, the methods of order 3 moving averages and exponential smoothing were used [7]. The precipitation data and numbers of days with rain were adjusted theoretical Normal probability density function, according to the characteristics of this series [8]. To validate the theoretical function setting the Kolmogorov—Smirnov was used [9].

Climate Change is associated with changes in weather statistics for a period determined in respect of long-term statistics Evidence for estimating climate change three criteria were used: climate anomalies, displacement patterns and accumulated precipitation [10]. Climatic anomalies deviations express the behavior of the climate variable analyzed regarding hyperannual average (30 years). The following equation is used:

$$A_x = X_i - X_m, \quad (1)$$

where A_x is the climatic anomaly for variable X ; X_i is the value of the variable for year i ; X_m is the hyperannual arithmetic mean of the data series.

Movement patterns express the deviations of the monthly mean values of climatic variables analyzed for a given period of time (the last 5; 10 and 15 years of the series), compared to the monthly average values for a long period of time considered as a rule the 30 years of the series. Is represented by two dispersion curves constructed using Microsoft Office Excel 2007 tool and the deviation from the normal curve are indicated the existence of climate change.

The accumulated precipitation is obtained from the cumulative sum of the monthly mean values of climatic variables analyzed for a given time period, with respect to the cumulative sum of monthly climate averages same variable for a long period of time considered standard. It also represented by two dispersion curves constructed by Microsoft Office Excel 2007 tool and divergence from the normal curve showed the existence of climate change.

Results and discussion

The results of statistical analysis with the technique of descriptive statistics is exposed on tables 1 and 2, were the average values of monthly rainfall ranging between 30.54 and 208.77 mm with 0.5 mm minimum in February and maximum of 535.4 and 513.0 mm in the months of May and June respectively. In the statistical analysis of rainy days was found that the average value of this variable varies between 6 and 15 days of rain during the month. The extreme values were observed in the month of January to April with minimum values between 1 and 2 rainy days, while the maximum values range from 16 to 23 days with rain in the period from May to December.

Table 1

Descriptive statistical of rains, mm

Variable	Jan.	Feb.	Mar.	Apr.	May	Jun.	Jul.	Aug.	Sep.	Oct.	Nov.	Dec.
Media	30.5	44.1	60.3	68.1	185.6	208.8	118.9	154.1	172.1	155.8	86.8	54.7
Median	26.8	23.9	36.9	56.6	149.3	189.7	108.4	155.6	142.9	136.9	67.2	42.4
S_x	28.1	50.2	55.5	61.6	133.4	116.1	48.7	76.0	94.7	94.3	61.8	72.6
Minimum	1.6	0.5	1.2	0.9	2.704	38.1	31.1	51.8	42.1	41.3	15.2	1.8
Maximum	125.8	252.3	194.3	245.4	535.4	513.6	232.8	438.5	434.6	396.4	279.2	409.1

Table 2

Descriptive statistical of day with rains

Variable	Jan.	Feb.	Mar.	Apr.	May	Jun.	Jul.	Aug.	Sep.	Oct.	Nov.	Dec.
Media	6	6	6	6	12	13	11	14	15	14	11	7
Median	6	5.5	6	5.5	11.5	13	11	13.5	14.5	15	11	7
Mode	6	7	6	1	9	19	11	14	14	16	12	7
S_x	2.49	2.31	2.79	3.36	3.78	5.08	3.09	3.55	3.15	4.05	3.48	3.04
Minimum	2	1	1	1	4	5	3	5	9	6	4	2
Maximum	12	13	11	12	20	22	16	21	23	23	18	17

Interannual variation in rainfall is shown in figure 1, which shows that 73% of rainfall is between 1,000–1,500 mm and 17% exceeds that value, highlighting the year 1978 with a value of 2,256.4 mm which resulted be the wettest year of the series. Below the range was found 3% highlight being due 2004 with a minimum value of 500 mm that can be related to a very dry year. It is noted that rainy days are between 100 to 140 days a year for 93% of all data analyzed; only 1988 slightly exceeded this range and 2004 that shows inferior performance with 80 days of rain in the year.

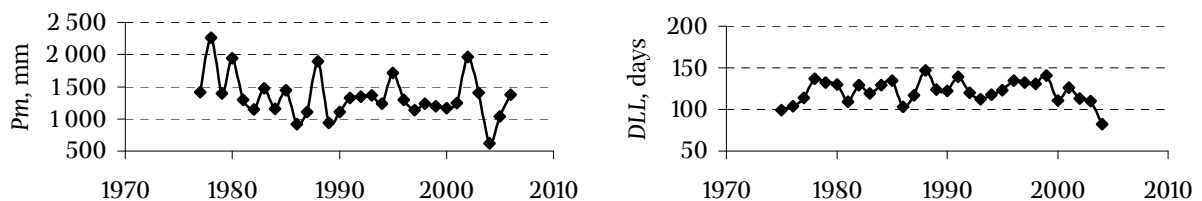


Figure 1. Interannual variability of rainfall and number of rainy days

In figure 2, the intra-annual variation in rainfall is exposed in a monthly time scale. We show that every month of the dry period have values below 50 mm. Include the months of May, July, October and November in the vicinity of 50 to 150 mm. Above 150 mm September, three wettest months of June, August appear and. The intra-annual variability of rainfall days is

shown. It is observed that 50% of the months are between 6 and 14 days in the month rains. Under this environment is 33% of the corresponding months from January to April six rainy days in the month. Over the months of September and October appear with greater than 14 days of rain in the month to 17% values.

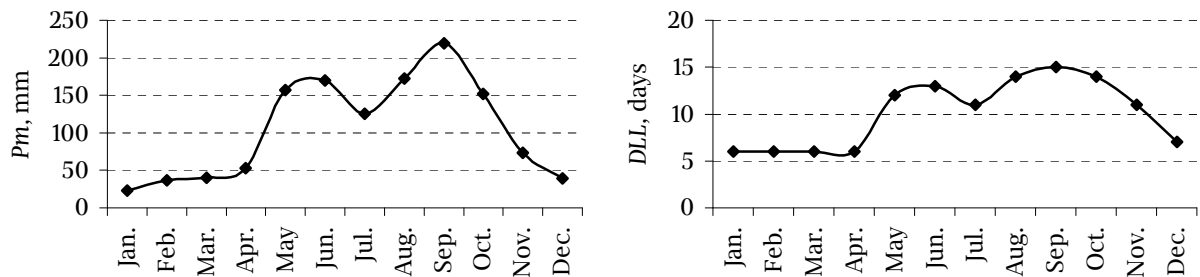


Figure 2. Intra-annual variability of rainfall and number of rainy days

Figure 3 provides a comparison between the corresponding rainfall to wet and dry periods. It is found that in both periods a significant reduction in the magnitude of precipitation 70% in the series with some peaks of high rainfall in 1988 and 2002 with values greater than 160 mm in the wet period occurs. Occurs a reduction in the number of monthly rainfall in the last five years of the period analyzed.

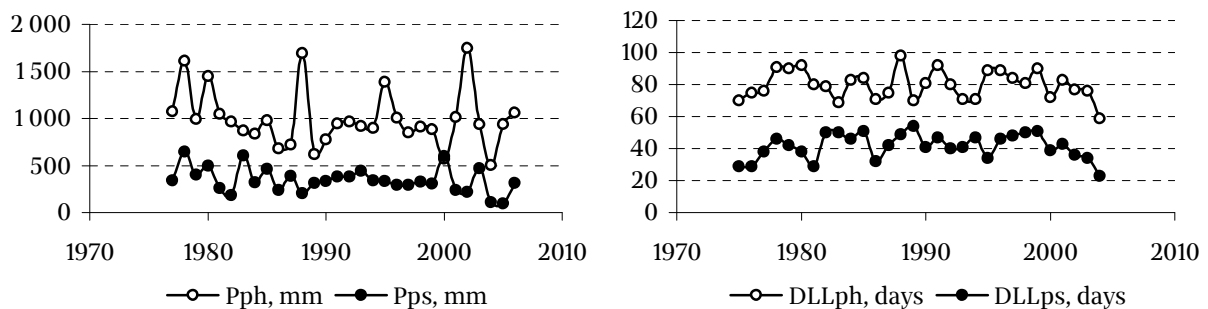


Figure 3. Interannual variability of rainfall and number of days with rain in the dry and wet periods

The analysis of the time series of rainfall and number of rainy days showed that in both cases the adjustment factor of the series is equal to unity (figure 4), so that the seasonality index (*IE*) is very similar to the mean hyperannual values of each of the months of the year. This result indicates that it is not necessary to seasonally adjusted data series, being able to work with the original data.

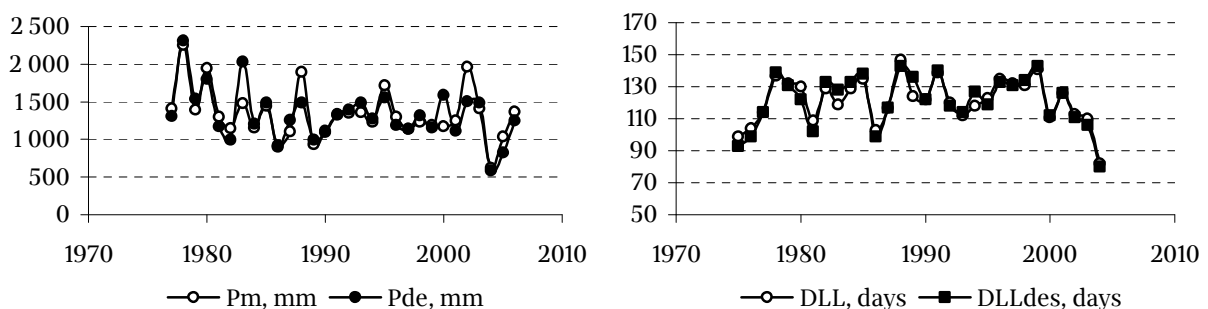


Figure 4. Series of rainfall and number of rainy days

Figure 5 shows the climograma of Falla locality in the province of Ciego de Ávila in which the presence of two distinct periods observed, the dry period from November to April rainfall with values ranging between 20 and 80 mm and present values of remaining months rainfall ranging between 120 and 200 mm forming the wet period which highlights the months of May, June and September. The temperature analysis allows us to know that the annual temperature variation was 5.86 °C as a result of the temperature difference between the warmest month turned out to be July with an average temperature of 27.21 °C, but have average maximum values of 32.88 °C for him month August. Coldest temperature corresponded to January with an average temperature of 21.36 °C; however, the average temperature of the city is 16.53 °C for that month. Gaussian index with the aridity index was determined showed that the months of December, January and February showed the dry category, while the remaining months obtained rainy category.

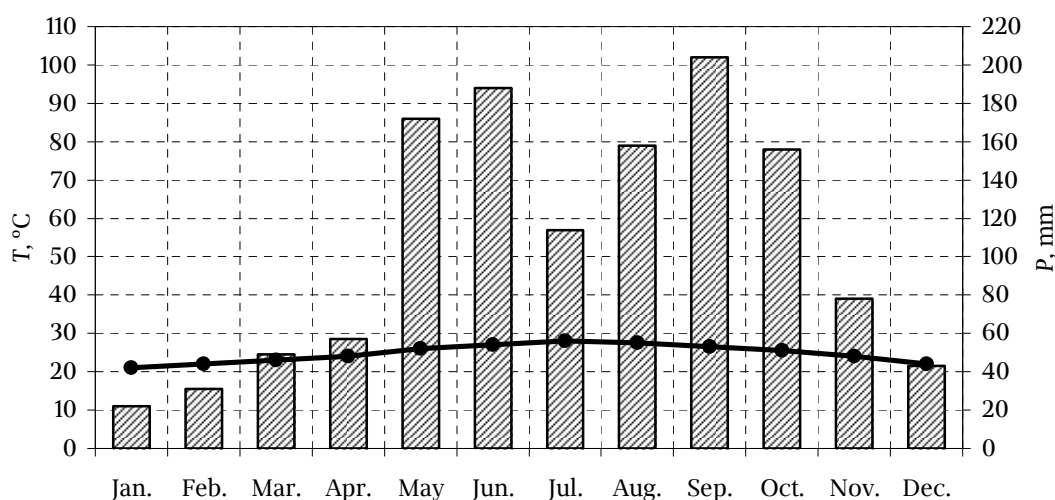


Figure 5. Climograma of Falla locality

The normal distribution function allowed to make a significant adjustment to the corresponding series of annual rainfall and rainy days to prove that the Kolmogorov—Smirnov statistic reached values of 0.156 and 0.09 respectively, lower than the critical value of 0.248 for a level of data 95% confidence. This result allowed to predict the values of the variables studied for different periods of returns as shown in figure 6.

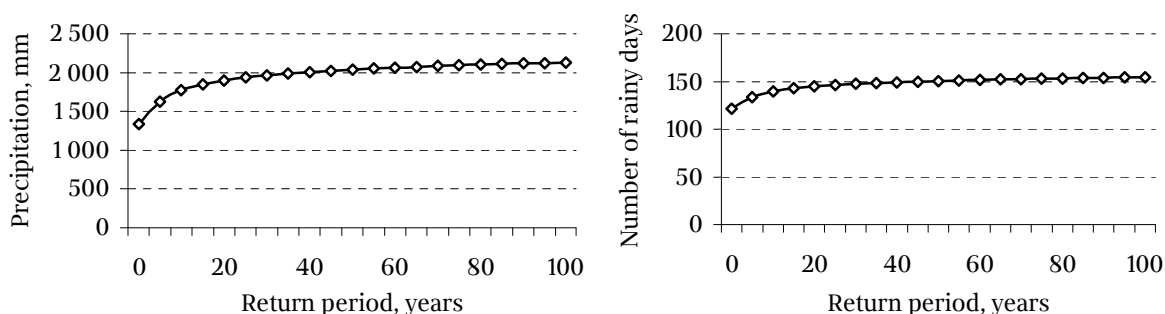


Figure 6. Values of rainfall numbers rainy days depending on the return period

In figure 7, the occurrence of negative anomalies in climatic variables precipitation and number of days with annual rainfall is demonstrated. Regarding annual precipitation existence of negative anomalies observed in 54% of the years, limes are below the hyperannual average

value. Significantly indicate that from 1980 the weight of the negative anomalies becomes much more severe the obtained percentage values of 65%. The behavior of the negative anomalies in the number of rainy days was slightly better in relation to annual rainfall to be 47% of years with values of number of days with rain substandard.

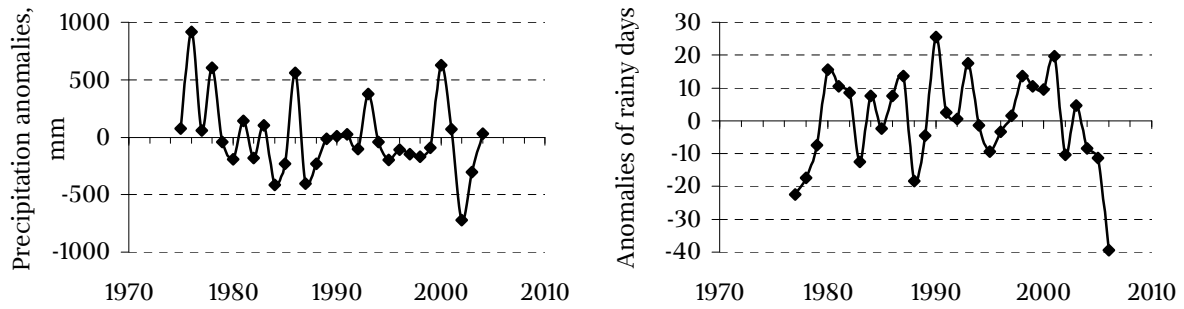


Figure 7. Rainfall anomalies and number of rainy days

Figure 8 shows that there is no change in the patterns of rainfall and number of rainy days compared to their respective normal value for the last 10 to 15 years.

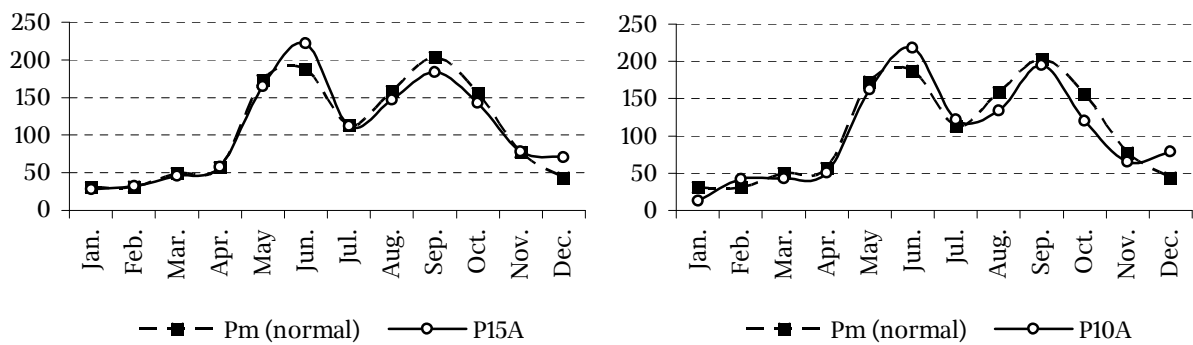


Figure 8. Changing rainfall patterns last 15 or 10 years, mm

However, in figure 9 the occurrence of climate change is checked in 6 months (50%) in the months of May, August, September, November, December and January. May and September are highlighted with a decrease of 54.86 and 87.39 mm.

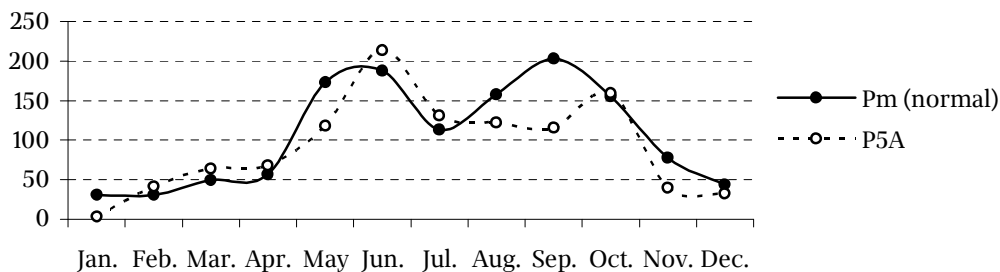


Figure 9. Changing rainfall patterns over the past 5 years, mm

In case the number of rainy days no differences in the last 10 to 15 years were found (figure 10), but a decrease were demonstrated in the past six months, corresponding two days of rain to January, April, May, October, November and December and three days in June (figure 11).

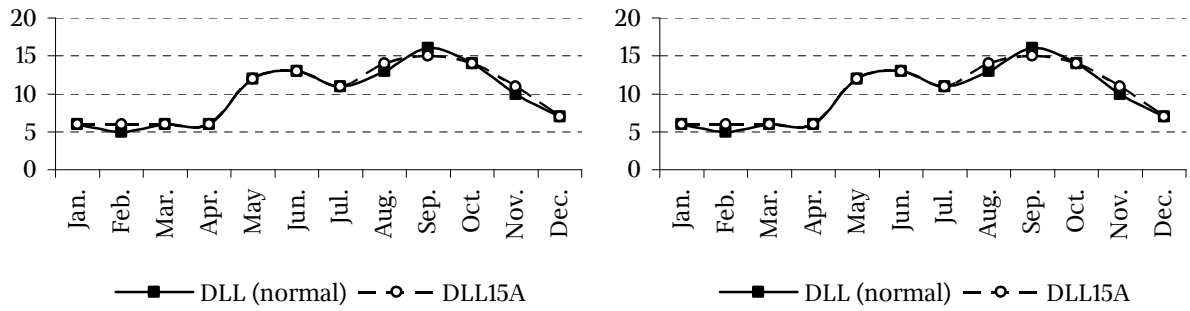


Figure 10. Changing patterns of days of rain in the last 15 to 10 years

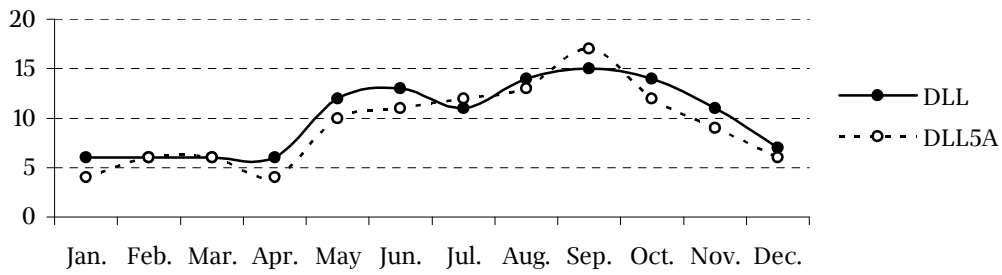


Figure 11. Changing patterns of days of rain in the last 5 years

The accumulated rainfall showed no difference in the last 10 to 15 years (figure 12), but in the past five years decreased, the summary curve with values that can reach 171.25 mm (figure 13) was confirmed. This approach demonstrated the existence of climate change in both variables.

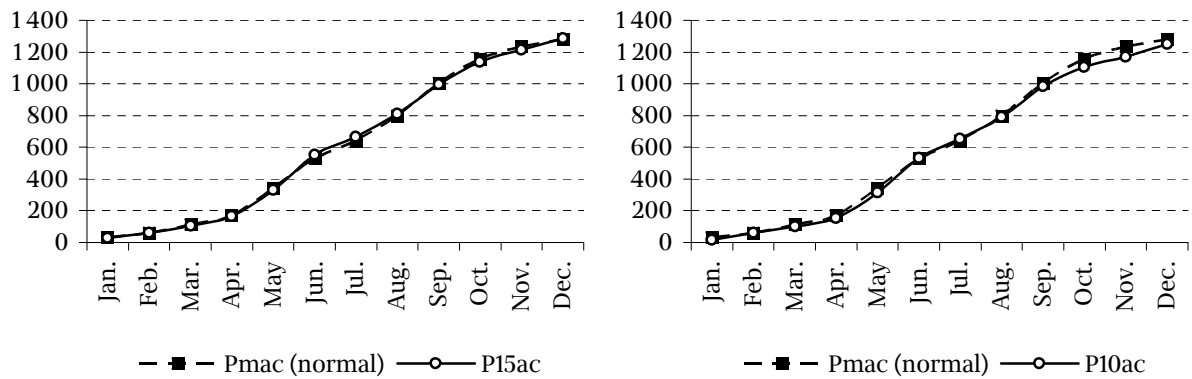


Figure 12. Precipitation accumulated over the last 15 or 10 years, mm

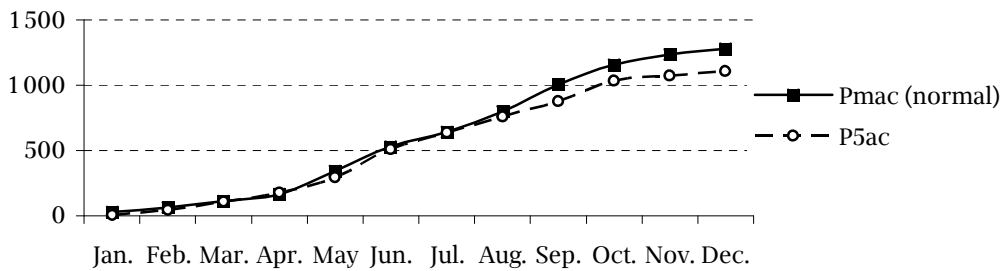


Figure 13. Precipitation accumulated over the past 5 years, mm

The cumulative number of days with rainfall did not vary substantially over the past 10 to 15 years (figure 14), but in the last five years (figure 15) the cumulative curve declined in all months of the year, reaching a cumulative total of least 14 days with rain, proving the existence of climate change. This result agrees with the statement by the IPCC (2000) in relation to a remarkable variability of rainfall is one of the consequences of climate change.

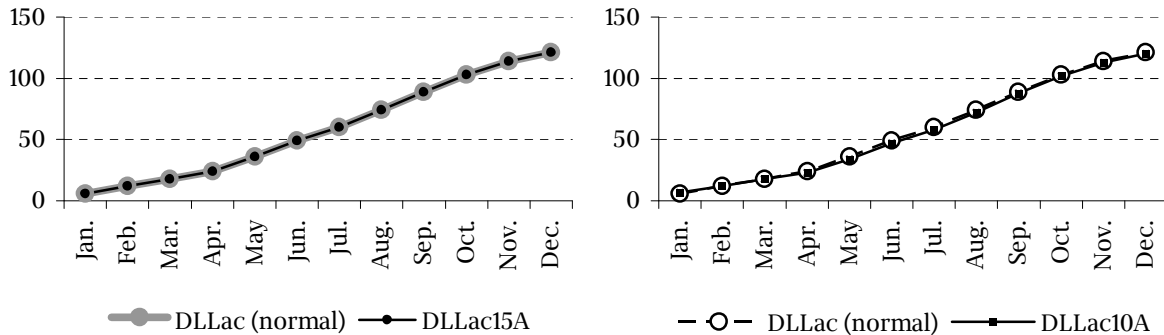


Figure 14. Days accumulated in the last 15 and 10 rain

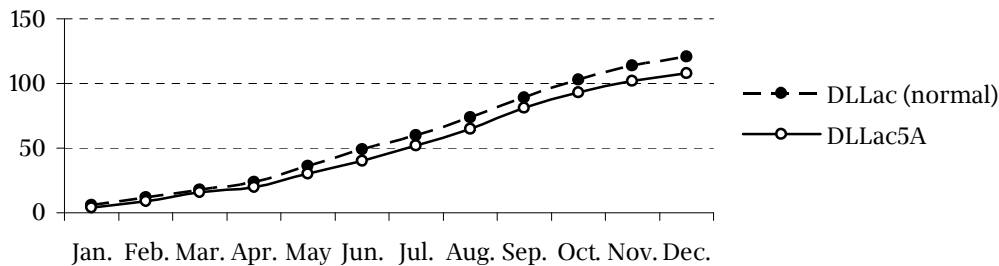


Figure 15. Days accumulated in the last 5 years rains

Conclusions

- The analysis of time series data of rainfall and number of rainy days by the techniques of moving average and exponential smoothing to demonstrate the existence of a homogeneous and consistent series. These methods proved to have adequate predictive ability with average relative errors less than 19%.

- The climatic characterization of the variables offered annual averages 1240 mm of rainfall and 11 days with rain, but with a downward trend from 2000. This behavior was similar in the wet and dry periods shows a decrease of potential water resources, which can affect surface and groundwater runoff.

- The series studied respond satisfactorily to normal function (N) is shown with delta values (Δ) below 0.16.

- The climograma built for Falla locality indicates that only the months of January, February and December are considered as dry by Gaussian index.

- Anomalies, changing the pattern and the cumulative curve for rainfall and number of rainy days showed evidence of climate change from year 2000.

References

1. *Climate Change 2007. Impacts, Adaptation and Vulnerability: IPCC 4th Assessment Report (AR4)*. Cambridge University Press, 2007. URL: https://www.ipcc.ch/pdf/assessment-report/ar4/wg2/ar4_wg2_full_report.pdf.
2. *Pichs R. Cambio climático globalización y subdesarrollo*. La Habana: Editorial Científico-Técnica, 2008.
3. *Nohara D., Kitoh A., Hosaka M., Oki T. Impact of climate change on river discharge projected by multimodel ensemble // Journal of Hydrometeorology*. 2006. Vol. 7. P. 1076–1089.

4. *Gutiérrez T., Centella A., Limia M., López M.* Impactos del cambio climático y medidas de adaptación en Cuba: informe técnico (inédito). La Habana: Instituto de Meteorología, 2000.
5. *Peña D., Tiao G. C., Tsay R. S.* A course in time series analysis. John Wiley, 2005.
6. *Gentile E.* ¿Qué es un climograma? URL: <http://www.educ.ar/dinamico/UnidadHtml>.
7. *Díaz G., Sánchez I., Guajardo R.* Análisis de series de tiempo de clima para la toma de decisiones en México // Primera reunión de la red temática del agua. Investigación y agua en México. CONACyT, 2009.
8. *Vahrson W. G., Fallas J.* Evaluación de tres métodos para estimar periodos de retorno de lluvias máximas de 24 horas en la estación San José, Costa Rica. 1988, pp. 40.
9. *García R., González J., Jornet J.M.* SPSS pruebas no paramétricas. Kolmogorov—Smirnov. Grupo de Innovación Educativa. Universitat de Valencia, 2010.
10. INAMHI: Gestión meteorológica. Estudios e investigaciones meteorológicas. Boletín meteorológico mensual. Mes: febrero del 2008 año: XXXIII n°: 02, 2008.

An Exploratory Study on Websites Localization: The Case of Italian Firms

Federica Pascucci, Sara Bartoloni

Università Politecnica delle Marche, Ancona, Italy

Abstract. In the current crisis situation firms could benefit from the potential that Internet, and especially the use of a culturally adapted website, offers in terms of reaching new customers around the World. The aim of the paper, that is purely descriptive, is to explore whether Italian companies are adopting a standardized or an adapted web style in their international site. The findings of the study shows that the localization process in the Italian market is not completed yet since they conceive localization in terms of translated content rather than a deep cultural customization process.

Key words: internationalization; website localizations; web marketing; cultural adaptation; international marketing strategies.

1. Introduction

In the current crisis situation faced by the majority of the economic systems around the world, including Italy, the use of internationalization strategies has become a key factor for firms who want to survive, in particularly for SMEs. In this scenario, firms could benefits from the great potential that Internet offers them: today's around 40% of the world population has an Internet connection and the number of Internet users as reached 3 billion in 2014. In order to exploit this rapid growth of the Internet, companies have started to create corporate web sites. Despite the little theoretical and empirical work about this topic, Internet is doubtfully becoming a new and an effective path to internationalization: thanks to the World Wide Web, exporters could access markets with entirely new ways and improve their efficiencies [16]. The online channel could be an effective international marketing tool, as it reduces conventional costs of advertising in overseas markets and thereby enables them to compete more easily in the global marketplaces [7].

The corporate site is considered the essential tool in companies' marketing mix to reach foreign customers and given its dual nature; it is the most complex [11]: it could be either a communication channel or a sales channel. As any other international marketing tool, corporate website could be either standardized or adapted to the foreign markets. *It has been demonstrated in literature that the Web is not a culturally neutral medium; instead, there are significant differences in depiction of local cultural values on the web [13].* In fact, website is full of cultural markers (layout, symbols, multimedia content, language, colors, and navigation) that give country specific website a look and feel unique to the local culture. Such culturally congruent websites can enhance website usability, which may generate more favorable attitudes toward the site and ultimately increase purchasing intentions; in contrast foreign-looking websites may be more difficult for consumers to process, reduce usability, and prevent business transactions [1]. Given the effective results obtained with the depiction of culturally adapted websites, companies should not replicate their home-office generated web sites and simple translate its content in the local language, but they should develop culturally and varied international websites.

The aim of this paper is to explore whether Italian companies are adopting a standardized web style or a cultural adaptation in their international sites. In fact, there is a gap in the literature about the existent situation of the Italian companies in the localization of their online marketing strategies. The nature of this study is purely descriptive, with the intent of identify which elements of the websites they adapt to local customers. One-hundred and forty-five ex-

port oriented Italian companies of three different sectors (fashion, food and furniture) are included in the sample.

The article is organized as follows. The next section is a brief review of the literature on the localization and standardization issue, followed by the description of the framework used to measure the websites localization level of firms. Then, after the description of the methodology, the research findings are presented and some implications highlighted; finally, future researches and limitations of the study are discussed.

2. Website Standardization or Adopted Debate: A Literature Review

Since 1991, when Berners-Lee published the first website on the Internet, academics have started to be interested in this new media and studied its impact in the companies' marketing strategies. One of the most studied topics about the Web has concerned the impact of cultural values in the content and design of the web sites. Cultural values provide broad guidelines for acceptable ways of behaving in particular situations [6], influence the way humans interact and socialize with other members of the society [12], with powerful effects on consumers' motivations, lifestyles, and purchase decisions [5]. In the academic literature, a growing body of studies explored the depiction of cultural values on the web, evidencing that country-specific Web sites reflect national cultural values. The firsts to study the web as a cultural document were Singh and Matsuo (2002). They created a framework, based on Hofstede's (1980) four cultural dimensions and Hall's (1976) context dimensions, to evaluate the degree of cultural adaptation of company websites [8; 9]. This framework it has been used in several studies in order to analyze the websites localization of companies from different part of the world. The researches in this area can be classified into two groups of studies [18]:

- Studies based on domestic websites: they analyze depictions of local cultural values in domestic web sites in different countries and compare them in order to see whether significant differences exist. This group included the study of Singh and Hu (2005), Singh (2003), Burgmann et al. (2006), Singh and Matsuo (2004) [15; 13; 2].

- Studies based on international websites: this group examines cultural issues in international web sites of companies from a particular country to see whether companies reflect local values in their international websites. In this group fits the study of Yalcin et al. (2011) which demonstrates that multinationals do depict local culture values on their international web sites, but not fully. Also Sinkovics et al. (2007) analyze the differences in the depiction of cultural values on German multinationals local and international websites in UK, US and Latin America [17]. The results are interesting, especially in the standardization versus localization debate: German MNCs international websites are not always adapted to meet local culture. *In fact, even if the academic literature seems to underline the importance of consider cross-cultural differences in the online communication through websites, recent studies underlines that the localization is not the right solution in any case.* Bartikowsky and Singh (2013) demonstrate that the effect of the website cultural congruity (WCC) on the attitude toward the website and on trust in the e-vendor, decrease when brand equity is strong. On the same page is the study of Fulford (2009) which underline the process of designing and creating a website that is appropriately tailored to overseas website visitors can be costly and requiring expertise that is often not available within SMEs. So, he proposes an incremental approach which assesses that companies should invest more resources in the design of a fully localized websites only in the last phase ("Localizing a website").

Besides these studies, there are growing recent literatures that try to explain how the differences in the perception of website design vary in different countries and how this could lead to different level of trust, loyalty and satisfaction. For example, Cyr and Head (2013) demonstrate how in higher masculinity countries, gender is more likely to moderate the relationship between the design elements and trust and satisfaction [3]. In addition, Cyr (2014) realizes a re-

view of how website design can engender visitor loyalty and how the adaptation of Information Design, Visual Design and Navigation Design, is a necessary component for online vendors to obtain the shoppers trust and loyalty [4]. In conclusion, there is not an established theory, which explains the best way for firm to express their presence in foreign markets.

Our study extends the standardization versus localization debate by offering insights of Italian firms' localization strategies. This study fits into the second group of works examined before, since we analyze whether companies reflect local values in their *international web sites*. In addition, we take under consideration firms from different industries and of different sizes. The originality of the work consists in its wide range since we analyze the localization of the websites for several countries: UK, USA, France, Germany, Spain, Argentina, Portugal, Brazil, Russia and China. Overall, 392 websites or (country-version sites) were analyzed.

3. Study methodology

3.1. Diagnostic Framework

In this study, we use the diagnostic framework developed by Singh, Toy and Wright (2009) to test the extent of a company's website localization. They used this framework to measure American firms' websites localization efforts toward the U.S. Hispanic online market. The overall quality of web localization was measured by four constructs:

- *Content localization*: provides a general understanding of how the company has localized the basic web content to the foreign audience.

- *Cultural customization*: examines the use of appropriate colors, graphics, web-page design and promotion of product and services that are unique for the targeted audience.

- *Local gateway*: addresses the ease of finding the country —or language— specific sites by a global consumers.

- *Translation quality*: provides an assessment of how well a websites page is translated into another language. This construct is measured with one variable: Translation Quality.

In order to adjust the framework to the Italian situation and to consider a wider range of country-specific website's versions (the original framework took under consideration only the Spanish-language websites for Hispanic online users) three of the 12 variables are cut off: content synchronization, navigation and Url Usability. So each web sites of the sample was analyzed on nine variables through a content analysis, which is considered an appropriate technique for analyzing values, norms of behavior, and other elements of culture (Cheng an Schweitzer, 1996; Mueller, 1987; Tse et al., 1989). Each variable is operationalized on a five-point scale. The final adapted framework, with also the measurement scale, is presented in table 1.

Table 1

Diagnostic framework for measuring web-site localization (adapted from [14])

Construct and variable	Description	Score
Content localization		
1. Percent of translated web pages	Ratio of Foreign web pages divided by Italian pages	1) from 0 to 20%; 2) from 21 to 40%; 3) from 41 to 60%; 4) from 61 to 80%; 5) from 81 to 100%
2. Content Depth	Extent of the content made available to foreign users in terms of contact information, product information, services, company information, shipping, and handling	1) basic store and contact information; 2) one or two sections translated in the foreign language; 3) two or three sections translated; 4) three or four sections translated; 5) all sections translated

Construct and variable	Description	Score
3. Web-site Service and Support	Extent to which the foreign online customer support is equivalent to that offered on the Italian web pages. * FAQ, chat, Skype, Form per contact, online experts	1) no online support; 2) support available but takes to Italian pages 3) basic support 4) equivalent to Italian pages; 5) superior to Italian pages
Cultural customization		
4. Web-page Structure	Overall design and feel of the web site	1) standardized based on Italian portion of the website; 2) slightly different; 3) different; 4) very different; 5) Unique based on cultural dimension of the foreign country
5. Graphics	Presence of picture related to the foreign culture, family and occasions and the use of cultural symbols	1) standardized based on Italian portion of the website; 2) slightly different; 3) different; 4) very different; 5) unique based on cultural dimension of the foreign country
6. Colors	Degree to which the web site uses bright or vibrant colours, aesthetics, and flag colors that reflect a country cultural influences	1) standardized based on Italian portion of the website; 2) slightly different; 3) different; 4) very different; 5) unique based on cultural dimension of the foreign country
7. Promotion of Products and Services	Degree to which there are unique products/services promoted to the country-specific audience	1) standardized products and services based on Italian portion of the Website; 2) same product but different presentation; 3) same product but different presentation and wording; 4) uniquely country-specific product and services; 5) many unique Products/services for the foreign audience
Local gateway		
8. Foreign Gateway Visibility	Visibility of the link to the foreign content pages from the company's Italian home page	1) no link on homepage; 2) bottom third of the page 3) middle third of the page; 4) upper right corner 5) upper right corner and very clear
Translation quality		
9. Translation Quality	Quality of translation into foreign language in terms of appropriate word use, conceptual equivalence, idiomatic equivalence, and vocabulary equivalence	1) very poor quality; 2) poor; 3) neutral; 4) good; 5) very good

3.2. Sample and Content Analysis

The diagnostic framework has been employed for analyzing 177 brand sites (Table 2) of 135 export-oriented Italian firms of three different sectors (furniture, fashion and food) identified according to the ATECO 2007 codes. The sample has been randomly selected from the

MINT ITALY database and it include only export oriented companies. For each of the 177 websites we verified the existence of different versions or corresponding country-sites by searching both into the Italian version (with the presence of link, flags, maps) and through research on the following search engines: Google.co.br; Google.com (USA), Google.es (Spain); Google.in (India); Google.fr (France); Google.co.uk (UK); Baidu.com (China); Yandex (Russia).

The languages analyzed were English, French, Dutch, Spanish, Portuguese, Russian, Chinese. The countries considered were UK, USA, France, Germany, Spain, Argentina, Portugal, Brazil, Russia, China. We found 392 websites or versions of websites per country/language.

Before deeply evaluate the level of websites localization, we select only those brands whose sites are available in more than one language and those who have country-specific sites with a dedicated domain in addition to the Italian site. For only these sites, we evaluate the cultural adaptation level by using the framework of Table 1. For each version or country specific site we calculate a total score, resulting from the sum of the scores assigned to each variable indicated in the model; because multiple versions or country specific sites may belong to the same brand, we considered an average score for each brand. A team of researchers and native speakers has addressed the allocation of scores (from a scale of 1 to 5) for each of the nine variables in the model.

A univariate analysis was realized to investigate the results.

Since the construct were rated from one to five, we took “three” as the point distinguish high and low levels.

4. Main Findings

Table 2

Average Score per dimension	
Dimension	Average Score
Content localization	4.4
Cultural customization	1.3
Local gateway	3.4
Translation quality	3.9

Table 3

Average Score per variable	
Variable	Average
Percent of translated web pages	4.9
Content depth	4.8
Web-site service and support	3.5
Web-page structure	1.3
Graphics	1.4
Colors	1.3
Promotion of products and services	1.4
Foreign gateway visibility	3.4
Translation quality	3.9

Looking at the A.S. for each dimension and A.S. for each variable in the total sample, it appears that the lack of “Cultural customization” is the main weakness of the Italian firms’ internationalization strategies. As showed in tables 4 and 5, all variables of this dimension received a totally inadequate evaluation (between 1.3 and 1.4). On the contrary “Content localization” dimension (A. S. = 4.4), obtain better performances, especially in terms of “Percentage of translated pages” (A. S. = 4.9) and “Content depth” (A. S. = 4.8). The “Translation quality” obtains an average score of 3.9, that is sufficient but not enough since a good translation should be the basic requirement of a website successfully localized. As a consequence, Italian firms should improve the translation quality of their website, as well as the “Local gateway” dimension (A. S. = 3.4).

Furthermore it has been measured the maximum, minimum and median score for each area sector involved in the study and no significant differences emerge (figure 1). The websites of food industries companies appear slightly more

focused on localization (median = 27.5) compared to the furniture (median = 26.1) and fashion (median = 25) industries. With regard to the scores per each dimension, even at sectorial level, “Cultural customization” is confirmed as the main weakness. In all three industries, “Content localization” is the most adapted, followed by “Translation quality”.

Table 5

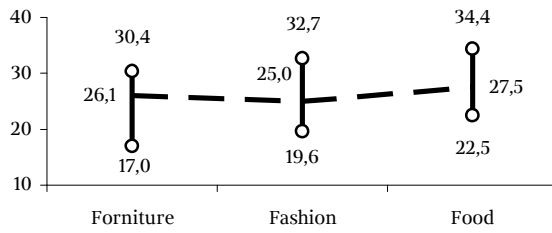


Figure 1. Maximum, minimum and median total score per each industry

Average score of dimension per each industry

Dimension	Furniture	Fashion	Food
Content localization	4.4	4.4	4.3
Cultural customization	1.1	1.3	1.8
Local gateway	4.0	3.0	3.5
Translation quality	4.0	3.8	3.8

Analyzing the size of the company, significant differences emerge. Large companies show a range of variation in their group that denotes a strong heterogeneity. On the contrary, SMEs show a more homogeneous behavior within them, especially the medium-sized companies that have mean and median almost identical. There is no significant difference in the single dimension of analysis (table 6).

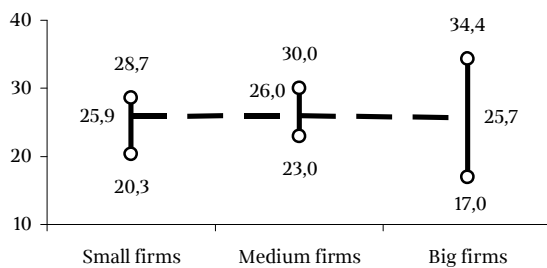


Figure 2. Maximum, minimum and median total score per each industry

Table 6

Average score of dimensions per size

Dimension	Small firms	Medium firms	Large firms
Content localization	4.4	4.4	4.4
Cultural customization	1.1	1.4	1.4
Local gateway	3.9	3.6	3.4
Translation quality	3.7	3.7	3.9

5. Conceptual and Managerial Implications

This study represents the first attempt to describe the existent situation of the Italian companies in term of websites localization for foreign markets. From a conceptual perspective, one of the major contribution concern the demonstration of how the adapted version of the Singh et al.'s framework can be used by applying it to the Italian market and to a multilingual audience. Besides, the results of our study seem to confirm Singh et al.'s results. In fact, their find out that most US companies focus primarily on the translation of web content from English to Spanish to create web sites to their Hispanic consumers and that companies have made some progress in localizing their web sites for Hispanic consumers in the area of "Content depth" and "quality of translation". In addition, they also indicated there are still many web-design areas where localization efforts are not sufficient [14].

Our study displays the same outcomes: Italian firms show high level of "Content localization", especially in "Percent of translated web pages" and "Content depth" variables, while the score dramatically decreases when it comes to "Cultural customization", whose variables obtain an average scored that range from 1.3 to 1.4. Furthermore "Translation quality" and "Local gateway" achieved a sufficient scored (respectively 3.9 and 3.5) but not "excellent".

From an Italian firms perspective this means that the localization process in the Italian market is not completed yet. They conceive localization in terms of translated content rather than a deep cultural customization process, although the academic literature has explained how a culturally congruent web content decreases cognitive effort to process information on the site, and represent an environment where demands are clearer, leading to easier navigation and favorable attitude toward the website [10]. This myopia could be determined by a lack of

awareness and knowledge about social and cultural differences between countries, as well as the lack of specialized skills that are needed to implement an effective website localization. The study also provides information about which variables managers and practitioners need to adapt in order to reach a more culturally adapted website. For example, there is still a great potential for enhanced localization efforts in page structure; look and feel; graphics and colors; promotion of products and services that are unique for a particular country. They also could improve the translation quality since it is been proved that potential customers usually search product information in their native language (cerca fonte). Furthermore, they also not appear to be taking the advantage of a relatively easy task of creating a simple access via websites gateway to improve the localization level of the website.

According to the results, the depiction of cultural values in the international web sites of Italian firms does not show significant differences among industrial sectors and firms of different size.

7. Limitations and Future Research

In the study it has been analyzed the level of website localization of the Italian firms with no regard to the link between the adaptation and the firms performance in the foreign markets. This was not the aim of the paper, which is purely descriptive. Although it might be interesting for future research to verify if firms, which realize a fully localized website, obtain more success in their internationalization strategies.

Furthermore, the company profile (such as the competitive positioning) is not taken under consideration, while instead it can impact in the firms strategic decision about foreign markets and consequently in the choice between a standardized or adapted website. Moreover, we do not distinguish between e-commerce and corporate website in our analysis.

The results of this study show how the Italian firms are still reluctant to localize their website to foreign audience, in particularly regarding the “Cultural Customization” dimension. Future researches could investigate the reasons that lay under this unwillingness to adapt, in order to understand which are the barriers that prevent the realization of a fully cultural website localization.

References

1. Bartikowski B., Singh N. Should all firms adapt websites to international audiences? // *Journal of Business Research*. 2013. Vol. 67, iss. 3. P. 246–252.
2. Burgmann I., Kitchen P., Williams R. Does culture matter on the web? // *Marketing Intelligence & Planning*. 2006. Vol. 24, no. 1. P. 62–76.
3. Cyr D., Head M. The impact of task framing and viewing time on user website perceptions and viewing behavior // *International Journal of Human Computer Studies*. 2013. Vol. 71, iss. 12. P. 1089–1102.
4. Cyr D. Return visits: A review of how web site design can engender visitor loyalty // *Journal of Information Technology*. 2014. Vol. 29, no. 1.
5. De Mooij M. *Consumer behavior and culture: Consequences for global marketing and advertising*. Thousand Oaks, CA: Sage, 2004.
6. Feather N. T. Values, valences, and choice: The influence of values on the perceived attractiveness and choice of alternatives // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1995. Vol. 68. P. 1135–1151.
7. Fulford H. The World, the Web and SMEs: Stepping stones across language and cultural divides // *International Journal of Entrepreneurship Innovation*. 2009. Vol. 10, no. 3. P. 191–199.
8. Hall E. T. *Beyond culture*. Garden City, NY: Anchor Books, Doubleday & Co., 1976.
9. Hofstede G. *Culture’s consequences: International differences in work-related values*. Beverly Hills, CA: Sage Publications, 1980.
10. Luna D., Peracchio L. A., de Juan M. D. Cross-cultural and cognitive aspects of web site navigation // *Journal of the Academy of Marketing Science*. 2002. Vol. 30, no. 4. P. 397–410.
11. Pascucci F. Standardizzazione e adattamento del sito web nelle strategie di marketing internazionale delle imprese // *Internazionalizzazione e innovazione. Approcci ed esperienze / a cura di C. Cerruti*. Roma: Aracne Editrice, 2012.

12. Rokeach M. The nature of human values. New York: Free Press, 1973.
13. Singh N., Pereira A. The culturally customized website. Oxford: Elsevier—Butterworth Heinemann, 2005.
14. Singh N., Toy D. R., Wright L. K. A diagnostic framework for measuring web-site localization // Thunderbird Int'l Bus Rev. 2009. Vol. 51. P. 281–295.
15. Singh N., Zhao H., Hu X. Analyzing the cultural content of web sites: A cross-national comparison of China, India, Japan, and US // International Marketing Review. 2005. Vol. 22, iss. 2. P. 129–146.
16. Sinkovics N., Sinkovics R., Jean R. The internet as an alternative path to internationalization? // International Marketing Review. 2013. Vol. 30, iss. 2. P. 130–155.
17. Sinkovics R.R., Yamin M., Hossinger M. Cultural adaptation in cross border e-commerce: a study of German companies // Journal of Electronic Commerce Research. 2007. Vol. 8, no. 4. P. 221–235.
18. Yalcin S., Singh N., Dwivedi Y. et al. Culture and localization on the Web: Evidence from multinationals in Russia and Turkey // Journal of Electronic Commerce Research. 2011. Vol. 12, iss. 1. P. 94–114.

The Russian Luxury Markets: An Entrepreneurial Opportunity

Anna Peshkova¹, Taylan Ürkmez², Ralf Wagner³

¹ Junior Project Manager at B Braun, Germany

² PhD candidate at University of Kassel, Germany, Chair of International Direct Marketing
(uerkmez@wirtschaft.uni-kassel.de)

³ Professor of Marketing SVI Endowed Chair for International Direct Marketing,
Dialog Marketing Competence Center (DMCC) at the University of Kassel, Kassel, Germany
(rwagner@wirtschaft.uni-kassel.de)

Abstract. Despite all changes and crises, Russia has developed to one of the most important market for luxury goods in the world. Economic developments in the course of the last decade, rapidly growing high-middle class consumer segments, increasing consumer sophistication changed consumption behavior of luxury services and goods in Russia within a short time. The aim of this study is to reveal the opportunities for local entrepreneurs how to use effectively marketing strategies for a successful business.

Key words: luxury; symbolic consumption; fashion; consumer behavior; Russia; entrepreneurs.

The Russian luxury markets — an entrepreneurial opportunity?

The overall luxury market has reached a giant €850 billion annual sales in 2014, with a 7% overall increase [4]. It would be fair to admit the contribution of mainly the emerging countries such as Brazil, Russia, India and China in this growth [16]. In this study, we will try to treat the entrepreneurial opportunities in luxury industries present in Russia. While defining the concept of entrepreneurship, we use Venkatesh and Katamaran and the three dimensions existence, discovery and exploitation [13]. The International Monetary Fund positions Russia as the sixth country in the world based on purchasing power parity. The Russian economy apart from the current economic situation has been continuously growing during the last years and primarily depends on energy and other raw materials. Oil and gas are crucial for the country, accounting for over 20% of GDP, 50% of federal budget revenues and 60% of exports [10]. Of course, the negative impact of oil prices going down has been evident on the Russian economy. Moreover, tremendous expenditures on Olympic Games, economic sanctions by the EU countries and USA caused by political dispute between Russia and Ukraine have led to an economic slowdown and accelerated devaluation of the national currency (Ruble) which has negatively influenced both luxury retailers and luxury consumers. Luxury brands have increased the prices and luxury consumers have had to be more cautious and modest in their purchases [6]. However, Russia is still one of the biggest emerging economies in the world and according to Bain & Company, due to its fast economic development and openness to the foreign brands, Russia is a country, which offers a huge growth potential for the luxury goods companies [2]. Indeed, the capital of the country, Moscow, is already ranked number fifth after Paris, Milan, London and New York in the ranking of the luxury fashion capitals of the world. Moreover, in the annual ranking of Forbes, Moscow was ranked two times number one city of the world by the number of billionaires living in [8]. According to Bain Company 2014 fall report, the decline in luxury sales has been 3% in 2014. The stagnation is thought to be not too long lasting especially after the sales trend for the high-end items has started to improve [4].

Opportunities in maturing markets due to the development of traditions

By its characteristics, the Russian luxury market is considered to be relatively mature; however industry specialists are confident about the potential of further growth and the adoption of new brands into the market [5]. The companies —especially local players— in the Russian market should seek strategies to create the advantage of being local companies and learning to swim in international seas. According to Euromonitor, within the continuously improving economic situation and income raise, the country's middle class consumers will reconsider their expenditure structure and become a driver of the luxury consumption in the forecast period [5].

Veber, the vice president of Mercury luxury retail group, points out that in Russia “there are a lot of people now, educated, and working in management positions, furthermore they have almost everything they will need such as money, security, and they would like to buy beautiful things and they would like to own them.” According to the Federal State Statistics Service, the segment of middle class population in Russia is projected to increase at 16% by 2020, at which point it will represent 86% of the population.

At the same time, understanding of luxury consumer behavior is critical for the luxury brands, which seek a long-term strategy in Russia [5]. However, beyond the demographics and the wealth, understanding the personal motives and values of these consumers are equally important.

Traditionally, Russian consumer behavior patterns can be explained by the theory of conspicuous, symbolic consumption introduced by the economist and sociologist Veblen [18]. According to him, symbolic consumption is the process when individuals by using status goods as symbols communicate meaning about themselves to their reference groups [18]. He defines, that symbolic goods mostly as products especially sensitive to social influence and the most visible ones; generally, they include luxury clothing and accessories, automobiles, stereos and furniture goods.

Experiential marketing for Russian consumers

Russian consumers are well known worldwide for their love of expensive luxury goods and unlike any other luxury consumers, the Russian ones are the brightest example of the concept of conspicuous consumption and status-seeking behavior [1]. Yermeev, CEO of Richemont group, confirms that “when people become successful in Russia, they want to show it off. It is a way to state who you are”. Essentially, Russian consumers by nature are easily influenced by public opinion, and it is therefore important for them that the product they choose is recognized by others. “In Russia there is a saying that there is no such thing as understatement. People would prefer to live in a small flat but drive a Porsche”, adds Yermeev.

However, the competition is tough in luxury industries and the advantage has shifted from quality and value to experiences offered to the customers. The importance of customers has been steadily increasing in the luxury field. It is a common fact that the positive customer experiences create the major differentiation in the competition among the companies. Successful marketing of luxury goods needs a tailor made/sector specific ways to be able to have the customers spent high amounts of money even in the times of recession or any other economic crises [17]. It is complex and as Bastien and Kapferer indicate, “classical marketing is the surest way to fail in the luxury business” [3, p. 2]. That is why classical ways of marketing are not helpful for these products. Customers should be convinced in their minds that this specific product they buy worths its value.

The customers desire more than just “the delivery of the product and services” [19, p. 10]. What they want are unique encounters with the product and service itself to make them enjoyed and at the same time create some pleasure moments which will be remembered for

a certain time. Furthermore, these positive experiences lead to loyal customers and that brings more sales and higher profits for the businesses [9; 19; 14; 12; 20].

That is why the future trend will be focusing on customers instead of locations [4]. Here, the importance of experiential values for luxury companies will be increasing. The companies are expected to create more product offers from a more global perspective and by taking some concepts like national borders and accordingly seasons [4]. Finally, the changes connected to the global economic crisis become effective especially after the crisis and the luxury consumers in Russia become more value conscious [10]. In these circumstances, it is becoming more and more complicated nowadays for the luxury brand companies to attract and retain customers without having a detailed understanding of changing consumer behavior patterns.

It is obvious that today the Russian luxury market has become vital for the most luxury goods producers. The local luxury market has grown in size and has become much more professional. It has already developed its own structure and rules and continues to promise for future fast growing tendency. However, the main problem the market has is its lack of transparency [10]. There are no official statistics about this market but only estimates. Moreover, it might be sometimes difficult to identify and to have easy access to its real target group, since income of the people still often remains semi-official. For this reason, the attempt to give a comprehensive overview of the Russian luxury goods market, to discover its most pressing issues and trends as well as to encourage the national luxury firms with some tips in addition to evaluate the relevant target group might be a valuable contribution for all luxury market players.

State of the Russian luxury market

The Russian luxury market is almost completely dominated by non-food specialist retailers. The formats of luxury outlets vary from small independent multi-brand shops to luxury department stores and shopping centers with a strong specialization in prêt-à-porter. Single brand boutiques are situated in the main trade streets and places of concentration of HNWI, for example in Moscow, Stoleshnikov lane Kutuzovsky Prospect, Tretyakovsky Proezd, Barvikha Village. There are about 400 companies operating in a Russian luxury market today [10]. By the distribution of companies on different segments, it is obvious that the majority of them are specialized in fashion and accessories segment (figure 1). Overall, the luxury market in Russia includes fashion, cosmetics, cars and yachts, jewelry and watches, furniture and accessories, and many other products [11].

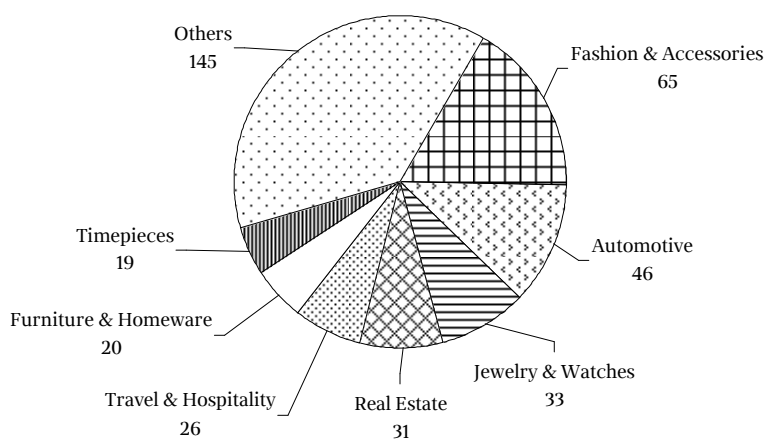


Figure 1. Russian luxury market segmentation by number of companies [11]

According to Andreeva and Bogomolova, there are several characteristics, which significantly distinguish Russian luxury market from the rest of the world: they are extensive development and rapid penetration into all consumer segments; high geographical concentration; high dependence on imports; dominance of symbolic consumption and the prevalence of Veblen type of consumer behavior [1].

In Russia there is a high geographic concentration of luxury goods; Moscow together with Saint Petersburg and Yekaterinburg account 70% of all luxury consumption in Russia [21]. Moscow is not only the center of all luxury transactions and concentration of market operators, but also the city which determines the stylistic trends that affect consumer behavior throughout the whole country [1]. The second city in Russia is Saint Petersburg with its high quality level of life and luxury demand from the local elite. However, consumption style in Saint Petersburg is different from that dominant in the country, the “Moscow” trend, and is expressed by more strict style of clothing and choosing accessories for personal use and house decoration. Yekaterinburg, known also as an “Ural capital” of Russia is the center for the northern areas, where consumers have the opportunity to purchase luxury goods but are not willing to cross the country to make this purchase. For this reason, there is a rise of luxury retail in Yekaterinburg during the recent years. After selecting Sochi as the host of the 2014 Winter Olympics, some Russian luxury retailers and brands already started to expand their activities into this region. The cities like Makhachkala, Voronezh, Saratov, Nizhniy Novgorod, and Novosibirsk, have also a high potential. Nevertheless, rests of the cities in Russia do not have sufficient demand for luxury goods nowadays; this factor prevents the development of the business across the whole country. Moreover, Andreeva and Bogomolova notice that the growth of local luxury markets in Russia is difficult also due to the lack of infrastructure in many areas of the country and insufficient social development [1].

From its very beginning, the luxury market in Russia was driven by several local companies, which owned exclusive distribution rights to globally known luxury brands. First one and most known company was Bosco di Ciliegi and appeared in the market in 1991. Other three luxury retail groups Mercury, JamilCo and Crocus Group appeared in the market two-three years later. According to Euromonitor [5], those companies almost monopolized Russian luxury market. Within years, the portfolios of Bosco di Ciliegi, Mercury, JamilCo and Crocus Group became impressive enough to represent a full range of global luxury brands in Russia. But this situation started to change a few years ago when the biggest luxury brands begin to establish their own representatives inside the country. Andreeva and Bogomolova explain that primarily, this tendency was caused by strong sales results of the luxury companies in the previous years as well as the better understanding of the market [1]. Secondly, for some luxury brands “gray” schemes, which some Russian luxury distributors used, caused the break in relation. For example, distributors were bringing through the customs expensive suits for the price of \$5–8 and selling them finally for \$1.5–3 thousand. This method increased the profit of retailers on many occasions and forced them to hide their real profit from the luxury brands companies. It is considered, that Guess after a long cooperation with JamilCo, broke up the contract due to disagreement in the standards of conducting custom affairs. Another reason for the break in relation between luxury manufacturers and Russian retailers is fake products, which distributors were selling in the general flow of quality products. According to market participants, the fake Chanel handbags have caused the break in relation of the brand with Mercury in 2006.

Among the companies who made the first independent step to the Russian luxury market was Richemont Group in 2002. The company decided to set up its business directly and during four years opened in Russia first six boutiques. Today it is one of the most successful foreign companies on the Russian luxury market [5]. The most beautiful boutiques in Moscow — those

of Cartier and Vacheron Constantin — belong to the Richemont Group. The same year, 2002, LVMH opened its first Louis Vuitton Boutique in Stoleshnikov Pereulok, which is one of the most popular shopping streets for luxury goods in Moscow. Nowadays, the company has from the Russian luxury market a stable sales growth of fifteen to twenty percent each year [5]. The current tendency is that, approximately hundred and twenty major international luxury brands have already established or started to establish their direct presence on the Russian market. Among them are Gucci, Prada, Mobyado, Tag Heuer, VC-Jeans, Hermés, Alexander McQueen, and Stella McCartney [5].

Apart from establishing direct, physical presence in Russia, the luxury companies have another way to introduce their products to end luxury consumers. With the expansion of broadband internet, e-commerce in Russia represents a high-growth potential distribution channel for luxury brands. Leading Russian online luxury fashion stores such as KupiVip.ru, Boutique.ru, and Topbrands.ru have become fully competitive market players, attracting more and more interested customers. In addition to this, foreign high-end shopping portals such as net-a-porter.com, matches.com and my-wardrobe.com are very popular among Russians, giving them the opportunity to pay less for luxury goods. According to Atwa & Bryson (2014), Russian consumers buy luxury goods online due to following reasons: to search for new designers; to search for unusual styles; to search for non-standard sizes; and to get better prices. Many of Russian consumers pointed out that they prefer to go and try clothes in one of the brick-and-mortar stores — and then look for better deals online. Anyway, as Russia is such a large country, the key advantage of e-commerce in this way is that it gives the ability for luxury brands to extend into new territories, for example cities of Perm, Kazan, Irkutsk, Krasnodar and Kaliningrad. Most buyers of those territories have a potential demand for luxury fashion goods, but the selection of items available there is very limited by colors, models and sizes. As a result, it makes Russian luxury consumers in regions search for alternative products online.

As a conclusion, the Russian luxury market is predicted to record stable, but moderate growth in the next years. According to Euromonitor, the increasing number of HNWI, the expanding middle class and the presence of affordable luxury editions of global brands will drive higher sales in upcoming years [5]. Stable economic recovery will definitely have a positive impact on consumers' purchasing power and confidence. The developing internet channel will generate many new sales both for high-end and affordable luxury products. The independent work of global brands will affect sales, as better support and financing will be in evidence. Finally, the Russian market is expected to maintain its maturity and aspiration for consumption, as even more people will shop inside the country [5].

Russian Luxury Brands — an example of entrepreneurial success

According to McKinsey, one specialty of Russian luxury market is that luxury alcohol together with apparel and accessories account for almost 80% of the whole market. Around 36% of this share accounts for clothes and shoes. Indeed, Russians consumers spend monthly around 13% of their household budgets on clothes and shoes, which is more than double of Japanese and British spending [15].

There are three main luxury fashion goods retailers operating in the Russian market. First place in the market according to the sales forecast belongs to the Mercury group, which is an exclusive distributor of more than 60 luxury brands in Russia, including such brands as Armani, Balenciaga, Brioni, Bulgary, Dolce & Gabbana, Ermenegildo Zegna, Gucci, Fendi, Tiffany & Co, etc. The next group, Bosco di Ciliegi, is represented by such luxury fashion brands as Etro, Jil Sander, Kenzo, MaxMara, La Perla, Paul & Joe, etc. Finally, JamilCo has a brand portfolio of Burberry, Chaumet, Salvatore Ferragamo, Escada, etc. All those three distributors are actively present not only in Moscow but also in other Russian cities. It is the tendency that the

popularity of high-end fashion is rapidly expanding into the regions. For example, in Sochi, a resort town on the Black Sea, boutiques selling clothes and accessories by Christian Dior and Dolce & Gabbana were recently opened. Despite the fact, that in recent years, many global manufacturers of luxury fashion goods (e.g. Louis Vuitton, Dior, Chanel, Hermès) refused to cooperate with major national retailers and opened their own offices in Russia, the position of Mercury, Bosco di Ciliegi and JamilCo still remains strong and influence the formation of luxury consumer preferences in Russia.

Although the luxury market has been dominated by foreign luxury retailers, there are also remarkable national luxury companies in different sectors including fashion. The Russian fashion industry has been around 20 years and has been growing with its Russian designers. Alexander Terekhov (with his signature “blend of city chic with classic glamour”), Asya Malbershtein (leather bags and accessories besides minimalist dresses, coats), Asiya Bareeva (inspired from the east with an abundance of prints), Gosta Rubchinskiy (“the first Russian designer to introduce post-Soviet skater fashion”), Artur Lomakin (with an inspiration from Northern Russia, produces floor length coats, lambskin collars), Olia Shurigina (collections with rich textures of graphic silhouettes), Cyrille Gassiline (with a high artistry in his works up to large sizes), Nina Neretina and Donis Pupis (considered to be most influential designers of the near future), Ilya Fleet and Resha Sharma (hand crafted, bondage inspired harsh leather items), Yulia Vorobieva (playful designs especially for performance artists), Serguei Teplov (with his loose tailoring and avant garde shaped designs), Tigran Avetisyan (contemporary menswear), Ulyana Sergeenko (collections with a story), Sasha Wider (with an intelligent design designing in a wide scope), Andrey Artyomov (fur coats and silk bomber jackets), Dmitri Loginov (GQ designer with minimal designs for men and women), Panika Derevyva (minimalist designs from wool and silk) might be listed as the prominent ones with Russian streams [7].

While searching for Russian luxury brands, it is typical to see that many entrepreneurs have adopted Paris, London or New York as the headquarter of their brands but on the other hand arouse a kind of emotion of Tsar Period in their products. Alena Akhmadullina (fashion), Alena Gorchakova (jewellery), Beluga (vodka), Chapurin (fashion/jewellery), Cluev (jewellery), Faberge (jewellery), Gaydamak (jewellery), Gresso (electronics), Helen Yarmak (fur), Imperia (vodka), Marussia Motors (automotive), Sukhoi Super Jet International (aviation), Timmerman Yachts, Valentin Yudashkin (fashion/jewellery) are some examples of companies headquartered abroad and continues their Russian streams.

These Russian entrepreneurs should invest more on their brand familiarity and advertising activities abroad as most of them are not such popular brands outside of Russia. Also internet has grown faster than any other retail channels in Russia and in all over the World. So they should catch the wind of social media and interactive internet web pages. Russia is such a country with great opportunities for online sales. Because the country is huge and the number of internet user has been steadily increasing. For consumers it is sometimes more preferable to place an order online rather than going to Moscow or Yekaterinburg. Furthermore, the consumers know that it is possible to get lower prices on the internet and mostly they try the products in an offline store and then place the same one online. However, this online option is not valid for some luxury items such as any alcohol drinks and valuable metals and stones are forbidden to be sold online [6]. Luxury world offers infinite opportunities to the entrepreneurs because luxury never ends. The critical point is to create strategies for the prosperity of local entrepreneurs.

References

1. Andreeva A., Bogomolova N. Marketing of luxury, modern strategies. St. Petersburg: Publishing House of St. Petersburg University, 2008.
2. Bain & Company. (2013). Luxury Goods Worldwide Market Study, Spring 2013 Update.

3. Bastien V., Kapferer J. Luxury marketing plays by a different set of rules // *Financial Times*. 2009. June 15.
4. D'Arpizio C., Levato F., Zito D., Montgolfier J. Luxury goods worldwide market study: Fall — Winter 2014. Bain & Company, 2014.
5. Annual Passport: Luxury Goods report. Euromonitor International, 2013.
6. Country report: Luxury goods in Russia. Euromonitor International, 2015. URL: <http://www.euromonitor.com/luxury-goods-in-russia/report>.
7. Fedorova A. 24 Russian fashion designers to watch // *The Guardian*. 2014. July 10. URL: <http://www.theguardian.com/world/gallery/2014/Jul/10/24-russian-fashion-designers-to-watch>.
8. Forbes Top 10 Billionaire Cities: Moscow Beats New York Again. URL: <http://www.forbes.com/sites/ricardogeromel/2013/03/14/forbes-top-10-billionaire-cities-moscow-beats-new-york-again>.
9. Heskett J. L., Jones, T. O., Loveman, G. W. et al. Putting the service profit chain to work // *Harvard Business Review*. 2004. Vol. 72, no. 2. P. 164–174.
10. *Luxury Society Market Guide: Russia*. Luxury Society, 2011.
11. *Marketing research: Luxury market in Russia*. Quans Research, 2011.
12. Reinus S. W., Fredman P. Protected areas as attractions // *Annals of Tourism Research*. 2007. Vol. 34, no. 4. P. 839–854.
13. Shane S., Venkataraman S. The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research // *The Academy of Management Review*. 2000. Vol. 25, no. 1. P. 217.
14. Shaw C., Ivens J. *Building great customer experiences*. New York: Macmillan, 2005.
15. Slavina E. *Report Russia 2007. Russian Luxury Goods Market*. Moscow: Osec. Swiss Business Hub Russia, c/o Embassy of Switzerland, 2007.
16. Som A. Logic of Luxury in Emerging Markets // *Vikalpa: The Journal for Decision Makers*. 2011. Vol. 36, iss. 1. P. 75–77.
17. Tynan C., McKechnie J., Chhuon C. Co-creating value for luxury brands // *Journal of Business Research*. 2010. Vol. 63. P. 1156–1163.
18. Veblen T. *The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions*. New York: The Macmillan Company, 1899. Chapter 4: Conspicuous Consumption. P. 68–101.
19. Walls A. R., Okumus F., Wang R., Kwun D. An epistemological view of consumer experiences // *International Journal of Hospitality Management*. 2011. Vol. 30. P. 10–21.
20. Wu C. H. J., Liang, R. D. Effect of experiential value on customer satisfaction with service encounters in luxury- hotel restaurants // *International Journal of Hospitality Management*. 2009. Vol. 28. P. 586–593.
21. Doran S. Must know Russian luxury brands (2012). URL: www.luxurysociety.com/articles/2012/12/must-know-russian-luxury-brands.

Mangrove Forest for Socio-economic and Ecological Welfare

Shafique Rahman

PhD Research student, Peoples' Friendship University of Russia, Moscow, Russia

Annotation. Mangrove forests are particularly found in tropical and subtropical regions within 300 of the equator. These tidal areas, such as estuaries and marine shorelines, are frequently inundated with salt water. Strongly in decline, mangrove forests occupy about 15.2 million hectares of tropical coast worldwide: across Africa, Australia, Asia and America (Spalding et al., 2010). The mangrove forest is very important for our economy, our eco-system and our environment. But mangrove forest around the world today is very vulnerable and under threat. My analysis will help to find out the cause of deforestation of mangrove forest and potential ways to solve the problem.

Key words: ecology; mangrove forests; sustainable development.

Intrinsic Values of Mangroves

Mangrove swamps are found in tropical and subtropical tidal areas. Areas where mangal occurs include estuaries and marine shorelines.

The intertidal existence to which these trees are adapted represents the major limitation to the number of species able to thrive in their habitat. High tide brings in salt water, and when the tide recedes, solar evaporation of the seawater in the soil leads to further increases in salinity. The return of tide can flush out these soils, bringing them back to salinity levels comparable to that of seawater. At low tide, organisms are also exposed to increases in temperature and desiccation, and are then cooled and flooded by the tide. Thus, for a plant to survive in this environment, it must tolerate broad ranges of salinity, temperature, and moisture, as well as a number of other key environmental factors — thus only a select few species make up the mangrove tree community.

About 110 species are considered “mangroves”, in the sense of being a tree that grows in such a saline swamp [1], though only a few are from the mangrove plant genus, *Rhizophora*. However, a given mangrove swamp typically features only a small number of tree species. It is not uncommon for a mangrove forest in the Caribbean to feature only three or four tree species. For comparison, the tropical rainforest biome contains thousands of tree species, but this is not to say mangrove forests lack diversity. Though the trees themselves are few in species, the ecosystem these trees create provides a home for a great variety of other organisms.

Mangrove plants require a number of physiological adaptations to overcome the problems of anoxia, high salinity and frequent tidal inundation. Each species has its own solutions to these problems; this may be the primary reason why, on some shorelines, mangrove tree species show distinct zonation. Small environmental variations within a mangal may lead to greatly differing methods for coping with the environment. Therefore, the mix of species is partly determined by the tolerances of individual species to physical conditions, such as tidal inundation and salinity, but may also be influenced by other factors, such as predation of plant seedlings by crabs.

Once established, mangrove roots provide an oyster habitat and slow water flow, thereby enhancing sediment deposition in areas where it is already occurring. The fine, anoxic sediments under mangroves act as sinks for a variety of heavy (trace) metals, which colloidal particles in the sediments scavenged from the water. Mangrove removal disturbs these underlying sediments, often creating problems of trace metal contamination of seawater and biota.

Mangrove swamps protect coastal areas from erosion, storm surge (especially during hurricanes), and tsunamis. The mangroves' massive root systems are efficient at dissipating wave energy. Likewise, they slow down tidal water enough so its sediment is deposited as the tide comes in, leaving all except fine particles when the tide ebbs. In this way, mangroves build their own environments [2]. Because of the uniqueness of mangrove ecosystems and the protection against erosion they provide, they are often the object of conservation programs, including national biodiversity action plans.

However, mangrove swamps' protective value is sometimes overstated. Wave energy is typically low in areas where mangroves grow, so their effect on erosion can only be measured over long periods. Their capacity to limit high-energy wave erosion is limited to events such as storm surges and tsunamis. Erosion often occurs on the outer sides of bends in river channels that wind through mangroves, while new stands of mangroves are appearing on the inner sides where sediment is accruing.

The unique ecosystem found in the intricate mesh of mangrove roots offers a quiet marine region for young organisms. In areas where roots are permanently submerged, the organisms they host include algae, barnacles, oysters, sponges, and bryozoans, which all require a hard surface for anchoring while they filter feed. Shrimps and mud lobsters use the muddy bottoms as their home. Mangrove crabs munch on the mangrove leaves, adding nutrition's to the mangle muds for other bottom feeders. In at least some cases, export of carbon fixed in mangroves is important in coastal food webs.

Mangrove plantations in Vietnam, Thailand, the Philippines and India host several commercially important species of fishes and crustaceans. Despite restoration efforts, developers and others have removed over half of the world's mangroves in recent times.

Coastal Resilience

Mangrove forests provide protection and shelter against extreme weather events, such as storm winds and floods, as well as tsunamis. Mangroves absorb and disperse tidal surges associated with these events — as indicated by Hirashi and Harada (2003), a mangrove stand of 30 trees per 0.01 hectare with a depth of 100 m can reduce the destructive force of a tsunami by up to 90%.

Biodiversity

Mangrove forests are rich in biodiversity providing a habitat for wide varieties of animal and plant species. They are dynamic areas, rich in food. Live and decaying mangrove leaves and roots provide nutrients that nourish plankton, algae, fish and shellfish. Many of the fish caught commercially in tropical regions reproduce and spend time in the mangroves as juveniles or adults. Mangroves are also home to many birds and mammals — such as mangrove monkeys in South Asia.

Livelihoods

Traditional economic activities vary from fishing and gathering of crustaceans to usages of the trees for timber or tannin production. Research by Barbier (2007) concluded that the economic annual value of just one hectare of mangrove forest (by adding the values of collected wood and non-wood forest products, fishery, nursery and coastal protection against storms) is \$12,392.

Next to economic value, mangroves also bear great cultural significance for communities, such as the *Concheras* (shellfish-gatherers) in South America, as their identity is strongly related to the ecosystem they live in.

Carbon Storage

Storage of carbon in mangroves takes place through accumulation in living biomass and through burial in sediment deposits. With living biomass typically ranging between 100–400 tonnes/ha, and significant quantities of organic matter being stored in the sediments, mangroves rival the sequestration potential of rainforests.

Limiting water loss

Because of the limited fresh water available in salty intertidal soils, mangroves limit the amount of water they lose through their leaves. They can restrict the opening of their stomata (pores on the leaf surfaces, which exchange CO₂ gas and water vapour during photosynthesis). They also vary the orientation of their leaves to avoid the harsh midday sun and so reduce evaporation from the leaves. Anthony Calfo, a noted aquarium author, observed anecdotally a red mangrove in captivity only grows if its leaves are misted with fresh water several times a week, simulating the frequent tropical rainstorms.

Nutrient uptake

The biggest problem mangroves face is nutrient uptake. Because the soil is perpetually waterlogged, little free oxygen is available. Anaerobic bacteria liberate nitrogen gas, soluble iron, inorganic phosphates, sulfides, and methane, which make the soil much less nutritious. *Pneumatophores* (aerial roots) allow mangroves to absorb gases directly from the atmosphere, and other nutrients such as iron, from the inhospitable soil. Mangroves store gases directly inside the roots, processing them even when the roots are submerged during high tide.

Increasing survival of offspring

In this harsh environment, mangroves have evolved a special mechanism to help their offspring survive. Mangrove seeds are buoyant and are therefore suited to water dispersal. Unlike most plants, whose seeds germinate in soil, many mangroves (e. g. red mangrove) are viviparous, whose seeds germinate while still attached to the parent tree. Once germinated, the seedling grows either within the fruit (e. g. *Aegialitis*, *Avicennia* and *Aegiceras*), or out through the fruit (e. g. *Rhizophora*, *Ceriops*, *Bruguiera* and *Nypa*) to form a propagule (a ready-to-go seedling) which can produce its own food via photosynthesis. The mature propagule then drops into the water, which can transport it great distances. Propagules can survive desiccation and remain dormant for over a year before arriving in a suitable environment. Once a propagule is ready to root its density changes so the elongated shape now floats vertically rather than horizontally. In this position, it is more likely to lodge in the mud and root. If it does not root, it can alter its density and drift again in search of more favorable conditions.

Mangroves under threat

Globally, half of all mangrove forests have been lost since the mid-twentieth century, with one-fifth since 1980 [Spalding et al., 2010]. Conversion into shrimp farms causes 25% of the total destruction, according to UNEP [Botkin & Keller, 2003], happening mostly in Southeast Asia and Latin America. Other drivers of mangrove destruction are wood extraction, climate change and industrial development such as harbors and tourism. The following reasons are accountable for massive devastation of mangrove forest:

Clearing. Mangrove forests have often been seen as unproductive and smelly, and so cleared to make room for agricultural land, human settlements and infrastructure (such as harbours), and industrial areas. More recently, clearing for tourist developments, shrimp aquaculture, and salt farms has also taken place. This clearing is a major factor behind mangrove loss around the world.

Overharvesting. Mangrove trees are used for firewood, construction wood, wood chip and pulp production, charcoal production, and animal fodder. While harvesting has taken place for centuries, in some parts of the world it is no longer sustainable, threatening the future of the forests.

River changes. Dams and irrigation reduce the amount of water reaching mangrove forests, changing the salinity level of water in the forest. If salinity becomes too high, the mangroves cannot survive. Freshwater diversions can also lead to mangroves drying out. In addition, increased erosion due to land deforestation can massively increase the amount of sediment in rivers. This can overcome the mangrove forest's filtering ability, leading to the forest being smothered.

Overfishing. The global overfishing crisis facing the world's oceans has effects far beyond the directly overfished population. The ecological balance of food chains and mangrove fish communities can also be altered.

Destruction of coral reefs. Coral reefs provide the first barrier against currents and strong waves. When they are destroyed, the stronger-than-normal waves and currents reaching the coast can undermine the fine sediment in which the mangroves grow. This can prevent seedlings from taking root and wash away nutrients essential for mangrove ecosystems.

Pollution. Fertilizers, pesticides, and other toxic man-made chemicals carried by river systems from sources upstream can kill animals living in mangrove forests, while oil pollution can smother mangrove roots and suffocate the trees.

Climate change. Mangrove forests require stable sea levels for long-term survival. They are therefore extremely sensitive to current rising sea levels caused by global warming and climate change.

Potential ways to shield the mangrove forest

Mangrove restoration. We support local communities in West Africa (Guinea Bissau, Guinea Conakry, Sierra Leone), Asia (India, Indonesia, Malaysia and Thailand) and Latin America (Panama) in sustaining and restoring their mangrove forests. We use the 'bio-rights' micro-credit scheme to enable the communities to conduct the work.

Research on coastal protection and livelihood values. Together with research institutes and other NGOs, we conduct large-scale research in Indonesia to generate facts on the importance of mangroves for coastal protection and for sustainable fish and shellfish aquaculture, and use this information to advocate for effective mangrove conservation.

Sustainable shrimp production. We advocate incentives to conserve and restore mangrove ecosystems through the silvofisheries approach. Currently, we work towards certification of sustainable shrimp farms in Indonesia.

Building with Nature. We work towards promoting ecosystem-based solutions for coastal defense. Rather than fighting natural processes through infrastructure, hybrid engineering combines nature and infrastructure in order to enhance the resilience of coastlines from the impacts of climate change while preserving other ecosystem functions.

Working with communities and government. We aim to improve the coastal resource management policies in key mangrove countries such as Indonesia. We demonstrate how fighting poverty and improving family income can go hand in hand with restoring degraded wetlands and provide policy advice to various levels of government.

Conclusion

Mangrove forest is very significant for economic, social and environmental point of view but today mangrove forest around the world is under threat. Globalization, urbanization, global warming, global climate changes and global population growth in short order is mainly responsible. It is high time to prevent the very important mangrove forest, which is playing a signifi-

cant role to shield economy, our eco-system and our environment. So analyzing the causes of the deforestation of mangrove forest and ways to prevent them is the most important tasks on this regard.

References

1. "Mangal (Mangrove). «World Vegetation». Mildred E. Mathias Botanical Garden, University of California at Los Angeles. Botgard.ucla.edu. Retrieved 2012-02-08.

2. Mazda Y., Kobashi D., Okada S. Tidal-scale hydrodynamics within mangrove swamps // Wetlands Ecology and Management. 2005. Vol. 13, iss. 6. P. 647–655.

An Analysis of SMEs Training Needs Related to Internationalization

Valerio Temperini

Department of Management, Università Politecnica delle Marche, Ancona, Italy

Abstract. Training can be a useful tool to support the internationalization of manufacturing SMEs. However, training services today often seem inadequate and do not stimulate their demand. This is also due to the training content and methods that do not meet SMEs effective needs. This paper aims to provide a model for the analysis of companies training needs; in particular, it is based on a number of variables, such as organizational characteristics, the business model, the degree of internationalization and strategies for foreign markets.

Key words: SMEs; manufacturing sector; internationalization; export; training services.

1. Introduction

Internationalization has become an increasingly important driver for the survival and development of numerous Italian manufacturing SMEs. The gradual process of globalization induces continuous challenges to face; moreover, the recent economic and financial crisis affecting both domestic and European markets pushes to seek opportunities in markets that are geographically and culturally very distant.

Serving international markets appears in many cases an ‘obliged path’, although difficult. Undertaking this path is not possible for all businesses. As it is known, companies can be characterized by attitudinal, structural, operational and other limitations, which do not allow starting, developing or supporting international activities (Leonidou, 1995) [10]. Morgan and Katsikeas (1997) identify *strategic obstacles* (e.g. lack of corporate resources, restrictions in accessing foreign markets, competition, unfavorable currency exchange), *operational obstacles* (e.g. marketing-mix, difficulties related to transport and logistics, after-sales services), *informational obstacles* (e.g. lack of information and knowledge about foreign market), *process-based obstacles* (e.g. interaction with external persons and organizations, bureaucracy, certifications, different language and culture) [12].

Staff training can help companies to solve some of the issues mentioned above. However, involving SMEs in training activities appears arduous. This is also due to the fact that training programs are often characterized by a generalized approach, as if SMEs were identical. In such a context, this paper aims to provide an approach to the analysis of SMEs training needs that takes into account their differences; this can allow to define more targeted and attractive training programs. In particular, the main results of an empirical research carried out in the Marche region (Italy) are described.

2. The internationalization as a learning process

Knowledge is the basic element that facilitates companies’ adaptation to foreign market contexts. Corporate investments in international markets can be encouraged when information and cognitive gap are reduced, because foreign context becomes more familiar and the perceived risk decreases.

In this regard, it is important to stress that the increase of knowledge brings a company to step up its internationalization process (Johanson & Vahlne, 1977, 1990; Andersen, 1993; Morgan et al., 2012; Casillas et al., 2014), and this in turn increases corporate resources, knowledge and skills [8; 9; 2; 13; 3].

Then a virtuous circle can be pointed out. As noted by Rullani (2004), knowledge is a resource that is not consumed with its use, but rather it increases [14].

It is well known that especially in smaller-sized enterprises, the learning process about international markets tends to mature through experience ('trial and error'). Even if experience is a very important aspect in the internationalization process of firms (Eriksson, Johansson, Majkgård, 1997; Eriksson et al., 2000; Michailova & Wilson, 2008), other methods of information and knowledge acquisition — structured and unstructured, formal and non-formal — can not be neglected (Dutot et al., 2014) [5; 6; 7; 11]. In particular, involving corporate staff in training programs is relevant because it allows increasing corporate skills; also, a positive impact on staff motivation can be achieved.

Training could have different functions. In companies approaching the internationalization process for the first time, training can incentive and guide the process. It can allow avoiding common mistakes that would be otherwise noted by the experienced firm (e.g. presentation of inadequate products at international trade fairs, inappropriate packaging, approximate pricing). Training programs can also support international business expansion, affecting its competitiveness and capacity to manage international interactions.

However, how should we analyze SMEs training needs related to internationalization processes? What are the variables to consider in the analysis? How should we develop training services? For which companies?

3. Methodology and results

The empirical research was carried out in the Marche region (Italy), which is characterized by a significant presence of numerous manufacturing SMEs. These manufacturing SMEs are highly specialized and they realize very high quality products. A qualitative approach was adopted; five focus groups involving owners and managers from 42 SMEs were held in each province of Marche, considering the areas of production specialization. In addition, several face-to-face interviews were conducted (in a few cases by telephone) to 22 entrepreneurs and 23 representatives of local organizations and institutions interested in supporting internationalization processes.

This research is not aimed to get the explanation of training needs by businesses, but rather to identify the main managerial problems and issues related to the international market expansion.

As noted above, foreign markets require and, at the same time, are sources of knowledge, which can be accumulated by a company and which may in turn gives rise to requirements of other knowledge and skills related to the need to address managerial issues (marketing, managerial approaches, and in particular, commercial and/or technical-productive issues).

Therefore, the degree of internationalization is a very important variable to consider in the analysis of training needs. In this sense, four main clusters of companies have been noted in this research, as it is shown in table below. Priority training objectives and specific topics to be developed for each cluster have been observed.

Further segmentations of companies can be made, based on other variables.

In particular, according to company size and staff available for internationalization activities, it is noted that training needs, preference for content and methods (classroom lectures, coaching etc.) change. Regarding training content, especially in the case of companies that have already started the internationalization process, to decline the various aspects in specific foreign markets is considered appropriate. It is therefore useful to check which markets arouse companies' interests.

Clusters noted by the degree of internationalization

Cluster	Main characteristics	Training aims
Companies potentially internationalized, but not present in foreign markets yet	They have not approached foreign markets; they exclusively serve their domestic market.	Training may stimulate and support them in starting the process of internationalization. Therefore, content may be aimed at raising awareness about relevant aspects to be considered (e. g. law, cultural differences etc.). Also, training may guide companies and promote proper methodology to address the internationalization process, increasing their knowledge about specific tools.
Company sporadically present in foreign markets	They are characterized by limited export business, with a share of foreign sales that can be up to 10–20% of their turnover. In some cases, they have an ‘intermittent’ approach to export. Internationalization is sporadic and often random; strategies for development are not implemented	Training may be aimed at promoting development strategies in foreign markets, casting companies in the medium to long term and encouraging the constancy of the action on the international markets and increase their export business
Companies constantly present in foreign markets, but with limited performance strategies	They are characterized by intensive export business, but they get limited results. Their strategy is often not correct	Training may be aimed at improving their presence in foreign markets, providing tools and methodologies useful to analyze the market and evaluate strategic options. Furthermore, it may be helpful to address issues related to marketing and promotion on international markets. Improving sales force management in order to facilitate markets penetration may be another important objective
Companies constantly present in foreign markets	They are characterized by intensive export business. The share of foreign sales can be prevalent in their turnover. At the organizational level, there is a predisposition to manage activities in foreign countries, and their presence in international markets tends to be more stabilized	Training may support these companies to reinforce their market position in the actual served markets or to expand into new emerging markets

Source: based on the results of empirical research.

Training programs should be designed also according to the specificities of each productive sector (food, mechanical equipment, fashion etc.) and considering the differences that exist in B-to-C and B-to-B contexts. Depending on sectors, specific issues can be identified; for example, international product certifications are a very important topic for food businesses.

Among the training methods considered most appropriate, the principle that SMEs perceived quality tends to be based mainly on ‘concreteness’ is confirmed (in particular with reference to smaller-sized enterprises). They prefer training activities that allow solving real business problems. In this sense, classroom lectures does not seem to arise their interest. Especially for certain issues, ‘laboratory exercises’, coaching support and visiting other companies that represent best practices are preferable.

4. Main findings

A framework for the analysis of companies training needs can be pointed out; this is based on several variables, as follows [1; 4; 15]:

- Company size (turnover and number of employees).
- Internal corporate human resources involved in the internationalization (Chiva et al., 2014).

- Production activity (industry): product characteristics pose some unique aspects to manage. Furthermore, regarding B-to-B and B-to-C contexts, important differences exist (e. g. sales process, business interlocutors, marketing-mix etc.).

- Degree of internationalization (% of foreign sales): as noted by Samiee and Walters (1999), larger-size enterprises characterized by greater consistency in exports tend to give more emphasis to training programs with strategic content; moreover, with the export intensification the demand for more skilled workers would increase (Accetturo et al., 2013).

- Company presence into foreign markets, business models and corporate strategies for the future: need for knowledge and expertise varies and increases when a firm develops a more stabilized presence into foreign markets (sales offices, stores, showrooms, service centers, trading company etc.).

- Degree of extension in international markets: depending on the number and the diversity of foreign markets into which a company is present or intends to serve, managerial complexity increases; some countries or areas require a focus because they differ in several aspects, primarily the culture and language.

These aspects aforementioned allow pointing out that providing standard solution to businesses' internationalization issues is inappropriate. The expansion in foreign markets can take place in a variety of ways, strategies are varied (also depending on specific countries or markets), companies are cultural and organizational different one another. The attempt may therefore be to provide knowledge, methods and tools that can be somewhat adaptable to different situations, and more likely enabling businesses to create their own vision.

5. Conclusive observations

This study allows pointing out that SMEs training needs related to internationalization processes are not comparable and are influenced by certain variables. Clusters of firms characterized by similar needs and problems to be faced can be noted. The analysis model proposed in this paper represents a pattern useful in promoting the development of training services more targeted and consistent with SMEs needs. In this regard, the results emphasize that the exchange of operational experience and the coaching in practice represent the most appreciated training methods, because companies can get tangible advantages.

Important implications for public and private organizations that (by training) intend to give effective support to the development of SMEs in international markets emerge from this research.

References

1. Accetturo A., Bugamelli M., Lamorgese A. R. Skill upgrading and export // *Economics Letters*. 2013. Vol. 121. P. 417–420.
2. Andersen O. On the internationalization process of firms: A critical analysis // *Journal of International Business Studies*. 1993. Vol. 24, no. 2. P. 209–231.
3. Casillas J. C., Barbero J. L., Sapienza H. J. Knowledge acquisition, learning, and the initial pace of internationalization // *International Business Review*. 2014. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ibusrev.2014.06.005>.
4. Chiva R., Ghauri P., Alegre J. Organizational learning, innovation and internationalization: A complex system model // *British Journal of Management*. 2014. In press.
5. Dutot V., Bergeron F., Raymond L. Information management for the internationalization of SMEs: An exploratory study based on a strategic alignment perspective // *International Journal of Information Management*. 2014. Vol. 34. P. 672–681.
6. Eriksson K., Johansson J., Majkgård A., Sharma D. D. Experiential knowledge and Cost in the Internationalization Process // *Journal of International Business Studies*. 1997. Vol. 28, iss. 2. P. 337–360.
7. Eriksson K., Johansson J., Majkgård A. Effect of Variation on Knowledge Accumulation in the Internationalization Process // *International Studies of Management & Organization*. 2000. Vol. 30, no. 1. P. 26–44.
8. Johanson J., Vahlne J. E. The internationalization process of the firm — A model of knowledge development and increasing foreign market commitment // *Journal of International Business Studies*. 1977. Vol. 8, iss. 1. P. 23–32.

- 9.** Johanson J., Vahlne J. E. The mechanism of internationalization // *International Marketing Review*. 1990. Vol. 7, iss. 4. P. 11-24.
- 10.** Leonidou L. C. Empirical research on export barriers: review, assessment and synthesis // *Journal of International Marketing*. 1995. Vol. 3. P. 29-43.
- 11.** Michailova S., Wilson H. I. M. Small firm internationalization through experiential learning: The moderating role of socialization tactics // *Journal of World Business*. 2008. Vol. 43. P. 243-254.
- 12.** Morgan R. E., Katsikeas C. S. Obstacles to Export Initiation and Expansion // *Omega: The International Journal of Management Science*. 1997. Vol. 6. P. 677-690.
- 13.** Morgan N. A., Katsikeas C. S., Vorhies D. W. Export marketing strategy implementation, export marketing capabilities, and export venture performance // *Journal of the Academy of Marketing Science*. 2012. Vol. 40. P. 271-289.
- 14.** Rullani E. *Economia della conoscenza*. Roma: Carocci, 2004.
- 15.** Semiee S., Walters P. G. P. Determinants of structured export knowledge acquisition // *International Business Review*. 1999. Vol. 8. P. 373-397.

Perspectives and Development of the Italian – Russian Trade with an Overview of the Bathroom Accessories and Furniture Sector

Italo Trevisan

Professor of International Marketing and Management, Università di Trento, Italy

Abstract. After an overview of the composition of the Russian trade, the paper looks more closely to the Italian-Russian trade, identifying the main areas where the exchange concentrates. The structure of the Russian market and consumer attitudes in relation to bathroom furniture durable goods is then briefly discussed. Some assessment of the strategies followed by Italian exporters of the sector is presented.

Key words: Russian Federation trade; Italian exports to Russia; bathroom accessories; Russian market; durable consumer goods.

1. Russian Trade

Over the last decade, the Russian Federation has been generally considered as one of the strongest emerging markets: with a population of 142 million people and an economy that is among the top 10 of the world, it has played an increasingly important role in the world. The recent evolution has not affected significantly this evaluation, despite the slowing of its economy.

The Russian Federation is a significant player in world trade as can be seen in the following tables. In the last ten years, Russian exports increased from 243 billion US \$ to a maximum of 529 billion in 2012. This generally growing trend was checked in 2009 and 2010, when the effects of the financial crisis and consequent recession in the main advanced economies were felt in the world trade and again in the last couple of years, particularly in 2014, when the effects of trade measures on both sides started to be felt (see table 1). Russian imports followed a similar pattern rising from 125 billion US \$ in 2005 to 341 billion in 2013 with a huge drop in 2009 and a smaller one in 2014.

Table 1

Trade of Russian Federation (merchandise; 2005–2014), billion US \$ [1]

Year	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Exports	243.8	303.5	354.4	471.6	303.4	400.6	522.0	529.3	523.3	496.6
Imports	125.4	164.3	223.5	291.9	191.8	248.6	323.8	335.5	341.3	308.0

The growing role of Russia in international trade can be assessed by confronting its exports with those of the main exporting countries: in 1996, Russia did not appear among the first twenty exporting countries and in 2002, it was in the 17th position. By 2007, it was in the 12th position and afterwards ha remained around the 10th, depending on the price of the raw materials that make up the bulk of its exports (table 2).

Although, unexpected economic and geopolitical changes are introducing uncertainties of different nature, the trade level occurring between Russia and other countries remain substantial, in particular regarding Italy. The Russian Federation has experienced slower international trade flows in the first semester of 2014; but Italy still has stable trade relations and, having been the fifth main economic partner before Turkey and United States, in 2014, it has overtaken Ukraine in the fourth place.

Table 2

Main exporting countries (merchandise), billion US \$ — FOB [2]

Country	1996	2000	2004	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
USA	623	772	816	1,181	1,287	1,057	1,278	1,480	1,546	1,579
Germany	512	548	911	1,348	1,446	1,121	1,195	1,394	1,321	1,366
Japan	411	478	565	709	782	581	770	823	799	715
France	287	323	451	556	601	485	513	585	557	568
UK	258	282	342	431	460	353	384	468	431	497
Italy	189	236	353	500	538	407	440	516	490	510
Canada	177	229	357	556	638	498	572	452	455	458
Netherlands	200	275	316	417	456	316	387	667	640	653
Belgium	131	186	307	431	472	370	411	476	446	453
Hong Kong	180	202	259	306	370	330	390	429	443	459
China	151	249	593	1,237	1,431	1,202	1,578	1,898	2,049	2,210
South Korea		174	258	361	419	364	466	555	548	560
Russia		103	166	347	472	304	400	522	529	500
First 20 ¹	3,338	4,899	6,838	9,965	11,294	8,856	10,780	12,753	12,819	12,840
World	4,203	6,451	9,191	13,898	16,127	12,522	15,238	17,828	17,892	18,247

Table 3

Main trading partners of Russian Federation (2011–2014), million € [3]

Rank 2011	Country	2011	2012	2013	2014 (July)
—	World	472,170	499,195	434,326	344,202
—	EU 28	236,266	247,568	214,620	169,632
1	China	51,940	58,387	51,419	37,893
2	Germany	42,067	46,139	41,963	30,100
3	Netherlands	40,517	45,627	32,127	32,944
4	Ukraine	33,445	33,844	27,743	14,798
5	Italy	26,357	26,975	26,452	22,060
6	Turkey	22,361	25,428	23,003	13,433
8	USA	19,625	19,439	18,001	13,303
7	Japan	20,663	21,223	17,166	13,302
10	UK	13,509	14,103	15,182	9,018
9	France	18,262	16,989	14,879	8,406

2. Russian trade with Italy

Trade relations between the Russian Federation and Italy have followed a pattern similar to that of the general Russian trade, both in terms of quantitative trend and composition. The trade between Italy and Russia showed a steady increase since 2009, reaching the value of €30,825 million in 2013. As shown in table 4, after a serious decrease in 2009, when there was a general decrease of Italian exports all over the world, the Italian exports to Russia kept growing healthily. In the same period, imports from Russia remained strong (without the fall in 2009) and the trade balance has always been in favour of Russia. In 2014, both imports and exports decreased but their total value was similar to that of 2011.

Table 4

Trade between Italy Russian Federation (2009–2014), million € [4]

Year	2009	Δ, %	2010	Δ, %	2011	Δ, %	2012	Δ, %	2013	Δ, %	2014	Δ, %
Italian Exports	6,418	-38.5	7,888	22.9	9,285	17.7	9,971	7.4	10,773	8.0	9,565	-11.5
Italian Imports	12,134	35.8	14,624	20.5	16,895	15.5	18,322	8.5	20,052	9.4	16,043	-20.1

Italy and Russia continue to have strong trade links because of the importance of Russian supplies in raw minerals and basic metallurgical products on the one hand, and to increasing Russian demand of machinery and consumption of “Made in Italy” products, on the other hand [5].

The latter link is stronger in the case of some sectors as mechanics, food and beverages, fashion and furniture. In fact, three quarters of Italian exports to Russia are machinery (26.8% in 2013), textile, garments and leather (21.4%), automotive and other transports (7.8%), food and beverages (6.6%), furniture (6.4%), and electrical and domestic appliances (6.1%) [6]. The turbulence that appeared in 2014 has inevitably affected the trade among the two countries in variable measure depending on the sectors. While Italian exports in 2014 were 11.5% lower than in 2013 (see table 5), the sectors most affected were automotive and other transports (-49.6%), textile, garments and leather (-16.5%) and food and beverages (-12.8%); in the latter sector the decrease was concentrated in the agricultural products (-33%), which were subject to Russian embargo from the last months of the year. The furniture sector showed a decrease of -8.8% comparing to 2013, but slightly increased its weight on total Italian exports to Russia (from 6.4% to 6.6%).

Table 5

Italian exports to Russia, by main sector (2013 and 2014), million € [4]

Sector	2013	%	2014	%	Δ 2014, %
AA Agricultural and fisheries products	95,072	0.9	63,732	0.7	-33.0
CA10-CA11 Food and beverages	611,279	5.7	552,398	5.8	-9.6
CB13-CB14 Textile and clothing	1,505,361	13.9	1,300,133	13.6	-13.6
CB15 leather goods (excl. clothing)	814,097	7.5	637,087	6.7	-21.7
CE20 Chemicals	582,695	5.4	562,305	5.9	-3.5
CH25 Metal products (excl. machinery)	572,526	5.3	519,415	5.4	-9.3
CJ27 Electrical and domestic appliances	658,296	6.1	599,582	6.3	-8.9
CK28 Machinery and tools	2,893,139	26.8	2,791,991	29.2	-3.5
CL29-CL30 Automotive and other transports	845,710	7.8	426,059	4.5	-49.6
CM31 Furniture	687,957	6.4	627,097	6.6	-8.8
Total exports	10,806,514	100.0	9,566,866	100.0	-11.5

The importance of raw minerals and metallurgical products in the Russian exports to Italy is well shown by table 6: the primary products made up 86% of Russian exports in 2013 and, despite a noticeable decrease in their value, still contributed to 82% of the exports in 2014. Counter to the general trend, Russian exports of chemical and metallurgical products have increased in 2014 and now make up 13.6% of the total (from just less than 10% in the previous year).

Table 6

Russian exports to Italy, by main sector (2013 and 2014), million € [4]

Sector	2013	%	2014	%	Δ 2014, %
BB Mining (including crude oil and gas)	13,811,950	68.8	10,560,173	65.8	-23.5
CD19 Coke and products from oil refining	3,566,645	17.8	2,575,279	16.1	-27.8
CE20 Chemicals	762,117	3.8	860,257	5.4	12.9
CH24 Metallurgy products	1,213,731	6.0	1,308,275	8.2	7.8
Total Russian exports	20,067,674	100.0	16,043,134	100.0	-20.1

3. The furniture (bathroom accessories and furniture) sector

Special attention can be given to the furniture sector with special regard to bathroom accessories and taps, a niche of the Italian Design production that has received a constant appreciation by the Russian consumers. The effects of this appreciation have been enhanced by the evolution of the sector and the interest of consumers. The living space is no longer seen as only furnished by necessary items but becomes part of the image of owner and its style of life: space organization in each room and attention to details and different shapes assume now more importance than before.

This process of cultural transformation has had a strong impact on the attitudes of the consumers and on their preferences. The shift in the traditional approach to the furnishing of each room, design taste and more attention to details have drastically changed the way the furniture sector is considered [5].

In order to understand the perspectives of this sector it is possible to look at the construction sector in Russia. According to recent Rosstat data, the residential construction of new apartments and their dimension has seen a steady growth over the last years. The trend in the construction sector, as observed from the Rosstat in 2013, has seen a strong increase during the years before the financial crises to then fall and rise again at a moderate growth level. The total building in 2012 was of 235,763 buildings (103,924.1 thousand square meters). The largest proportion of these buildings (93%) was intended for housing [6]. These data are a useful base to explain the growth of bath furniture demand and trade experienced in the Russian market. The period 2010–2012 underlines a noticeable raise of the import quota of furniture belonging to the bathroom furniture sector and considering tiles, taps, radiators and sanitary of diversified materials.

To have a better understanding of the bathroom furniture requests and trade, it is possible to take in consideration the building industry and the population dispersion patterns, which can lead to identifying the market customer segments, their characteristics and the strategic centers.

Total wealth in Russia increased sevenfold between 2000 and 2012, reaching 41.5 trillion rubles in 2012 with a steady increase of the income per capita generated in the country. Moscow and St. Petersburg are the main areas where the rise of wealthy individual, especially the middle class, has been more accentuated. However, the growth of the market for luxury furniture is not limited any longer to these two metropolis: in the last few years also other big cities, such as Yekaterinburg, Novosibirsk, Kazan, Perm', Nizhny Novgorod and Saratov showed a growing level of wealth and generated a growing demand for luxury furniture.

In relation to the bathroom accessories an interesting development and an opening in the market comes from the shower units. It is only in the last few years that a growing tendency has appeared to substitute the bath tub with the shower box in the furnishing of the bathroom. The latter was not part of the traditional habits of most of the Russian population. Nowadays, shower is preferred because is more practical, uses a lower amount of water and is seen as a component of interior decoration. Also in relation to this type of goods, the vastness of the Russian territory and the size of its market require a careful analysis of the demand and the way it can be segmented. The demand is influenced not only by the socio-economic parameters but also by geographical distribution, particularly with reference to the dimension and importance of urban centers.

Data on this specific type of goods are not readily available, because they tend to be grouped together with similar products that are not exactly belonging in the same typology. However, it is possible to have an approximate idea of the size of this market by making reference to the broader grouping of the taps for sanitary use (see table 7). In 2013, total Russian imports of this category of goods were slightly above 32 million US \$, with by far the largest share

(41.5%) taken by China. At the second place, with a respectable 21.3% of the total value, there is Italy, followed very far back by Portugal (7%) and Germany (5.8%). This is, then one of the categories of goods where Italy has a leading role in the Russian market.

As for many products, Russian demand for bathroom furniture was polarised in two price segments: the premium segment and the low-price segment. Recently, however, a middle range segment is growing, which has clear objectives in relation to price/quality ratio in their purchases, aiming at good quality products and being prepared to pay the price for quality without being extravagant.

The low-price segment is characterised by products of similarly low quality, mainly produced locally or imported from low cost countries such as Ukraine (recently in diminution) Romania and — mainly — China, which in the latest years has greatly increased its market share. The main factor in this segment is clearly the price: these products are bought as and when necessary by that part of the population that has a low income.

Above this group, a growing segment can be identified at a middle-price level, where an acceptably good quality (not particularly high) is linked to affordable prices for the growing lower-middle class. This segment has good growth perspectives being composed by that growing proportion of the Russian population that has enjoyed a steady growth of its income and therefore is more interested in better quality goods, although being not fully secure of the permanence of such good income and as a consequence is still very attentive to price. Recent works show that between 15–25% of the country’s 142 million population belong to the middle class or middle class periphery and it is expected to grow 16% between now and 2020 [8]. This segment tends to be supplied by the better of the local producers or by imported goods from middle range production countries (alongside a growing proportion of imports from China of growing quality). However, the rising middle class is becoming a key customers segment and for many companies its growth is the core variable of their long-term market strategies as it is identified as the main and most promising market segment for the “Made in Italy” goods. Products characterized by elegance, luxury and appealing design attract this segment, which is somewhat price-sensitive: this is the ideal target for the large number of Italian SMEs that position their goods just a step below the luxury segment [9].

Then there is the high-level segment, the segment attracted by luxury goods. These goods, which have very high quality and exclusive style and design, are bought as status symbols. As a consequence, demand for them is inelastic, and if it shows an sensitivity to price at all it is toward a preference for higher prices. Although not large, and therefore unsuited for high volume sales, it is a very important segment for high quality producers (who, by definition, are not interested in high volumes). This segment can be identified in the wealthy individuals and professionals with great financial resources, for the most part concentrated in the Moscow area. For this segment, the idea of furniture renewal does not usually pass through a single purchase, but rather through a full package to re-design the whole quarters is preferred. This is certainly the most attractive segment for those Italian producers who want to make of the high quality associated with “made in Italy” the main selling point of their goods.

Table 7

**Russian import of taps for sanitary facilities
(Customs code 84818019), ‘000 US \$ [7]**

Country	2010	2011	2013	% 2013
World	26,496	25,865	32,093	100.0
China	9,990	8,954	13,303	41.5
Italy	4,443	4,170	6,824	21.3
Portugal	3,660	2,982	2,239	7.0
Germany	1,450	1,479	1,860	5.8
USA	1,272	903	1,239	3.9
Spain	953	1,932	963	3.0
Denmark	134	133	777	2.4
Slovenia	410	863	762	2.4
Ukraine	1,109	1,120	708	2.2

4. The distribution strategies in the sector

The distribution policy of foreign firms, in the bathroom furniture sector, exporting to Russia, tend to follow two strategies. The first one, normally used by the larger firms, is two-pronged. On the one hand the establishment of a distribution company (either as a direct venture or — more often — with a Russian partner), on the other hand, the establishment of a network of shops (usually locally owned) that carry the brand in their assortment, sometimes in conjunction with other brands of complementary products from other Italian manufacturers. The other, more affordable by smaller firms, relies on the local distributors and their network: the exporting firm enters in a close relationship with a local agent who has the knowledge of the market and of the business ways, which the firm cannot have and cannot develop in a short period [10].

Moreover, as is common in every market, different segments prefer different distribution channels. In this sector, over the last years, the traditional range of distribution channels has expanded to wholesalers, specialized shopping centers, and networks of furniture stores, individual shops, showrooms, furniture exhibitions and agents.

A common trend, at least among the strongest and biggest firms, is the constitution of warehouses, better known as “Salons”, expositions of furniture, accessories and luxury furnishing created in order to provide a range of potential product combinations to the final client. Moscow and St. Petersburg, the main cities where the premier shopping districts are located, have seen an increasing presence of showrooms as well, located in the most attractive areas of the city.

The winning point of this type of channel is the exclusive availability of unique accessories and furniture not usually part of the brand catalogue, exclusivity that Russian customers appear strongly to appreciate. However, only the main brands in the sector have pursued this distribution strategy, due to its high costs.

Alternatively, many companies in the sector have chosen to approach and cooperate with well-known salons or interior design studios in order to exploit synergies and offer a wide range of services to their clients in a single location and to strengthen the customers' loyalty. The design studios are becoming progressively more important and they have lately experienced different business structures: studios providing only architectural and design consultancy, studios providing also furniture and house accessories, studios with or without showroom. As a result, the range of services to the final client has been extended. Additionally, a spreading way to attract potential customers and involve them in the process of redefinition of their interior design is the organisation of special events in these venues, through the invitation of well-known architects and designers. During these events, the perspective client is sensitised to the opportunity of redeveloping the interior and specialist advice is offered in order to analyse the possible solutions. This shows a sophisticated approach to the communication and promotion of sales that is well suitable for reaching a sophisticated and demanding target segment.

This communication and sales strategy, however, is practicable only by big firms that have both large resources and an already well-established brand. Most firms, the small and medium sized firms that make up the bulk of Italian quality exporters need to resort to the agent. This figure has always had an important position in the import-export bathroom furniture market, significantly so for Italian SMEs [11]. This is due to the deep experience needed to identify the right target audience, habits and needs, and the knowledge of the right communication channels required to implement an effective promotion strategy. In most of the cases, Italian companies and brands would have found it difficult to address the right target group without an experienced local business partner. In order to work on a specific audience, many companies realized the need of a great knowledge of the local peculiarities to implement successfully their

strategies, especially at the beginning. The cultural differences between Russia and Italy must also be taken into account when trying to identify the most opportune advertising combination to promote luxury goods in Russia. The Russian market is highly competitive and retaining some market niches can be difficult; this is well understood by many important brands, which have become market leaders. The most successful have expanded their presence from the shops and the salons to event-focused showrooms and have made a point to be present in the main interior design magazines. In addition, it has become necessary to offer a full range of customer-care services, because not only they really appreciated by the customers, but are becoming a necessity to attract and retain well-paying but demanding clients.

Today, quality, originality, beauty, elegance and functionality still seem to be the main characteristics the Russian bathroom furniture market is attracted by, with a strong preference for a luxurious and exclusive design. For this reason, it can be expected that Italian companies shall remain also in the future the leading providers of furniture and fittings for the high segments of the Russian market, although the increase of China imports over the last years continues to raise concerns.

References

1. WTO Data. URL: <http://stat.wto.org/StatisticalProgram/WSDDBStatProgramSeries.aspx?Language=E>.
2. Sintesi del Rapporto ICE 2013-2014 L'Italia nell'Economia Internazionale. Roma: ICE, 2014.
3. Agenzia ICE Mosca, Analisi congiunturale. Interscambio Italia-Russia, ICE, ottobre 2014 (ICE elaboration on Russian Customs data).
4. ICE elaboration on ISTAT data.
5. Banca d'Italia, "Il Sistema industriale italiano tra globalizzazione e crisi // Questioni di Economia e Finanza. 2013. No. 193.
6. Padoan E. (ed.). Evoluzione e prospettive dell'export italiano. SACE, 2014.
7. Elaboration from Rosstat, February 2013.
8. Adomanis M. What is the Russian middle class? Probably not what you think // Forbes. 2012. Oct.
9. Esportare la dolce vita. Il bello e ben fatto italiano nei nuovi mercati // Csc-Prometeia. 2013. Aprile.
10. World furniture outlook 2013. CSIL, 2013.
11. Rapporto sulla competitività dei settori produttivi. ISTAT, 2013.

Social Responsibility of Companies Operating in the Sverdlovsk Area

Dana Zadražilová¹, Přemysl Průša²

¹ Head of the Department of Business and Commercial Communications,
Faculty of International Relations, University of Economics, Prague, Czech Republic

² Assistant professor, Department of Business and Commercial Communications,
Faculty of International Relations, University of Economics, Prague, Czech Republic

Abstract. This article presents the results of a students' and academic workers' awareness survey performed in the Sverdlovsk area. The aim of the survey was to find out the opinion of respondents concerning social responsibility (CSR) of retail companies operating in the Sverdlovsk area of Russia. The results are compared to the outcomes of a similar survey performed in the Czech Republic. It was revealed that CSR is gaining in importance in Russia; still there is a big room for improvement, mainly in the case of local retailers in the Sverdlovsk area.

Key words: corporate social responsibility; retail companies; Sverdlovsk area; student awareness survey.

Introduction

The world economy is currently facing several challenges related to the questions of sustainability of ecosystems and the actual way of exploiting the world natural resources, the most severe challenges are the following:

- the lack of limited resources including minerals, fuels, land, wood and drinking water;
- the increasing pollution of air, water and land;
- the increasing vulnerability of all systems people rely on, such as the electrical networks, data networks and managing systems [3, p. 2].

Business is becoming more and more controlled by various non-governmental organizations, media and social networks. Last but not least the new, educated consumer is becoming the part of the whole game, as the consumer is nowadays much more interested in the background of products, including their impact on the environment and social area. Thus, the matter of social and environmental responsibility is already a big issue in politics too [3].

The new term of Corporate Social Responsibility (CSR) is gaining in importance. Under the CSR term, we understand the voluntary acceptance of norms, which stretch beyond the legally binding laws in the area of interactions among the businesses, society and ecosystems [1]. Corporate responsibility can be therefore perceived as a part of sustainable business, which is linked to the long-term sustainability of the current business models and exploiting of the limited resources of our planet [3]. What is actually the motivation of companies to behave socially responsibly? According to Zadražilová [4], there can be three motives mentioned:

- risk management;
- value creation;
- innovations generation.

In this working paper, we shall present the results of a survey, which was conducted at the Ural State Technical University in Ekaterinburg, located in the Sverdlovsk area of Russia. The survey is based on the results obtained from a questionnaire, which was aimed at finding the opinion of respondents concerning corporate social responsibility in Russia, as well as the situation in the area of socially responsible behaviour of companies/retail companies operating in Russia in the Sverdlovsk area. The survey was carried out in April/May, 2009 and the group of

respondents consisted mainly of students and academic workers of the Faculty of Economics and Management of the Ural State Technical University in Ekaterinburg.

The research has been performed on the basis of a structured questionnaire. The questionnaire was distributed personally in cooperation with the staff of the International Business Department of the Ural State Technical University to students and other academic workers of the Faculty of Economics and Management of the Ural State Technical University. They then completed the questionnaires at their seminars. Therefore, the rate of return was 100%. In total, 250 questionnaires were distributed and filled in; of these 217 were forwarded for further analysis due to several of them being incorrectly completed, or their containing equivocal answers. We have set out several working hypotheses as follows:

1. Most respondents have already heard about CSR.
2. The most frequently mentioned activities, that should be part of CSR, are social and environmental activities.
3. Most companies in Russia are not regarded as socially responsible.
4. Respondents would prefer to buy products produced by socially responsible companies.
5. Respondents would not give preference to any retail chain to do their shopping in, just because of its social responsibility; the most important factors in their decision making are location and prices.

Results and comments

The structure of the respondents can be found in following tables. In the text, we will try to compare the results obtained with the results from our previous research conducted in the Czech Republic in 2008 [2]. The comparability is possible due to following facts:

- 1) the questionnaires contained the same/similar questions;
- 2) both groups of respondents were very similar as regards their size and structure.

Table 1

Age structure of respondents

Age group	Absolute number	Relative number, %
18-25	142	65.44
26-45	54	24.88
46+	21	9.68
In total	217	100.00

Table 2

Gender structure of respondents

Gender	Absolute number	Relative number, %
Male	77	35.48
Female	140	64.52
In total	217	100.00

1. What Do the Russian Consumers Think a Company Should Be Responsible for?

It is quite interesting, that as the most important are mentioned those areas and activities, which are regarded as matters of course in the companies' practice in the Central Europe (as well as in the Czech Republic), such as safety of products, not breaking the laws, fulfillment of obligations towards employees, paying taxes, being honest with employees, suppliers, etc. These activities are in most European countries regulated and protected by legislation; therefore, these are usually not embraced in the CSR concepts of European companies. Protection of environment seems to be also important for Russian people as well as for the Czech people, however, social activities are not so highly preferred – in the CSR concepts of the European companies these activities are rather dominant. It is also interesting that “giving and taking bribes” is not mentioned to a big extent; it seems that this activity is accepted in Russia as a normal business practice.

2. Are the Russian Consumers Willing to Pay Higher Price for Environmentally Friendly Products?

This question should reveal the sensitivity of Russian consumers to the environmental issue, which is one of the most important pillars of CSR concepts of most European companies.

According to the results, which show a clear preference of environmentally friendly products, the environmental issue in Russia is gaining in importance and this result slightly corresponds with 52% of respondents, who mention environment protection as an important activity, which companies should perform. If we compare these results with the results obtained from the very same question in a survey performed in the Czech Republic) [2, p. 13], the figures show the same tendency both in the Czech Republic and in Russia, however, the percentage of respondents, who would prefer environmentally friendly products at higher price, is higher in the Czech Republic (75% versus 57%) as well as the percentage of respondents, who would not/or rather not prefer environmentally friendly products at higher price, is higher in Russia (24% versus 10%).

3. Have the Russian Consumers Ever Heard about the Notion “Corporate Social Responsibility”? Where have they heard the notion “CSR” for the first time?

This question was used as a screening question and its aim was the elimination of those respondents, who do not know about the term “CSR”. The eliminated respondents were not enquired further. The Russian respondents proved to be educated fairly well about the problems of CSR; a vast majority of them appeared to have heard about CSR (69%), which as a result is comparable to the result obtained in the research conducted in the Czech Republic (73%) [2, p. 11].

In the further evaluation of the questionnaire, we only worked with the group of respondents with positive answers of this question. The structure of this group of respondents as regards the age and gender composition is the very same as the structure of the whole group of respondents. Respondents have heard about CSR for the first time mostly at the University (31%) and in newspaper articles (30%), followed by “advertising and PR” (21%). These figures show quite a big importance of school/university education in diffusion of the CSR notion and knowledge, which slightly correlates with the results obtained in the Czech Republic, “where newspaper articles” and “school” were the most frequently named options (46% and 43% respectively) [2, p. 11].

4. Is “CSR” a Source of Competitive Advantage of Companies in Russia?

More than 75% of respondents answered that CSR is a source of competitive advantage, which shows, that CSR might have a big potential as a marketing tool even in Russia. However, we have to bear in mind that in fact only highly educated respondents were enquired, therefore this group is not a typical sample of the Russian society, but it is quite evident, that for a certain target group (educated people, and perhaps also people with higher incomes) CSR represents an important differentiating factor, which might be a reason for product/company preference. It is very interesting that in the Czech Republic only 54% of respondents expressed their conviction about CSR as a competitive advantage and 24% had opposite opinion (in Russia only 5% of respondents) [2, p. 15].

5. Do Companies in Russia Behave Socially Responsibly?

According to the respondents’ opinion, only “some companies” or “few companies” in Russia behave socially responsibly (30% of respondents, 65% of respondents respectively — in total 95% of respondents). This means that Russians are not convinced that companies in Russia are socially responsible. There might be several reasons for this situation — the first is the fact, that companies in Russia really are not socially responsible. The other fact is insufficiency of companies’ communication — 66% of respondents have the opinion that companies do not inform about their socially responsible activities sufficiently. The very similar situation also appears to be in the Czech Republic (43% of respondents think that “some companies”, and 56% of respondents think that “only few companies” behave socially responsibly) [2, p. 18–19].

6. Why do Companies in Russia Behave Socially Responsibly?

Respondents in Russia suppose that socially responsible behaviour increases the attractiveness of companies’ products for consumers (52% of respondents), which confirms the belief that CSR is a source of competitive advantage. In addition, this information presents certain

evidence, that also in Russia there are customer segments, which appreciate the socially responsible behaviour of companies, which they express by favouring their products. Quite an important body of opinion is also the “social necessity”, which might illustrate an increasing level of social accountability among Russian consumers (or at least in some customer segments). The results in the Czech Republic are quite similar again — 61% of respondents mention “social necessity” and 41% of respondents mention “greater attractiveness of products for consumers” [2, p. 20].

7. Which Retail Chains Do Russian Consumers Prefer for Shopping? What is the reason for their preference?

In table 3, we can see the list of retail chains the Russian respondents marked as the most favoured for shopping in the Sverdlovsk area. The results cannot be generalized for the whole Russian market, as the retail chains operating in each area of the Russian Federation are different. In the list below, we can find both international retail chains; namely: Auchan, Ikea, Metro, OBI; and the Russian domestic retail chains, such as: Kupec, Monetka, Kirovskij, Megamart and Zvezdnij. Most of the Russian retail chains operate in many different areas of the country, and thus, are widespread. This situation is different from that in the Czech Republic, and it demonstrates the ability of the Russian retail market/companies to defend and preserve the position of Russian domestic companies in the face of competition from the international players.

Table 3

Which retail chains do you prefer to do your shopping in? (more options possible)

Retail chain	Absolute number	Relative number, %
Auchan	82	55.03
Kupec	66	44.30
Ikea	58	38.93
Monetka	50	33.56
Kirovskij	49	32.89
Metro	47	31.54
Megamart	42	28.19
OBI	20	13.42
Zvezdnij	16	10.74
Other	7	4.70

Table 4

What is the reason for your preferring the chosen retail chains? (more options possible)

Retail chain	Absolute number	Relative number, %
Assortment	101	67.79
Prices	95	63.76
Location	89	59.73
Shopping atmosphere	30	20.13
Personnel	20	13.42
Advertising	17	11.41
Social responsibility	16	10.74

This question was followed by another asking for the reason of retail chain preference, the main purpose of this question was to discover the importance of the factor “social responsibility”, which proved to be the least important one for the Russian respondents. Nevertheless, this option was marked by more than 10% of respondents, which is not a negligible amount, and it again shows the increasing importance of CSR even in the less developed markets. On the contrary, in the Czech Republic the “social responsibility” option was chosen by only 3.5% of respondents, which is considerably less than the result obtained from the survey in Russia.

8. Which Retail Chains in Sverdlovsk Area Do Behave Socially Responsibly?

It is evident from table 5, that all three of the most frequently mentioned companies are the international retail chains, which do not come from Russia originally (Ikea, Auchan and Metro). Of the Russian retail companies, Kupec was quite frequently marked as socially responsible. This retail company is a modern retailer running super- and hypermarkets, and it is oriented on the higher income customer segments. Therefore, its assortment contains high quality products in a great variety. However, the price level of this retailer is rather high. In the Czech Republic there are different retail chains operating, than these in Russia (except Ikea, Makro and OBI), therefore it is not reasonable to compare the answers from this question.

9. Which Socially Responsible Activities do the Retail Chains in the Sverdlovsk Area Perform most frequently?

Table 5

Which retail chains in the Ekaterinburg /Sverdlovsk area, in your opinion, behave socially responsibly? (more options possible)

Retail chain	Absolute number	Relative number, %
Ikea	57	38.26
Auchan	44	29.53
Metro	43	28.86
Kupec	34	22.82
OBI	20	13.42
Kirovskij	20	13.42
Megamart	19	12.75
Monetka	8	5.37
Zvezdnij	5	3.36
Don't know	46	30.87

According to the opinion of the Russian respondents, the retailers show their social responsibility by sponsorship (41%), social programmes for employees (33%) and by donations and charity (21%). Also, support for the healthy lifestyle was mentioned quite frequently (21%). It is quite interesting, that the environmental activities/protection are probably not performed by the Russian retailers to any great extent, even if these activities are demanded by Russian consumers — they would also favour environmentally friendly products, even at a higher price.

In the Czech Republic, the results were quite similar — the respondents also mentioned “sponsorship”, “donations and charity” and “support of the healthy lifestyle”. However, “environmental activities” were highly dominant, unlike the situation in Russia [2].

Conclusion

“Corporate Social Responsibility” is not an unknown phenomenon in Russia anymore — more than 69% of respondents answered, that they had heard about “CSR”. However, it appears that the understanding of this term might be slightly different in Russia from that in the Czech Republic. Whereas in the Czech Republic those activities that are regarded as socially responsible, which are based on some legislative framework; in Russia the respondents named activities such as “not breaking the law” or “the production of healthy and safe products”, as things which should be a part of the legislation, and are thus regarded as matters of fact by Czech consumers. To sum up the results I shall return to my hypotheses:

1. Most respondents have already heard about CSR. Confirmed.
2. The most frequently mentioned activities, that should be the part of CSR, are social and environmental activities. Partly confirmed — Russian respondents prefer social activities to environmental activities.
3. Most companies in Russia are not regarded as socially responsible. Confirmed.
4. Respondents would prefer products produced by socially responsible companies. Partly confirmed — Respondents would prefer ecological products.
5. Respondents would not base their preference for any retail chain in which to do their shopping, just upon its social responsibility, the most important factors for their choice are location and prices. Confirmed.

Russian consumers’ perception of the situation in the Russian retail market, as regards CSR, appears to be very similar to the Czech consumers’ perception. It is also important to mention, that the results obtained in this survey cannot be generalized on the whole Russian population, as the sample of respondents was too small, and it was not representative of the whole Russian population, as it only consisted of students and academic workers from the Ural State Technical University in Ekaterinburg.

References

1. EC (2001): Green Paper: Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility, Brussels: Commission of the European Communities, COM (2001) 366 final.
2. Průša P. Social Responsibility of Companies Operating in the Czech Republic — Student Awareness Survey. Working Papers Fakulty mezinárodních vztahů, 27/2008. Praha: Oeconomica, 2008.
3. Zdražilová D. et al. Společenská odpovědnost podniků: transparentnost a etika podnikání. 1st edition. Praha: C. H. Beck, 2010. P. 167.
4. Zdražilová D. et al. Udržitelné podnikání. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Oeconomica, 2011. P. 146.

Научное издание

**МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА,
МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС И РОССИЯ
В НОВЫХ ГЕОПОЛИТИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ**

Сборник научных трудов
Международной научно-практической конференции
(Екатеринбург, 23 апреля 2015 г.)

Печатается в авторской редакции и без издательской корректуры

Компьютерная верстка М. Ю. Ворониной

Поз. 153. Подписано в печать 01.10.2015.

Формат 60 × 84/16. Гарнитура Мilіo. Бумага офсетная.

Печать плоская. Уч.-изд. л. 15,4. Усл. печ. л. 12,44.

Заказ 690. Тираж 16 экз.

Издательство Уральского государственного экономического университета
620144, Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной Воли, 62/45

Отпечатано с готового оригинал-макета в подразделении оперативной полиграфии
Уральского государственного экономического университета



Уральский государственный
экономический университет