

# ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 332.18

Н. В. БОРОВСКИХ

Омский государственный  
технический университет

## РАЗВИТИЕ МАРКЕТИНГА СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

В статье рассмотрен процесс маркетинга сельской территории, предложена и апробирована методика определения маркетингового потенциала сельского муниципального района, сформулированы основные маркетинговые стратегии развития территории.

**Ключевые слова:** территориальный маркетинг, муниципальный маркетинг, маркетинговый потенциал, маркетинговые стратегии.

Современный этап социально-экономических преобразований в Российской Федерации характеризуется негативными изменениями условий хозяйствования в сельской местности, следствием которых является уменьшение объемов сельскохозяйственного производства, снижение эффективности деятельности аграрных организаций, ухудшение качества жизни на селе. Развитие сельских территорий возможно за счет обеспечения их привлекательности для потенциальных инвесторов, населения, других потребителей, для чего необходимо наладить прочные межтерриториальные, междугородние и международные контакты. Одним из механизмов повышения инвестиционной привлекательности региона является успешная реализация маркетинговых программ развития территорий, направленных на привлечение внутренних и внешних инвесторов.

По мнению ученых [1–3], территориальный маркетинг — это управленческая деятельность,

предпринимаемая на территории с целью создания, поддержания или изменения о ней мнений, намерений или поведения субъектов, как уже существующих и действующих на данной территории, так и потенциальных потребителей.

В зависимости от уровней административно-территориального деления, принятого в Российской Федерации, подвидами территориального маркетинга являются [4]:

— макромаркетинг (национальный) — это маркетинг, реализуемый государственными органами власти в масштабах страны;

— региональный маркетинг, реализуемый на уровне областей и регионов;

— муниципальный маркетинг, объекты которого — город, муниципальные образования, сельские поселения.

Маркетинговое управление сельской территорией представляет собой всестороннюю направленность



Рис. 1. Процесс маркетинга сельских территорий

на развитие территории не только как продавца или покупателя/пользователя товаров и услуг, но и благоприятного места для ведения и развития бизнеса, проживания или отдыха.

Субъекты маркетинга территории подразделяются на внутренние и внешние, которые, в разной степени являясь потенциальными или реальными потребителями и (или) инвесторами данной территории, оказывают различное воздействие на ее развитие, формируя ее привлекательность. Для муниципального маркетинга, в частности для маркетинга отдаленных территориальных образований, основными целевыми рынками (субъектами маркетинга территории) будут являться: глава администрации муниципального образования, местные жители, местные производители и представители бизнес-структур, финансовые организации, предприятия инфраструктуры, культуры и спорта, индустрия гостеприимства, турфирмы, транспортные компании, учебные заведения, СМИ и др. В отношении каждой представленной группы необходимо разрабатывать свой комплекс маркетинга и стратегию привлечения и удержания.

В соответствии с Концепцией устойчивого развития сельских территорий РФ на период до 2020 года сельские территории выполняют ряд важнейших общенациональных функций, которые необходимо учитывать при обосновании и реализации маркетинговой стратегии развития отдельно взятого сельского поселения. К функциям относят: производственную, демографическую, трудовые ресурсы, жилищную, пространственно-коммуникационную, функцию социального контроля.

В качестве основных целей маркетинга сельских поселений могут выступать [1, 4, 5]: повышение инвестиционной привлекательности для внешних и внутренних инвесторов, формирование и улучшение

имиджа территории, ее престижа, деловой и социальной конкурентоспособности; расширение участия территории и ее субъектов в реализации федеральных, региональных и областных программ; привлечение на территорию государственных и иных внешних по отношению к территории заказов; повышение притягательности вложения, реализации на территории внешних по отношению к ней ресурсов; стимулирование приобретения и использования собственных ресурсов территории за ее пределами к ее выгоде и в ее интересах.

Процесс маркетинга сельских территорий начинается с формирования имиджа и позиционирования территории по отношению к соседним территориям. Затем проводится маркетинговый аудит окружающей среды, включающий в себя анализ потребителей, целевых групп и конкурентов, и институциональный анализ, охватывающий анализ основных и дополнительных услуг, предоставляемых территорией, оценка отношений к территории ее жителей. Также оценивается производственный потенциал, в результате которого для достижения положительного результата определяется несколько групп основных целей территории (рис. 1).

При анализе маркетинговых возможностей сельской территории определяется ее потенциал и направления бизнеса, способные удовлетворить нужды населения данной территории. Применительно к маркетингу сельской территории комплекс маркетинга «4Р и 4С» выглядит как цепочка взаимосвязанных действий, призванных помочь потребителям наглядно определить потенциал и имеющиеся ресурсы данной территории, ее перспективные направления развития и необходимую сумму затрат для реализации бизнес-проектов.

Высоким накопленным потенциалом развития Омской области обладают два основных производ-

Социально-экономические показатели развития сельских территорий Омской области

Таблица 1

Показатель	2000 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2015 г. к 2013 г., %
Численность населения региона, тыс. чел.	2 136,1	1 974,0	1 973,9	1 978,2	100,21
Численность сельского населения, тыс. чел.	679,5	557,4	553,8	550,5	81,01
Удельный вес численности сельского населения в общей численности населения Омской области, %	31,8	28,2	28,0	27,8	98,58 п.п.
Численность населения, занятого в сельскохозяйственном производстве, тыс. чел.	175,7	141,3	138,3	136,0	77,40
Уровень заработной платы в сельскохозяйственном производстве, тыс. руб.	711,5	12 643,3	14 436,6	16 110,4	127,42
Отношение заработной платы в сельскохозяйственном производстве к уровню заработной платы в целом по области, %	48,55	57,64	58,09	61,06	105,93 п.п.
Индекс производства сельскохозяйственной продукции в хозяйствах всех категорий, %	110,5	125,9	94,1	98,5	78,23 п.п.
Валовой сбор зерна, тыс. тонн	13,6	9,5	16,3	15,1	158,94
Производство скота и птицы на убой, тыс. тонн	184,2	190,2	190,5	182,3	95,84

Характеристика сельских территорий Омской области по зонам, 2014 г.

Таблица 2

Зона	Муниципальные районы, входящие в данную зону	Территория, тыс. кв. км	Численность населения, тыс. чел.	Плотность населения, чел. на м <sup>2</sup>	Количество сельских округов, ед.
Степная	Нововаршавский, Одесский, Оконешниковский, Павлоградский, Полтавский, Русско-Полянский, Таврический, Черлакский, Шербакульский	25,0	198,9	8,0	82
Южная лесостепь	Азовский немецкий национальный район, Исилькульский, Калачинский, Кормиловский, Любинский, Марьяновский, Москаленский, Омский	20,0	326,4	16,3	101
Северная лесостепь	Большереченский, Горьковский, Колосовский, Крутинский, Муромцевский, Называевский, Нижнеомский, Саргатский, Тюкалинский	43,9	176,8	4,0	107
Северная зона	Большеуковский, Знаменский, Седельниковский, Тарский, Тевризский, Усть-Ишимский	51,8	102,2	2,0	75

ственных направления — производство и переработка сельскохозяйственной продукции (в структуре ВРП данная отрасль в 2015 г. занимала 9,5 %), обрабатывающие производства (доля в структуре ВРП — 47,8 %). Обрабатывающие производства в регионе преимущественно представлены машиностроением и нефтехимической промышленностью.

Численность населения региона в 2013–2015 гг. оставалась стабильной и на начало 2016 г. была равна 1978,2 тыс. чел. (табл. 1), при этом численность сельского населения за трехлетний период исследования сократилась почти на 20 %, также произошло снижение численности населения, занятого в сельскохозяйственном производстве, на 5,3 тыс. чел. за рассматриваемый период [6].

На фоне неравенства размера заработной платы на селе и среднего показателя заработной платы по области темпы роста доходов у работников, занятых в сельскохозяйственном производстве, выше темпов роста среднеобластной заработной платы. В целом необходимо отметить, что для Омской области характерно снижение основных индикаторов развития сельских территорий в 2000–2015 гг., а также показате-

телей объемов и эффективности производства сельскохозяйственной продукции.

Для удобства управления и организации сельскохозяйственного производства территория Омской области поделена на четыре большие природно-экономические зоны (северная, северная лесостепная, южная лесостепная и степная), которые существенно дифференцированы по площади, численности и плотности населения, количеству входящих в них округов (табл. 2).

Для оценки маркетингового потенциала сельской территории нами была разработана методика, основанная на рейтинговом подходе.

Предлагаемый алгоритм определения маркетингового потенциала сельской территории в общем виде может быть представлен в виде совокупности следующих этапов:

1. Сбор исходных показателей, представление их в абсолютных величинах.
2. Стандартизация показателей.
3. Суммирование стандартизованных показателей.
4. Обобщение и представление результатов исследования.

Матрица результатов проведения рейтинговой оценки муниципальных районов северной экономической зоны Омской области, 2014 г.\*

Шифр показателя	Показатель	Муниципальный район					
		Большеуковский	Знаменский	Седелниковский	Тарский	Тевризский	Усть-Ишимский
<b>1. Ресурсная составляющая</b>							
1.1.	Общая площадь муниципального района, тыс. кв. км	0,60	0,23	0,33	1	0,62	0,50
1.2.	Общая площадь лесных насаждений, тыс. га	0,54	0,17	0,31	1	0,64	0,52
1.3.	Общий запас лесных фондов, тыс. м <sup>3</sup>	0,34	0,16	0,22	1	0,52	0,34
1.4.	Общая площадь сельскохозяйственных угодий, тыс. га	0,82	0,46	0,53	1	0,45	0,38
Сумма рейтинговой оценки по группе		2,30	1,02	1,39	4	2,23	1,74
<b>2. Трудовые компоненты</b>							
2.1.	Численность населения, тыс. чел.	0,17	0,26	0,23	1	0,32	0,27
2.2.	Удельный вес безработицы в общей численности населения сельской территории, %	0,63	0,58	0,80	1	0,90	0,89
2.3.	Среднемесячная начисленная заработная плата, руб.	0,85	0,85	0,86	1	0,86	0,86
Сумма рейтинговой оценки по группе		1,65	1,69	1,89	3	2,08	2,02
<b>3. Предпринимательские инициативы</b>							
3.1.	Количество зарегистрированных на территории субъектов малого и среднего предпринимательства, ед.	0,25	0,39	0,30	1	0,45	0,47
3.2.	Количество сельскохозяйственных организаций, ед.	0,33	0,92	0,58	1	0,44	0,42
Сумма рейтинговой оценки по группе		0,58	1,31	0,88	2	0,89	0,89
<b>4. Результативная составляющая</b>							
4.1.	Индекс производства сельскохозяйственной продукции, %	0,98	0,74	0,80	1	0,84	0,81
4.2.	Валовый сбор зерна, тыс. тонн	0,09	0,45	0,17	1	0,27	0,05
4.3.	Валовый сбор картофеля, тыс. тонн	0,20	0,32	0,35	1	0,36	0,30
4.4.	Валовый сбор овощей, тыс. тонн	0,30	0,44	0,42	1	0,40	0,48
4.5.	Производство скота и птицы, тонн	0,18	0,36	0,47	1	0,20	0,35
4.6.	Производство молока, тонн	0,11	0,24	0,40	1	0,43	0,21
4.7.	Производство яиц, тыс. шт.	0,11	0,35	0,44	1	0,30	0,41
Сумма рейтинговой оценки по группе		1,97	2,9	3,05	7	2,80	2,61
<b>Сумма рейтинговой оценки по всем группам показателей</b>		<b>6,50</b>	<b>6,92</b>	<b>7,21</b>	<b>16</b>	<b>8,00</b>	<b>7,26</b>

Примечание: \* — все результаты приведены в стандартизованном виде.

Нами был проведен сравнительный анализ сельских территорий по четырем направлениям, в которых дана оценка следующим группам показателей: ресурсной составляющей, трудовым компонентам, предпринимательским инициативам, результативной составляющей маркетингового потенциала.

Рассмотрим результаты оценки маркетингового потенциала на примере сельских районов северной природно-экономической зоны, более глубокий анализ проведем на примере Усть-Ишимского района. Стандартизованные показатели маркетингового потенциала сельских муниципальных районов северной экономической зоны Омской области представлены в табл. 3.

Анализируя ресурсную составляющую муниципальных районов северной зоны Омской области, необходимо отметить, что показатели оценки ресурсов маркетингового потенциала характеризуются существенной дифференциацией. Представленные

районы имеют достаточные площади лесных насаждений и сельскохозяйственных угодий, позволяющие организовать деятельность в данных отраслях. Усть-Ишимский сельский муниципальный район располагается на территории Ишим-Иртышского водораздельного заболоченного участка с болотными, лугоболотными, подзолистыми и серыми лесными почвами. Следовательно, возделывание сельскохозяйственных культур при отсутствии достаточно больших площадей и земель с хорошим содержанием гумуса экономически неэффективно. Это подтверждается и показателями возделывания зерновых: урожайность зерновых ниже, чем в степной зоне, на 25 %, а затраты на один гектар почвы выше в 1,5 раза.

При анализе трудовых показателей сельских районов северной экономической зоны Омской области мы отмечаем низкую плотность населения районов и сложную демографическую обстановку на исследуемых территориях. Численность населения



Рис. 2. Модель развития Усть-Ишимского муниципального района с учетом анализа элементов маркетингового потенциала

с каждым годом снижается. Население сельских муниципальных районов идет на убыль за счет миграции на другие территории (механическое движение), а также постепенного старения населения и, соответственно, высокой смертности (естественное движение).

При анализе исходных значений результативной составляющей для проведения рейтинговой оценки маркетингового потенциала сельских муниципальных районов северной экономической зоны Омской области необходимо отметить крайне низкие значения исследуемых показателей, что говорит о малой эффективности результатов деятельности администраций в развитии производственной сферы на исследуемых территориях.

Относительно стабильными являются показатели результативной составляющей маркетингового потенциала сельских муниципальных районов. Это может быть связано прежде всего с низким уровнем освоения ресурсов в исследуемых сельских районах, что свидетельствует о возможных перспективных направлениях развития данных территорий.

Результаты проведенного анализа маркетингового потенциала сельских территорий северной зоны Омской области подтверждают тот факт, что для формирования инвестиционной привлекательности сельской территории местной власти необходимо реагировать на угрозы совместно с местным бизнесом путем совершенствования подготовки кадров, улучшения условий проживания, совместно решая ряд социальных и экономических проблем. Приоритетом политики администрации района в сфере развития малого бизнеса должно явиться устранение территориальных и отраслевых диспропорций, развитие внутренних инициатив в области организации малого и среднего бизнеса.

На основе результатов исследования маркетингового потенциала Усть-Ишимского района Омской области нами предложена модель развития сельской территории (рис. 2).

С учетом представленной схемы одним из основных направлений экономической политики админи-

страции района должно стать более полное использование потенциала развития малого бизнеса и увеличение его вклада в совокупный экономический рост района. Вторым моментом должно стать развитие территории, в котором основным является комплексный подход укрепления ресурсного комплекса. Развитие трудовых компонентов может быть обеспечено за счет привлечения на территорию новых жителей и создания условий труда для проживающих на данной территории жителей. Обеспечение развития результативной составляющей возможно посредством улучшения имеющихся характеристик муниципального района.

Предполагается, что спроектированная нами маркетинговая стратегия развития Усть-Ишимского района Омской области будет включать в себя следующие составляющие:

1. Маркетинг имиджа предполагает проведение коммуникационных мероприятий (статьи и информация о природных ресурсах и предпринимательском климате) во внешних и внутренних СМИ, направленных на формирование имиджа района.

2. Маркетинг привлекательности состоит в возрождении старобитной культуры и местного колорита преимущественно путем развития сельского и исторического туризма.

3. Маркетинг персонала/населения на территории муниципального образования предполагает привлечение на территорию квалифицированных кадров путем создания новых производств, а также привлечение на территорию новых жителей при позиционировании территории как экологически чистой зоны для проживания и ведения ЛПХ.

4. Маркетинг инфраструктуры будет реализован путем создания и поддержания производственной, транспортной инфраструктуры для развития предпринимательских инициатив, а также посредством создания и обеспечения социальной инфраструктуры, включающей в себя обустройство социальных объектов для обслуживания населения.

5. Инвестиционный маркетинг должен быть направлен на разработку как целевых инвестиционных



программ развития сельской территории, так и готовых инвестиционных проектов развития сельской территории относительно выбранных «точек роста».

Сельская территория как объект маркетингового управления должна представлять собой гибкую систему, которая может быстро и эффективно приспосабливаться к изменяющейся окружающей среде и новым возможностям. Это означает, что на территории должна быть организована эффективная информационная система, а также система планирования, внедрения и контроля, которые сделают возможным производить мониторинг и своевременно реагировать на меняющиеся возможности и угрозы. При помощи процесса стратегического рыночного планирования территории может быть создано уникальное рыночное предложение.

#### Библиографический список

1. Киселева, Е. О. Маркетинговые подходы к анализу сельской территории как объекту территориального маркетинга / Е. О. Киселева // Актуальные вопросы экономики, менеджмента и финансов в современных условиях : сб. науч. тр. по итогам междунар. науч.-практ. конф. — СПб., 2015. — Вып. 2. — С. 237–240.

2. Панкрухин, А. П. Маркетинг территории / А. П. Панкрухин. — 2-е изд., доп. — СПб. : Питер, 2006. — 436 с.

3. Лукина, Т. С. Разработка маркетинговых стратегий сельских территорий / Т. С. Лукина, О. Ю. Патласов // Наука о человеке: гуманитарные исследования. — 2014. — № 4 (18). — С. 225–234.

4. Радченко, В. П. Маркетинг сельских территорий в системе территориального управления: принципы, инструментальный аппарат : автореф. дис. ... д-ра экон. наук / В. П. Радченко. — Ростов н/Д, 2011. — 48 с.

5. Медведева, Е. И. Муниципальный маркетинг: первоочередные задачи на самом «местном уровне» / Е. И. Медведева, С. В. Крошилин // Маркетолог. — 2008. — № 5. — С. 18–23.

6. Омский областной статистический ежегодник «2015» : крат. стат. сб. / Омскстат. — Омск, 2015. — 41 с.

**БОРОВСКИХ Нина Владимировна**, доктор экономических наук, доцент (Россия), профессор кафедры экономики и организации труда.

Адрес для переписки: ninabor\_omsk@mail.ru

Статья поступила в редакцию 06.06.2016 г.

© Н. В. Боровских

УДК 336.2

**А. Е. МИЛЛЕР  
Н. В. МИЛЛЕР**

Омский государственный  
университет им. Ф. М. Достоевского

## ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ НАЛОГОВОЙ КУЛЬТУРЫ НА НАЛОГОВЫЕ ПОСТУПЛЕНИЯ В РЕГИОНАЛЬНЫЙ БЮДЖЕТ

Исследованы теоретические и методические основы влияния налоговой культуры на налоговые поступления. Раскрыта взаимосвязь налоговой культуры и налогового поведения. Обоснована социальная значимость выполнения обязательств по уплате налогов для всех категорий населения. Предложены мероприятия по повышению налоговой культуры, целеориентированные на стимулирование налоговых поступлений в региональный бюджет.

**Ключевые слова:** налоговая культура, региональный бюджет, налоговые поступления, налоговое поведение, налогоплательщик.

**Работа проводилась при финансовой поддержке Российского гуманитарного научного фонда, проект № 16-12-55008.**

Налоговая культура — это система ценностей, установленных правил, норм и принципов в сфере налоговых отношений. Она представляет собой модель, включающую в себя правомерные действия налогоплательщиков и налоговых органов. В связи с инновационным развитием российской экономики значительно повышается роль налоговой культуры всех слоев населения. Актуальность данной проблемы обуславливается неопровержимым влиянием налоговой грамотности граждан на общее состояние и развитие не только налоговой системы, но и экономики, государства в целом. Налоговая культура в первую очередь влияет на уровень собираемости на-

логов, также она определяет эффективность работы налоговых органов. В настоящее время существенным является четкое понимание населением направлений использования налоговых поступлений, в том числе направляемых на повышение благосостояния граждан [1].

Из определения налоговой культуры, в свою очередь, вытекает понятие «культурный налогоплательщик». Культурный налогоплательщик — это прежде всего информированный по вопросам налогового законодательства и взаимодействия с налоговыми органами, добросовестный и порядочный гражданин, знающий свои права и выполняющий свои налого-

вые обязанности перед государством, а также понимающий важность налогов для нормального функционирования и стабильного экономического состояния страны [2].

Для повышения уровня налоговой грамотности необходимо:

1. Упростить налоговое законодательство, которое является достаточно многоаспектным, сложным и нестабильным. Из-за его постоянных изменений налогоплательщику сложно отслеживать нововведения в налоговом законодательстве, а следовательно, их выполнять.

2. Активно использовать средства массовой информации (СМИ), консультирование, рекламу в СМИ, на радио; создавать сайты в интернете, запускать горячую линию.

3. Информировать население о перераспределении налоговых поступлений. Налогоплательщик имеет право знать, на какие цели израсходованы налоги.

4. Обеспечивать взаимодействие налоговой инспекции и налогоплательщиков, осознание обеими сторонами, что они партнеры. Здесь нельзя не отметить популярность проведения дня открытых дверей в налоговых инспекциях.

5. Повышать имидж и престиж работников налоговой инспекции, заработную плату; избегать текучести кадров.

6. Формировать у молодежи налоговое сознание, для чего необходимо осваивать налоговую грамоту со школьной скамьи.

Все данные меры для повышения налоговой культуры в России активно применяются. Все больше можно увидеть рекламу на улицах города и по местным телеканалам. Информация на сайтах налоговой инспекции регулярно обновляется. Более того, вводятся новшества. Например, для поднятия уровня налоговой культуры на сайте создают специальную страничку с информацией о наиболее характерных нарушениях налогового законодательства, налоговой грамотности налогоплательщиков, а также о повышении их осведомленности. Федеральная налоговая служба (ФНС) России создала условия для устранения правонарушений, выявляемых в ходе проведения мероприятий налогового контроля. В школах активно проводятся уроки налоговой грамотности. К сожалению, пока в единственной области — Нижегородской проводится олимпиада по основам налоговой грамотности среди учащихся старших классов. Для подрастающего поколения особенно важно хорошо ориентироваться в налоговом законодательстве для обеспечения себе в будущем достойной жизни. Во многих городах запущена бесплатная горячая линия, куда каждый гражданин может позвонить и задать интересующий его вопрос в сфере налогообложения. Следует констатировать, что будущее у налоговой культуры России есть, более того, с каждым годом она только растет. Но не нужно останавливаться на достигнутом, требуется продолжать работу над повышением уровня налоговой грамотности у населения. Для этого необходимо правильное восприятие гражданами своевременной и полной уплаты налогов для государственных и общественных потребностей [3].

С этой целью проведено исследование уровня налоговой культуры, его влияния на исполнение обязательств по уплате налогов и формированию налоговых поступлений в региональный бюджет в разрезе трех групп населения Омского региона: экономически активного населения, пенсионеров и студентов.

Для оценки уровня налоговой культуры экономически активного населения и факторов, влияющих на ее формирование, обследовались граждане в возрасте 30 — 50 лет. В первую очередь проводилась оценка уровня информированности в сфере налогов и налогообложения экономически активного населения. Большинство респондентов считают себя слабоинформированными по вопросам действующего законодательства, а высокоинформированных по этому вопросу всего 8 %. 6 % затруднились дать ответ на поставленный вопрос. Также 81 % граждан среди опрошенных в возрасте 30 — 50 лет знает, какие налоги положено платить, поскольку основную часть налогов платит население именно этой возрастной группы. 8 % признались, что пребывают в полном неведении насчет того, какие налоги они должны платить.

Данные свидетельствуют о том, что уровень информированности населения в области налогов невысок. Следует заключить, что невысокий уровень осведомленности о необходимости и размерах налоговых поступлений в региональный бюджет может приводить к неосознанному уклонению от исполнения налоговых обязательств. Полученные данные позволяют сделать вывод, что отсутствие информированности трудоспособных граждан об особенностях налоговой системы, о налоговых обязательствах, которые эти граждане должны исполнять, приводит к нарушению правил и возможностей формирования региональных налоговых поступлений.

Следующий этап исследования — оценка отношения российских граждан к налоговым органам и налоговой системе РФ в целом. Одна треть респондентов выразила безразличное отношение к налоговой системе Российской Федерации. Это говорит об отсутствии к ней интереса. Почти четверть респондентов позитивно относится к налоговой системе РФ. 22 % граждан выразили негативное отношение к ней, а 19 % затруднились ответить на данный вопрос.

Большинство граждан в возрасте 30 — 50 лет высказались за своевременную уплату налогов, так как многие стараются не иметь проблем с налоговыми органами, избегают различных штрафных санкций. 12 % граждан предпочитают скрывать доходы, потому что, во-первых, основное налоговое бремя ложится именно на представителей этой возрастной категории, а во-вторых, не все граждане понимают всю значимость налогов для государства. Только 2 % затруднились высказать собственное мнение.

Целесообразно также отметить, что 45 % опрошенных представителей экономически активного населения относятся к налоговым органам страны с уважением и доверием. Этот показатель значительно выше, чем у предыдущей возрастной группы, где только 30 % высказались за положительное отношение к налоговым органам. 37 % граждан выразили свое негативное отношение к налоговым органам и их должностным лицам, т. е. с недоверием и даже с неприязнью. Доля таких людей, как и в других возрастных группах, высока. Оставшаяся часть респондентов нейтрально относится к налоговым органам. 4 % испытали затруднение при ответе на поставленный вопрос.

Следует подчеркнуть, что почти половина опрошенных граждан (53 %) безразлично относится к людям, преднамеренно не уплачивающим налоги, что значительно выше, чем в других возрастных категориях. Среди молодежи 43 % с пониманием относятся к лицам, уклоняющимся от налогов, а среди пенсионеров — всего 26 %. Чуть больше трети опрошенных

(38 %) выразили негативное отношение к таким лицам. Лишь 9 % респондентов с пониманием относятся к таким людям, что значительно ниже, чем в предыдущей возрастной группе. 25 % опрошенных в возрасте 18–30 лет относятся с пониманием к лицам, преднамеренно не уплачивающим налоги.

Также было задано несколько вопросов с целью оценки факторов, влияющих на уровень налоговой культуры налогоплательщика.

Наибольшее влияние на налоговую культуру налогоплательщиков, по мнению респондентов, оказывает информация, поступающая из СМИ, и информированность граждан о налоговой системе. В меньшей степени на налоговую культуру налогоплательщика, по мнению опрошенных граждан, могут влиять коллеги и нравственные ценности.

И наконец, чтобы оценить степень толерантности граждан к неуплате налогов, был задан один вопрос. Почти все респонденты в возрасте 30–50 лет высказали мнение относительно того, что бывают такие жизненные ситуации, которые позволяют обычным гражданам не выполнять свои налоговые обязательства. Таким образом, они оправдывают негативную практику неисполнения обязательств по уплате налогов. Отказались высказать свое мнение 3 % опрошенных. Большинство граждан в качестве причин неисполнения налоговых обязательств выделяют: низкие заработки или их отсутствие; непрогнозируемые жизненные проблемы; принадлежность к социально незащищенным слоям населения (многодетные семьи, ветераны, инвалиды и другие). В содержательной части подобных аргументов находит свое проявление присущая российскому обществу патерналистская установка — полная убежденность в том, что именно государство обязано осуществлять заботу с целью повышения материального благосостояния граждан, в то время как сам гражданин, попавший в трудную жизненную ситуацию (бедность или ограниченные возможности), считает себя вправе не выполнять свои налоговые обязательства перед государством. Граждан, поддерживающих процессы сознательного уклонения от выполнения налоговых обязательств (если есть возможность — почему бы и не платить налоги?), оказалось примерно около 5 %. Однако в реальной ситуации таких граждан, как правило, оказывается значительно больше, так как не все граждане во время открытого опроса способны честно признаться в осознанном неисполнении ими налоговых обязательств.

На основании полученных в ходе исследования результатов, можно констатировать, что уровень налоговой культуры российских граждан в возрасте 30–50 лет еще довольно низок, несмотря на то что определенные меры по повышению налоговой культуры граждан все-таки предпринимаются. Уровень толерантности находится на высоком уровне, как и в других возрастных группах. В связи с этим государству необходимо уделять повышенное внимание воспитанию налоговой культуры граждан, особенно повышению уровня налоговых знаний, налоговой грамотности, путем проведения разъяснительных бесед с налогоплательщиками, активизации пропаганды налоговой культуры в различных источниках информации.

В последние годы появляется все больше исследований, посвященных воздействию социальных норм и ценностей на экономическое поведение людей старшего возраста. С этой целью было проведено исследование уровня налоговой культуры пенсионеров на основе анализа их мнения по вопросам, связанным с налогообложением.

Первый вопрос был направлен на выявление информированности налогоплательщиков пенсионного возраста о положенных к уплате налогах. 35 % респондентов утвердительно ответили, что они имеют полное понимание относительно исполнения обязательств по уплате всех налогов. Приблизительные знания об обязательствах и необходимости уплаты налогов отметили 32 % опрошенных. Вместе с тем 16 % респондентов честно признались, что не имеют информации о том, какие налоги необходимо платить. Такой же процент респондентов не смогли утвердительно дать ответ на поставленный вопрос. Уровень информированности налогоплательщиков пенсионного возраста в полтора раза выше, чем у молодежи до 30 лет, однако лучше всего осведомлены о том, какие налоги им следует уплачивать, респонденты в возрасте от 30 до 50 лет. Причина того, что уровень информированности налогоплательщиков пенсионеров уступает уровню информированности респондентов от 30 до 50 лет, заключается прежде всего в том, что доля пенсионеров, умеющих пользоваться компьютером и работать в Сети, существенно меньше, чем среди людей среднего возраста, и, соответственно, возможностей углубить свои знания в сфере налогового законодательства у них меньше.

С целью выяснения мнения о налоговой системе РФ респондентам было задано несколько вопросов о том, как они относятся к налоговой системе в целом, а также к налоговым органам и лицам, осуществляющим сбор налогов.

Опрос показал, что 33 % респондентов пенсионного возраста относятся к налоговой системе в нашей стране отрицательно. Что касается мнения о налоговых органах и лицах, осуществляющих сбор налогов в России, то 44 % опрошенных заявили о своем недоверии, а некоторые даже о неприязненном отношении. Следует отметить, что среди пенсионеров, по сравнению с другими возрастными группами, доля тех, кто относится к налоговым органам положительно (47 %), наиболее высока.

Тем не менее это все равно нельзя считать приемлемым, поэтому напрашивается вывод о необходимости проведения разъяснительной работы с гражданами РФ о том, что сотрудники налоговых органов не ставят своей целью начислять все больше налогов, а лишь выполняют свою работу, обеспечивая правильное и своевременное исполнение гражданами обязанности по уплате налогов.

Проблема неуплаты налогов имеет несколько измерений. Одно из них — низкий уровень информированности граждан о возложенных на них обязательствах по уплате налогов. Другое, но не менее важное — насколько толерантно общество относится к неуплате налогов и насколько оправданным признается такое поведение.

Как показало исследование, 100 % опрошенных пенсионного возраста признают своевременную уплату налогов единственно возможным и верным поведением. Это свидетельствует о понимании гражданами пенсионного возраста практической значимости налогов в обеспечении нормальной жизнедеятельности государства и общества. Необходимо заметить, что таких результатов нет ни в одной другой возрастной группе. Например, среди респондентов от 30 до 50 лет каждый восьмой считает допустимым скрывать часть доходов. Объяснить подобную разницу во мнениях возрастных групп может точка зрения, согласно которой пенсионеры являются наиболее законопослушными и благонадежными гражданами среди прочих.



Отвечая на вопрос, связанный с ситуацией, позволяющей гражданам сознательно не выполнять свои обязательства по уплате налогов, респонденты пенсионного возраста (36 %) чаще всего выделяли такие категории граждан, которые имеют те или иные льготы и потому должны быть освобождены от выполнения налоговых обязательств.

При этом опрошенные пенсионеры — единственная возрастная группа, которая поставила на первое место именно льготные категории, а не низкий уровень жизни. Отчасти это можно объяснить тем, что среди пенсионеров доля людей, являющихся представителями льготных категорий, выше, чем у иных возрастных групп. Если говорить о других ситуациях, то некоторая часть респондентов (13 %) ссылается на непредвиденные обстоятельства. Кто-то, не испытывая доверия к государству (5 %), оправдывает неуплату налогов тем, что взимаются они несправедливо и идут не по назначению. Вместе с тем граждан, поддерживающих осознанное уклонение от исполнения налоговых обязательств (если есть возможность — почему бы и не платить налоги?), среди респондентов пенсионного возраста не так уж много — 3 % — меньше, чем у молодежи и у опрошенных от 30 до 50 лет.

Что касается мнения респондентов пенсионного возраста о людях, преднамеренно не уплачивающих налоги, то 58 % пенсионеров осуждают подобное поведение. Почти треть опрошенных (26 %) относится к данной проблеме безразлично, а каждый шестой участник опроса (16 %) — с пониманием. Следует отметить, что доля людей, осуждающих преднамеренную неуплату налогов, среди опрошенных пенсионного возраста выше, чем в других возрастных группах. Респондентов от 30 до 50 лет, осуждающих такое поведение, всего 45 %, а среди молодежи и того меньше — 32 %.

Как показали результаты исследования, информированность населения в сфере налогового законодательства довольно низкая. Более того, необходимо отметить толерантное отношение граждан к неуплате налогов. И несмотря на то что уровень налоговой культуры граждан пенсионного возраста во многих аспектах выше, чем у других возрастных групп, они, как и остальное население, также должны быть ориентированы на значительно полную информированность в вопросах исполнения налоговых обязательств и повышение уровня налоговой культуры.

Повышение налоговой культуры граждан характерно для всех российских регионов. Для этого могут использоваться различные методы. Прежде всего, работа с налогоплательщиками должна быть направлена на разъяснение действующего законодательства и предотвращение его нарушений, на развитие в обществе налоговой культуры и формирование положительного образа налоговой службы. На первый план выдвигается широкомасштабная задача, связанная с целенаправленной деятельностью относительно правового воспитания всех категорий налогоплательщиков. Первоочередной должна стать налоговая информация, проведение просветительской работы со всеми категориями налогоплательщиков, актуализация налоговой дисциплины.

Практика показывает, что нельзя воспитать добропорядочного налогоплательщика, если не показывать примеры четкого и правильного применения налогового законодательства.

Таким образом, необходимо создать такое общественное мнение, что платить налоги — это не только почетная обязанность, но и возможность, благодаря

исправному исполнению каждым гражданином своих налоговых обязательств, укрепления российской экономики и формирования социальных гарантий.

Впервые с исполнением обязательств по уплате налогов каждый гражданин сталкивается тогда, когда начинает работать или же приобретает имущество. В настоящее время большинство студентов г. Омска уже являются налогоплательщиками, поэтому важно знать, насколько они информированы о налоговом законодательстве и насколько «культурны» в налоговом плане. Исследованию подверглись студенты в возрасте 18–25 лет.

На начальном этапе была проведена оценка уровня информированности в сфере налогов и налогообложения студентов. Большинство студентов не располагают информацией (44 %) вообще либо частично информированы (42 %) по вопросам действующего законодательства, а высокоинформированных по этому вопросу всего 7 %. Следовательно, можно сделать вывод: современные студенты слабо информированы о действующем налоговом законодательстве. Также стоит отметить, что 40 % опрошенных приблизительно осведомлены о налогах, которые им положено платить, 23 % — совсем не осведомлены и только 21 % студентов точно знают, что им положено платить. Это подтверждает ранее полученный вывод, что опрошенные студенты плохо информированы о необходимости исполнения ими обязательств по уплате налогов.

На втором этапе было выявлено отношение студентов к налоговой системе РФ и налоговым органам. По данным опроса, 53 % студентов безразлично относятся к налоговой системе, 18 % затруднились ответить на данный вопрос. Отрицательное отношение к налоговой системе у 20 % опрошенных, и всего лишь 9 % студентов положительно относятся к налоговой системе. Это говорит о том, что большинство из опрошенных вообще не знакомы с налоговой системой, отсюда и безразличное к ней отношение, и затруднение с ответом на данный вопрос. Что же касается отношения к налоговым органам, то 30 % студентов положительно относятся к налоговым органам, 34 % — отрицательно, а 36 % — безразлично.

Следующий блок вопросов был связан с допустимым поведением налогоплательщиков и с отношением к людям, не уплачивающим налоги. Анализ полученных ответов показал, что студенты являются сознательными в налоговом плане, так как 90 % из них считают допустимым своевременно уплачивать налоги и всего лишь 7 % — скрывать часть доходов. Следует отметить, что 43 % студентов безразлично относятся к людям, не уплачивающим налоги, а 25 % — с пониманием. Это говорит о том, что студенты довольно толерантны к неуплате налогов.

С целью выявления факторов, влияющих на уровень налоговой культуры, был задан один вопрос. Анализируя полученные ответы, можно сказать, что большинство студентов убеждены в том, что существенное влияние на налоговую культуру налогоплательщиков оказывают нравственные ценности, в том числе семейные традиции (41 %) и информированность налогоплательщиков (35 %). В меньшей степени, считают студенты, влияет информация из СМИ и мнение знакомых и коллег (19 и 5 % соответственно).

Почти все респонденты в возрасте 18–25 лет оправдывают возможные жизненные ситуации, позволяющие налогоплательщику сознательно не исполнять свои обязательства по уплате налогов.

Таким образом, респонденты поддерживают сложившуюся практику по невыплате налогов. Отказались высказать свое мнение 9 % опрошенных. Студенты считают, что не заплатить налоги простительно при низком уровне жизни (34 %), а также гражданам, принадлежащим к льготным категориям — инвалидам, ветеранам и др. (22 %). В меньшей степени, по мнению студентов, простительно не заплатить налоги при проблемах с работой (12 %) и непредвиденных обстоятельствах (10 %).

На основании полученных результатов можно сделать вывод, что у современных студентов низкий уровень знаний о налоговом законодательстве и большинство из них только приблизительно знают, какие налоги они должны заплатить. Степень толерантности к практике неуплаты налогов не очень высокая, но практически половина опрошенных с пониманием относится к неплательщикам налогов, причем практически все опрошенные студенты считают допустимым лишь своевременную уплату. Поэтому в настоящее время необходимо просвещать студентов по вопросам налогообложения и повышать их налоговую культуру.

По результатам оценки способов влияния на налоговую культуру налогоплательщиков видно, что большинство респондентов считают, что в первую очередь на формирование налоговой культуры способствует пропаганда в СМИ (18 %), доступность справочно-правовых систем (12 %) и консультации и коллективные беседы в налоговых органах (13 %).

Таким образом, можно выделить следующие направления для повышения налоговой культуры: повышение информирования, консультирования, пропаганда в СМИ налоговой культуры, налоговой дисциплины и налоговой ответственности; повышение результативности взаимодействия налогоплательщиков и налоговых органов; рост имиджа и престижа работы в налоговых органах; упрощение налогового законодательства РФ и его совершенствование.

Следует отметить, что направления повышения уровня налоговой культуры вытекают из проблем, препятствующих ее развитию.

Для повышения информирования, консультирования и пропаганды в СМИ необходимо совершенствовать разъяснительную работу с гражданами по вопросам действующего законодательства и предотвращению его нарушений; культивировать налоговую культуру и налоговое поведение; учитывать зарубежный опыт информационно-консультационной системы (проведение различного рода семинаров и тренингов, создание операционных залов и офисов по обслуживанию налогоплательщиков и т. д.); создавать в налоговых органах отделы информации и общественных связей или вневедомственный налоговой консалтинг.

Решение второй задачи требует создания условий для повышения уровня исполнения налогоплательщиками налоговых обязательств; повышения налоговой информированности граждан; расширения спектра услуг, оказываемых налоговыми органами налогоплательщикам.

Для повышения имиджа и престижа работы в налоговых органах необходимо формирование у всех

категорий граждан максимально позитивного отношения к налоговым органам; повышение уровня профессиональной компетентности представителей налоговых органов; обеспечение правовой и финансовой защищенности работников налоговых органов, стимулирование мотивации их деятельности [4].

С целью реализации последней задачи следует усилить перераспределительную и стимулирующую функции налогов; создать комфортные условия обслуживания налогоплательщиков; разработать различные программы и систему льгот [5].

Необходимо отметить, что в настоящее время ФНС нацелена на конкретную работу со всеми категориями налогоплательщиков относительно повышения их налоговой культуры. Функционирует общедоступный официальный сайт ФНС, активизируется пропаганда налоговой культуры в СМИ, проводятся тематические семинары и конференции. Таким образом, ФНС на сегодняшний момент не фискальный орган, а служба, готовая помочь каждому налогоплательщику предупредить возможные налоговые правонарушения, что приводит к положительной тенденции развития налоговой системы в целом.

Таким образом, разработка различных программ, улучшение положения налогоплательщиков, а также небольшие поощрения добросовестным налогоплательщикам и развитие системы льгот способствуют повышению налоговой культуры всех слоев населения и, следовательно, исполнению возложенных на них обязательств по уплате налогов. В конечном счете это приведет к существенному росту налоговых поступлений в бюджеты всех уровней, и прежде всего в региональный бюджет.

#### Библиографический список

1. Мирошниченко, Л. Н. Налоговые обязательства как одна из функций культуры общества / Л. Н. Мирошниченко // Культурная жизнь Юга России. — 2009. — № 5. — С. 130–132.
2. Цуриков, В. И. Модель рационального поведения налогоплательщика / В. И. Цуриков // Экономика и математические методы. — 2007. — Т. 43, № 2. — С. 3–11.
3. Богославец, Т. Н. Налоговая культура в условиях социальных трансформаций / Т. Н. Богославец // Вестник Омского университета. Сер. Экономика. — 2011. — Вып. 1. — С. 193–196.
4. Миллер, А. Е. Влияние реляционных отношений на взаимодействие налоговых органов и предпринимательских структур / А. Е. Миллер // Налоги и финансовое право. — 2010. — № 5. — С. 145–150.
5. Миллер, Н. В. Проблемы формирования налоговой культуры в России / Н. В. Миллер // Вестник Омского университета. Сер. Экономика. — 2007. — Вып. 3. — С. 143–146.

**МИЛЛЕР Александр Емельянович**, доктор экономических наук, профессор (Россия), заведующий кафедрой экономики и финансовой политики.

Адрес для переписки: aem55@yandex.ru

**МИЛЛЕР Надежда Викторовна**, кандидат исторических наук, доцент кафедры экономики и финансовой политики.

Адрес для переписки: nvmler2008@yandex.ru

Статья поступила в редакцию 10.05.2016 г.

© А. Е. Миллер, Н. В. Миллер

## УСЛОВИЯ-КРИТЕРИИ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННО ОРИЕНТИРОВАННОЙ ИНТЕЛЛЕКТУАЛИЗАЦИЕЙ ПЕРСОНАЛА

Раскрыта специфика управления интеллектуализацией персонала, ценностные ориентиры которого определены взаимосвязанными компонентами, формирующими интеллектуальный потенциал персонала, а целевая направленность сфокусирована на достижении целевых установок предприятия, обусловленных приоритетами его инновационного развития. Исходя из специфических особенностей управления в предметной области исследования, обоснованы условия-критерии эффективного управления. Результаты исследования являются практико-ориентированными на развитие систем управления персоналом предприятий промышленности, в том числе представляют актуальность для промышленного сектора экономики Омского региона.

**Ключевые слова:** управление персоналом, инновационно ориентированная интеллектуализация, интеллектуальный потенциал персонала, предприятия промышленности, критерии эффективного управления.

В современных научных экономических трудах, например [1, 2], отмечается целесообразность многоуровневого подхода к исследованию интеллектуального потенциала, что означает необходимость дифференциации интеллектуального потенциала общества, территории, организации, человека. Это связано с тем, что каждый исследуемый уровень имеет специфические особенности, обуславливающие уникальность формирования, развития и использования. Причем состояние и динамика любого уровня интеллектуального потенциала зависят от компонентов смежных уровней, являющихся взаимосвязанными.

В результате данного исследования отдано предпочтение двухуровневой трактовке (на индивидуальном и коллективном уровнях) качественного состава интеллектуального потенциала персонала (рис. 1).

Условно интеллектуальный потенциал работника (индивидуальный уровень) может быть представлен в виде

$$ИП_i = ЧП_i - ПФП_i,$$

где  $ИП_i$  — индивидуальный интеллектуальный потенциал;

$ЧП_i$  — интегральный индивидуальный потенциал;  
 $ПФП_i$  — индивидуальный потенциал не интеллектуального (психологического, физиологического) происхождения.

Причем необходимо отметить взаимное влияние и обусловленность  $ИП_i$  и  $ПФП_i$  в составе потенциала работника на индивидуальном уровне. Работник в организации, как известно, многомерен, т. е. негравитационной управленческой задачей является целенаправленное и сбалансированное его формирование и развитие на различных этапах профессиональной деятельности. В качестве основных характеристик

индивидуальной многогранности работника рассматривают [3]: физическое здоровье, характерологический тип, эрудиционные способности, склонность к творчеству, отношение к той или иной социальной группе, политические интересы, систему ценностей, выражение тех или иных нравственных норм, способности производить и потреблять материальные и нематериальные блага. Интеллектуальный потенциал персонала (индивидуальный и коллективный уровни) также многомерен, являясь зависимым от частных потенциалов, качественно его обуславливающих.

В результате проведенного исследования [4, 5] эгофакторные компоненты индивидуального интеллектуального потенциала разделены на группы: а) базовые компоненты (источники  $ИП_i$ ) — наследственные; б) вторичные, приобретаемые в процессе воспитания, всех видов образования, трудовой деятельности, в том числе являющиеся результатом целенаправленных инвестиций в развитие базовых компонентов, а также результат различных непланируемых изменений.

В общем виде индекс индивидуального интеллектуального потенциала  $i$ -го работника в момент времени  $t$  можно представить как

$$I_{unn(t)}^i = f(I_{unn(t)}^{bi}, I_{unn(t)}^{bki}),$$

где  $I_{unn(t)}^{bi}$  — индекс базовых эгофакторных компонентов индивидуального интеллектуального потенциала  $i$ -го работника (источников  $ИП_i$ ) в момент времени  $t$ ;  $I_{unn(t)}^{bki}$  — индекс вторичных эгофакторных компонентов индивидуального интеллектуального потенциала  $i$ -го работника, формируемых в результате инвестиций в развитие базовых компонентов, в момент времени  $t$ .



Рис. 1. Двухуровневая трактовка качественного состава интеллектуального потенциала персонала

При этом к базовым эгофакторным компонентам индивидуального интеллектуального потенциала  $i$ -го работника отнесены потенциалы здоровья (наследственные характеристики), а также психо-физиологические характеристики.

Вторичными эгофакторными компонентами индивидуального интеллектуального потенциала  $i$ -го работника, формируемыми в результате инвестиций в развитие базовых компонентов, являются оцениваемые по индексам:  $I_{з2}$  — здоровья (приобретенные характеристики);  $I_{пфх}$  — психофизиологических характеристик (приобретенных);  $I_o$  — образования;  $I_n$  — профессионализма;  $I_{са}$  — социальной адаптации;  $I_{нн}$  — нормативно-нравственных компоненты;  $I_{тп}$  — творческого потенциала;  $I_{кс}$  — креативных способностей;  $I_{цo}$  — ценностных ориентиров;  $I_{эи}$  — эмоционального интеллекта;  $I_{ки}$  — коммуникативного интеллекта.

Тогда планируемая величина индекса индивидуального интеллектуального потенциала  $I_{унн(t+1)}^{nai}$  к моменту времени  $(t+1)$  с учетом возможных позитивных и негативных изменений может быть выражена в виде

$$I_{унн(t+1)}^{nai} = I_{унн(t)}^i + \Delta I_{унн}^i.$$

На коллективном уровне интеллектуальный потенциал персонала предприятия в целом или его структурного подразделения ( $ИП_n$ ) образуем как

$$ИП_n = \sum_{i=1}^n ИП_i,$$

где  $i$  — единица персонала (работник);  $n$  — количество единиц персонала (работников).

Суммирование в данном случае носит условный характер вследствие влияния на  $ИП_n$  различных факторов, например вероятного недоиспользования индивидуального интеллектуального потенциала; эффекта синергии (положительного и отрицательного) от взаимодействия индивидуальных интеллектуальных потенциалов и других.

Для оценки индекса интеллектуального потенциала персонала (коллективный уровень) в момент времени  $t$  могут быть использованы индексы:  $I_{пз}$  — потенциала здоровья персонала;  $I_{позс}$  — объема знаний (образования);  $I_{пн}$  — потенциала профессионализма;  $I_{кп}$  — квалификационного потенциала;  $I_{оп}$  — организационного потенциала;  $I_{ннп}$  — нормативно-нравственного потенциала;  $I_{кмп}$  — креативно-творческого потенциала.

Состояния компонентов интеллектуального потенциала персонала (индивидуальный и коллективный уровни) (рис. 2) динамичны в любой момент времени, во-первых, вследствие неоднозначных взаимодей-

ствий компонентов друг с другом как в пределах одного уровня, так и между ними, во-вторых, в результате влияния факторов внутриорганизационного окружения и факторов внешней среды (ее операционной и общей составляющей). Динамика и взаимодействие отдельных составляющих интеллектуального потенциала формируют качество интеллектуального потенциала на соответствующем уровне.

Причем динамично взаимодействующие компоненты интеллектуального потенциала персонала (коллективный уровень), формируемые на основе эгофакторных компонентов (результатирующего вторичного индивидуального уровня), образуют ценностные ориентиры управленческого воздействия на всех воспроизводственных стадиях инновационно ориентированной интеллектуализации персонала.

Планируемая величина  $ИП_n$  к моменту времени  $(t+1)$  может быть определена как

$$I_{унн(t+1)}^{\Sigma} = I_{унн(t)}^{\Sigma} + \Delta I_{унн}^{\Sigma}. \quad (1)$$

Управленческой задачей, требующей решения, является получение в результате коллективной инновационной деятельности положительного синергетического эффекта суммы (1). Для решения данной задачи, с учетом специфики инновационно ориентированной интеллектуализации персонала как нетрадиционного объекта управления, предлагаются [4–6] следующие критериальные (необходимое и достаточное) условия, обеспечивающие эффективное управление.

1. Необходимое условие, характеризующее качественный уровень интеллектуального потенциала персонала и полную его использования в инновационном процессе:

$$ИП_n = ИП_{нф} = ИП_{нм}, \quad (2)$$

где  $ИП_n$  — интеллектуальный потенциал персонала;  $ИП_{нф}$  — фактически используемый в инновационном процессе интеллектуальный потенциал персонала;  $ИП_{нм}$  — интеллектуальный потенциал персонала, используемый в инновационном процессе, качество которого соответствует предъявляемым требованиям.

В соответствии с условием (2) имеющийся  $ИП_n$  должен быть, во-первых, максимально полно вовлечен и использован в инновационном процессе, а во-вторых, его качественный уровень должен корреспондироваться с производственными задачами предприятия инновационной направленности.

2. Достаточное условие, позволяющее оптимизировать соотношение эффекта от использования  $ИП_n$  в инновационном процессе и затраченных ресурсов на его достижение:



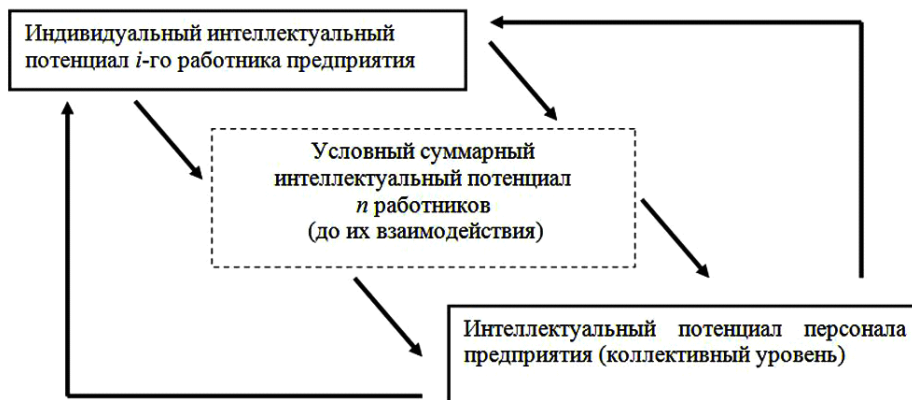


Рис. 2. Характер взаимодействия индивидуальных и коллективных компонентов интеллектуального потенциала персонала

$$K_{\text{эипп}} > 1, \quad (3)$$

где  $K_{\text{эипп}}$  — коэффициент эффективности использования  $ИП_n$  в инновационном процессе:

$$K_{\text{эипп}} = ИК_n / ИП_n'$$

где  $ИП_n$  — интеллектуальный потенциал персонала, выраженный в денежном эквиваленте затрат на его формирование;

$ИК_n$  — интеллектуальный капитал персонала, выраженный в денежном эквиваленте экономических результатов от использования интеллектуального потенциала персонала в инновационном процессе.

В случае неисполнения условий (2) и (3) или хотя бы одного из них невозможно обеспечить эффективное управление инновационно ориентированной интеллектуализацией персонала как воспроизводственным процессом. В результате неэффективного управления могут быть следующие последствия.

1. Нерегулярное и/или нецеленаправленное формирование и развитие  $ИП_n'$ , т. е. недостаточно развитое применение на предприятии всевозможных методов, которые могут быть полезны для этих целей, например оценка (аттестация), позволяющая выявить настоящий квалификационный уровень профессионализма работника, а также спланировать его дальнейшее профессиональное развитие; обучение различных видов, необходимое для повышения уровня теоретических знаний и практических навыков персонала; мотивация самостоятельного развития навыков профессиональной деятельности; коучинг — планомерное развитие под руководством мастера-наставника.

2. Необоснованно завышенные затраты на формирование и развитие  $ИП_n'$ , не обусловленные задачами предприятия в инновационной сфере.

3. Полное использование имеющегося  $ИП_n$ , уровень которого, однако, уже не отвечает ресурсным потребностям предприятия в сфере инноваций, что может быть связано, например, с возрастным старением работников и отсутствием квалифицированных кадров по востребованным профессиональным направлениям вследствие неэффективных программ: привлечения молодых специалистов, повышения квалификации и профессиональной переподготовки, использования опыта ведущих специалистов других компаний.

4. Недоиспользование  $ИП_n'$ , ведущее к экономическим и морально-психологическим потерям работников, обуславливает моральную и экономи-

ческую неудовлетворенность трудом вследствие отсутствия перспективы и мотивации к профессиональному развитию и карьерному росту; в итоге возможно увольнение и переход перспективного работника в компанию более современного уровня. Различными вариантами недоиспользования  $ИП_n$  могут быть следующие.

4.1.  $ИП_n$  используется не в полной мере, но уровень фактического его использования соответствует производственным потребностям. Это означает, что  $ИП_n$  выше, чем требуется для решения текущих производственных задач предприятия. Для работников в этом случае наиболее вероятен профессиональный застой, а следовательно, неудовлетворенность трудом, снижение мотивации к высокопроизводительному труду.

4.2. Уровень фактического использования  $ИП_n$  в основном ниже уровня интеллектуальных возможностей персонала, а также не соответствует производственным целям и задачам. Возможными проявлениями данной критической ситуации могут быть, например, недоиспользование целодневного и внутрисменного фонда рабочего времени как по вине работников, так и по организационно-техническим причинам.

Такое положение (ситуации 1–4) на предприятии требует принятия срочных мер действенного характера по улучшению воспроизводственной сбалансированности и динамики  $ИП_n$ .

В общей сложности неэффективное воспроизводство интеллектуальных ресурсов персонала инновационной сферы, приводящее к рассогласованию между потенциальными возможностями работника, фактическими результатами его труда и задачами предприятия, происходит в основном по следующим причинам: несоответствия между возрастающими потребностями производства в инновационном развитии и существующей профессиональной структурой кадров и их квалификацией; нерациональной расстановки исполнителей по рабочим местам в инновационном проекте; отсутствия необходимой мотивации или мотивационная усталость работников.

Соблюдение предлагаемых критериальных (необходимого и достаточного) условий при управлении инновационно ориентированной интеллектуализацией персонала позволит избежать вышеперечисленных проблем и обеспечить эффективное управление в соответствии с целевыми установками промышленных предприятий в условиях инновационного развития экономики.



## Библиографический список

1. Мартынов, А. Ф. Воспроизводство интеллектуального потенциала: оценка, моделирование, методология управления : дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.05 / Мартынов Анатолий Федорович. — М., 2008. — 306 с.
2. Макашева, Н. П. Оценка интеллектуального потенциала на рынке труда Томской области / Н. П. Макашева, О. А. Несетерова // Вестник ТГУ. Экономика. — 2011. — № 2 (14). — С. 88–98.
3. Одегов, Ю. Г. Управление персоналом в структурно-логических схемах / Ю. Г. Одегов. — М. : Альфа-Пресс, 2008. — 944 с.
4. Яковлева, Е. В. Управление интеллектуализацией персонала промышленных предприятий : моногр. / Е. В. Яковлева. — Омск : Изд-во ОмГТУ, 2014. — 376 с.
5. Яковлева, Е. В. Управление развитием интеллектуализации персонала инновационных предприятий промышлен-

ности на основе инфраструктурного подхода : дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.05 / Яковлева Елена Владимировна. — СПб., 2015. — 340 с.

6. Яковлева, Е. В. Специфика управления развитием интеллектуализации персонала инновационных предприятий промышленности / Е. В. Яковлева // Архитектура, строительство, транспорт : материалы Междунар. науч.-практ. конф. (к 85-летию ФГБОУ ВПО «СибАДИ»). — Омск, 2015. — С. 1424–1430.

**ЯКОВЛЕВА Елена Владимировна**, доктор экономических наук, доцент (Россия), профессор кафедры экономики и организации труда.

Адрес для переписки: [elelenav12@yandex.ru](mailto:elelenav12@yandex.ru)

Статья поступила в редакцию 30.05.2016 г.

© Е. В. Яковлева

УДК 331.5.024.54:332.133

**Г. З. АХМЕТОВА  
М. Ю. МАКОВЕЦКИЙ  
Д. В. РУДАКОВ  
Д. И. ЧЕРНЯВСКИЙ**

Омский государственный  
технический университет

## МЕСТО И РОЛЬ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНО-КРЕАТИВНЫХ РЕСУРСОВ В ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ ОМСКОГО РЕГИОНА

В статье раскрываются современные подходы к исследованию места и роли интеллектуально-креативных ресурсов в современной экономике, а также характера взаимосвязей и взаимообусловленности функционирования рынка труда и использования трудовых ресурсов регионов. Основное внимание уделяется обоснованию концепции производительности интеллектуально-креативных ресурсов и их значимой роли в обеспечении воспроизводственного процесса на инновационной основе. Ее центральная идея — восприятие креативности как движущей силы экономического развития и усиление влияния количества и качества трудовых ресурсов на инновационный процесс, экономический рост и экономическое развитие в целом.

**Ключевые слова:** региональная экономика, человеческий капитал, рабочая сила, трудовые ресурсы, креативные ресурсы, интеллектуальные ресурсы, инновационная экономика.

В середине XX века с разворачиванием современной НТР началось формирование реальных предпосылок для зарождения, становления и развития новой концепции развития производительных сил, в которой производственно-интеллектуальный потенциал человека становится базовым фактором экономического роста и развития. Если в национальном богатстве развитых стран человеческий капитал, по некоторым оценкам, составляет от 70 до 80 %, то в Российской Федерации его доля не превышает 50 % [1, с. 5].

В отличие от многих других стран, где имеются либо сырьевые, либо человеческие ресурсы, Россий-

ская Федерация располагает и теми и другими. Однако неразвитые и/или неэффективно функционирующие институты, слабая конкуренция и низкий уровень конкурентоспособности на уровне отдельных компаний не позволяют использовать имеющийся потенциал. В современных условиях конкурентоспособность и производительность экономики зависят от целого ряда аспектов. На протяжении длительного времени экономисты изучали роль и значение различных факторов, начиная с физического капитала и инфраструктуры и заканчивая образованием и дополнительным обучением, технологиями, макроэкономической стабильностью, эф-

фективным государственным управлением, качеством корпоративного управления, эффективностью рынков и т. д. Очевидно, каждый из этих факторов играет определенную роль, при этом их нельзя рассматривать как взаимоисключающие: ключевыми могут быть одновременно несколько факторов [2, с. 140 – 141].

Особую актуальность в условиях модернизации экономики приобретает вопрос о совершенствовании методологии управления человеческими ресурсами как определяющего фактора и необходимого условия активизации инновационного развития. Человеческие ресурсы по-прежнему остаются важнейшим конкурентным преимуществом российской экономики. Однако инновационное развитие регионов сталкивается с необходимостью преодоления факторов недостаточного уровня образования, консервативности мышления, демографического спада, отсутствия жизненных установок, моделей поведения, способствующих распространению инноваций в экономике и общественной жизни. Особо, на наш взгляд, следует подчеркнуть роль образования, которое становится центральным и главным процессом по воспроизводству человеческого капитала, являющегося, несомненно, наиболее значимым фактором эффективности общественного воспроизводства и, следовательно, конкурентоспособности — от личной до международной. При любой трактовке приоритетного фактора экономического роста и развития в государствах, где правильно понимается значение образования, в него направляются необходимые финансовые ресурсы [3, с. 131 – 132].

В силу многогранности исследования интеллектуально-креативных ресурсов необходимо иметь в виду научные достижения зарубежных и отечественных ученых в области социологии, менеджмента, экономики и психологии. Попытки оценить и проанализировать созидательные способности человека были предприняты в рамках феноменологического подхода исследователями, которые постарались выделить интегральные личностные характеристики, определяющие высокие творческие результаты. Так, в работах Э. Фромма в качестве подобных факторов рассматривается «плодотворная ориентация личности», которая реализуется в качестве творчества. Творческий потенциал в трудах П. Ф. Кравчука исследуется в трех аспектах: «в силу необходимости», «благодаря» и «вопреки». Активность как фактор одаренности рассматривается в работах Н. С. Лейтеса, Д. Б. Богоявленской. Креативность как генеральную черту творческой личности выделял К. Мартиндейл. Основоположниками теории креативности во взаимозависимости с самоактуализацией личности являются А. Маслоу, К. Роджерс, Н. Роджерс, Т. Эмэбайл и др.

В работах ряда отечественных авторов, в частности А. Н. Лука, А. В. Брушлинской, В. Н. Дружинина, Я. А. Пономарева, В. Д. Шадрикова, креативность рассматривается как комплексная личностная категория. В данном аспекте творческое мышление рассматривается как продуктивное. В трудах зарубежных авторов, таких как Э. де Боно, Д. Векслер, Г. Грубер, Л. Терстоун, К. Тейлор и др., креативность определяется как самостоятельный фактор, не зависящий от интеллекта. Вместе с тем некоторые исследователи рассматривают креативность в качестве составного элемента интеллекта (Г. Дж. Айзенк, К. Кокс, Р. Кэттелл, Ч. Спирмен, Л. Термен и др.).

Впервые термин «креативная экономика» был введен в научный оборот авторами журнала Business Week. Понятийный аппарат креативной экономики

формировался в трудах Ч. Лэндри «Креативный город», Дж. Хокинса «Креативная экономика», Р. Флориды «Креативный класс». Дальнейшее развитие теории креативной экономики получила в работах ряда российских ученых: Е. Г. Абрамова, Н. А. Горелова, О. В. Дьяченко, С. Ф. Карабанова, Н. А. Коноплева, О. Н. Литуна, О. Н. Мельникова, С. С. Насибяна, Т. В. Метляева, С. В. Попова, Е. В. Ткаченко, В. Н. Шувалова и др. Вопросам человеческого капитала как меры воплощения в человеке способности приносить доход, который включает в себя врожденные способности и талант, а также образование, приобретенную квалификацию, экономические способности посвящены труды Л. Туроу, Ф. Махлупа, С. Фишера. Многофакторная теория международной торговли с учетом сложно структурированного трудового ресурса представлена в трудах В. В. Леонтьева. В начале XXI века ряд авторов (Дж. Арнольд, А. Бассанини, Г. Манкиа, С. Скарпетти и др.) стали развивать направления теории человеческого капитала и влияния последнего на содержание и темпы экономического роста с использованием неоклассической модели Р. Солоу. Значимость человеческого капитала нашла отражение в двухсекторном варианте модели роста Узавы – Лукаса, модели экзогенного роста Н. Мэнкью, Д. Ромера и Д. Уэйла и др. Формирование регионального человеческого капитала, его существенная роль в обеспечении инновационного развития, конкурентоспособности региона рассмотрены в работах Дж. Форрестера, Д. Медоуза, И. Т. Балабанова, Э. А. Уткина, Н. А. Филипповой и др. Современная отечественная экономическая мысль о человеческом капитале представлена трудами А. И. Добрынина, С. А. Дятлова, М. М. Критского, Р. И. Булыги и др.

Признавая значимость работ перечисленных ученых в рамках исследуемой проблематики, тем не менее приходится констатировать, что в настоящее время пока отсутствует целостное представление о креативной составляющей трудовых ресурсов и ее роли в составе традиционных факторов производства, остаются недостаточно изученными аспекты развития креативности человеческих ресурсов в региональных экономических системах.

Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года целевым ориентиром провозглашает создание экономики лидерства и инноваций [4]. Оставаясь сегодня лидером добывающего сектора, в перспективе наша страна должна занять значимое место на рынке высокотехнологичных товаров и интеллектуальных услуг. В Концепции Федеральной целевой программы развития образования на 2011 – 2015 годы указывается, что ответ Российской Федерации на этот вызов заключается в преодолении имеющихся негативных тенденций в развитии человеческого потенциала, таких как низкое качество образования и снижение уровня доступности социальных услуг [5]. Для Омской области перспективой дальнейшего инновационного развития в значительной степени определяются качеством человеческого капитала, и в первую очередь его интеллектуальной составляющей. В Стратегии социально-экономического развития Омской области до 2020 г. главный акцент направлен на то, что опережающая траектория экономического роста возможна на основе развития частной инициативы и интеллектуального капитала [6].

На современном этапе развитие регионов Российской Федерации определяют состояние и эффектив-

ность использования трудовых ресурсов. От того, насколько эффективно используются трудовые ресурсы региона, зависит его экономический рост и социальное благополучие населения. Трудовые ресурсы имеют количественные и качественные характеристики. Количественные включают показатели численности трудовых ресурсов и их состава (по полу, возрасту, общественным группам и т. д.). Качественные характеристики — это показатели образовательного уровня, профессионально-квалификационной структуры и т. д.

При переходе к инновационной экономике каждому региону свойственны соответствующие ему специфические требования к количественным и качественным параметрам трудовых ресурсов. Главным источником роста экономики являются ресурсы самого человека. Для Омской области, как и для большинства регионов Российской Федерации, в результате падения рождаемости и роста смертности имеет место сокращение трудовых ресурсов и изменение качественных и количественных показателей. В последние годы акцент направлен на анализ использования ресурсов труда на микроуровне. Одновременно в настоящее время необходимо разработать адекватный подход к анализу трудовых ресурсов, которые оказывают влияние на уровень выработки решений на уровне региона, а также на национальном уровне. На современном этапе в непростых экономических условиях необходимо не только обратить внимание на выявление территориальных закономерностей демографических процессов, использование трудовых ресурсов на региональном уровне, но и определить количественные и качественные характеристики для эффективного управления трудовыми ресурсами Омской области.

Трудовой потенциал можно представить и как часть системы внешних отношений: рыночных, социально-экономических, демографических и др., которые определяют закономерности его развития. Современное состояние трудовых ресурсов — конкретных носителей трудового потенциала — в Омской области можно оценить как критическое, в основе которого лежит тенденция к сокращению трудового потенциала страны. В ходе исторического развития появлялись различные термины, характеризующие содержание процесса участия людей в хозяйственной жизни. В западной экономической науке общепринятыми понятиями для описания общественного труда являются понятия «трудовой потенциал», «человеческий капитал», «человеческие ресурсы». В российской научной литературе состав категорий более широкий: «рабочая сила», «трудовые ресурсы», «трудовой потенциал», «человеческие ресурсы», «человеческий потенциал», «человеческий фактор», «интеллектуальный потенциал», «человеческий капитал». Все эти категории характеризуют, по сути, один и тот же объект, но разные уровни его исследования, поэтому необходимо разобраться в их сущности.

Как экономическая категория «человеческие ресурсы» (от фр. *ressorce* — резервы, запасы) использовалась вплоть до конца XX века. При этом она нередко отождествлялась с категорией «трудовые ресурсы» и трактовалась как имеющиеся в наличии люди, людские запасы (резервы) с их профессиональными и физическими способностями, предназначенными для обеспечения процессов общественного воспроизводства. В такой трактовке преобладает экономико-материализованный акцент, что сближает эту категорию с традиционной категорией

«рабочая сила», которая является таким же товаром, как и все другие товары или услуги, производимые и реализуемые на рынке. Соответственно, человеческие ресурсы также подчиняются законам рынка и имеют цену, регулируемую спросом и предложением.

В последние годы наемный труд в целом постепенно обогащается творческими элементами, поэтому традиционное разделение времени жизнедеятельности человека на труд и досуг теряет смысл. Кроме того, все большее количество общественно ценных информационных продуктов, или информационных благ, создается вне сферы трудовых отношений — главного объекта внимания индустриальной экономики труда. В силу этого акцент в изучении процессов производства благ смещается из сферы наемного труда в сферу творческой информационной деятельности, в каких бы организационно-экономических формах она ни осуществлялась. Соответственно, в современной экономике труда утверждается в качестве базовой категория «человеческие ресурсы», отражающая более широкий, информационный взгляд на роль человека в экономике.

«Человеческие ресурсы» — понятие, отражающее главное богатство любого общества, процветание которого возможно при создании условий для воспроизводства, развития и использования этого ресурса с учетом интересов каждого человека. В концепции человеческих ресурсов человек выступает в роли наиболее ценного, невозобновляемого ресурса, являющегося единством трех компонентов: трудовой функции, включенности в систему социальных связей и обладания уникальными профессионально-личностными качествами, позволяющими наиболее продуктивно использовать все другие имеющиеся в организации производственные ресурсы.

Следуя логике нашего исследования, проанализируем трудовые ресурсы Омской области за период с 2000 по 2014 годы включительно. В 2000 году Омская область располагала следующим трудовым потенциалом: численность трудовых ресурсов составляла 1 292,8 тыс. человек. По сравнению с 1997 годом произошло увеличение на 28,9 тыс. человек за счет прироста численности трудоспособного возраста на 23,4 тыс. человек. Это — результат демографического бума 1978–1985 годов. За период с 2001 по 2004 годы трудовые ресурсы увеличились незначительно (на 0,7 тыс. человек) и насчитывали 1 298,8 тыс. человек. Уменьшение числа занятого населения (на 26 тыс. человек) происходило при одновременном пополнении численности учащихся с отрывом от работы (на 11,2 тыс. человек) и незанятых трудоспособных граждан (на 15,5 тыс. человек). Можно отметить, что в 2005 году впервые за последние 15 лет наметилась положительная тенденция сокращения численности незанятых в экономике и обучением трудоспособных граждан (на 0,9 тыс. человек по сравнению с 2004 г.). К 2007 году трудовые ресурсы насчитывали 1 304,8 тыс. человек, из них 1 241,3 тыс. человек — трудоспособное население в трудоспособном возрасте, 51,4 тыс. человек — подростки и продолжающие трудиться пенсионеры, 12,1 тыс. человек — иностранные трудовые мигранты [7]. В целом в рассмотренный период рынок труда демонстрировал позитивные тенденции своего развития. Однако 2008 год ознаменовался экономическим кризисом, и зарождающиеся тенденции рухнули вместе с экономикой страны.

В 2009 году трудовые ресурсы региона составляли 1 300,4 тыс. человек. По сравнению с 2008 годом отмечалось их снижение на 6,5 тыс. человек, так как, несмотря на увеличение на 2,3 тыс. человек работающих пенсионеров и подростков, численность основного источника формирования трудовых ресурсов — трудоспособного населения трудоспособного возраста уменьшилась на 8,8 тыс. человек [7].

Обострилось положение на рынке труда. Наблюдавшийся в течение нескольких предыдущих лет прирост занятого населения в 2009 году сменился его снижением (на 4,7 тыс. человек, или на 0,5 % по сравнению с 2008 г.). Негативные последствия кризиса проявились в различных сферах деятельности и привели к сокращению численности работающих в образовании (на 5,5 %), строительстве (на 3,1 %), сельском хозяйстве, охотоведческом и лесном (на 1 %), на добыче полезных ископаемых (на 2,1 %), транспорте и связи (на 1,4 %), а также в области предоставления прочих коммунальных, социальных и персональных услуг (на 1,6 %). Наряду с этим увеличилась численность занятых в таких видах деятельности, как финансовая (на 5 %); обязательное социальное обеспечение (на 3,2 %), здравоохранение и предоставление социальных услуг (на 2,2 %), оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования (на 1 %). В организациях, где трудилась большая часть занятого населения (668,8 тыс. человек, или 70,9 %), число работающих по сравнению с 2008 годом уменьшилось на 11,7 тыс. человек (на 1,7 %), в том числе на 7 тыс. человек (на 2,1 %) уменьшилось число работников в организациях государственной и муниципальной форм собственности [7].

В 2010 году по сравнению с 2009 годом трудовые ресурсы области уменьшились на 7,4 тыс. человек (0,6 %) и составляли 1 293 тыс. человек. Основной причиной снижения было сокращение на 6,3 тыс. человек (на 0,5 %) численности населения трудоспособного возраста. В 2011 году трудовые ресурсы региона находились под воздействием негативных демографических процессов. По сравнению с 2010 годом их состав значительно сократился (на 35,8 тыс. человек, или на 2,8 %) и насчитывал 1 257,2 тыс. человек. Наблюдалось сокращение численности не занятого в экономике и обучением трудоспособного населения на 30,6 тыс. человек (на 13,3 %), учащихся с отрывом от работы — на 6 тыс. человек (на 5,1 %). В результате посткризисного восстановительного экономического роста в 2011 году численность работающего населения увеличилось по сравнению с 2010 годом на 0,9 тыс. человек (на 0,1 %) и насчитывала 945,5 тыс. человек. В структуре трудовых ресурсов доля занятых повысилась до 75,2 % [7].

Основные тенденции формирования трудовых ресурсов Омской области в 2012 году свидетельствовали о том, что их воспроизводство проходило в условиях, когда, помимо сокращения численности основного источника — населения трудоспособного возраста (по сравнению с 2011 г. на 26,9 тыс. человек), наблюдалось увеличение числа трудоспособных граждан, уезжающих на работу в другие регионы России (на 2,1 тыс. человек). Однако это было частично компенсировано приростом численности работающих лиц старших возрастов и подростков (на 13,9 тыс. человек); мигрантов, приезжающих в Омскую область на работу (на 2,3 тыс. человек) и обучение (на 0,8 тыс. человек); а также сокращением числа инвалидов и пенсионеров трудоспособного возраста (на 1,9 тыс. человек). В результате по

сравнению с 2011 годом трудовые ресурсы уменьшились на 10,1 тыс. человек (0,8 %) и составляли 1 247,1 тыс. человек. В 2013 году тенденция на снижение трудовых ресурсов продолжилась и составила 1 245 тыс. человек, а в 2014 году — 1 234 тыс. человек [7].

Таким образом, с 2009 года численность трудовых ресурсов Омской области имеет тенденцию к сокращению. Подобный процесс отрицательно влияет на социально-экономическое развитие региона. В этой связи актуальной становится задача эффективного использования уже сформированного трудового потенциала, повышения уровня его занятости в настоящее время и на перспективу. Высокой миграционной подвижностью обладает население в трудоспособном возрасте. Доля лиц указанной возрастной группы в общем объеме миграции за 2011 год составила 72,3 процента. Около половины всех мигрантов находятся в возрасте от 20 до 39 лет [8, с. 192 — 193].

Причины, побуждающие молодежь выезжать за пределы Омской области, связаны с поиском более благоприятных условий для жизни и трудовой деятельности. Наличие рабочих мест, условия занятости, высокий уровень доходов, перспективы решения жилищных вопросов, преимущества в удовлетворении запросов социального характера делают столичные и южные регионы Российской Федерации миграционно более привлекательными для молодых людей. Демографические показатели являются одной из основных характеристик воспроизводства трудовых ресурсов Омской области. За последние пять лет снизилась численность лиц трудоспособного возраста. В среднем за 2008 — 2014 годы ежегодные потери этой части населения составляют более 17 тыс. человек. По прогнозам, за период с 2015 по 2020 год численность населения Омской области в трудоспособном возрасте сократится на 149 тыс. человек (на 12 %), численность населения старше трудоспособного возраста увеличится на 98 тыс. человек (на 23 %) [8, с. 192 — 193].

Современный этап развития экономики связан с новым взглядом на рабочую силу как на один из ключевых ресурсов. Органами государственной власти и местного самоуправления Омской области все больше внимания уделяется поиску новых возможностей, средств, резервов, которые могли бы быть использованы для целей регионального развития. В настоящее время возможности оптимизации имеющегося трудового потенциала связаны с вовлечением на рынок труда тех трудовых ресурсов, которые по тем или иным причинам не были заняты работой и обучением. Для повышения эффективности управления трудовыми ресурсами Омского региона необходимо повысить занятость его трудовых ресурсов.

В Омской области существуют факторы деструктивного влияния на использование трудовых ресурсов:

1. Низкий уровень заработной платы.
2. Незрелость социальной инфраструктуры целого ряда территорий региона.
3. Трудности в трудоустройстве по целому ряду специфических групп населения.
4. Распространение алкоголизма и наркомании.
5. Снижение уровня соответствия профессиональной подготовки потребностям рынка труда.

В результате действия указанных факторов в Омской области сформировался замкнутый круг деградации трудовых ресурсов, который заключается в следующем: низкий производственный потенциал



трудовых ресурсов вызывает низкий уровень конкурентоспособности экономики. Это, в свою очередь, влечет кризисные явления в экономике региона. Далее происходит ухудшение социально-экономических условий жизни, что порождает бедность населения и деградацию качеств человеческого капитала, локализованного в нашем регионе. Кроме того, развиваясь или деградируя в результате модифицирующего воздействия внешней среды, трудовой потенциал работника определяет направление развития всей системы, перенося в дальнейшем это развитие и на себя [8, с. 192 – 193]. Нужно учесть, что трудовой потенциал работника не есть постоянная величина, он постоянно изменяется. Трудоспособность и накапливаемые в процессе трудовой деятельности созидательные способности работника повышаются по мере развития и совершенствования знаний и навыков, улучшения условий труда и качества жизни, укрепления здоровья и т. п. Однако они могут и понижаться, если, например, ухудшается здоровье работника, утяжеляется режим труда и т. п. Параллельно с этими изменениями будут изменяться и взаимосвязанные с трудовым потенциалом работника составляющие: трудовой потенциал населения и трудовой потенциал организации [9, с. 59 – 60].

Помимо всего прочего, в Омской области основательно разрушена социальная инфраструктура, что негативно сказывается на состоянии трудовых ресурсов, стимулируя их деградацию. Стоит отметить и тот факт, что в Омском регионе крайне мало внимания уделяют институциональным факторам повышения эффективности воспроизводства трудовых ресурсов. При сопоставлении численности трудовых ресурсов Омской области с суммой численности занятых в экономике и численности населения, не занятого в экономике, в прогнозном периоде ожидается дефицит трудовых ресурсов, величина которого в 2014 году составит 12,7 тыс. человек, в 2015 году — 17,8 тыс. человек, в 2016 году — 22,9 тыс. человек [7].

Для изменения сложившейся ситуации, на наш взгляд, следует реализовать следующие приоритетные направления региональной экономической политики.

Первым важным направлением устойчивого сбалансированного развития трудовых ресурсов должно стать повышение эффективности экономики и создание условий для экономического роста. В свою очередь, необходимо:

1. Организовать новое промышленное производство, причем приоритет должен отдаваться высокотехнологическому производству.
2. Организовать рабочие места с конкурентоспособной оплатой труда, что будет способствовать экономическому развитию региона и повышению его инвестиционной привлекательности.
3. Способствовать привлечению инвестиций в экономику региона (посредством конкурсов инвестиционных проектов, создания банка наиболее привлекательных проектов с целью продвижения их на межрегиональный и международный уровень и т. п.).
4. Содействовать развитию и поддержке малого предпринимательства.
5. Стимулировать развитие туризма в Омской области.
6. Способствовать формированию и развитию инфраструктуры территории, в том числе посредством:

— развития коммунального комплекса, создающего непосредственные условия для повышения качества жизни нынешнего и будущих поколений жителей;

- совершенствования благоустройства;
- развития инфраструктуры связи и коммуникаций;
- развития строительства, в том числе жилья.

Вторым направлением можно выделить развитие социальной инфраструктуры Омского региона в обеспечении эффективного воспроизводства и использования трудовых ресурсов. В этом смысле необходимо развивать региональную систему здравоохранения и восстановления человеческого капитала (в том числе на основе поддержки доступности медицинских услуг, системы санаториев и профилакториев и др.). Также полезными представляются разработка и внедрение мероприятий поддержания здорового образа жизни, которые будут способствовать снижению заболеваемости. Одним из инструментов реализации этого направления может стать привлечение предприятий, продукция которых оказывает негативное воздействие на здоровье населения (табачные, алкогольные компании), к формированию разветвленной инфраструктуры спортивных объектов региона. Необходимым видится стимулирование рождаемости в регионе на системной основе. Кроме этого, важно разработать мероприятия по повышению значимости семьи в современном обществе и изменению сознания людей на создание многодетных семей. Эффективной видится поддержка региональных систем образования, в том числе дополнительного, в том числе с учетом изучения реальных потребностей регионального рынка труда.

В завершение исследования рассмотрим ситуацию в Омском регионе по становлению креативного класса в его трудовых ресурсах. Для этого рассмотрим Омский регион по методике Р. Флориды «3Т» (талант, технологии, толерантность) [10]. Индекс таланта определяем по следующим показателям: доля жителей с высшим образованием, доля занятых с высшим образованием, доля занятых в предпринимательстве. Индекс технологии определяем по следующим показателям: число изобретений на 1 000 жителей, число патентов на 1 000 жителей, доля расходов на НИОКР по отношению к валовому региональному продукту. Индекс толерантности в методике Флориды интегрирует два показателя: индекс ценностей и индекс самовыражения. Первый отражает степень противостояния между традиционным и современным обществами, готовность сообщества воспринимать новые идеи; второй — качество жизни, демократичность общества, терпимость к мигрантам, национальным меньшинствам и т. д. Сводные индексы, рассчитанные по методике Р. Флориды, приведены в табл. 1 [11, с. 177].

Омский регион, как и другие территории страны, объективно включен в систему глобальных экономических отношений. Обозначим основные причины, которые, на наш взгляд, препятствуют привлечению и производству креативного класса в регионе:

- провинциальный имидж Омского региона и отсутствие благоприятных перспектив развития;
- отсутствие больших проектов и откровенный провал «строек века» (омского метро, аэропорта Федоровка, гидроузла);
- неразвитая инфраструктура (дороги, жилье и т. п.);
- крайне низкая заработная плата;
- неудовлетворительное разнообразие культурного пространства;
- проблемы с безопасностью;
- отсутствие внятной региональной идеи.



Индексы креативности регионов Сибирского федерального округа

Регион	Индекс таланта	Индекс технологий	Индекс толерантности [12]
Республика Алтай	0,26	0,27	0,48
Республика Бурятия	0,311	0,314	0,42
Республика Тыва	0,298	0,288	0,38
Республика Хакасия	0,257	0,27	0,54
Алтайский край	0,244	0,27	0,48
Забайкальский край	0,221	0,29	0,44
Красноярский край	0,275	0,61	0,52
Иркутская область	0,279	0,548	0,44
Кемеровская область	0,26	0,36	0,42
Новосибирская область	0,31	0,68	0,45
Омская область	0,262	0,545	0,45
Томская область	0,334	0,61	0,52

В заключение можно сделать следующие выводы. Для снижения дисбаланса креативного класса в трудовых ресурсах Омской области необходимо реализовать мероприятия по масштабному привлечению работодателей к вопросу обеспечения экономики квалифицированными кадрами, включая развитие отраслевого подхода в управлении кадровым потенциалом Омской области, оценку обеспеченности кадрами инвестиционных проектов, осуществление постоянного мониторинга текущей и перспективной потребности работодателей в кадрах. Чтобы достичь высоких результатов в социально-экономическом развитии, региону необходимо обладать способностью привлекать креативный класс и пользоваться соответствующим преимуществом в форме новых идей, нового технологичного бизнеса.

Развитие знаний и творческого потенциала территорий становится для регионов не только элементом политики, но и фактором выживания и развития. Фактором экономического развития региона должна стать и культура. Работа по созданию в городах и регионе креативного сообщества содействует укреплению человеческого потенциала, созданию культурной и туристической привлекательности территорий, развитию инфраструктуры, привлечению в регион успешных предприятий, предпринимателей и инвестиций.

Технологии, компании и венчурный капитал перемещаются в места с наибольшей концентрацией талантливых и креативных людей. Предложено разработать программу использования креативных ресурсов региона, региональной интеллигенции, позволяющей представить их как особый, действенный и влияющий на региональную экономику класс. Определен сводный индекс инновационного развития и креативности Омской области на основе трех индексов: таланта, технологий и толерантности. Омская область по индексу человеческого капитала находится в числе аутсайдеров

Затронутая проблема, безусловно, требует продолжения исследований, в ходе которых может быть предложена и обоснована концепция управления человеческими ресурсами, направленная на формирование региональной инновационной системы, использование которой позволит Омскому региону трансформироваться из застойного и депрессивного в инновационно-технологичный.

#### Библиографический список

1. Хмелева, Г. А. Человеческий капитал как условие формирования инновационной экономики региона : моногр. / Г. А. Хмелева. — Самара : САГМУ, 2012. — 168 с.
2. Маковецкий, М. Ю. Развитие финансового рынка и его роль в обеспечении национальной конкурентоспособности / М. Ю. Маковецкий // Конкуренция и конкурентоспособность: теоретические и практические аспекты : моногр. / С. В. Дегтярева [и др.] ; отв. ред. Г. М. Самошилова, М. Ю. Маковецкий. — Омск : Изд-во ОмГУ, 2013. — С. 140—169.
3. Степнов, П. А. Образование как фактор и критерий конкурентоспособности / П. А. Степнов / Конкуренция и конкурентоспособность: теоретические и практические аспекты : моногр. / С. В. Дегтярева [и др.] ; отв. ред. Г. М. Самошилова, М. Ю. Маковецкий. — Омск : Изд-во ОмГУ, 2013. — С. 131—139.
4. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года : [утв. Распоряжением Правительства РФ от 8 декабря 2011 г. № 2227-р] // Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
5. О Концепции Федеральной целевой программы развития образования на 2011—2015 годы : [распоряжение Правительства РФ от 7 февраля 2011 г. № 163 р] // Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
6. Стратегия социально-экономического развития Омской области до 2020 года : [указ Губернатора Омской области от 13 февраля 2006 г. № 18] // Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
7. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Омской области. — Режим доступа : <http://omsk.gks.ru> (дата обращения: 01.05.2016).
8. Рудаков, Д. В. Особенности формирования и эффективного использования трудовых ресурсов региона / Д. В. Рудаков // Социально-культурное и политико-экономическое развитие территорий РФ : сб. ст. III Междунар. науч.-практ. конф. ; под ред. Э. В. Алехина. — Пенза, 2015. — С. 188—194.
9. Чернявский, Д. И. Применение системного подхода к понятию трудового потенциала / Д. И. Чернявский, К. В. Катык, Д. В. Рудаков // Омский научный вестник. Сер. Общество. История. Современность. — 2013. — № 2 (116). — С. 57—60.
10. Florida, R. The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life. — N. Y. : Basic Books, 2002. — P. 404.
11. Рудаков, Д. В. Проблемы становления креативного класса в трудовых ресурсах Омского региона / Д. В. Рудаков, Т. Г. Рудакова // Социально-культурное и политико-экономическое развитие территорий РФ : сб. ст. III Междунар. науч.-

практ. конф. ; под ред. Э. В. Алехина. — Пенза, 2015. — С. 175—178.

12. Пилясов, А. Оценка творческого потенциала российских региональных сообществ / А. Пилясов, О. Колесникова // Вопросы экономики. — 2008. — № 9. — С. 50—69.

**АХМЕТОВА Гулнур Заировна**, кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента Омского государственного технического университета (ОмГТУ).

Адрес для переписки: ramziya6@yandex.ru

**МАКОВЕЦКИЙ Михаил Юрьевич**, кандидат экономических наук, доцент (Россия), доцент кафедры менеджмента ОмГТУ; доцент кафедры финансов и кредита Омского филиала Финансового универси-

тета при Правительстве РФ (ОФ ФУ).

Адрес для переписки: mmakov@mail.ru

**РУДАКОВ Дмитрий Витальевич**, кандидат технических наук, доцент (Россия), доцент кафедры менеджмента ОмГТУ; магистрант гр. ЗМ-ЭУА201 факультета экономики ОФ ФУ.

Адрес для переписки: demon311278@yandex.ru

**ЧЕРНЯВСКИЙ Дмитрий Иванович**, доктор технических наук, доцент (Россия), заведующий кафедрой менеджмента ОмГТУ; магистрант гр. ЗМ-МН201 факультета управления и бизнес-технологий ОФ ФУ.

Статья поступила в редакцию 10.06.2016 г.

© Г. З. Ахметова, М. Ю. Маковецкий, Д. В. Рудаков, Д. И. Чернявский

УДК 336.01:336.76

**М. Ю. МАКОВЕЦКИЙ  
Е. Н. МАКОВЕЦКАЯ**

Омский государственный  
технический университет

Омский филиал  
Финансового университета  
при Правительстве Российской Федерации

## СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОВЕДЕНИЯ ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ НА ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ РОССИИ

Представленная статья является продолжением авторских исследований, посвященных анализу влияния социально-демографических и социально-статусных параметров на уровень финансовой грамотности и активность населения в проведении операций на финансовом рынке. В данной статье обосновывается необходимость учета влияния социально-демографических факторов на формирование моделей экономического поведения домохозяйств и особенности принятия ими экономических решений на финансовом рынке.

**Ключевые слова:** домашние хозяйства, финансовый рынок, финансовое поведение, сберегательная и инвестиционная стратегии, возрастные и гендерные характеристики, социально-психологические факторы.

В современных российских условиях актуализируется проблема эффективного использования свободных денежных ресурсов населения, или домашних хозяйств, и их последующая трансформация в инвестиции, без чего невозможно обеспечить устойчивый и долгосрочный экономический рост национальной экономики, поскольку он в значительной степени предопределяется эффективностью существующей системы мобилизации сбережений населения страны, трансформирующей их в разряд долгосрочных инвестиционных ресурсов. Необходимость перемещения акцентов с внешних заимствований на внутренние источники подтверждает мировая практика вовлечения сбережений населения в инвестиционные процессы. Усилившаяся значимость аккумуляции и рационального применения свободных денежных средств населения в инвестиционной сфере нашей страны объясняет актуальность исследования факторов, тенденций и закономерностей финансового поведения населения в усло-

виях продолжающихся социально-экономических преобразований.

Сегодня домашние хозяйства по праву рассматриваются как самостоятельные субъекты хозяйствования, ибо выступают собственниками финансовых, трудовых и иных экономических ресурсов, самостоятельно ими распоряжаются и взаимодействуют с иными экономическими субъектами, среди которых — различные финансовые и нефинансовые институты (организации). С известной степенью условности можно выделить несколько ключевых областей принятия экономических решений и стратегий финансового поведения домашних хозяйств. В широком смысле слова финансовое поведение людей обуславливается выбором стратегий формирования доходов, а также потребительской, сберегательной и инвестиционной стратегий. При этом грань между сберегательной и инвестиционной стратегиями видится в том, что первая имеет целью сохранить имеющиеся активы, а цель второй — не

только сберечь, но и приумножить их. Иначе говоря, инвестиционная стратегия предполагает возможность размещения денежных средств, т. е. применение технологий извлечения дохода от операций на одном из сегментов финансового рынка, включая инструментарий рынка ценных бумаг.

Домашние хозяйства выступают первичным элементом любой существующей до нашего времени экономической системы, на что еще в античную эпоху обращали свое внимание Ксенофонт и Аристотель, по мнению которых экономика есть наука о рациональном ведении домашнего хозяйства. Длительное время экономическая теория, оперируя моделью экономического человека, провозглашала ее универсальность, т. е. применимость для всех и всегда. Однако в действительности ее введение приводит к примитивизации самого человека и возможностей принятия им каких-либо решений и его поведения в целом. В реальной жизни поведение домашних хозяйств обуславливается не только чисто экономическими целями (рост доходов, экономия затрат), но и социально-демографическими, психологическими и социокультурными факторами.

В настоящее время уже невозможно провести сколько-нибудь глубокий анализ хозяйственного поведения людей, пренебрегая инструментами и категориями общественных наук, в том числе социологии и психологии. Оставляя вне поля зрения социально-психологические факторы экономического поведения людей, экономическая теория не сможет полноценно осуществлять свою прогностическую функцию. Неслучайно в последнее время экономической наукой все чаще востребуются подходы институциональных теорий, фокусирующихся на психологических и социальных факторах, и потому все более активно используются методы социальных наук. Особое внимание уделяется изучению особенностей полоролевого поведения [1], психологии половых различий [2], экономической психологии [3], гендерных отношений [4].

Исследованию влияния социально-психологических и демографических характеристик на модели экономического поведения домашних хозяйств и изменения их роли на финансовых рынках в современных условиях посвящены публикации целого ряда российских ученых: А. Г. Батраковой [5], С. А. Белозерова [6], Ю. А. Варламовой, Н. И. Ларионовой [7], В. В. Глухова [8], А. А. Земцова, Т. Ю. Осиповой [9], А. К. Капелюш [10, 11], Е. А. Кормильцевой [12], А. Межевова [13], И. М. Реутовой [14], Г. М. Россинской [15], О. С. Сухарева [16] и др.

Проблема факторов, обуславливающих формирование сбережений и осуществление инвестиций в экономической системе, в том или ином контексте присутствовала у целого ряда зарубежных ученых, в том числе у таких классиков экономической мысли, как А. Смит, Ж. Б. Сэй, А. Маршалл, А. Пигу, Дж. М. Кейнс, Р. Солоу, Ф. Модильяни, М. Фридмен. Среди других зарубежных авторов, занимавшихся эмпирическими исследованиями в сфере финансового поведения домашних хозяйств, необходимо упомянуть Д. Фрике, который предпринял попытку анализа причин, влияющих на более высокую долю вновь образуемых сбережений и динамику их общей величины [17]. Интересным нам представляется исследование причин повышенной склонности к сбережениям у японских потребителей, проведенное Т. Маримото [18]. Весомый вклад в изучение обозначенной проблематики привнес английский экономист Н. Каддор [19]. Он обосновал тезис о социально-

статусной природе сбережений: рабочие, получающие основной доход от трудовой деятельности, менее склонны к сбережению, чем капиталисты, доходы которых преимущественно складываются из процентов и дивидендов.

Суммируя и систематизируя различные сложившиеся в отечественной и зарубежной экономической литературе подходы к анализу финансового поведения домохозяйств, можно обозначить следующие основные факторы, его обуславливающие:

- уровень доходов домашнего хозяйства;
- стадия жизненного цикла и состав участников домашнего хозяйства;
- уровень доверия к государству и различным финансовым институтам;
- имеющийся опыт финансового поведения и его субъективная оценка;

— наличие знаний об основных финансовых инструментах и информированность о возможных альтернативах вложения денежных средств.

Непосредственно нашей целью стало исследование того, в какой степени экономические модели поведения домохозяйств и лежащие в их основе решения формируются под воздействием социально-психологических факторов, в какой мере возрастные и гендерные различия в психологии людей находят свое отражение в экономическом мышлении, а также в выборе той или иной стратегии экономического поведения. Более конкретно, на наш взгляд, решения требуют следующие вопросы. Существует ли связь возраста и пола человека как субъекта экономических отношений с выбором им той или иной модели экономического поведения? Что более типично для человека, участвующего в разнообразных финансовых, инвестиционных, производственных отношениях: склонность к потреблению или сбережению; склонность к риску или его отсутствию; психологическое доверие или недоверие к экономическим институтам и государству; имеется ли зависимость этих проявлений от возрастных и гендерных различий?

Домашние хозяйства в Российской Федерации пока существенно уступают зарубежным аналогам по видам и объемам операций с разнообразными финансовыми инструментами и осуществляют преимущественно операции с нефинансовыми активами. Причины подобной ситуации мы усматриваем в весьма специфическом ходе социального и экономического развития: более позднем, чем в других странах, переходе к рыночной модели экономики, неэффективном финансовом рынке, резкой дифференциации доходов и несформированном среднем классе, низким уровне финансовой грамотности граждан [20, с. 40]. Активное сберегательное поведение немислимо в отсутствие высокого уровня финансовой грамотности, позволяющего корректно воспринимать экономическую информацию, оценивать ее, принимать верное решение в отношении того или иного финансового продукта [21, с. 51]. Недостаточный уровень грамотности нашего населения, в том числе финансовой, — это фактор, серьезно препятствующий формированию гражданского общества, без которого невозможно успешное формирование цивилизованной рыночной среды [22, с. 43].

В реальной экономической практике обнаруживается все больше подтверждений того, что стратегии поведения людей на финансовых рынках далеко не всегда формируются на базе рациональных установок. Экономический фактор, бесспорно, является значимым, но далеко не единственным коррелятом

Предпочтительные формы инвестирования  
для респондентов различных возрастных групп, %

Возрастная группа	Депозит в банке	Пенсионное страхование	Инвестиции в недвижимость	Другие формы
До 30 лет	21	4	14	61
От 30 до 60 лет	52	9	31	8
Старше 60 лет	59	27	8	6

экономического поведения людей. Существенное влияние на мотивы и выбор тех или иных моделей поведения людей оказывают социально-демографические, социально-профессиональные и психологические факторы (пол, возраст, уровень образования, профессия, система ценностных установок, уровень правосознания и т. д.). В рыночной экономике потребитель — это целостная, открытая, динамичная система. Это одновременно человек экономический, человек социальный, человек психологический, причем все эти аспекты тесным образом переплетены и взаимообусловлены [15, с. 72]. Действительно, во многие реальные экономические процессы все ощутимее вторгается эмоциональный, психологический фактор, который зачастую играет решающую роль, приводя к превалированию эмоциональных оценок над диктуемыми экономической логикой и рациональностью решениями [23, с. 103].

Для достижения обозначенной цели было проведено исследование финансового поведения домашних хозяйств Омской области. Объектом исследования выступило население Омской области в возрасте 18 лет и старше, а предметом исследования стали особенности финансового поведения и уровень финансовой грамотности домашних хозяйств. Для целей исследования была реализована квотная выборка, наиболее соответствующая условиям его проведения (ограниченность временного интервала и бюджета исследования, отсутствие основы для формирования вероятностной выборки). Ключевыми признаками, положенными в основу формирования выборки, стали пол, возраст и социальный статус. Тем самым, исследуя механизм принятия домашними хозяйствами экономических и финансовых решений, мы сделали основной акцент на социально-демографических аспектах этого процесса.

Возраст является категорией, используемой для обозначения временных характеристик индивидуального развития человека. Психологический возраст чаще понимается как определенный уровень развития психики, в который включается «умственный возраст», социальная и эмоциональная зрелость. Влияние возраста на формирование моделей экономического поведения людей является весьма неоднозначным. Например, ряд исследователей считают, что возраст, наряду с другими социально-демографическими и психологическими характеристиками, является одним из значимых факторов, обуславливающих формирование тех или иных моделей экономического поведения домохозяйств на финансовом рынке. Особо отметим, что дискуссии по поводу модели человека в экономической науке беспочвенны, так как по этапам его жизни эти модели изменяются, поскольку меняются мотивы и психология поведения, детерминированная его возрастом. Также нестабильным, подверженным изменениям на протяжении всего жизненного пути человека и семьи является уровень благосостояния.

В своем исследовании структуры российской банковской клиентуры А. К. Капелюш указывает на то, что «возраст оказывает существенное влияние на поведение сберегателей. Между возрастом респондентов и их сберегательной активностью имеет место прямая зависимость. Так, наибольшая доля вкладчиков представлена респондентами старше 60 лет. Это, безусловно, связано с выходом людей на пенсию и обязательным открытием им сберегательных книжек в банках для перечисления пенсии. Однако наиболее активной является группа вкладчиков в возрасте 30–60 лет, которая по сравнению с молодежью уже имеет достаточно прочные жизненные позиции и принимает осознанные решения, имея в то же самое время достаточные средства для серьезных накоплений в отличие от большинства вкладчиков старше 60 лет» [10, с. 12].

Очевидно, что экономическое мышление, как и экономическое поведение разных возрастных групп, различается. Однако каковы эти различия и насколько они существенны? В нашем исследовании обозначенной проблемы среди жителей Омского региона были выделены четыре основных блока (раздела): «Бюджет семьи», «Основы семейной экономики», «Личные финансы», «Пенсия и страхование». В анкете присутствовали как закрытые, так и открытые вопросы. В анкетных данных о респондентах фиксировались пол и возраст, что и дало нам возможность провести соответствующий анализ. В исследовании приняли участие 600 респондентов Омского региона трех возрастных групп: 21 % составили респонденты в возрасте до 30 лет; 68 % — в возрасте от 30 до 60 лет и 11 % — в возрасте старше 60 лет. Проведенное исследование позволило установить приоритеты в выборе форм инвестирования у респондентов различных возрастных групп (табл. 1).

Полученные данные позволяют нам установить определенные возрастные отличия. Так, сберегательную активность проявляют преимущественно респонденты средней и старшей возрастных категорий, поскольку в сравнении с молодежью они имеют большую мотивацию и достаточные средства для накоплений. Причем сравнение средней и старшей возрастных групп показало большую активность, безусловно, вкладчиков первой возрастной группы (от 30 до 60 лет). Влияние возрастных особенностей на экономическое мышление и поведение домохозяйств проявляется и при выборе следующих ответов. На вопрос: «Укажите основную цель Ваших инвестиций» — большая часть представителей младшей и средней возрастных групп выбирала вариант «Максимальная доходность вложенных средств» (81 и 75 % соответственно), в то время как респонденты возрастной категории свыше 65 лет — «Сохранение вложенных средств, защита их от инфляции». Анализ полученных ответов позволяет заметить, что на выбор определенной модели экономического поведения влияет возраст, а значит, и жизненный опыт, те



Исполнение бюджетного плана расходов на будущий период  
для респондентов мужского и женского пола, %

Пол респондентов	«Всегда»	«Стараюсь, и это почти всегда получается»	«Стараюсь, но это далеко не всегда получается»	«Практически никогда»
Мужчины	7	48	42	3
Женщины	2	40	41	17

или иные установки и мировоззренческие позиции, свойственные той или иной возрастной группе.

Возрастные особенности людей проявляются на каждом жизненном этапе, в поведенческих установках, восприятии тех или иных ситуаций, а также в самооценке. Для молодежи свойственна гораздо более оптимистичная, чем у большинства взрослых людей, оценка своих материальных перспектив в будущем. Ей присущ более высокий субъективный экономический статус, а также уверенность в собственных силах и способностях, чем более взрослым людям. На вопрос: «Учитываете ли Вы риски по вкладам?» — большинство опрошенных лиц возрастной группы до 30 лет ответили: «Да, могу самостоятельно оценить и сравнить» (63 %), в то время как более 50 % респондентов средней и старшей возрастных групп указали вариант «Да, но мне требуется консультация специалиста» (61 и 77 % соответственно). Возрастные особенности банковских клиентов проявляют себя и в выборе различных видов кредитов. Так, потребительские, ипотечные и автокредиты главным образом берут клиенты в возрасте от 30 до 60 лет. Представители этой возрастной группы уже, как правило, имеют достаточные средства для реализации своих жизненных планов.

Пол, как и возраст, — это еще одна важнейшая координата индивидуальности, пронизывающая все свойства и действия человека. Пол не только обозначает набор анатомо-биологических особенностей людей, на основе которых они определяются как мужчины или женщины, но и употребляется в отношении характеристик и поведения, в том числе и экономического, которое вытекает непосредственно из биологических различий между мужчинами и женщинами. Гендер в широком понимании — «это любые психологические и поведенческие характеристики и свойства, которые ассоциируются с маскулинностью и феминностью и отличают мужчин от женщин» [11, с. 127]. В другой интерпретации гендер — «это культурная маска пола, это приобретенное поведение, культурно ассоциируемое с бытием мужчины или женщины» [24]. Иначе говоря, если биологический пол является определенной стартовой позицией, с которой человек рождается, то гендер есть результат социализации человека в соответствии с его половой принадлежностью.

Гендерные особенности проявляются на каждом возрастном этапе, во всех сферах жизнедеятельности человека; в выборе различных стилей и стратегий поведения. Например, в стереотипном образе мужской модели поведения присутствуют прежде всего качества, связанные с деятельностью и активностью, а также с властью, руководством и управлением (предприимчивость, решительность, авантюризм, готовность рисковать, самообладание, ответственность). Женщине, наоборот, зачастую отказывается в таких качествах. Ей традиционно приписываются пассивность, зависимость, нерешитель-

ность, склонность к сомнению, конформность, покорность, слабость и т. д. В когнитивной сфере маскулинные качества, такие как рациональность, объективность, противопоставляются фемининным — иррациональности, не критичности восприятия, необдуманности при принятии решений, открытой глупости.

В какой же мере психологические и социокультурные стереотипы находят свое отражение в моделях экономического поведения мужчин и женщин? Справедливо ли говорить, что гендерные различия определенным образом влияют на выбор модели экономического поведения мужчин и женщин, и если да, то велико ли это влияние? Из общего количества респондентов женщины составили 69 %, мужчины — 31 %. Приведем основные данные и наиболее значимые тенденции, которые нашли отражение в этом исследовании. Так, например, на вопрос: «Принято ли в Вашей семье вести учет доходов и расходов?» — 48 % мужчин и 49 % женщин ответили утвердительно, тогда как 52 % респондентов-мужчин и 51 % респондентов-женщин ответили, что учета средств семьи не ведется, но в целом известно, сколько денег было получено и сколько потрачено за месяц. Практически одинаковые ответы говорят о том, что умение или неумение планировать семейные доходы и расходы проявляется независимо от гендерных особенностей.

Домашнее хозяйство самостоятельно принимает решения о необходимости и источниках формирования финансовых ресурсов, их величине и целевом назначении. При этом размер и конкретные направления расходования денежных средств определяются не на основе утвержденного регламента, а на основе жизненного опыта. Анализ того, как участники домашних хозяйств придерживаются своего бюджетного плана расходов на будущий период, проведенный для респондентов мужского и женского пола, позволяет нам констатировать определенные различия в ответах у мужчин и женщин (табл. 2).

Интересным с точки зрения обнаружения гендерных особенностей в экономическом поведении оказался вопрос о сбережениях («Осуществляете ли Вы сбережения?»). На него утвердительно ответили 52 % мужчин и 69 % женщин; соответственно, отрицательно ответили 48 % мужчин и 31 % женщин. Данные опроса позволяют сделать вывод, что женщины более склонны к сбережениям. Это вполне соответствует общепринятому фемининному стереотипу «женщина-хранительница», «женщина-собирательница» в отличие от психологического образа мужчины — «расточителя», «использователя». Однако, если большинство женщин (73 %) оставляют для сбережений 5 – 10 % от общего дохода, то мужчины делают сбережения реже, но направляют на эти цели 20 – 25 % дохода.

Гендерные различия нашли свое отражение в психологических особенностях восприятия денег.



Так, отвечая на вопрос: «Какая сумма расценивается Вами как сбережения?» — только 29 % мужчин и 56 % женщин выбрали вариант «От 10 тысяч рублей». Большинство респондентов-мужчин, а именно 44 и 17 %, указали суммы от 50 и 100 тысяч рублей соответственно. Примечательно, что для большинства женщин сумма в 10 тысяч рублей расценивается уже как сбережение. Одним из объяснений может являться то, что объективно средний доход женщин, как правило, ниже, чем у мужчин.

Таким образом, гендерный стереотип, закрепляющий в сознании оценку мужчины как новатора, а женщины как консерватора, в данном случае не нашел яркого подтверждения. Безусловно, с точки зрения психологии мужчины более склонны к инновациям и риску, чем женщины. Это обусловлено врожденными особенностями темперамента, специализацией труда начиная с древнейших времен, когда мужчины занимались охотой и участвовали в многочисленных войнах. Однако экономический риск имеет свои особенности. Он возникает в силу того, что индивид не может заглянуть в будущее и не располагает адекватными методами для корректной оценки грядущих изменений. Хотя в проведенном нами исследовании не нашлось четкого подтверждения стереотипу о том, что мужчина при принятии финансовых решений выступает в роли новатора, а женщина — в роли консерватора; на практике мужчины действительно более склонны к инновациям и риску. Отчасти этим объясняется тот факт, что женщины-инвесторы, по данным исследований инвестиционных счетов в США, зарабатывают несколько больше доходов от трейдинга. Женщинам проще выполнять монотонную, рутинную работу, они более усидчивы, их больше волнует достижение долгосрочной цели, а не получение прибыли в краткосрочном периоде, они более адекватно оценивают собственные способности и подверженность ошибкам. При этом, согласно исследованию Merrill Lynch, женщины чаще удачно выбирают момент для продажи активов, мужчины же, как правило, запаздывают с принятием решения (35 % против 47 % неудачных случаев выхода из позиции соответственно). Меньшая уверенность в себе способствует лучшему самоконтролю, поэтому женщина в нужный момент закрывает позицию и забывает о ней, а не держит ее до последнего момента. Подтверждают такую логику и результаты исследования «Роль контроля в принятии финансовых решений», проведенного Barclays Wealth Insights [25]. В частности, было установлено, что мужчины в целом торгуют чаще, т. е. совершают больше количество трансакций, а не следуют стратегии отбора и покупки недооцененных финансовых активов в надежде на их рост в долгосрочной перспективе.

Существенное значение для выявления гендерных особенностей в моделях финансового поведения имеют также вопросы, связанные с кредитной активностью. Согласно общей статистике мужчины чаще, чем женщины, берут кредиты. Вместе с тем за 2012—2013 годы возросло количество женщин, взявших ипотеку и потребительские кредиты. Это можно объяснить тем, что в современном обществе женщины все чаще имеют официальную и стабильную заработную плату по сравнению с мужчинами. Примечательно, что зачастую, когда муж оформляет ипотечный или потребительский кредит, инициатором является жена. В нашем эмпирическом исследовании на вопрос: «Приходилось ли Вам брать кредит?» — 68 % мужчин и 64 % женщин ответили

утвердительно. Анализ конкретных предпочтений в выборе кредита позволил выявить некоторые различия среди мужчин и женщин. Так, например, 18 % респонденток указали, что самостоятельно брали ипотечный кредит, в то время как среди респондентов эта цифра составляет лишь 7 %. Дифференциация очевидна и в отношении автокредита (20,5 % мужчин и 11 % женщин), что также находит социально-психологические объяснения. У женщин кредиты преимущественно связаны с обустройством дома и быта, созданием уюта. Они чаще, чем мужчины, оформляют заем на ремонт, на приобретение новой мебели.

Ряд вопросов в анкете был направлен на оценку влияния социально-статусного положения на активность поведения на финансовых рынках и уровень финансовой грамотности. Так, респонденты, определившие свой социальный статус как «рабочий», демонстрировали недостаточно активное поведение на финансовом рынке и невысокий уровень финансовой грамотности. При этом можно отметить склонность у них к патерналистским настроениям, упованию на государство в решении их финансовых проблем. Похожая линия поведения была типична для жертв финансовых пирамид в 1990-е годы, а ныне она присуща у «счастливых обладателей» валютной ипотеки, которые сегодня пытаются переложить ответственность за свои безграмотные решения на кого угодно, только не на себя. Также отметим, что у респондентов из семей с более высоким уровнем дохода была выявлена большая финансовая активность. Это позволяет предположить наличие системы прямых и обратных связей между уровнем доходов, социальным статусом, активностью на финансовых рынках и уровнем финансовой грамотности.

Таким образом, в рамках проведенного исследования был сделан вывод об усиливающейся роли домашних хозяйств на финансовых рынках, что позволяет рассматривать имеющиеся у них денежные средства как источник инвестиционных ресурсов для модернизации экономики Российской Федерации. На основе представленных теоретических и эмпирических данных было обосновано наличие влияния социально-демографических различий на модели экономического поведения людей. В результате ряд факторов — социальных, демографических, психологических — может играть не меньшую, а порой и более значимую роль, чем экономические. Их влияние сказывается на умении осуществлять экономическое планирование и оценивать риски, на принятии решений о сбережениях, выборе форм и целей инвестирования, а также на уровне кредитной активности и специфики кредитных предпочтений. Понимание и анализ влияния половозрастных и социально-статусных особенностей позволяют не только по-новому взглянуть на те или иные экономические явления и процессы и оценить их, но и учесть эти процессы при проведении соответствующей стимулирующей инвестиционной политики государства.

#### Библиографический список

1. Алексеев, Б. Е. Полоролевое поведение и его акцентуации / Б. Е. Алексеев. — СПб. : Речь, 2006. — 188 с.
2. Филатова, А. Ф. Психология половых различий и гендерная психология / А. Ф. Филатова // Вестник Омского университета. — 2007. — № 1. — С. 125–130.
3. Долгов, С. Экономическая психология и экономическая информация / С. Долгов // Российский экономический журнал. — 1999. — № 1. — С. 95–102.

4. Здравомыслова, Е. А. Социология гендерных отношений и гендерный подход в социологии / Е. А. Здравомыслова, А. А. Темкина // Социологические исследования. — 2000. — № 11. — С. 15–24.
5. Батракова, А. Г. Сбережения домашних хозяйств: сущность, группировки и роль в современной экономике / А. Г. Батракова // Деньги и кредит. — 2006. — № 11. — С. 66–72.
6. Белозеров, С. А. Финансы домашних хозяйств как элемент финансовой системы / С. А. Белозеров // Финансы и кредит. — 2008. — № 1 (289). — С. 29–37.
7. Варламова, Ю. А. Сбережения и социальный капитал домашних хозяйств: кластерный подход / Ю. А. Варламова, Н. И. Ларионова // Вестник Московского ун-та. Сер. 6. Экономика. — 2013. — № 5. — С. 64–73.
8. Глухов, В. В. Экономическая природа финансов домашних хозяйств / В. В. Глухов // Финансы и кредит. — 2008. — № 21 (309). — С. 35–38.
9. Земцов, А. А. Финансовая система домашнего хозяйства: методологический аспект / А. А. Земцов, Т. Ю. Осипова // Финансы и кредит. — 2013. — № 6 (534). — С. 2–9.
10. Капелюш, А. К. Социально-демографическая структура российской банковской клиентуры / А. К. Капелюш // Финансы и кредит. — 2007. — № 7 (247). — С. 10–18.
11. Капелюш, А. К. Особенности социально-профессиональной структуры российской банковской клиентуры / А. К. Капелюш // Банковское дело. — 2007. — № 2. — С. 68–71.
12. Кормильцева, Е. А. Социально-статусный аспект экономического поведения домохозяйств на финансовом рынке / Е. А. Кормильцева // Двадцатые апрельские экономические чтения : материалы Междунар. науч.-практ. конф. ; под ред. В. В. Карпова, А. И. Ковалева. — Омск : РОФ «ФРСП», 2014. — С. 77–80.
13. Межевов, А. Социально-экономические аспекты поведения потребителей / А. Межевов // Маркетинг. — 2014. — № 1 (134). — С. 28–46.
14. Реутова, И. М. Финансы домохозяйств / И. М. Реутова // Вестник Омского ун-та. Сер. Экономика. — 2011. — № 4. — С. 172–174.
15. Россинская, Г. М. К методологии анализа экономического поведения потребителя / Г. М. Россинская // Вестник Московского ун-та. Сер. 6. Экономика. — 2007. — № 6. — С. 72–80.
16. Сухарев, О. С. Психологические факторы в анализе инновационного поведения и экономического развития / О. С. Сухарев // Экономический анализ: теория и практика. — 2013. — № 11. — С. 2–11.
17. Fricke, D. In: Beitrage zur Verhaltensforschung (Arg. Schmolders G.) / D. Fricke. — Berlin : Haft 11, 1969. — 490 p.
18. Маримото, Т. Большая банковская тайна / Т. Маримото. — М. : Мысль, 1981. — 232 с.
19. Kaldor, N. Welfare propositions of economics and interpersonal comparisons of utility. *Economic Journal* 49, Issue 195 : 549–552.
20. Маковецкая, Е. Н. Роль и особенности поведения домохозяйств на финансовых рынках / Е. Н. Маковецкая, М. А. Агафонова, Ю. В. Стрелкова // Двадцать первые апрельские экономические чтения : материалы Междунар. науч.-практ. конф. ; под ред. В. В. Карпова, А. И. Ковалева. — Омск, 2015. — С. 35–40.
21. Забоенко, А. С. Повышение финансовой грамотности населения: важен комплексный подход / А. С. Забоенко // Деньги и кредит. — 2012. — № 10. — С. 51–53.
22. Корнеев, Т. П. Детерминанты формирования российского гражданского общества / Т. П. Корнеев, Е. Н. Романова // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. — 2012. — № 2 (2). — С. 40–44.
23. Соколинский, В. Экономическая психология (спецкурс) / В. Соколинский // Российский экономический журнал. — 1997. — № 8. — С. 102–107.
24. Pearson J. C., West R. L., Tumer L. H. *Gender and communication* (Third edition). Win. C. Broun Communications, Inc. (USA), 1995. 292 p.
25. Barclays Wealth Insights. Volume 13: Risk and Rules, The Role of Control in Financial Decision Making. Barclays Wealth, 2011. — Режим доступа : [http://wealth.barclays.com/content/dam/bwpublic/americas/documents/wealth\\_management/BWA-Barclays-Wealth-Insights-13.pdf](http://wealth.barclays.com/content/dam/bwpublic/americas/documents/wealth_management/BWA-Barclays-Wealth-Insights-13.pdf) (дата обращения: 01.02.2016).

**МАКОВЕЦКИЙ Михаил Юрьевич**, кандидат экономических наук, доцент (Россия), доцент кафедры менеджмента Омского государственного технического университета; доцент кафедры финансов и кредита Омского филиала Финансового университета при Правительстве РФ (ОФ ФУ).

**МАКОВЕЦКАЯ Елена Николаевна**, кандидат философских наук, доцент кафедры общественных наук ОФ ФУ.

Адрес для переписки: mmakov@mail.ru

Статья поступила в редакцию 10.06.2016 г.

© М. Ю. Маковецкий, Е. Н. Маковецкая

## Книжная полка

**Экономическая теория. Учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Н. Лякин [и др.]; отв. ред. Г. Е. Алпатов. — М. : Юрайт, 2016. — 299 с. — ISBN 978-5-9916-8163-6.**

Данный учебник призван помочь студентам гуманитарных вузов получить необходимый объем систематизированных экономических знаний, расширив базовые представления, полученные ими в средней общеобразовательной школе. Особенностью учебника является его связь с практикой хозяйствования в России. Существенное внимание уделено денежным теориям и функционированию финансовых рынков. Каждая глава содержит практикум, в который включены вопросы и задания для самоконтроля, тесты, задачи, кейсы. Учебник предназначен для студентов академического бакалавриата гуманитарных факультетов университетов, а также для обучающихся по программам повышения квалификации и профессиональной переподготовки юристов, филологов, психологов, социологов, журналистов.

## ГОСУДАРСТВО И СОЦИАЛЬНОЕ ПАРТНЕРСТВО

**В статье рассмотрены особенности взаимодействия государства и системы социального партнерства. Показана необходимость как развития социального партнерства, так и стимулирования развития системы и механизма социального партнерства со стороны государственных структур. Обоснована необходимость ввода в экономическую терминологию нового понятия — «социально-экономическое партнерство».**

**Ключевые слова:** социальное партнерство, система и механизм социального партнерства, государство и социальное партнерство, социально-экономическое партнерство.

Зарождение и развитие социально-партнерских отношений обусловлено необходимостью новых социальных, экономических и политических реалий, проявившихся в формировании асимметричных рыночных отношений в экономике России. Европейские страны прошли долгий и кропотливый путь развития к социально ориентированной, смешанной экономике и показали жизненную необходимость и важность этого явления.

Роль государства в функционировании системы социально-партнерских отношений определяется в первую очередь общим характером взаимодействия государства и граждан в демократически организованном обществе. Государство как политический, экономический и социальный институт выполняет по отношению к гражданской системе две основные функции [1]:

а) осуществляет эффективное управление гражданским обществом, в том числе правовое регулирование всех общественных отношений;

б) сотрудничает с институтами гражданского общества в рамках системы и механизма социального партнерства.

В процессе реализации первой, наиболее важной функции государство:

— определяет правовые полномочия действующих трехсторонних органов;

— определяет правила и принципы ведения коллективных переговоров;

— закрепляет легитимных представителей сторон и их правовой статус;

— устанавливает пределы и принципы (в определенных рамках) коллективно-договорного регулирования;

— регламентирует порядок разрешения коллективных трудовых споров.

Правовой фундамент коллективно-договорного регулирования базируется на основе требований Конвенции № 154 МОТ от 19.06.1981 «О содействии коллективным переговорам», предусматривающей необходимость принятия перечня мер по содействию коллективным переговорам, в частности создание правил, которые эффективно регулировали коллективные переговоры, деятельность органов и проце-

дуры разрешения разногласий, возникших в процессе коллективных переговоров.

Государственно-институциональное регулирование коллективно-договорного процесса, включая эффективное разрешение коллективно-трудовых споров, преследует цель [2]:

— упорядочить отношения между социальными партнерами;

— эффективно стимулировать (в заданных рамках) развитие коллективно-договорного регулирования;

— интенсивно способствовать разумному достижению узаконенного равенства партнеров путем установления специальных гарантий для представителей работников.

К государственным мерам, которые направлены на поддержку эффективной системы коллективно-трудовых переговоров, относятся также законодательное закрепление необходимого минимума трудовых прав работников и участие государственных институтов в эффективном разрешении коллективно-трудовых споров. Государственные гарантии должны выступать незыблемым фундаментом для проведения переговоров, служить своего рода точкой старта. Установленные государством гарантии для работников должны рассматриваться как стимул для их повышения в коллективно-договорных документах [2].

В России при довольно неплохом уровне развития трудового законодательства коллективно-договорное регулирование используется в первую очередь для повышения уровня гарантий трудовых прав и установления необходимых льгот.

Второй косвенный, но немаловажный регулятор, направленный на достижение сторонами трудовых соглашений, — это государственная система разрешения коллективно-трудовых споров, возникших в процессе переговоров. В соответствии с действующим законодательством немаловажную роль в разрешении коллективно-трудовых споров играет специально созданная государственная Служба по урегулированию коллективных трудовых споров, основным предназначением которой является организация примирительных процедур (ст. 11 Федерального закона «О порядке разрешения коллектив-

ных трудовых споров»). Работа независимой государственной Службы в создании специализированных примирительных органов, оказание консультационной и методической помощи вносят свой весомый вклад в достижение взаимоприемлемых социально значимых соглашений.

Выполнение второй функции государства — сотрудничество с институтами гражданского общества в рамках системы и механизма социального партнерства — осуществляется путем непосредственного участия соответствующих государственных органов в работе трехсторонних органов всех уровней и заключении соглашений.

В некоторой юридической литературе встречается мнение, что в системе коллективно-договорного регулирования трудовых взаимоотношений государство выполняет особую роль — роль социального партнера. При этом делается акцент на том, что государство как социальный партнер в правовом механизме социального партнерства властными функциями практически не наделено.

Тем не менее социально-экономическое сотрудничество предполагает наличие прежде всего равноправных партнеров. Однако можно ли утверждать, что государство в коллективно-договорной среде выступает в ином амплуа, нежели носитель публичной власти? Государство вступает в партнерские отношения добровольно, сознательно сокращая свои властные полномочия, но никакого особого правового статуса социального партнера не имеет, в связи с чем, на наш взгляд, и происходит снижение эффективности функционирования всей системы социального партнерства. На сегодняшний день задачей государства в сфере заключения трудовых соглашений является представление и защита общественных интересов, то есть интересов в целом всего общества. Государство, конечно же, выполняет роль особого социального партнера, но партнерство это особого рода. В отличие от работодателей и работников, которые представляют интересы соответствующих социальных групп и стремятся эти интересы удовлетворить, государство нацелено на согласование всех позиций различных сторон между собой и с общенациональными интересами [3]. Таким образом, выполняя роль важного социального партнера, государство сохраняет свою позицию «над обществом», так как главная задача государства в механизме социально-партнерских отношений — задача посредничества, согласования разносторонних интересов и приоритетов. В перечне основных функций, которые выполняет государство в системе социального партнерства, особо можно выделить координацию совместных действий и усилий социальных партнеров, примирение сторон, защиту общественных интересов. Естественно, что подобные функции может выполнять лишь особый партнер, занимающий доминирующее положение в гражданско-ориентируемом обществе.

Необходимо также отметить следующий немаловажный момент: в системе социально-трудового регулирования не государство участвует как организация публичной власти, а лишь отдельные ее органы исполнительной власти, специально закрепленные законом. При этом данные органы не наделяются дополнительными полномочиями, а действуют исключительно в рамках своих компетенций. Поэтому вряд ли можно признать обоснованным предположение о существовании особого правового статуса государства как социального партнера в системе социально-трудовых отношений. Речь должна идти

в первую очередь о новых направлениях деятельности государственных структур и задачах государства в условиях становления гражданского общества, а не об особом правовом статусе государства: это уже вторично.

Становление и развитие социального партнерства обеспечиваются посредством системы социального партнерства, представляющей собой сложное образование структурно-организационных элементов (объекта, субъектов, предмета), механизма, методов, средств, тактики, технологий взаимоотношений [4].

Система социального партнерства в ряде стран возникла и сформировалась постепенно. В нее входят: совокупность соглашений федерального, отраслевого, регионального, территориального уровней, коллективные договоры; постоянно и временно действующие организационные структуры — трех- и двухсторонние комиссии по регулированию социально-трудовых отношений; структурные элементы согласования и защиты интересов субъектов партнерских отношений.

Важнейший элемент системы социального партнерства — механизм партнерских отношений, основу которого составляют способы, процедуры, формы, методы взаимодействия, система контроля выполнения принятых договоров, соглашений, организационно-функциональные структуры. Механизм социального партнерства характеризуется постоянно действующим переговорным процессом, политико-правовым обеспечением и нормативным установлением процедур согласования интересов, участием представителей общественных объединений в выработке договоров и соглашений. Механизм социального партнерства по иерархическим уровням разделяется на федеральный, региональный, отраслевой и территориальный.

Российский механизм социально-партнерских отношений развивается в условиях острого социального и экономического кризиса, сильно зримой диспропорции всего коллективно-договорного процесса, несформированности равноправных субъектов трудовых отношений, слабой развитости элементов всего гражданского общества, неэффективности отлаженной правовой системы регулирования социально-трудовых отношений. Исходя из этого важное значение приобретает направление механизма и системы социального партнерства на достижение гармоничного социального баланса в обществе путем установления определенных социально ориентированных компромиссов.

Развитие эффективной модели социального партнерства как основы для преобразования социально-трудовых процессов требует системного подхода. Решение научно-технических, экономических, структурно-воспроизводственных, социальных, институциональных и правовых задач с учетом научно обоснованных критериев, объективных оценок, реальной ситуации не может базироваться на основе дискретных концепций отдельных методических подходов. Только комплексная теория дает возможность достижения эффективной совместности интересов и адекватного прогнозирования перспектив социально-экономического развития.

Система и механизм социального партнерства, сложившиеся в мировой и отечественной практике, — это результат очень долгого развития социально-трудовых отношений. В мировой практике процесс формирования системы социального партнерства происходил достаточно сложно и противоречиво в условиях, характеризующихся историческими,



экономическими, культурными, политическими, социально-психологическими особенностями каждой страны, народа и общества [5].

По нашему мнению, в круг вопросов экономической теории необходимо ввести такое понятие, как «социально-экономическое партнерство». На наш взгляд, социально-экономическое партнерство — это исторический продукт, получившийся на основе развития экономического противоречия между трудом и капиталом. История XX века, можно сказать, выстрадала такую форму решения данного противоречия. В итоге социально-экономическое партнерство представляет реальный, принимающий конкретные формы (система и механизм социального партнерства) способ разрешения конфликтов в социально-трудовой сфере, выходящий за рамки простого взаимодействия между работником и работодателем на конкретном рынке, т. е. это более широкое и весомое понятие, включающее в себя и историю развития отношений в социально-трудовой сфере, и социальную психологию, и развитие такой категории, как социальный капитал, и мета-экономику. С этой точки зрения социальное партнерство лишь реальное, практическое воплощение большого теоретического пласта экономической науки как социально-экономическое партнерство.

#### Библиографический список

1. Стаурский, С. С. Социальное партнерство как социальный институт / С. С. Стаурский // Ориентированные фундаментальные и прикладные исследования — основа модерни-

зации и инновационного развития архитектурно-строительного и дорожно-транспортного комплекса России : материалы Всерос. 65-й науч.-техн. конф. В 4 кн. Кн. 3. — Омск : СибАДИ, 2011. — С. 159—163.

2. Нуртдинова, А. Ф. Роль государства в механизме социального партнерства / А. Ф. Нуртдинова // Журнал российского права. — 2000. — № 2. — 21 с.

3. Чуча, С. Ю. Социальное партнерство в сфере труда: становление и перспективы развития правового регулирования в Российской Федерации : автореф. дис. ... д-ра юрид. наук : 12.00.05 / Чуча Сергей Юрьевич. — М., 2004. — 19 с.

4. Стаурский, С. С. Концепция развития регионального рынка труда Омской области. В 2 ч. Ч. 2 / С. С. Стаурский, Е. С. Стаурский // Омский научный вестник. Сер. Общество. История. Современность. — 2014. — № 3 (129). — С. 48—50.

5. Стаурский, С. С. Теоретические основы социального партнерства : моногр. / С. С. Стаурский, Е. С. Стаурский. — Омск : ОмГТУ, 2015. — 136 с.

**СТАУРСКИЙ Станислав Станиславович**, кандидат экономических наук, доцент (Россия), доцент кафедры общей экономики и права Сибирской государственной автомобильно-дорожной академии.

Адрес для переписки: Sss-qq@yandex.ru

**СТАУРСКИЙ Евгений Станиславович**, кандидат технических наук, доцент (Россия), старший преподаватель кафедры экономической теории и финансового права Омской академии МВД России.

Адрес для переписки: Ses-qq@yandex.ru

Статья поступила в редакцию 20.08.2015 г.

© С. С. Стаурский, Е. С. Стаурский

УДК 338.465.2

**С. С. СТАУРСКИЙ  
Е. С. СТАУРСКИЙ**

Сибирская государственная  
автомобильно-дорожная академия,  
г. Омск

Омская академия МВД России

## РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В СИСТЕМЕ СОЦИАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА ЧАСТЬ 1

**В статье рассмотрены роль и особенности взаимодействия государства и социального партнерства. Показана необходимость как развития социального партнерства, так и стимулирования развития системы и механизма социального партнерства со стороны государства и государственных органов. Рассмотрены основные составляющие политики государства в сфере социального партнерства.**

**Ключевые слова:** социальное партнерство, модели социального партнерства, система и механизм социального партнерства, государство и социальное партнерство.

Мировая практика сформировала множество моделей социального партнерства, где роль государства и его органов представлена различными модификациями. Очень четко в российской действительности начиная с 90-х гг. прошлого столетия можно выделить две модели партнерских отношений: либеральную и социально ориентированную [1].

Либеральная модель сильно внедрялась в России с 1990 по 1998 год. Данная модель характеризовалась

в первую очередь ослаблением позиций государства в области эффективного решения социальных проблем.

После финансового кризиса 1998 г. в России сформировалась новая социально ориентированная модель, которая существует по сей день. Данная модель характеризовалась уже усиленным регулированием процессов, происходящих в социально-трудовой сфере, со стороны государства.



Социально ориентированная модель, как правило, наиболее полно реализует себя в социально ориентированном государстве. Политика такого государства, как говорит нам Конституция Российской Федерации, должна быть направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие каждого гражданина. Социально ориентированное государство обязано брать на себя и эффективно выполнять достаточно объемный перечень национальных функций в области здравоохранения, образования, пенсионного обеспечения, культуры, осуществлять эффективную социально ориентированную политику и иметь непосредственное отношение к социальному партнерству.

Социально ориентированное государство должно сглаживать дифференциацию населения по доходу, законно и эффективно перераспределять национальное богатство между отдельными слоями населения. Ведь только государство определяет прожиточный минимум, минимальный размер заработной платы, пенсий, размер различного рода пособий и дотаций, необходимые условия для осуществления социального страхования; обеспечивает граждан определенным комплексом бесплатных услуг в сфере здравоохранения, образования, доступности к культурным благам и общественной безопасности [2].

Государство и его органы выполняют определенную роль в системе социально-трудовых отношений, которую можно увидеть в особенностях работы всего государственного механизма как совокупной системы факторов и определенных инструментов, которые должны обеспечивать слаженную работу всех его составных элементов. В механизм функционирования социально ориентированного государства входит все, что связано с эффективным взаимодействием политической, социальной и экономической систем, с влиянием их друг на друга.

Говоря о роли государственных органов в системе социального партнерства, необходимо отметить следующие важные моменты. Во-первых, эффективно работающая система социального партнерства активизирует и стимулирует надлежащее взаимодействие государственных органов власти с институтами гражданского общества. Во-вторых, система социального партнерства стимулирует конструктивное взаимодействие органов местного самоуправления с органами государственного управления. В-третьих, эффективно работающий механизм социального партнерства порождает положительные демократические тенденции в целом во всем обществе.

Однако закрепление механизма социального партнерства способствует ослаблению роли государства в общественных социальных делах. Как показала практика переходного периода, переход от монопольного положения государства в социальной сфере к системе социального партнерства — процесс весьма сложный и противоречивый, а результаты очень противоречивы. Для того чтобы механизм социального партнерства эффективно заработал с целью надлежащего решения социально-экономических проблем различного рода, стороны должны неукоснительно соблюдать принципы, выработанные практикой трипартизма. Серьезным моментом здесь является осуществление надлежащего контроля над исполнением законов, постановлений, указов и распоряжений государства и его органов соответствующими сторонами социально-трудового процесса. Если принимаемые властными органами решения и постановления будут игнорироваться, то в обществе начнет происходить деформационная атрофия

государственной власти, что усилит его социальную напряженность.

Государство в системе социального партнерства выполняет несколько ролей: законодателя, собственника, арбитра, работодателя и координатора. Когда государство выступает как собственник конкретных предприятий, органы государственной власти выступают как работодатели с необходимостью соблюдения законодательных норм, обязанностей заключения соглашений и договоров с трудовыми коллективами и их работниками, соответствующими общественными организациями и профсоюзами.

В системе социального партнерства государство выполняет следующие основные функции: законодательно-правовую, нормотворческую, организаторскую, прогностическую, судебную и контрольную. Развитие механизма и системы социально-партнерских отношений дает возможность государству ратифицировать конвенции МОТ и обеспечивать эффективное внедрение норм международного права.

Можно выделить основные элементы политики государства в системе социального партнерства [2]:

— согласование между партнерами на национальном уровне основных направлений социально-экономической политики в целом, включая разработку показателей и основных критериев социальной справедливости, мер по защите субъектов трудовых отношений;

— формирование и развитие институтов и механизмов, на различных уровнях способствующих согласованию интересов всех социальных партнеров;

— организация соответствующих комиссий и органов, которые должны эффективно заниматься решением определенных задач с целью развития социально-партнерских отношений и надлежащего регулирования социально-трудовых отношений;

— расширение содействия участию трудящихся в управлении своими организациями, предприятиями, отраслями, делами государства и всего общества в целом;

— стимулирование и развитие переговорного процесса урегулирования возникающих между сторонами разногласий и противоречий;

— смягчение остроты и снижение уровня социальных конфликтов в обществе посредством прежде всего совершенствования законодательной практики, согласительных и примирительных процедур.

В настоящее время сложилась новая система регулирования трудовых отношений, в которой кардинально изменилась роль властных структур и государства в целом. Сегодня властные структуры занимают в основном вопросы, касающимися обеспечения минимальных гарантий: определением минимального социального государственного стандарта, минимального размера оплаты труда, продолжительности отпуска, максимально допустимой продолжительности рабочего дня; недопущением массовой безработицы; созданием необходимых гарантий для безопасности труда.

Социально ориентированное государство в условиях формирования эффективной экономики и полноценного гражданского общества должно брать на себя социальную ответственность по обеспечению соблюдения социальной защиты отдельных социальных слоев и групп, а в первую очередь индивидуальных свобод каждого гражданина.

Например, если государство принимает на себя обязанности по развитию системы предпринима-

тельства, то оно будет вынуждено оказывать ему поддержку всякого рода, создавать государственные гарантии по кредитованию, стимулировать внешне-экономическую активность бизнеса и, соответственно, развивать финансовую инфраструктуру и вводить соответствующие льготы в систему предпринимательства. Не следует забывать, что эффективно функционирующая национальная экономика — это источник необходимых общественных благ. Таким образом, надлежащая опека государства над системой предпринимательства, которая и является в первую очередь источником необходимых общественных благ, — это залог эффективного функционирования национальной экономики в целом и важнейшая составная часть социальных функций государства [2].

Формирование и развитие социально направленного государства неразрывно связаны с развитием системы и механизма социального партнерства, которые способны снять с государства многие социальные функции. Например, нередко частным организациям и фирмам необходимы более тесные контакты с властными структурами местного значения для более эффективного решения узкоспециализированных и социальных проблем. В то же время местные органы власти, как правило, желают наладить тесные взаимоотношения с системой частного бизнеса с целью развития социальной сферы. Тем не менее нынешняя система разделения социальной ответственности зачастую препятствует эффективным рабочим отношениям местных властей с частными фирмами и организациями. В этой связи надежной основой для осуществления многих конкретных проектов в социальной и экономической сферах могут стать целевые программы государственной поддержки и развития системы малого и среднего предпринимательства в регионах.

В настоящее время сложились такие условия, которые побуждают властные структуры развивать систему и механизм социального партнерства, постоянно совершенствовать механизм и технологии партнерских отношений. Наибольшее распространение в деятельности органов государственного управления получила практика заключения соглашений и договоров на основании консенсуса по важнейшим направлениям политического и социально-экономического развития путем согласования интересов различных слоев и групп населения (с учетом мирового опыта).

Консенсус в партнерских отношениях может проявляться в трех основных видах [3]:

1. Позитивный, как правило достаточный для предотвращения разрастания социальных конфликтов в обществе, недопущения массовых социальных волнений и даже войн.

2. Негативный, при котором недоверие между основными субъектами социального партнерства держится на довольно высоком уровне.

3. Неоднозначный, как правило характеризующийся длительным ростом социальных конфликтов, массовых акций протеста и забастовок.

Самым важным фактором в достижении консенсуса в партнерских отношениях в трудовой сфере является обязательное соблюдение законности в действиях сторон, формирование у них желания, способности и умения договориться между собой по самым различным вопросам.

По сути, речь идет о степени эффективности согласования позиций сторон при разработке и осуществлении социальной и экономической политики

государства в целом. Как показывает практика, в ситуациях, когда необходимо проведение определенных рыночных реформ, а общество лишено политической стабильности, прочное и долгосрочное трехстороннее сотрудничество становится первоочередной необходимостью [4].

Взаимодействуя в сфере социального партнерства, государство и органы местного самоуправления выступают не только как посредники и арбитры, которые осуществляют согласование интересов работодателей и работников, но и как работодатели, а также как собственники определенных организаций и организаторы производственных процессов. По этому поводу в научной литературе даются различные оценки роли государства и его органов в системе социального партнерства [5].

В современных условиях России, кризисной ситуации в системе общественных отношений, социальных и экономических институтов повысить цивилизованный характер социально-трудовых отношений можно через развитие системы и механизма социального партнерства. Соблюдение принципов социального партнерства, на наш взгляд, обеспечит в конечном счете эффективную, слаженную работу по решению социальных, экономических и политических проблем, решаемых органами государственной власти, профсоюзами, предпринимателями, работодателями, а также поможет решить проблемы рядовой рабочей силы на рынке труда. Отказ общества от развития системы и механизма социального партнерства может привести к весьма плачевным последствиям и даже к революции.

#### Библиографический список

1. Стаурский, С. С. Социальное партнерство как социальный институт / С. С. Стаурский // Ориентированные фундаментальные и прикладные исследования — основа модернизации и инновационного развития архитектурно-строительного и дорожно-транспортного комплекса России : материалы Всерос. 65-й науч.-техн. конф. В 4 кн. Кн. 3. — Омск : СибАДИ, 2011. — С. 159–163.
2. Михеев, В. А. Социальное партнерство как механизм устойчивого социально-экономического развития / В. А. Михеев // Социально-гуманитарные знания. — 2002. — № 5. — С. 194–206.
3. Стаурский, С. С. Концепция развития регионального рынка труда Омской области. В 2 ч. Ч. 2 / С. С. Стаурский, Е. С. Стаурский // Омский научный вестник. Сер. Общество. История. Современность. — 2014. — № 3 (129). — С. 48–50.
4. Михеев, В. А. Основы социального партнерства: теория и политика : учеб. для вузов / В. А. Михеев. — М. : Экзамен, 2001. — 448 с.
5. Стаурский, С. С. Теоретические основы социального партнерства : моногр. / С. С. Стаурский, Е. С. Стаурский. — Омск : ОмГТУ, 2015. — 136 с.

**СТАУРСКИЙ Станислав Станиславович**, кандидат экономических наук, доцент (Россия), доцент кафедры экономики и права Сибирской государственной автомобильно-дорожной академии.

Адрес для переписки: Sss-qq@yandex.ru

**СТАУРСКИЙ Евгений Станиславович**, кандидат технических наук, доцент (Россия), старший преподаватель кафедры экономической теории и финансового права Омской академии МВД России.

Адрес для переписки: Ses-qq@yandex.ru

Статья поступила в редакцию 20.08.2015 г.

© С. С. Стаурский, Е. С. Стаурский

## ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОВЕДЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ СОРЕВНОВАНИЙ НА ТЕРРИТОРИИ РФ

**В статье рассмотрены особенности проведения международных соревнований, их экономическая и социальная эффективность. Особое внимание уделено затратам проведения зимних Олимпийских игр в Сочи.**

**Ключевые слова:** эффективность, спорт, Олимпиада, соревнования, спортивная инфраструктура.

Благодаря принятому в последние годы в Российской Федерации комплексу мер по поддержке развития физической культуры и спорта в рамках федеральной целевой программы, решений о поддержке спортивных организаций и других проектов удалось преодолеть тенденцию к неуклонному снижению потенциала отрасли.

Решение поставленных в указанных стратегических документах задач возможно только на основе развитой спортивной инфраструктуры с применением современных методологических решений. При этом область физической культуры и спорта многогранна, охватывает различные сферы деятельности, отличающиеся как содержанием реализуемых внутри них мероприятий, так и целевыми аудиториями.

Однако эти сферы, охватывающие массовую физическую культуру и спорт, детский спорт, формирование и подготовку спортивного резерва, а также подготовку спортсменов спортивных сборных команд Российской Федерации, образуют единое целое. Нерешенность проблем отдельных направлений приводит к отсутствию стабильного результата всей отрасли. Следовательно, комплексное решение возможно только на основе инфраструктурных решений по всем соответствующим направлениям.

Современное состояние спортивной инфраструктуры, имеющаяся единовременная пропускная способность спортивных объектов, быстро устаревающая методическая база не позволяют в полной мере и в соответствии с утвержденными социальными нормативами обеспечить решение указанных проблем в комплексе. Таким образом, нерешенность вопросов инфраструктурного и методического обеспечения на сегодняшний день является существенным фактором ограничения распространения стандартов здорового образа жизни.

Федеральная целевая программа «Развитие физической культуры и спорта в Российской Федерации на 2006 – 2015 годы», утвержденная Постановлением Правительства Российской Федерации от 11 января 2006 г. № 7, стала первым этапом в формировании общегосударственного комплекса мер по развитию физической культуры и спорта.

Проведение крупного спортивного мероприятия потенциально может дать толчок к развитию спорта и принести экономические выгоды. К числу прямых экономических выгод относятся капитальное стро-

ительство и сооружение объектов инфраструктуры, связанные с этим мероприятием, долгосрочные выгоды, такие как снижение транспортных издержек благодаря улучшению сети автомобильных или железных дорог, а также расходы туристов, приезжающих из других городов и стран для посещения Игр. Косвенные выгоды могут включать эффекты рекламы, которые не только представляют принимающий город или страну как потенциальное место назначения для туризма или бизнеса в будущем и усиливают чувство гражданской гордости и национальной общности, но и поднимают престиж принимающего города или страны.

Но существуют и потенциальные отрицательные стороны, связанные с возможным перерасходом средств, неэффективным использованием земли, неадекватным планированием и недостаточным использованием объектов.

Среди прямых экономических выгод, получаемых от крупных спортивных мероприятий, наиболее широко рекламируемых, вероятно, являются расходы туристов. Кроме того, поскольку Игры продолжаются больше двух недель, эти посетители могут проводить довольно много времени в принимающем регионе, принося значительные доходы гостиничному и ресторанному бизнесу [1].

Кроме того, несмотря на то что заполняемость гостиниц и цены номеров увеличиваются во время проведения Игр, эти дополнительные доходы часто уходят из местной экономики, поскольку прибыли гостиниц переводятся главному офису компании (рис. 1).

Динамика прогнозируемого спроса на гостиничные услуги в Сочи:

1. Увеличение приезжих до порядка 8,5 млн человек к 2017 г.
2. Увеличение доли приезжих, останавливающихся в гостиницах, до 25 %.
3. Сглаживание сезонности за счет повышения уровня загрузки в «низкий сезон».
4. Среднегодовая загрузка 60 – 65 % (рис. 2) [2].

Проведение таких грандиозных мероприятий, как Олимпийские игры, требует обширной инфраструктуры для транспортировки участников, официальных лиц и болельщиков с одного объекта на другой. В прошлом преобладающая доля строительства транспортной инфраструктуры приходилась на автомобильные дороги. Помимо этого, принимающие

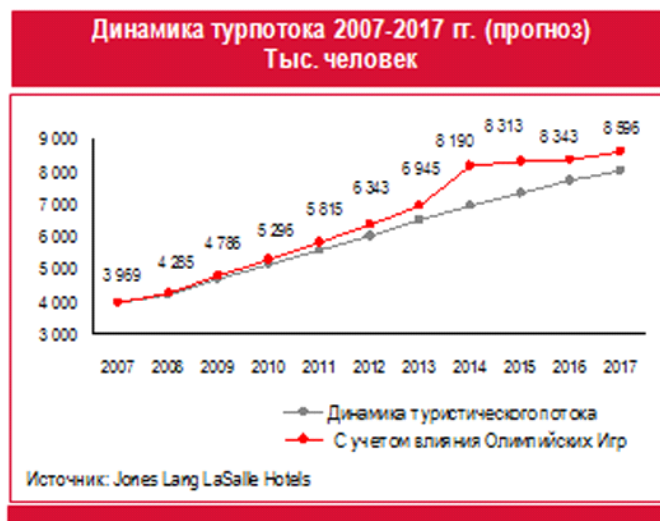


Рис. 1. Прогноз турпотока

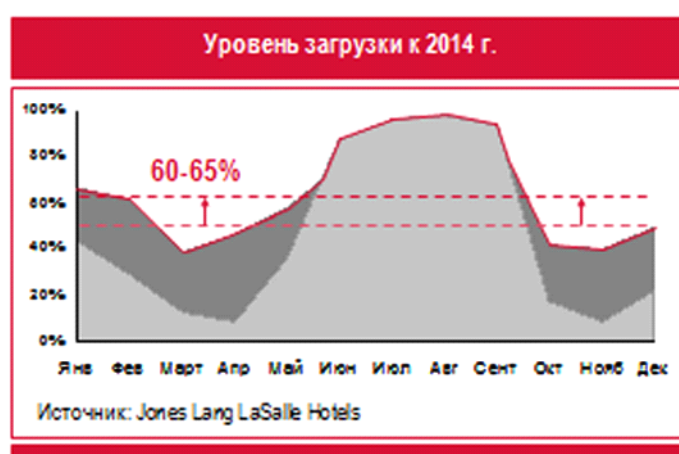


Рис. 2. Уровень загрузки гостиниц

города и регионы затрачивали значительные суммы на строительство аэропортов, а также на реконструкцию и строительство систем общественного транспорта. Сверхскоростной экспресс, построенный для Игр в Нагано, позволил существенно сократить время проезда между этим городом и Токио [3].

В менее развитых городах строительство современных телекоммуникационных мощностей также сопряжено со значительными инвестициями. Создание этой инфраструктуры порождает значительную экономическую активность в принимающем районе.

Выходя за пределы периода строительства, созданная в связи со спортивным мероприятием инфраструктура может обеспечить принимающему городу или региону постоянный поток экономических выгод. Более важно то, что совершенствование транспортной инфраструктуры может дать значительный импульс развитию местной и региональной экономики, если местные предприятия смогут воспользоваться усовершенствованной транспортной инфраструктурой.

Косвенные экономические выгоды, создаваемые грандиозными спортивными событиями, потенциально более важны, чем прямые, но их труднее оценить количественно. Одной из возможных косвенных выгод является рекламный эффект таких событий. Многие города и регионы, принимающие у себя международные соревнования, рассматривают их

как способ повысить свой ранг на мировой арене. Широкое освещение средствами массовой информации Олимпийских игр или других крупных событий до и во время их проведения является одной из форм маркетинговой политики региона, способной привлечь туристов, которые могут принести долговременные экономические выгоды [4].

Другие грандиозные спортивные мероприятия, такие как чемпионат по футболу или Кубок мира по футболу, демонстрируют экономическую динамику, аналогичную Олимпийским играм, хотя расходы на строительство значительно ниже. Многомерные эконометрические исследования влияния Кубка мира показали, что организация этого международного события нечасто приносит месту его проведения выгоды в плане доходов или трудоустройства.

Кари Сверрисон в своем исследовании сопоставил затраты на проведение Евро-2012 с доходами от него, отметив, что на модернизацию стадионов у Польши и Украины было потрачено 2,3 млрд евро, от продажи билетов на Евро-2012 страны выручили 150 млн евро. В свою очередь, выручка от продажи еды, напитков и атрибутики в дни матчей составила еще 150 млн евро (рис. 3) [5].

Анализ экономистов показал, что во время проведения чемпионата мира также наблюдаются некоторые потери в развитых странах. К примеру, во время мундиала 2010 года экономика Германии



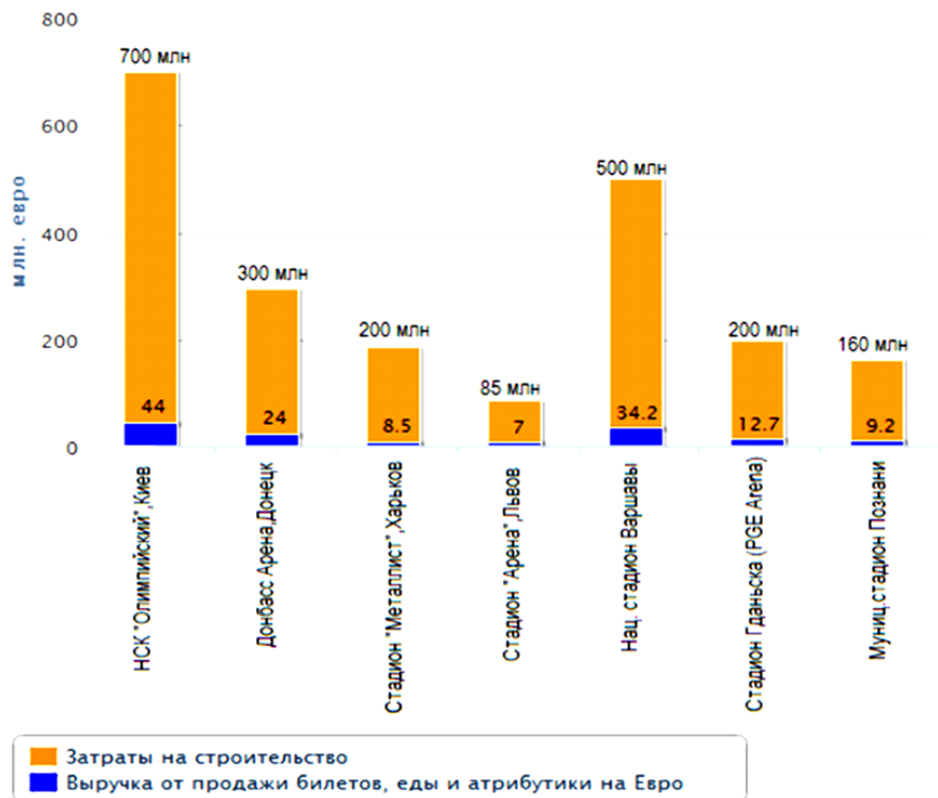


Рис. 3. Расходы и доходы (чемпионат мира по футболу)

снизилась на 0,27 % и убыток составил 6,6 млрд долларов. А в 2006 году, когда Германия была принимающей страной, ее ВВП снизился на 0,4 %. Дело в том, что в связи с ночными трансляциями, непосещением работы и опозданиями, а также столкновениями среди фанатов снижается уровень работоспособности населения.

Тем не менее проведение мероприятия, подобного Олимпийским играм или Кубку мира по футболу, может принести значительные нематериальные выгоды принимающему городу или региону, жители которого, вероятно, будут испытывать значительную гордость и чувство общности, оттого что они непосредственные свидетели такого события. На короткий, но интенсивный период их родные места становятся центром мирового внимания. Планирование и работа, необходимые для проведения мероприятия, требуют значительного времени и усилий и огромное чувство удовлетворения на местном и национальном уровне. Эти факторы являются важными и ценными, даже несмотря на то что исследователям трудно оценить их стоимость в долларах [6].

Всего же на подготовку Сочи к проведению Олимпиады была потрачена рекордная за историю Игр сумма — 1,5 трлн рублей. Из них федеральный бюджет потратил на строительство спортивных объектов 100 млрд рублей и свыше 400 млрд рублей — на инфраструктуру Сочи. Привлеченные инвестиции на инфраструктуру составили порядка 900 млрд рублей и 114 млрд рублей — на спортивные сооружения, озвучил цифры глава Минфина Антон Силуанов [7].

Если экономические выгоды невелики или даже отсутствуют, что могут сделать принимающие города и регионы для максимизации выгод от проведения таких мероприятий, как Олимпийские игры? Тщательный анализ прошлого опыта показывает,

что существует два значимых способа достичь этого: во-первых, принимающие города или регионы должны проявлять осмотрительность в принятии решений об использовании земель и, во-вторых, обеспечивать максимально возможное использование новых и реконструированных объектов и инфраструктуры после мероприятия [8].

«Эффект притока олимпийских инвестиций наиболее отчетливо проявился на краевом бюджетном уровне, выступая в качестве одного из основных факторов ежегодного (примерно на 10–15 %) прироста бюджетных доходов Краснодарского края, что позволило сгладить снижение доходов в период кризиса», — сказал РИА замглавы Минэкономразвития Александр Цыбульский.

Подготовка и проведение Игр способствовали созданию малых и средних предприятий в целом по России, а общее число рабочих мест в экономике страны, созданных или поддержанных, благодаря олимпийскому проекту составило 560 тысяч. Всего в подготовке к Олимпиаде было задействовано свыше 73 тысяч человек из многих регионов, подсчитали в Минэкономразвития.

Экономическая и неэкономическая ценность проведения крупного мероприятия, подобного Олимпийским играм, сложна и обычно различается в зависимости от ситуации [9].

Таким образом, эффект от проведения крупных спортивных мероприятий варьируется в зависимости от уровня экономического развития принимающего города и страны. При условии адекватного планирования организация большого события может ускорить создание современной транспортной, телекоммуникационной и спортивной инфраструктуры. Как правило, от этого больше выигрывают менее развитые регионы.

## Библиографический список

1. Ермакова, А. Олимпийские стройки получили первые уголовные дела / А. Ермакова // Известия. — 2012. — 09 августа. — Режим доступа : <http://izvestia.ru/news/532535> (дата обращения: 13.07.2015).
2. Пегов, М. Олимпийские игры / М. Пегов // История, виды спорта, чемпионы. — М. : ИД «Фома», 2014. — С. 191–195. — ISBN 978-5-91786-140-1.
3. Журавлева, Н. Третий пошел / Н. Журавлева, К. Кобяков // Взгляд. — 2011. — 31 января. — Режим доступа : <http://vz.ru/economy/2011/1/31/465074.html> (дата обращения: 09.06.2015).
4. За четыре года стройка в Сочи подорожала втрое // Forbes. — Режим доступа : <http://www.forbes.ru/56364-za-chetyre-goda-stroika-v-sochi-podorozhala-vtroe> (дата обращения: 25.07.2015).
5. Минрегион оценил расходы на Олимпиаду в Сочи в 1 трлн рублей // Взгляд. — 2009. — 29 сентября. — Режим доступа : <http://www.vz.ru/news/2009/29/332019.html> (дата обращения: 29.06.2015).
6. Моннэн, Э. Лучшие маршруты от Шамони до Сочи. 100 лет зимних Олимпийских игр / Э. Моннэн ; пер. К. Левина,

Т. Михайлова, Н. Озерская. — М. : Рипол классик, 2013. — С. 137–139. — ISBN 978-5-386-06657-4.

7. Милов, В. Стадионы убытков / В. Милов // Газета.ру. — 2012. — 28 апреля. — Режим доступа : <http://sport.gazeta.ru/column/milov/4566689.shtml> (дата обращения: 30.06.2015).
8. Мокрушин, М. Олимпийская деревня в Сочи стоимостью 23 млрд, рублей будет готова в 2013 г. / М. Мокрушин // РИА Новости. — 2012. — 29 мая. — Режим доступа : <http://www.realty.rian.ru/news/20120529/397837009.html#ixzz24CGSr5t> (дата обращения: 05.06.2015).
9. Енгальчева, Е. Закулисье Олимпийских игр / Е. Енгальчева // Записки олимпийского волонтера. — М. : Эксмо, 2014. — С. 65–69. — ISBN 978-5-699-71037-9.

**ГАНИН Павел Андреевич**, аспирант кафедры менеджмента, маркетинга и коммерции.

Адрес для переписки: [g.pavlik45@gmail.com](mailto:g.pavlik45@gmail.com)

Статья поступила в редакцию 19.10.2015 г.

© П. А. Ганин

## Книжная полка

**Макконнелл, К. Р. Экономикс. Принципы, проблемы и политика : учеб. / К. Р. Макконнелл, С. Л. Брю, Ш. М. Флинн. — 19-е изд. — М. : ИНФРА-М, Норма, 2016. — 1028 с. — ISBN 978-5-16-006520-5.**

Один из наиболее популярных в американских колледжах и университетах учебник, выдержавший 19 изданий, был первым подобным и напечатанным в России в 1992 г. В большинстве российских экономических вузов он используется в учебном процессе как базовый учебник, рекомендован в этом качестве Министерством образования и науки РФ для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям. Учебник посвящен важнейшим проблемам экономикс: макро- и микроэкономике, национальному доходу, занятости, кредитно-финансовой и налоговой политике, мировому хозяйству и др. Данная книга является переводом 19-го издания, значительно дополненного и принципиально переработанного по сравнению с предыдущим. Для студентов экономических вузов и всех интересующихся проблемами современной рыночной экономики.

**Сигел, Эндрю Ф. Практическая бизнес-статистика / Эндрю Ф. Сигел. — 4-е изд. — М. : Диалектика, Вильямс, 2016. — 1028 с. — ISBN 978-5-8459-1367-8, 978-0-07-233755-6, 0-07-233755-9.**

Традиционный курс бизнес-статистики изменился, и в основном к лучшему: больше внимания уделяется интерпретации данных, понятиям и идеям, лучше демонстрируется взаимосвязь статистики с различными видами экономической деятельности. Иными словами, все делается для более глубокого понимания фундаментальных статистических принципов. Книга «Практическая бизнес-статистика» («Practical Business Statistics») является лидером этих перемен. В предисловии к первым трем изданиям говорилось следующее. Традиционный курс бизнес-статистики меняется. В настоящее время в связи с доступностью и широким использованием компьютеров для обработки числовой информации нет необходимости в подробном освещении многих старомодных тем. Это дало огромную возможность для подачи в учебное время нового материала, который необходим бизнес-менеджеру, который подводит фундамент под понятия и приложения статистики применительно к бизнесу и экономике. Например, менеджерам не обязательно знать, как вывести формулу для вычисления коэффициентов регрессии в методе наименьших квадратов, но они должны уметь интерпретировать коэффициенты регрессии, чтобы, опираясь на эти важные показатели, принимать верные решения в сложных ситуациях. «Практическая бизнес-статистика» была написана с учетом этих изменений. Студенты экономических специальностей могут выучить статистику на отлично, если ее изучение сопровождать реальными практическими примерами и простыми и доступными объяснениями, из которых видно, почему стоит осваивать статистический взгляд на мир. Студенты-экономисты отличаются от студентов других специальностей и, несомненно, заслуживают книги, созданной специально в соответствии с их потребностями и интересами.