

ISSN 2311-8733 (Online)
ISSN 2073-1477 (Print)



ВЫХОДИТ 1 РАЗ В МЕСЯЦ

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА[®]

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ И АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

2016 выпуск 9
СЕНТЯБРЬ

REGIONAL ECONOMICS[®]

THEORY AND PRACTICE

A peer reviewed analytical and practical journal
2016, September
Issue 9

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА



Основан в 2003 году
Выходит 1 раз в месяц
Статьи рецензируются

Рекомендован ВАК Минобрнауки России для публикации научных работ, отражающих основное научное содержание кандидатских и докторских диссертаций
Реферируется в ВИНТИ РАН
Включен в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)
Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-66218 от 01 июля 2016 г. выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций
Предыдущее свидетельство о регистрации ПИ № 77-14700 от 17 февраля 2003 г. выдано Министерством Российской Федерации по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций

Цель журнала – предоставить возможность научному сообществу и практикам публиковать результаты своих исследований, привлечь внимание к перспективным и актуальным направлениям экономической науки, усилить обмен мнениями между научными сообществами России и зарубежных стран

Главная задача журнала – публикация материалов, отражающих закономерности и проблемы функционирования и развития экономики Российской Федерации как системы взаимодействующих субъектов хозяйствования (регионов, экономических зон, крупных экономических районов, субъектов Федерации, территориально-производственных комплексов, промышленных узлов, городских агломераций и других территориальных экономических подсистем)

Учредитель

ООО «Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ»
Юр. адрес: 111411, г. Москва, Зеленый проспект, д. 8, кв. 1
Факт. адрес: 111397, г. Москва, Зеленый проспект, д. 20
Почтовый адрес: 111401, г. Москва, а/я 10

Издатель

ООО «Информсервис»
Юр. адрес: 115093, г. Москва, Щипковский 1-й пер., д. 11/13, корп. 2
Факт. адрес: 111397, г. Москва, Зеленый проспект, д. 20

Редакция журнала

Факт. адрес: 111397, г. Москва, Зеленый проспект, д. 20
Почтовый адрес: 111401, г. Москва, а/я 10
Тел.: +7 (495) 989-9610
E-mail: post@fin-izdat.ru
Website: <http://www.fin-izdat.ru>

Подписано в печать 02.09.2016

Выход в свет 19.09.2016

Формат 60x90 1/8. Объем 24,5 п.л. Тираж 1 320 экз.

Отпечатано в ООО «КТК»

Юр. адрес: 141290, Российская Федерация, Московская обл., г. Красноармейск, ул. Свердлова, д. 1
Тел.: +7 (496) 588-0866

Подписка

Агентство «Урал-Пресс»
Агентство «Роспечать» – индекс 82327
Объединенный каталог «Пресса России» – индекс 15089
Свободная цена

Журнал доступен в EBSCOhost™ databases
Электронная версия журнала: <http://elibrary.ru>, <http://dilib.ru>, <http://biblioclub.ru>

Точка зрения редакции не всегда совпадает с точкой зрения авторов публикуемых статей

Перепечатка материалов и использование их в любой форме, в том числе в электронных СМИ, возможны только с письменного разрешения редакции

Редакция приносит извинения за случайные грамматические ошибки

© ООО «Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ»

Главный редактор **Л.А. Чалдаева**, доктор экономических наук, профессор, Москва, Российская Федерация

Зам. главного редактора

Н.Э. Бабичева, доктор экономических наук, доцент, Воронеж, Российская Федерация

В.О. Гридин, Москва, Российская Федерация

Редакционный совет

П.В. Акинин, доктор экономических наук, профессор, Ставрополь, Российская Федерация

Г.Ф. Балакина, доктор экономических наук, Кызыл, Российская Федерация

Г.Х. Батов, доктор экономических наук, Нальчик, Российская Федерация

О.А. Доничев, доктор экономических наук, профессор, Владимир, Российская Федерация

М.Н. Дудин, доктор экономических наук, профессор, Москва, Российская Федерация

К.В. Криничанский, доктор экономических наук, профессор, Челябинск, Российская Федерация

В.К. Крутиков, доктор экономических наук, профессор, Калуга, Российская Федерация

Н.Н. Минаев, доктор экономических наук, профессор, Томск, Российская Федерация

К.В. Павлов, доктор экономических наук, профессор, Ижевск, Российская Федерация

В.Ю. Пашкус, доктор экономических наук, доцент, Санкт-Петербург, Российская Федерация

В.Г. Садков, доктор экономических наук, профессор, Орёл, Российская Федерация

С.А. Сукнева, доктор экономических наук, доцент, Якутск, Российская Федерация

Л.А. Третьякова, доктор экономических наук, профессор, Белгород, Российская Федерация

Д.П. Фролов, доктор экономических наук, профессор, Волгоград, Российская Федерация

Ш.И. Шарипов, доктор экономических наук, профессор, Махачкала, Российская Федерация

Генеральный директор **В.А. Горохова**
Управляющий директор **А.К. Смирнов**
Директор по стратегии **А.А. Клюкин**

Ответственный секретарь **И.Л. Селина**

Перевод и редактирование **О.В. Яковлева, И.М. Комарова**

Верстка и дизайн **С.В. Голосовский**

Контент-менеджеры **В.И. Романова, Е.И. Попова**

Менеджмент качества **Е.И. Попова, А.В. Бажанов**

Корректоры **О.А. Ковалева, В.А. Нерушев**

Подписка и реализация **Т.Н. Дорохина**

СОДЕРЖАНИЕ

ПРОСТРАНСТВЕННАЯ ЭКОНОМИКА

- Суворова А.В.* Ценообразование на региональном рынке рекламных конструкций: местоположение объекта как важнейший фактор его ценности 4

РЕГИОНАЛЬНОЕ СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ

- Шевченко И.В., Коробейникова М.С.* Инновационные задачи и пути их решения в регулировании внешнеэкономической деятельности России: таможенно-тарифная и нетарифная политика государства 17
- Балакина Г.Ф.* Концептуальная модель стратегического управления социально-экономическим развитием депрессивного региона 46
- Ишигенов И.В., Тимофеева Н.С.* Методика оценки стратегических позиций региона в повышении самообеспеченности сельскохозяйственной продукцией собственного производства 58

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА

- Гуляева В.Б.* Проблемы и перспективы развития электронного взаимодействия государства и бизнеса в Северо-Западном федеральном округе 67
- Шакирова Р.К.* Предпосылки создания и развития индустриального парка в Республике Марий Эл: налоговое стимулирование 80

ТЕОРИИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

- Лаврентьев А.С., Криничанский К.В.* Методы оценки влияния структурной политики на макроэкономические параметры: модели общего равновесия 98

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНОВ

- Карепина О.И., Короченцева О.А.* Обеспечение сбалансированности региональных бюджетов в контексте сокращения финансовой асимметрии в условиях финансовой нестабильности 113
- Глазова М.В.* Проблемы и перспективы обеспечения устойчивости развития предпринимательских структур в условиях экономического кризиса 129
- Садков В.Г., Гринкевич А.М.* О модернизации системы налогообложения малого бизнеса России в целях дальнейшего стимулирования его развития и увеличения доходов бюджета 138

АГРОПРОМЫШЛЕННЫЙ КОМПЛЕКС

- Столярова О.А.* Проблемы и перспективы развития молочного скотоводства Пензенской области 150

ИННОВАЦИИ И ИНВЕСТИЦИИ

- Харин А.Г.* Исследование влияния особой экономической зоны на инвестиционную деятельность в Калининградской области 162

РЕКРЕАЦИЯ И ТУРИЗМ

- Порунов А.Н.* Оценка эффективности управления инфраструктурой социальной безопасности туристической дестинации методом DEA-анализа 177

МАРКЕТИНГ

- Фролов Д.П., Стрекалова А.С.* Инновационные парки как маркетинговый инструмент устойчивого развития старопромышленных регионов 188

REGIONAL ECONOMICS®

THEORY AND PRACTICE

The objective of the journal is to provide an opportunity to the scientific and business community to publish original research findings, draw attention to promising and important fields of economic science, strengthen the comprehensive and useful exchange of views between the scientific and business communities in Russia and abroad

The journal's main task is to publish materials that reflect the patterns and problems of functioning and development of the economy of the Russian Federation as a system of interacting business entities: regions, economic zones, major economic regions, RF subjects, clusters, industrial sites, urban agglomerations and other territorial economic subsystems

Founder

Publishing house FINANCE and CREDIT
Office: 111397, Zelenyi prospect 20, Moscow, Russian Federation
Post address: 111401, P.O. Box 10, Moscow, Russian Federation
Telephone: +7 495 989 9610

Publisher

Informservice, Ltd.
Office: 111397, Zelenyi prospect 20, Moscow, Russian Federation
Post address: 111401, P.O. Box 10, Moscow, Russian Federation
Telephone: +7 495 989 9610

Editorial

Office: 111397, Zelenyi prospect 20, Moscow, Russian Federation
Post address: 111401, P.O. Box 10, Moscow, Russian Federation
Telephone: +7 495 989 9610
E-mail: post@fin-izdat.ru
Website: <http://www.fin-izdat.ru>

Printed by KTK, Ltd., 141290, ul. Sverdlova, 1, Krasnoarmeysk, Russian Federation
Telephone: +7 496 588 0866
Published September 19, 2016. Circulation 1 320

Subscription

Ural-Press Agency
Rospechat Agency
Press of Russia Union Catalogue

Online version

EBSCOhost™ databases
Scientific electronic library: <http://elibrary.ru>
University Library Online: <http://biblioclub.ru>

Not responsible for the authors' personal views in the published articles

This publication may not be reproduced in any form without permission

All accidental grammar and/or spelling errors are our own

© Publishing house FINANCE and CREDIT

ISSUE 9
SEPTEMBER 2016

A peer reviewed analytical and practical journal



Since 2003
Monthly

The journal is recommended by VAK (the Higher Attestation Commission) of the Ministry of Education and Science of the Russian Federation to publish scientific works encompassing the basic matter of theses for advanced academic degrees

Indexing in Referativny Zhurnal VINITI RAS

Included in the Russian Science Citation Index (RSCI)

Registration Certificate ПИ № ФС77-66218

of July 01, 2016 by the Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology, and Mass Media

Previous Registration Certificate ПИ № 77-14700

of February 17, 2003 by the Ministry of Press, Broadcasting and Mass Communications of the Russian Federation

Editor-in-Chief **Larisa A. Chaldaeva**, Financial University under Government of RF, Moscow, Russian Federation

Deputy Editors

Nadezhda E. Babicheva, Voronezh State University, Voronezh, Russian Federation

Veniamin O. Gridin, Moscow, Russian Federation

Editorial Council

Petr V. Akinin, North Caucasian Federal University, Stavropol, Russian Federation

Galina F. Balakina, Tuviniyan Institute for Exploration of Natural Resources, Siberian Branch of RAS, Kyzyl, Tyva Republic, Russian Federation

Gumar Kh. Batov, Institute of Computer Science and Problems of Regional Management, KBSC of RAS, Nalchik, Kabardino-Balkar Republic, Russian Federation

Oleg A. Donichev, Vladimir State University, Vladimir, Russian Federation

Mikhail N. Dudin, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russian Federation

Konstantin V. Krinichanskii, South Ural State University (National Research University), Chelyabinsk, Russian Federation

Valerii K. Krutikov, Institute of Management, Business and Technology, Kaluga, Russian Federation

Nikolai N. Minaev, Tomsk State University of Architecture and Building, Tomsk, Russian Federation

Konstantin V. Pavlov, Kama Institute of Humanities and Engineering Technology, Izhevsk, Udmurt Republic, Russian Federation

Vadim Yu. Pashkus, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russian Federation

Viktor G. Sadkov, Orel State University, Orel, Russian Federation

Svetlana A. Sukneva, Research Institute of Regional Economy of the North, North-Eastern Federal University (NEFU), Yakutsk, Sakha Republic, Russian Federation

Larisa A. Tretyakova, Belgorod National Research University, Belgorod, Russian Federation

Daniil P. Frolov, Volgograd State University, Volgograd, Russian Federation

Sharip I. Sharipov, Dagestan State Institute of National Economy of Dagestan Republic, Makhachkala, Republic of Dagestan, Russian Federation

Director General **Vera A. Gorokhova**
Managing Director **Aleksey K. Smirnov**
Chief Strategy Officer **Anton A. Klyukin**

Executive Editor **Inna L. Selina**

Translation and Editing **Olga V. Yakovleva, Irina M. Komarova**

Design **Sergey V. Golosovskiy**

Content Managers **Valentina I. Romanova, Elena I. Popova**

Quality Management **Elena I. Popova, Andrey V. Bazhanov**

Proofreaders **Oksana A. Kovaleva, Viktor A. Nerushev**

Sales and Subscription **Tatiana N. Dorokhina**

CONTENTS

SPATIAL ECONOMICS

<i>Suvorova A.V.</i> Pricing in the regional market of advertising structures: Location of the facility as a major factor in its value	4
--	---

REGIONAL STRATEGIC PLANNING

<i>Shevchenko I.V., Korobeinikova M.S.</i> Innovative challenges and their solutions in the management of foreign trade activities in Russia: Customs tariff and non-tariff policies of the State	17
---	----

<i>Balakina G.F.</i> A conceptual model of strategic management of the socio-economic development of a depressed region	46
---	----

<i>Ishigenov I.V., Timofeeva N.S.</i> Methods of evaluating the region's strategic positions in increasing the self-sufficiency in agricultural products of own production	58
--	----

SOCIOECONOMIC POLICY

<i>Gulyaeva V.B.</i> The development of electronic interactions between State and business in the Northwestern Federal District: Problems and prospects	67
---	----

<i>Shakirova R.K.</i> Preconditions for creation and development of industrial parks in the Mari El Republic: Tax incentives	80
--	----

THEORY OF REGIONAL ECONOMY

<i>Lavrent'ev A.S., Krinichanskii K.V.</i> Methods of evaluation of the impact of structural policy on macroeconomic parameters: General equilibrium models	98
---	----

SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF REGIONS

<i>Karepina O.I., Korochentseva O.A.</i> Regional budgets balancing in the context of financial asymmetry reduction in the conditions of financial instability	113
--	-----

<i>Glazova M.V.</i> Businesses during the economic crisis: Challenges and prospects for sustainability	129
--	-----

<i>Sadkov V.G., Grinkevich A.M.</i> Small business tax system modernization in Russia to promote further development and increase budget revenues	138
---	-----

AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX

<i>Stolyarova O.A.</i> The development of dairy industry of the Penza oblast: Problems and prospects	150
--	-----

INNOVATION AND INVESTMENT

<i>Kharin A.G.</i> A study of the special economic zone influence on the Kaliningrad oblast's investment activities	162
---	-----

RECREATION AND TOURISM

<i>Porunov A.N.</i> Evaluation of the social security infrastructure management effectiveness by DEA-analysis method: A tourist destination case	177
--	-----

MARKETING

<i>Frolov D.P., Strekalova A.S.</i> Innovation parks as a marketing tool for the sustainable development of old industrial regions	188
--	-----

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА РЕГИОНАЛЬНОМ РЫНКЕ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ: МЕСТОПОЛОЖЕНИЕ ОБЪЕКТА КАК ВАЖНЕЙШИЙ ФАКТОР ЕГО ЦЕННОСТИ

Арина Валерьевна СУВОРОВА

кандидат экономических наук, младший научный сотрудник,
Институт экономики Уральского отделения РАН, Екатеринбург, Российская Федерация
gotika.bell@mail.ru

История статьи:

Принята 21.01.2016
Принята в доработанном виде
11.02.2016
Одобрена 22.03.2016

УДК 332.122: 338.51

JEL: D40, M37, R12

Ключевые слова:

региональный рынок рекламных
конструкций, формирование
цены, фактор локализации,
зонирование

Аннотация

Предмет. В статье рассматриваются вопросы ценообразования на рынке рекламных конструкций, связанные с оценкой локализации объектов в пространстве региона.

Цели. Ключевой целью исследования является предложение подхода, позволяющего учесть фактор местоположения рекламной конструкции при определении стоимости ее установки и эксплуатации.

Методология. В статье рассмотрены стратегии ценообразования на рынке на основе анализа научной литературы, нормативных и правовых источников, подходов к выделению в пространстве региона зон, отличающихся по значимым для исследования характеристикам, а также осуществлен эмпирический анализ опыта ряда российских муниципальных образований в сфере определения коэффициентов, позволяющих учесть специфику местоположения рекламной конструкции.

Результаты. Предложен подход к корректировке стоимости установки и эксплуатации рекламной конструкции на основе использования данных об особенностях ее расположения. На примере рынка Свердловской области показано, как в пространстве региона можно выделить участки, обладающие различной рекламной ценностью, что напрямую влияет на стоимость размещения в их границах наружной рекламы. Кроме того, осуществлено зонирование территории, определены наиболее привлекательные для рекламодателя автомобильные трассы.

Выводы. При определении оптимальной цены на рынке рекламных конструкций требуется учитывать специфику размещения объектов на основе добавления в методику ее расчета системы поправочных коэффициентов. При этом необходимо обращать внимание на параметры удаленности объекта от крупных населенных пунктов и ареалов с высокими значениями показателя плотности населения, а также на уровень загруженности автомобильных дорог, вдоль которых размещаются рекламные конструкции.

© Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ, 2016

Вопросы эффективного ценообразования представляют собой одну из ключевых проблем для любого хозяйствующего субъекта, предлагающего свою продукцию на рынке. Перспективы получения максимально возможной в сложившихся условиях прибыли во многом зависят от проводимой ценовой политики, в рамках которой должны учитываться интересы как продавцов, так и покупателей. Задача определения оптимального уровня цены не может быть успешно решена без детального анализа всей совокупности факторов, обусловленных спецификой производства и предложения товара, а также уровнем спроса на него со стороны потребителей [1]. При этом набор данных факторов, а также степень их воздействия на ценность предлагаемого продукта может существенно варьироваться для различных товаров, что вызывает необходимость исследования особенностей ценообразования.

На рынке рекламных конструкций решение задачи определения оптимальной цены в соответствии со

ст. 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», ложится на собственника земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединяется конструкция. Для иллюстрации одного из возможных подходов к ценообразованию следует рассмотреть пример конкретного регионального рынка рекламных конструкций – рынка Свердловской области.

В настоящее время в данном регионе функции по регулированию рынка наружной рекламы (в отношении рекламных конструкций, расположенных в границах отвода и придорожных полос автомобильных дорог федерального, местного и межмуниципального значения) переданы Министерству государственного имущества Свердловской области (далее – Министерство), в функции которого входит упорядочение областного рынка рекламных конструкций, в том числе за счет определения величины единой базовой ставки арендной платы за установку и эксплуатацию рекламных

конструкций, а также системы корректирующих коэффициентов, использование которых позволит определить стоимость установки и эксплуатации конструкций при различных условиях размещения.

Для того чтобы понять, какой подход к ценообразованию в данном случае будет наилучшим, необходимо определиться с целями ценовой политики. Вариантов целевых установок может быть достаточно много, например хозяйствующий субъект может ориентироваться на максимальное расширение оборота, оптимальное увеличение сбыта, максимизацию прибыли и др. Очевидно, что Министерство в рамках своей деятельности руководствуется в первую очередь стремлением максимально эффективно использовать имеющиеся активы (государственное имущество), что требует определения оптимального уровня платы за его аренду. Параметр оптимальности означает нахождение такого уровня платы за установку и эксплуатацию рекламных конструкций, который способствует увеличению доходов бюджетов всех уровней. Впоследствии это будет способствовать решению ключевых социально-экономических проблем, не создавая при этом дополнительной нагрузки на бизнес-среду, представители которой оплачивают услуги доведения рекламной информации до конечных потребителей. Таким образом, уровень платы за установку и эксплуатацию рекламных конструкций не должен быть:

- незначительным (в таком случае можно говорить о неэффективном использовании государственного имущества, недополучении бюджетом средств, что не позволит органам власти осуществлять свои полномочия в полном объеме из-за недостаточности ресурсов);
- или слишком большим (это приведет к снижению потребности бизнес-сообщества в наружной рекламе, а также к росту цен на продукцию, производимую хозяйствующими субъектами, к падению спроса на рынке и сокращению соответствующей статьи бюджетов разных уровней).

В общем виде существуют два стратегических подхода к ценообразованию [2]:

- в рамках первого – цена определяется исходя из затрат, связанных с производством товара, оказанием услуги;
- в рамках второго – цена определяется с учетом ценности товара или услуги для потребителя.

Рекламному рынку в наибольшей степени соответствует стратегия, основанная на учете ценности предлагаемого продукта для тех лиц, которые предъявляют спрос на этот продукт [3]. В частности, стоимость услуг создателей рекламного контента (рекламных роликов, логотипов, слоганов и т.п.) может быть определена только исходя из эффективности воздействия полученного продукта на целевую аудиторию. Его ценность определяется не количеством затраченного на создание данного контента времени, а качественными характеристиками результата творческого процесса. Следовательно, формирования единой для всей территории области и для всех типов рекламных конструкций базовой ставки недостаточно. При определении уровня платы за установку и эксплуатацию каждой конкретной рекламной конструкции необходимо учитывать специфику факторов, которые влияют на степень ее привлекательности для рекламодателя. При этом наряду с параметрами, характеризующими особенности рекламной конструкции (размер, наличие или отсутствие подсветки), необходимо уделять достаточное внимание специфике ее местоположения (учет фактора локализации объекта является предметом исследований значительного количества авторов, в том числе зарубежных [4–6]).

Значимость расположения объекта в пространстве региона объясняется тем, что рекламные конструкции являются неподвижными, то есть они могут эксплуатироваться только в одном месте – там, где установлены. Поэтому наиболее привлекательными будут объекты, размещенные на участках автомобильных дорог, которые характеризуются наибольшей интенсивностью движения (чем больше потенциальных покупателей рекламируемого продукта увидят предлагаемую рекламодателем информацию, тем больше вероятность, что реклама будет эффективна). Интенсивность движения по дорогам Свердловской области весьма дифференцирована, что определяется плотностью населенных пунктов, транзитной значимостью отдельных территорий. Это вызывает необходимость использования в рамках методики определения стоимости установки и эксплуатации рекламных конструкций специальных поправочных коэффициентов [7], позволяющих учесть специфику их местоположения.

Исследование опыта формирования подобных методик в условиях ряда российских регионов показывает, что параметр расположения объекта

признается значимым в большинстве случаев, однако единства в выборе способа его отражения не существует. Чаще всего территория делится на зоны, для каждой из которых устанавливается свой повышающий или понижающий коэффициент, причем наибольшее значение коэффициента присваивается центральным зонам, в которых интенсивность перемещений потенциальных потребителей рекламируемой продукции выше. Такой подход применяется в Вологде, Кинели (Самарская область), Красноярске, Майминском (Республика Алтай) и Марковском (Саратовская область) муниципальных районах. В Ивантеевке (Московская область) значение коэффициента определяется на основании привязки к отдельным территориальным объектам (свое значение коэффициента имеет каждая группа конкретных улиц и дорог). Интересен опыт Солнечногорского муниципального района (Московская область), в котором значение поправочного коэффициента зависит от двух параметров: специфики территории, на которой размещается рекламная конструкция (Ленинградское шоссе, Пятницкое шоссе, автомобильные дороги муниципального значения и т.п.), и удаленности (в километрах) от Московской кольцевой автомобильной дороги (МКАД).

Особенностью Свердловской области является неравномерность размещения населения по ее территории, а также наличие ярко выраженного центра (г. Екатеринбург с численностью населения, приближающейся к 1,5 млн чел.), вокруг которого концентрируется социальная и экономическая активность (рис. 1). Это делает обоснованным выделение в регионе нескольких зон, значение корректирующего коэффициента в каждой из которых будет различным.

Очевидно, что наибольшим спросом будут пользоваться рекламные конструкции на тех территориях, которые располагаются рядом с Екатеринбургом. Интенсивность перемещений по дорогам, проходящим через эти территории, существенно выше, чем на участках, удаленных от областного центра. Это связано с притягательностью Екатеринбурга для жителей других муниципалитетов, совершающих ежедневные перемещения в рабочих или учебных целях, а также может быть объяснено высокой плотностью населения в юго-западной части области. Кроме того, следует учитывать высокую транзитную значимость данной части региона. По мере удаления от административного центра области интенсивность перемещений по дорогам региона снижается, а значит, уменьшается

и привлекательность рекламных конструкций на соответствующих участках для рекламодателей. Таким образом, важной задачей является определение границ зон рекламной ценности.

В первую очередь следует определиться, что может выступать в качестве таксономической единицы зонирования. Возможным является применение одного из двух подходов:

- ориентироваться на количество километров, отделяющих рекламную конструкцию от центральной зоны;
- ориентироваться на территориальную принадлежность такой конструкции к определенному элементу административно-территориального деления, каждый из которых попадает в ту или иную зону рекламной привлекательности, в соответствии с удаленностью от центра.

Если на уровне муниципалитета логичным представляется использование как одного, так и другого подходов, то для региона наилучшим вариантом будет учет границ отдельных муниципальных образований. В этом случае удастся избежать риска разделения целостной территории на разные зоны.

Главную сложность представляют выбор наилучшего количества зон и определение принадлежности каждого находящегося на территории области муниципалитета к той или иной зоне. Ключевым фактором, определяющим специфику результатов процесса зонирования, является количество потенциальных потребителей, которые имеют доступ к рекламной информации, то есть оценка интенсивности перемещения населения по дорогам муниципальных образований. При этом условием, напрямую влияющим на направления и объемы транспортных потоков в Свердловской области, служит совокупность пространственных трансформаций, в основе которых лежит проявление агломерационного эффекта. Он заключается в получении выгоды от территориальной концентрации субъектов в городах или скоплениях населенных пунктов [8]), приводящей к укреплению взаимодействия между отдельными населенными пунктами. Результатом данного процесса является формирование и дальнейшее развитие в границах региона масштабной агломерации (под агломерацией традиционно понимают компактную и относительно развитую совокупность дополняющих друг друга городских и сельских

поселений, сгруппированных вокруг одного или нескольких городов – ядер и объединенных многообразными и интенсивными связями [9]). Хотя в рамках агломерации можно выделить производственную подсистему [10], ее границы определяются не столько масштабами взаимодействия предприятий, сколько устойчивостью трудовых связей, которые проявляются в ежедневной маятниковой миграции [11, 12]. В рамках городской агломерации между муниципалитетами (главным образом между городом – ядром и прилегающими к нему населенными пунктами) осуществляется весьма интенсивное транспортное сообщение [13], обусловленное в первую очередь тесными социально-экономическими контактами.

Таким образом, в интересах выделения на территории региона зон, отличающихся друг от друга по параметрам интенсивности междугородного сообщения, следует уделить особое внимание проявлению агломерационных тенденций.

О развитии Екатеринбургской городской агломерации говорится уже несколько десятков лет: в ее состав традиционно включают Екатеринбург с его пригородной зоной [14–16]. Однако среди исследователей, занимающихся вопросами делимитации агломерации, единая точка зрения на перечень ее субъектов не сложилась [17–19]. В научной литературе можно встретить значительное количество показателей, которые могут быть использованы для определения границ агломерационной зоны [20–22] (численность населения в городах, территориальная близость населенных пунктов друг к другу, плотность дорожной сети, плотность застройки и т.д.).

В то же время на схеме территориального планирования Свердловской области перечислены муниципалитеты, составляющие Екатеринбургскую городскую агломерацию, а также участники более масштабного территориального образования (интенсивность взаимосвязей между членами которого выше, чем на отдаленных территориях, но ниже, чем в рамках городской агломерации) – Екатеринбургской системы расселения (рис. 2). При этом состав данных территориальных комплексов был определен на основе совокупности показателей, которые учитывали близость населенных пунктов к центральной зоне (г. Екатеринбург), временной радиус их доступности, интенсивность междугородных потоков разного характера.

В состав Екатеринбургской агломерации входят:

- муниципальное образование (МО) «Город Екатеринбург»;
- Арамилский городской округ (ГО);
- Асбестовский городской округ;
- Белоярский городской округ;
- Березовский городской округ;
- городской округ Верхнее Дуброво;
- городской округ Верхняя Пышма;
- городской округ Дегтярск;
- городской округ Заречный;
- Малышевский городской округ;
- Новоуральский городской округ;
- городской округ Первоуральск;
- Полевской городской округ;
- городской округ Ревда;
- городской округ Рефтинский;
- городской округ Среднеуральск;
- Сысертский городской округ;
- муниципальное образование «Поселок Уральский».

В периферийную зону системы расселения входят:

- Нижнесергинский муниципальный район;
- Артемовский городской округ;
- Бисертский городской округ;
- городской округ Богданович;
- городской округ Верх-Нейвинский;
- городской округ Верхний Тагил;
- Каменский городской округ;
- муниципальное образование «Город Каменск-Уральский»;
- Кировградский городской округ;
- Невьянский городской округ;
- Режевской городской округ;
- муниципальное образование «Город Сухой Лог»;
- городской округ Староуткинск;

• Шалинский городской округ.

Очевидно, что интенсивность перемещений между населенными пунктами, входящими в состав Екатеринбургской городской агломерации, будет наибольшей, интенсивность перемещений в периферийной зоне Екатеринбургской системы расселения – несколько ниже, а на оставшейся части региона – наименьшей по области.

Таким образом, можно использовать информацию о наличии на территории области компактных высокоурбанизированных территорий в интересах выявления зон рекламной привлекательности. Информация об удаленности муниципалитетов Свердловской области от Екатеринбурга в целом подтверждает данные схемы территориального планирования Свердловской области (табл. 1), хотя и позволяет внести некоторые коррективы в состав выделенных зон. Ранее отмечалось, что территориальная доступность населенных пунктов является ключевым условием их включения в интеграционные взаимосвязи, поэтому некоторые исследователи отмечают, что расстояние между городами, способствующее формированию между ними устойчивых связей, не должно преодолевать более чем за 1,5–2 ч. При этом следует обратить внимание на два обстоятельства.

Во-первых, любую городскую агломерацию определяет неоднородность территории по функциям и их плотности. Это означает, что различные территориальные единицы, расположенные в границах агломерационного образования, могут характеризоваться различными параметрами плотности экономического (социального) пространства, что напрямую влияет на масштабы осуществляемой в рамках этих единиц активности. Следовательно, в составе городской агломерации могут быть выделены отдельные пояса (секторы, ареалы), существенно отличающиеся по ряду особенностей от прочих внутриагломерационных территорий. Данное обстоятельство следует учитывать, рассматривая Екатеринбургскую агломерацию, в составе которой выделяют несколько поясов. Для первого пояса, куда входят муниципальное образование «Город Екатеринбург» и непосредственно прилегающие к нему территории (Арамилский и Березовский городские округа, городские округа Верхняя Пышма и Среднеуральск), характерен наибольший уровень интенсивности связей между населенными пунктами, тогда как остальные территории, входящие в состав агломерации, несколько уступают «Большому Екатеринбургу»

по данному показателю. Таким образом, традиционное разделение территории области на три части в интересах определения границ зон рекламной привлекательности может быть дополнено обособлением первого пояса Екатеринбургской агломерации.

Второе обстоятельство связано с наличием на территории Свердловской области еще одной городской агломерации – Нижнетагильской, центром которой является г. Нижний Тагил. По масштабам и ключевым характеристикам развития она существенно уступает Екатеринбургской, однако интенсивность транспортных потоков вблизи Нижнего Тагила выше, чем на близлежащих территориях (например, на территории Горноуральского городского округа), что позволяет включить данный муниципалитет в состав территорий, относящихся к зоне с достаточно высоким уровнем рекламной ценности.

Изучение и обобщение данных официальных региональных документов, анализ удаленности муниципальных образований от областного центра, а также учет двух ранее представленных обстоятельств позволили выделить в составе Свердловской области четыре зоны рекламной ценности (табл. 2, рис. 3), при этом нулевая зона характеризуется наименьшей рекламной ценностью, а третья зона – наибольшей.

Каждой зоне рекламной ценности следует присвоить свой поправочный коэффициент (его использование позволит скорректировать величину базовой ставки с учетом местоположения рекламной конструкции), значение которого увеличивается по мере роста рекламной ценности зоны.

Следует учитывать, что зонирование позволяет получить представление об обобщенных параметрах интенсивности использования дорог (их участков) в границах каждой из зон. Однако в границах одного ареала могут располагаться дороги, характеризующиеся различными уровнями востребованности. Нелогичным является установление одинаковых поправочных коэффициентов для дорог, которые располагаются рядом друг с другом, но при этом отличаются пропускной способностью, транзитной значимостью, качеством дорожного покрытия и т.п. Таким образом, в интересах учета всех параметров, обусловленных местоположением рекламных конструкций, следует добавить еще один – корректировочный коэффициент, учитывающий интенсивность движения по

ИННОВАЦИОННЫЕ ЗАДАЧИ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ В РЕГУЛИРОВАНИИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОССИИ: ТАМОЖЕННО-ТАРИФНАЯ И НЕТАРИФНАЯ ПОЛИТИКА ГОСУДАРСТВА*

Игорь Викторович ШЕВЧЕНКО^а, Мария Сергеевна КОРОБЕЙНИКОВА^{б,•}

^а доктор экономических наук, профессор, декан экономического факультета, Кубанский государственный университет, Краснодар, Российская Федерация
desan@econ.kubsu.ru

^б аспирантка кафедры мировой экономики и менеджмента, Кубанский государственный университет, Краснодар, Российская Федерация
maria22@yandex.ru

• Ответственный автор

История статьи:

Принята 09.11.2015
Принята в доработанном виде
14.04.2016
Одобрена 19.05.2016

УДК 338:332:339.5:339.9
JEL: F00, O30, O38

Ключевые слова:

внешнеэкономическая
деятельность, регулирование,
регион, инновационные
механизмы, таможенно-
тарифная и нетарифная
политика

Аннотация

Предмет. Статья посвящена инновационным задачам и практическим решениям в регулировании внешнеэкономической деятельности с позиций таможенно-тарифной и нетарифной политики государства

Цели. Нахождение некоторых пропущенных звеньев и несоответствий, проблем инфраструктурного характера и стратегических резервов в регулировании внешнеэкономической деятельности в регионах, а также исследование инновационных механизмов регулирования внешнеэкономической деятельности на примере Краснодарского края. Определение совместных инновационных задач таможенных органов государства, региональных властей и регионального бизнеса на макро-, мезо- и микроуровнях в регулировании и совершенствовании внешнеэкономической деятельности.

Методология. В ходе исследования использован метод экспертных оценок.

Результаты. Рассмотрены законодательные и документальные, структурные и информационно-аналитические механизмы деятельности ФТС России на примере Южного таможенного управления и таможенного регулирования внешнеэкономической деятельности в Краснодарском крае. Разработаны модели совершенствования регулирования и взаимодействия государства и региональных субъектов на современном этапе развития внешнеэкономической деятельности. Даны предложения о целесообразности внесения конкретных структурных подразделений и дополнительных информационно-аналитических функций ФТС России для каждого региона в отдельности в целях получения обратной связи и эффективного регулирования внешнеэкономической деятельности на региональном уровне.

Выводы. Применение комплекса мероприятий, разработанных авторами, будет способствовать качественному изменению внешнеэкономической деятельности на уровне региона и муниципалитетов, а также позволит увеличить численность участников внешнеэкономической деятельности, объем внешнеторговых контрактов, инвестиций в каждом конкретном регионе, наполнение федерального бюджета от внешнеэкономической деятельности конкретных субъектов. Результаты исследования будут полезны при формировании новых, в том числе совместных, федеральных и региональных программ.

© Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ, 2015

Введение

Внешнеэкономическая деятельность в Российской Федерации в настоящее время переживает непростой, но значимый период: во-первых, она является членом ВТО с 2012 г.; во-вторых, претерпевает экономические санкции со стороны многих государств, что требует принципиально новой системы управления внешнеэкономической деятельности; в-третьих, российское законодательство, в том числе региональное, должно соответствовать требованиям

международного законодательства, нормативным документам и соглашениям Таможенного союза, группы стран БРИКС, других международных объединений. Поэтому появилась необходимость в выработке новой внешнеэкономической стратегии, которая должна обеспечить равноправное и равновесное вхождение Российской Федерации на мировые рынки. С другой стороны, в связи с активизацией внешнеэкономического сотрудничества России с ее зарубежными партнерами на Востоке, развитием внешнеэкономических связей не только на уровне государства, но и на уровне регионов и отдельных предприятий возникла актуальная возможность пересмотреть отношение

* Статья предоставлена Информационным центром Издательского дома «ФИНАНСЫ и КРЕДИТ» при ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный университет».

к таможенно-тарифной и нетарифной политике государства на макро-, мезо- и микроуровнях.

Таким образом, решение инновационных задач в области таможенно-тарифного и нетарифного регулирования внешнеэкономической деятельности является важным звеном в Российской Федерации.

Для достижения поставленной цели авторами были выделены и обозначены следующие направления:

- определение задач, принципов и методов государственного регулирования внешнеэкономической деятельности, а также принципов таможенной политики в современных условиях;
- исследование реформирования нормативно-правовой системы управления внешнеэкономической деятельностью в условиях вступления Российской Федерации в ВТО, создания Таможенного союза, Евразийского экономического союза (ЕАЭС) и других содружеств;
- анализ информационной базы и государственного регулирования внешнеэкономической деятельности хозяйствующих субъектов на региональном уровне с учетом сбалансированной деятельности федеральных таможенных органов, региональных органов власти и бизнес-структур;
- разработка инновационных предложений по улучшению деятельности субъектов региона во взаимодействии с таможенными органами на примере внешнеэкономической деятельности Российской Федерации, Краснодарского края и таможенного регулирования Южного таможенного управления.

Институциональное исследование экспертов и авторское изложение темы

Государственная политика таможенного регулирования заложена в деятельности ФТС России. Эта сложная многофункциональная система является одним из наименее изученных экономических институтов. Эксперты считают, что вне поля зрения остается институт таможни, регламентирующий и организующий трансграничное движение товаропотоков. При этом можно выделить несколько направлений:

- перемещения товаров и транспортных средств через таможенную границу Российской Федерации;

- таможенно-тарифное и нетарифное регулирование внешней торговли;
- осуществление таможенных платежей;
- таможенный и валютный контроль за внешнеторговыми операциями;
- таможенную статистику;
- юридическую ответственность за правонарушения в сфере таможенного дела;
- правоохранительную деятельность таможенных органов и др.

Они представлены как способы правового регулирования различных процессов, отношений, форм организации, методов и инструментов таможенной деятельности [1]. Всего количество функций, выполняемых таможней, достигает 75. Другие исследователи считают, что в сфере таможенного дела существуют экономические (фискальные), правоохранительные и организационно-аналитические группы функций.

Авторское исследование функций таможенных органов разделено на четыре блока: юридический, экономический, административный и логистический.

Юридический блок включает законы, в том числе международные соглашения, договоры, нормативные правовые акты, кодексы, тарифное регулирование на основе тарифных пошлин и т.п.

Экономический блок включает внешнеторговые отношения, связи, международную торговлю (импорт – экспорт), финансовые потоки (валютное регулирование, наполнение федерального бюджета страны).

Административный блок включает нетарифные меры, защиту российского рынка и отечественного производителя, защитные, антидемпинговые, компенсационные меры, взаимодействие власти и бизнеса (участников внешнеэкономической деятельности) на всех уровнях отношений.

Логистический блок осуществляет транспортировку груза, товаров, включающих несколько видов перемещений, а также информационно-аналитическую функцию, которая относится ко всем блокам (функция оперативной таможни без обзора).

В каждом блоке отметим инновационные предложения авторов для региональных субъектов по взаимодействию с ФТС России, причем

неважно, к какому институту эти предложения примкнут, действия их будут оправданы (рис. 1).

Итак, рассмотрим вопросы, которые, с точки зрения авторов, в совокупности предрасполагают к целесообразности предложений для эффективного решения региональных проблем и инновационных задач в регулировании внешнеэкономической деятельности Российской Федерации и ее субъектов.

Задачи внешнеэкономической политики

Рассматривая будущее как стратегическую задачу, ученые считают, что «ситуация с переходом России на инновационную модель развития, технологической модернизацией отечественной экономики, реформой экономических, социальных и правовых институтов остается по-прежнему острой, и ее разрешение не допускает промедления. Вернуться в мировую экономическую систему равноправным партнером, научиться делать то, что не умеют другие страны, повысить национальную конкурентоспособность непросто, но вполне реально» [2]. Как и реально находить пути решения задачи на макро-, мезо- и микроуровнях регулирования внешнеэкономической деятельности.

Во время глобальных и мировых процессов развития ни одна из стран не замкнулась в саморазвитии. «Ускоренное развитие национальных экономик и мирового хозяйства сопровождается возникновением многочисленных интеграционных региональных группировок, открывающих перспективы и новые возможности от сближения и сращивания национальных хозяйств, участия в международном экономическом сотрудничестве, обусловленного обобществлением экономического пространства, созданием более стабильной и предсказуемой ситуации для развития взаимной торговли, трансграничного перемещения капиталов и рабочей силы...». «Ликвидация тарифных барьеров способствует укрупнению рынков, интеграция обостряет конкурентную борьбу и вытесняет неэффективных производителей, положительно влияя на инвестиционный климат, усиливает приток капитала в страну» [3].

В настоящее время с учетом усиления роли регулирования внешнеэкономической деятельности на уровне федеральных округов, регионов и субъектов Российской Федерации, действенности их многочисленных муниципалитетов¹ и участников

¹ Шевченко И.В., Коробейникова М.С. Взаимодействие государства и бизнеса и инновационные механизмы регулирования внешнеэкономической деятельности // Региональная экономика: теория и практика. 2015. № 18. С. 44–57.

внешнеэкономической деятельности, возникают новые задачи и методы регулирования этой деятельности. Задачи, принципы, методы и меры таможенно-тарифной и нетарифной политики государства в сфере регулирования внешнеэкономической деятельности представлены на рис. 2, 3.

Представленные механизмы внешнеэкономической деятельности Российской Федерации выражают и единое направление развития экономических отношений с зарубежными партнерами. Государство в целях защиты своих национальных интересов и интересов общества, осуществляя регулирование внешнеэкономической деятельности, воздействует тем или иным способом на ее участников, оказывая им поддержку или создавая неблагоприятные условия для осуществления отдельных видов внешнеэкономической деятельности. Вопросы выбора и применения мер государственного регулирования внешней торговли являются определяющими для реализации таможенной политики государства [8]

Рассмотрим нетарифную и тарифную политику государства при осуществлении внешнеэкономической деятельности.

Нетарифная политика

Каково же положение дел и состояние защиты отечественного рынка и российских производителей в международном пространстве? Известно, что на это прямо нацелен метод нетарифного регулирования внешнеэкономической деятельности, при этом отметим, что нетарифные ограничения (НТО) – это самый актуальный способ государственного регулирования международного рынка. Все государства в разной степени пользуются этим методом. Пик применения нетарифного ограничения в качестве эффективного средства защиты национального рынка пришелся на последние два десятилетия в силу необходимости поэтапного снижения уровня тарифной защиты странами, реализующими свои обязательства по вступлению в ВТО. Однако ограничительные меры на международном рынке за последние 3–5 лет все больше применяются к российским товарам. За такими нетарифными ограничениями авторы ведут наблюдение с 2013 г. Рассмотрим динамику нетарифных ограничений доступа российских товаров на зарубежные рынки за последние три года (табл. 1).

Следует отметить, что некоторые страны всегда находили возможность оставить российские

товары «за бортом» международного рынка. Многие страны не давали доступ из-за того, что Российская Федерация не являлась членом ВТО, некоторые страны – по причине защиты своего национального рынка, в том числе в нарушение международных правил. Анализ данных, представленных в табл. 1, показывает, что с 01.01.2014 количество таких стран увеличилось до 27, а количество защитных мер в отношении доступа российских товаров на зарубежные рынки – до 112. При этом антидемпинговые меры остались на прежнем уровне (в пределах 39–40), количество принимаемых специальных мер увеличилось с 5 до 20, примерно в 2,5 раза увеличились нетарифные меры (с 16 до 54), в том числе административные меры выросли сразу до 20.

В начале 2014 г. к странам, применяющим защитные меры в отношении российских товаров, примкнули Колумбия, Киргизия, Филиппины, а во втором полугодии присоединились Аргентина, Марокко и Нигерия. В 2015 г. добавились Вьетнам, Иран, Лаос, Малайзия, во втором полугодии вышла из общего списка Республика Корея, но прибавился Казахстан.

Следует отметить, что среди стран, применяющих защитные меры в отношении российских товаров, есть страны Таможенного союза и страны БРИКС. В реестре значительных ограничительных мер оказались Белоруссия, Казахстан, Узбекистан, Украина, а также страны Европейского союза, которые ввели:

- запрет импорта товаров из Республики Крым и Севастополя на территорию ЕС;
- запрет на предоставление заемных средств, а также на предоставление соответствующей экспертной помощи и посреднических услуг в отношении Республики Крым и Севастополя на цели развития инфраструктуры в сферах телекоммуникаций, энергетики, на цели разработки нефти, газа и минеральных ресурсов;
- запрет на продажу или экспорт отдельного оборудования и технологий для использования в указанных сферах в Республике Крым и Севастополе;
- запрет на осуществление инвестиций в Республику Крым и Севастополь;
- запрет для европейских компаний на покупку недвижимости и предприятий;

- запрет на осуществление туристической деятельности².

Таким образом, в целом ситуация не критическая. Используя новые договоренности и ответные защитные меры, можно добиться определенных результатов во внешнеторговой деятельности с зарубежными странами, которые необоснованно и тенденциозно не допускают российские товары на международные рынки.

При этом необходимо отметить, что до сих пор в мировой торговле отсутствует общепризнанное определение нетарифных барьеров, их классификация и единая методология количественной оценки последствий применения для торговли. Подобные обстоятельства лежат в основе проблем, с которыми сталкиваются государственные органы власти и участники рынка в урегулировании спорных вопросов применения нетарифных барьеров.

Существует определенная классификация нетарифных мер в мировой практике:

1) ЮНКТАД³:

- меры ценового контроля;
- меры финансового контроля;
- автоматическое лицензирование;
- количественные ограничения;
- монопольные меры;
- технические и прочие меры в отношении чувствительных товаров;

2) ВТО:

- участие государства в торговле;
- ограничительная практика и государственная политика общего характера;
- таможенные процедуры и административные формальности;
- технические барьеры в торговле;
- количественные и специфические ограничения аналогичного характера;
- ограничения, заложенные в механизме платежей;

² Обзор существующих ограничений в доступе российских товаров на зарубежные рынки. URL: <https://clck.ru/A4jy3>

³ Конференция ООН по торговле и развитию.

3) Минэкономразвития России:

- антидемпинговые меры;
- защитные меры;
- субсидии и компенсационные меры;
- технические барьеры в торговле;
- санитарные и фитосанитарные меры;
- другие нетарифные меры.

Однако следует отметить, что страна – участница ВТО действует в данном и других вопросах в соответствии с правилами ВТО. Несмотря на широкую разновидность ограничительных мер, в каждой стране нетарифные меры имеют свои особенности.

Основываясь на своих исследованиях, авторы полагают, что нетарифная система стран, объединенных в союзы и сообщества, должна иметь примерно равное количество ограничительных мер (например, не более двух – трех в условиях внешней торговли или отсутствовать совсем), как это предусмотрено договором международного экономического объединения стран ЕАЭС.

В настоящее время в Российскую Федерацию импортируются товары из любых стран (кроме тех, которые применили санкции), но в свою очередь эти же импортирующие страны в отношении российских товаров выстроили «приподнятые барьеры», причем количество таких мер превышает не один десяток. Например, по данным Минэкономразвития России, в реестре ограничительных мер на 01.09.2015 указано следующее:

- Белоруссия в отношении российских товаров применяет административные меры;
- Узбекистан – акцизы и административные меры;
- Киргизия – специальные защитные меры;
- Индия – антидемпинговые и специальные защитные меры;
- Китай – антидемпинговые, санитарные и фитосанитарные меры;
- Турция – антидемпинговые и специальные защитные меры;
- Украина – антидемпинговые, санитарные, фитосанитарные и административные меры⁴.

⁴ Обзор существующих ограничений в доступе российских товаров на зарубежные рынки. URL: <https://clck.ru/A4jy3>

В Российской Федерации, с точки зрения авторов, также целесообразно и на федеральном, и на региональном уровнях более эффективно использовать нетарифные меры, в том числе защитные меры применительно к товарам конкретных зарубежных стран (например, к некачественному импорту продовольствия). В этом вопросе, по мнению авторов, нетарифные меры в отношении импорта в целях защиты регионального рынка и на региональном уровне должны вырабатывать специальные комиссии или «комитеты быстрого реагирования законов»⁵, созданные в законодательных или исполнительных органах субъектов Российской Федерации (после мониторинга на опережение и фактической информации таможенных органов), аналогично деятельности федеральной комиссии.

Таким образом, технические стандарты, санитарные нормы, правила оформления и оценки импортных товаров и т.п. могли бы использоваться в субъектах Российской Федерации для избирательной, целенаправленной поддержки отечественных товаропроизводителей в ущерб их иностранным соперникам.

Подводя итог исследованию нетарифного регулирования внешнеторговой деятельности, назовем причины, затрудняющие доступ российских товаров на рынки зарубежных государств:

- недостаточно совершенные двусторонние и многосторонние соглашения, которые должны обеспечивать благоприятные условия для доступа российских предпринимателей на внешние рынки;
- дискриминация российских производителей и экспортеров по причине отсутствия соответствующих международных договоренностей и соглашений, что является существенным недостатком в экономической политике и внешнеэкономической деятельности субъектов Российской Федерации.

Санкции, которые применяют страны Европейского союза в отношении российской экономики и внешнеторговой деятельности, предрасполагают субъекты Российской Федерации к более активному сотрудничеству со странами Востока и странами СНГ, а также с международным экономическим объединением –

⁵ Егорова Л.И., Коробейникова М.С. Инструменты совершенствования регулирования внешнеэкономической деятельности хозяйствующих субъектов на примере Краснодарского края // Экономика устойчивого развития. 2013. № 15. С. 50–56.

ЕАЭС, целью которого является проведение скоординированной экономической политики и создание зоны свободного движения товаров, услуг, капитала и рабочей силы. Договор о создании ЕАЭС был подписан 29 мая 2014 г. в Астане и вступил в силу 1 января 2015 г. В данный союз входят Российская Федерация, Белоруссия, Казахстан, Армения и Киргизия⁶. Кроме того, еще более 40 стран заинтересовано в сотрудничестве с ЕАЭС⁷.

Таможенно-тарифная политика

Таможенно-тарифное регулирование служит основным методом экономического воздействия на экспортно-импортные товарные потоки, пересекающие таможенную границу государства. Особенность такого регулирования состоит в том, что оно воздействует на внешнеторговые отношения с помощью цены.

Таможенно-тарифное регулирование включает:

- таможенные тарифы;
- товарную номенклатуру внешнеэкономической деятельности;
- таможенную пошлину;
- тарифные льготы;
- страну происхождения товара;
- особые виды пошлин;
- таможенную стоимость.

Эти элементы и порядок их применения закреплены в международной правовой базе, в нормативной правовой базе Таможенного союза, в законодательстве Российской Федерации и используются в регулировании внешнеэкономической деятельности. Нормативные правовые документы являются главной основой осуществления таможенного регулирования. Отметим основные законы, регулирующие внешнеэкономическую деятельность и тарифную систему государства:

- Федеральный закон от 27.11.2010 № 311-ФЗ «О таможенном регулировании в Российской Федерации»;
- Закон Российской Федерации от 21.05.2003 № 5003-1 «О таможенном тарифе»;

⁶ Договор о Евразийском экономическом союзе.
URL: <https://clck.ru/A4jyn>

⁷ Медведев: более 40 стран заинтересованы в сотрудничестве с ЕАЭС.
URL: <http://www.tvc.ru/news/show/id/78879>

- Федеральный закон от 08.12.2003 № 164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности»;
- Федеральный закон от 10.12.2003 № 173-ФЗ «О валютном регулировании и валютном контроле».

Кроме того, в российской практике управления внешнеэкономической деятельностью применяются следующие нормативные акты:

- Федеральный закон от 27.12.2002 № 184-ФЗ «О техническом регулировании»;
- Федеральный закон от 18.07.1999 № 183-ФЗ «Об экспортном контроле»;
- Федеральный закон от 09.07.1999 № 160-ФЗ «Об иностранных инвестициях в Российской Федерации»;
- Федеральный закон от 14.04.1998 № 63-ФЗ «О мерах по защите экономических интересов Российской Федерации при осуществлении внешней торговли товарами»;
- Федеральный закон от 08.12.2003 № 165-ФЗ «О специальных защитных, антидемпинговых и компенсационных мерах при импорте товаров»;
- Федеральный закон от 17.05.2007 № 82-ФЗ «О Банке развития»;
- Таможенный и Налоговый кодексы Российской Федерации, а также ряд других нормативных правовых актов.

Межгосударственным советом ЕврАзЭС было принято решение от 27.11.2009 № 18 «О едином таможенно-тарифном регулировании Таможенного союза Республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской Федерации», а начиная с 01.07.2010 на территории Российской Федерации действует Таможенный кодекс Таможенного союза, принятый решением Межгосударственного совета Евразийского экономического сообщества от 27.11.2009 № 17.

Определяемые законами общие условия и принципы ведения внешнеэкономической деятельности получили дальнейшее развитие и конкретизацию в указах Президента Российской Федерации, постановлениях Правительства Российской Федерации, на базе которых были подготовлены различные нормативные акты соответствующих министерств и ведомств. Среди множества разновидностей подзаконных актов следует обратить внимание на постановление

Правительства Российской Федерации, касающееся ставок ввозных и вывозных таможенных пошлин на отдельные виды товаров. В соответствии со ст. 3.1 Закона Российской Федерации «О таможенном тарифе» и постановлением Правительства Российской Федерации от 26.02.2013 № 154 «О порядке мониторинга цен на отдельные категории товаров, выработанных из нефти» Минэкономразвития России, осуществляя мониторинг цен на нефть и нефтепродукты на мировых рынках нефтяного сырья, рассчитывает и публикует ставки вывозных таможенных пошлин. Рассмотрим динамику вывозных пошлин на нефть в период с 2014 по ноябрь 2015 г.

На ноябрь 2015 г. ставка вывозной таможенной пошлины составляла 91,5 долл. США, что в 4 раза меньше ставки за подобный период 2014 г. (367,6 долл.). Перечень таможенных ввозных и вывозных пошлин на нефть позволяет определить как меняется экономическая составляющая страны и внешнеэкономической деятельности, поэтому появляются новые задачи, новые пути и методы их решения. Таким образом, рассмотрев законодательную нормативную базу, можно признать ее достаточной для ведения таможенной политики государства и регулирования внешнеэкономической деятельности и отнести ее к политическим факторам Pest-анализа внешнеэкономической деятельности (табл. 2).

Учитывая сложившиеся в стране политические, экономические, социальные и технологические факторы, а также опираясь на экспертные оценки и многочисленные точки зрения в области регулирования внешнеэкономической деятельности, авторы представили в разделах Pest-анализа предлагаемые перспективы увеличения внешнеэкономических процессов на основе внедрения инноваций, высоких технологий, новых законодательных актов. Полную реализацию задач, связанных с перемещением товаров, услуг, капитала обеспечивает федеральный орган исполнительной власти, уполномоченный в области таможенного дела – Федеральная таможенная служба (ФТС России), руководство которым осуществляет Правительство Российской Федерации.

Структурные звенья в таможенном регулировании внешнеэкономической деятельности

Известно, что ФТС России имеет двухуровневую систему деятельности. Представим структуру ФТС России с учетом авторских предложений (рис. 4).

Двухуровневая система органов таможенной службы России способствует быстрому наполнению федерального бюджета, так как экспортные и импортные пошлины, по российскому законодательству, сразу идут в федеральный бюджет (рис. 5). За 9 мес. 2015 г. сумма доходов федерального бюджета, администрируемых таможенными органами, составила 3 637,9 млрд руб.⁸.

Построение двухуровневой системы ФТС России также связано с функциями валютного контроля, борьбой с контрабандой и другими функциями, требующими усиленного контроля и регулирования государством. Существующая структура удобна для всей деятельности ФТС России и ее внутреннего распорядка. Однако в связи с региональными задачами развития внешнеэкономической деятельности структуру ФТС России целесообразно совершенствовать в части улучшения взаимодействия с регионами.

Таможни осуществляют свою деятельность под общим руководством ФТС России, но непосредственно подчиняются региональным таможенным управлениям⁹, в зоне которых они расположены (по федеральным округам): Центральное, Северо-Западное, Южное, Приволжское, Уральское, Сибирское, Дальневосточное и Северо-Кавказское таможенные управления. Отдельные таможни напрямую подчинены ФТС России: Домодедовская, Шереметьевская, Центральная энергетическая таможня, Центральная базовая таможня, Центральная таможня (кинологистический центр ФТС России), Центральная акцизная таможня, Крымская таможня, Севастопольская таможня, Калининградская областная таможня. По данным ФТС России, на российской таможенной территории действуют 94 таможни и 482 таможенных поста¹⁰.

Некоторые таможни создаются по территориальному принципу, при этом подведомственная таможенная территория может и не совпадать с границами административно-территориальных единиц, то есть границами субъектов Российской Федерации, где они создаются. Например, юрисдикция Архангельской таможни распространяется на всю территорию

⁸ Сведения о поступлении таможенных и иных платежей в доход федерального бюджета. URL: <https://clck.ru/9zrs8>

⁹ Положение о Федеральной таможенной службе: постановление Правительства РФ от 16.09.2013 № 809.

¹⁰ Территориально-структурное деление таможенных органов Российской Федерации. URL: <https://clck.ru/A2DhN>.