



АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ:

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ
В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ
ЭКОНОМИКИ

Сборник научных работ
молодых исследователей

РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ им. А.И. ГЕРЦЕНА

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ



**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ
ЭКОНОМИКИ: ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ В
УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ**

Сборник научных работ молодых исследователей

Санкт-Петербург
2021

УДК 339.138, 338.2, 330.101.54
ББК 65.012, 65.050, 65.291.3

Актуальные проблемы современной экономики: экономическое развитие в условиях цифровой экономики: Сборник научных работ молодых исследователей / Под общей ред. канд. экон. наук. Н.М. Старобинской, докт. экон. наук Н.А. Пашкус. – СПб.: КультИнформПресс, 2021. – 379 с.

ISBN 978-5-8392-0897-1

Рецензенты:

д.э.н., проф. **И.А. Благих** (Санкт-Петербургский государственный университет)
д.э.н., проф. **В.А. Плотников** (Санкт-Петербургский государственный экономический университет)

Сборник подготовлен на основе материалов XIV Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием «Актуальные проблемы современной экономики: теоретические и практические аспекты», проходившей в дистанционном формате 21-22 мая и 25-26 декабря 2020 года в рамках круглых столов, организованной Институтом экономики и управления Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена совместно с факультетом политологии Санкт-Петербургского государственного университета

ISBN 978-5-8392-0897-1

© Коллектив авторов, 2021



От редактора

В сборнике, который вы держите в руках, представлены некоторые результаты работы студенческого научного общества Института экономики и управления РГПУ им. А.И. Герцена. Здесь публикуются лучшие статьи за последний год не только студентов и магистрантов, но и аспирантов и талантливых школьников, которые принимают активное участие в работе студенческого научного общества. Эти материалы с успехом апробируются на Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием «Актуальные проблемы современной экономики», организатором которой в этом году выступили Институт экономики и управления РГПУ им. А.И. Герцена и факультет политологии СПбГУ. Конференция проводилась в дни празднования 75-летней годовщины Великой Победы, поэтому хочется данный сборник посвятить ветерану Великой Отечественной Войны, доктору экономических наук, профессору *Бено Израйловичу Табачникасу (1924-2020)*. Бено Израйлович родился 24 февраля 1924 года в довоенной столице Литвы – Каунасе. Окончил литовскую советскую среднюю школу накануне Великой отечественной войны в июне 1941 года. В июне 1942 года был призван в армию. До апреля 1943 года служил в учебном полку в Чебаркульских лагерях, где получил специальность артиллерийского вычислителя. До конца войны служил в 127-м пушечно-артиллерийском полку на Юго-

Западном, затем на 3-м Украинском фронте командиром вычислительного отделения разведдивизиона.

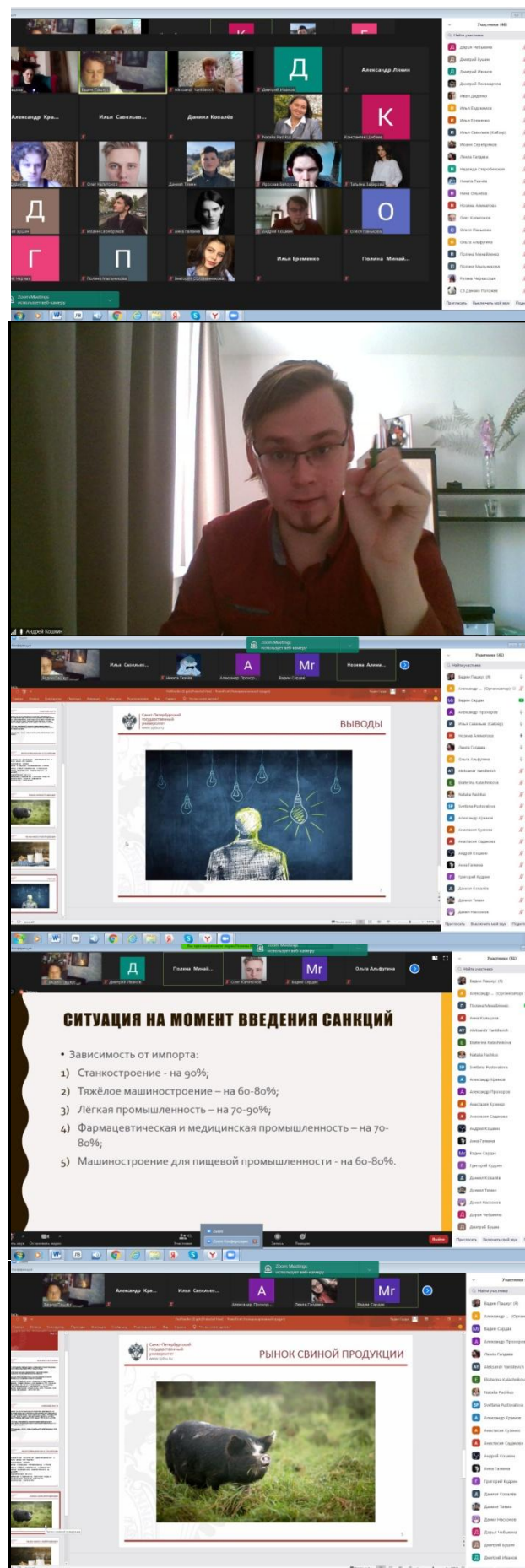
Б.И. Табачникас получил 17 правительственных наград, но больше всего ценил боевые – медаль «За отвагу», орден Красной Звезды, а также медали «За победу над Германией», «За взятие Будапешта» и «За взятие Вены».

С 1962 года и до последнего дня Бено Израйлович работал в РГПУ (ЛГПИ) им. А.И. Герцена. За это время он помог многим студентам и аспирантам сделать первые шаги в науке, подготовил более 50 кандидатов экономических наук. Он являлся автором более 175 научных и учебно-методических работ. Более 15 лет был председателем диссертационного совета по экономическим наукам.

Бено Израйлович прожил яркую жизнь, всегда имел активную позицию, его отличала глубокая человечность, подлинная интеллигентность, высокий профессионализм, жизнелюбие и оптимизм.

Я благодарна судьбе, за то, что Бено Израйлович был моим научным руководителем и наставником.

Н.М. Старобинская,
канд. экон. наук, доцент
кафедры отраслевой экономики и финансов



Часть 1

ПОЛИТИКА ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

*М.Ю. Щеглов (бакалавр 2 курса,
факультета политологии СПбГУ)*

К ВОПРОСУ О СИМВОЛИЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКЕ: МИФ В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ

Аннотация: В статье автор определяет сущность экономического мифа и его влияние на современную рыночную систему. По мнению автора, миф таргетирует участников рынка поступать иррационально, что приводит к искусственному повышению или понижению цен через изменение спроса. Для этого необходимо представить структуру мифа, его функции и свойства, выявить связи между участниками рынка и экономическим мифом, проиллюстрировав некоторые экономические мифы в современном обществе.

Ключевые слова: экономический миф, символическая экономика, мифологическое сознание.

Потребление и производство являются двумя ключевыми компонентами системы экономического общества. Системы как, что и каким образом производить и потреблять определяются не только детерминированным представлением о прибыли, но и психокультурными особенностями субъектов. От того, как мыслит и воспринимает окружающий мир субъект, зависит его склонности в данных двух компонентах. Можно выделить такие формы общественного сознания как: мифологическое, религиозное, научное, правовое и политическое. Несмотря на казалось бы архаичное мифологическое сознание, его роль сегодня и на протяжении всей истории человечества не стоит недооценивать, поскольку через миф человек способен наиболее натурализованно (т.е. естественно и близко к природе) и быстро воспринять и обосновать окружающую его действительность через образ. Вследствие такой простоты и быстроты возникают и первые ответные человеческие поступки: боги наказали нас наводнением, поэтому необходимо искупление, и задобрить тех самых богов жертвой. Через такие первые поступки человек сакрализирует объекты, наделяя их сверхценностью и высочайшей необходимостью. Там, где возникает какая-либо ценность и необходимость, возникают отношения их удовлетворения, что порождает экономические отношения. По этой причине автор статьи берётся изучить экономический миф, как он влияет на поведение homo eсоpomicus.

Определение экономического мифа. Прежде чем выявить казуальные связи между поведением человека экономического и мифом, необходимо дать четкое определение «экономического мифа». А. Ф. Лосев в работе «Диалектика мифа» определяет миф как *«наивысшую по конкретности, максимально интенсивную и в высшей мере напряженную реальность... Миф — это диалектически необходимая категория сознания и бытия вообще»* [5, с.393]. Ф.Х. Кессиди «От мифа к логосу» дает не менее важную характеристику мифа: *«Отождествляя воображаемое с реально существующим, идеальное с материальным, субъективное с объективным, миф преодолевает действительность в образах фантазии»* [4, с.312]. Добавим слова Ролана Барта из «Мифологии», что миф *«ничего не скрывает и не демонстрирует — он деформирует; его тактика — не правда и не ложь, а отклонение»* и *«принцип мифа — превращение истории в природу»* [1, с.289]. Когда миф сталкивается с одной из этих двух позиций, то он исчезает. Таким образом, получается, что под экономическим мифом следует понимать такую форму экономического сознания, которая отражает экономическую реальность в виде экономического отклонения от реального путем отклонения формой. Поэтому некорректным будет воспринимать миф как только заблуждение, глупость, и тем более ложь, поскольку не каждая глупость оборачивается в

форму мифа, равно как и не каждый миф включает в себя заблуждение. При этом отметим, что к мифологизации склонны любые слова, поскольку с семиотической точки зрения миф можно сравнить с паразитом, который пристраивается к любой языковой системе (в особенности к естественному языку). Также миф не различает объективное и субъективное, субъект и объект – они сливаются в единое, целостное, синкретическое.

Структура мифа. Миф – это, прежде всего форма; там, где кончается смысл, появляется миф. Посредством семиотической конструкции миф не иллюстрирует примером, а натурализует идею своей формой. Структурно миф является двойной конструкцией: есть то, что действительно воспроизводит слово или образ (т.е. изначальный смысл) и его надстройка над этим первичным. Ролан Барт предлагает структуру мифа в виде таблицы с элементами *означающего, означаемого и знака* [1, с.272]

Таблица 1.

Структура мифа (по Ролану Барту)

		Означающее А	Означаемое А	
Миф «В»	Язык «А»	Знак А <i>Означающее В</i>		<i>Означаемое В</i>
		Знак В		

Следует выделить основные функции мифа:

- *Выражение (представление)* – употребление образа как знака, наделенного определенным понятием;
- *Обозначение* – деформирование предмета в концентрированный внешне соответствующий предмету образ;
- *Олицетворение* – воплощение, создание идеализированного образа чего-либо через деформирование и замену реального (образ успеха, удачи, богатства, рабства, нищеты и т.д.);
- *Санкционирование* – использование образа в качестве примера и оправдания определенного сознания и поведения;
- *Преобразование* – возникает в случае, когда личность или социальная группа для достижения более высокого уровня адаптации или удовлетворения своих потребностей сознательно идет на изменение состояния существующего общественного положения своими действиями.

Средство *обозначения* не является определяющим в мифе: функция обозначения не определяет мифологическое сознание. На ранних этапах мифогенеза очень сложно провести грань различия между *обозначением* и *выражением* (представлением). Миф не стремится к тому, чтобы включить предмет в комплекс причинно-следственных отношений, но оказывается в подчинённом положении предмета. Вследствие этого миф склонен к трансцендентальности, которая объединяет и связывает все мифы во всеобщее и всепроникающее, откуда вытекает, как ранее было отмечено, отсутствие различий между естественным и сверхъестественным, реальным и идеальным, объективным и субъективным и т.д. Описание всеобщего и всепроникающего целого основывается на формах пространства, времени и числа. Функция обозначения тесно связана с представлением «мана-табу». Табу представляет первое негативное ограничение, а мана – воплощение духовной силы в вещественности. Как отмечает Э. Кассирер во втором томе «Философии символических форм», эти два противоположных понятия не создают иерархию или классы предметов, но выражают акцент значимости в сознании с делением на священное и профанное [3, с.94].

Санкционирование также осуществляется вокруг модели «мана-табу». Для раннего мифологического сознания характерно отождествление и концентрация власти и

священности в вещах (фетишизация), и лишь на поздних этапах – в идеализированных образах (идеализация). Эта функция тесно связана и с понятиями *навязывания* т.е. под *санкционированием* следует понимать и одобряемую обществом или группой модель поведения, жизни, управления, общения и т.д.

Преобразующая функция мифа может быть прямой и косвенной. Прямое преобразование возникает именно на поздних этапах, когда идеализированный образ в мифе противопоставляют другому мифу, дискредитируя его. В этом случае социальные группы начинают выступать за «возвращение» к идеалу или наступление настоящего идеального. Так, возникли идеи «золотого века», Града Божьего и т.д. Из этого противопоставления могут рождаться более рациональные мифы под авторством уже отдельных индивидов – утопии. Косвенное преобразование связано с влиянием непосредственно мифа на сферы жизни, вне зависимости от противопоставления. В этом случае модель жизни общества продиктована мифами, которые создают или встраиваются в систему управления, производства, общения; определяют как семейную жизнь, так и публичную ввиду свойства мифа к слиянию их в целое.

Все эти 5 функций воплощаются, в том числе и в экономической сфере как на уровне бытовых и крупных сделок, так и в экономической доктрине или идеологии.

Эффекты и примеры. В этом разделе внимание автора будет сконцентрировано на *санкционирующей* и *преобразующей* функциях мифа. Как было ранее отмечено, мифом может стать абсолютно любое слово (образ). Также миф является ценностью, эффект которой меняется в зависимости его окружения. По этим причинам в сфере экономических отношений миф живет так же, как и в легендах о Геракле. Источником мифотворчества в экономических отношениях выступают три субъекта: продавцы, покупатели и информаторы (СМИ). Рассмотрим, каким образом каждый субъект мифологизирует экономическую действительность. Для этого будут рассмотрены следующие институты: реклама, рынок недвижимости, СМИ.

Институт рекламы помимо экономической играет и социальную роль, а потребление из физиологического становится социально обусловленным. Именно с этим можно связать навязывание рекламой скорее не товара, а определённого образа жизни. Реклама создает этот идеалистический образ жизни в мифе счастья – такую картину описывает Жан Бодрийяр в «Обществе потребления» [2]. Сопряженное с «мана» магия природы в XX веке постепенно заменяется магией социального, искусственного. Например, если человек из племени хотел удачной охоты, то он поклонялся и одаривал силы природы (или воплощение силы природы – идола; проводника сил природы – шамана), то сейчас человека убеждают в том, что ему для удачной охоты необходимы дорогое ружье с оптикой, соответствующая одежда, приложение на телефон (например, чтобы не заблудиться в лесу) и т.д. Для создания этого мифа в рекламе снимаются актеры, шоумены, политики, чтобы подчеркнуть престиж и успех определенного образа жизни. Чтобы подчеркнуть престиж, богатство, человек становится расточительным: намеренно сломав или потеряв вещь, можно подчеркнуть свое изобилие. Этот прообраз архаичного потлача также направлен на подъем потребления массами. Такое представление о товаре уже заложено в системе экономики: потребление – лишь промежуточное звено между производством и разрушением, смертью. Сегодня общество поглощено спектакулятивной рекламой, когда бренд становится во главе товара и чуть ли не диктует спрос на товар, вкладывая идею моды. [6] Символический капитал сконцентрирован в таком важном элементе современной экономики, как бренд. Происходит обесценивание качества товарного знака: люди покупают контрафактную одежду под логотипом бренда, принимая потерю качества, а соответственно такие вещи ломаются и выходят из строя быстрее. Несмотря на то, что прочные долговечные старые вещи, которые не утратили потребительских качеств, по-прежнему остались, они морально устарели, что продвигается рекламой.

Ситуацию экономического мифотворчества на рынке недвижимости иллюстрирует Роберт Шиллер в работе «Иррациональный оптимизм. Как безрассудное поведение

управляет рынками». Понятие «иррациональный оптимизм» наиболее близкое к экономическому мифу, поскольку мифологическое сознание составляет противоположность по сущности рационально-логическому. У людей формируется общепринятое мнение, что рынок недвижимости – наиболее привлекательное место инвестирования, который постоянно растет. СМИ в погоне за сенсацией и просмотрами рисуют экономическую картину поверхностно, как следствие – переоценка и идеализация рынка. Когда эта иллюзия распространяется и заражает все больше и больше участников рынка, тогда она перерастает в экономический миф. Охватившие рынок массовый психоз и эйфория инвестирования и покупки недвижимости приводит к неоправданному росту, который корректируется дальнейшим падением, обесцениванием. Такую ситуацию называют экономическим пузырем. Причинами такого поведения на рынке недвижимости – поведение людей: их неуверенности в ценах завтра, связанную с утратой веры в контроль государства за ценами на жилье. Роберт Шиллер считает, что *«нас охватывает все большее беспокойство, мы чувствуем собственную уязвимость, а волатильность рынка, возникающая время от времени как на фондовом рынке, так и на рынке недвижимости, только отражает наше состояние»* [7, с. 61]. Выявить наличие экономического пузыря до того, как он лопнет, практически невозможно, как невозможно понять деформирование реального мифом до того момента, пока миф не будет развенчан (станет истинной или ложью) или не будет замен другим мифом. На самом деле, как отмечает Роберт Шиллер, спрогнозировать цены на недвижимость даже в США крайне трудно, поскольку для экстраполяции недостаточно имеющихся данных, а динамика затрат на строительство, роста населения и процентных ставок не имеет стойкой связи с конечными ценами на недвижимость [7, с.57].

Влияет на ситуацию рынка недвижимости (как и на многие другие рынки) СМИ – распространители и даже создатели мифов. Ретрансляция в лучшем случае недостаточно взвешенных новостей, а худшем – полуправды может привести к формированию мифа «иррационального оптимизма» или же наоборот «иррационального пессимизма». Помимо этого, некорректное восприятие информации служит источником иррационального поведения покупателя. Приведем примитивный пример, новостного сюжета, о том, как пожилой человек купил себе дом в США за 25 000\$ в 1950 году, а сейчас продает его за 240 000\$, что создает иллюзию успешного денежного вложения. Скорректировав цены с учетом инфляции, которая за 60 лет составила около 400%, получается цена в 30 000\$. Таким образом, за 60 лет цена на дом выросла на 5 000\$. Это около 0,5% в год, что не является ни коим образом успешным инвестированием. Однако такие подсчеты приходят не всегда в ту же минуту обывателю, а, если еще после новостного сюжета ретранслируют или интегрируют рекламу продажи недвижимости, то спрос на жилье вполне может вырасти.

Также отметим, что один миф способен порождать другой. Так, между мифом политическим о стабильности и экономическим мифом о благополучии можно обнаружить казуальные связи в процессе зарождения второго. Например, у левых партий распространен миф о профсоюзах. Профсоюзы рисуют как идеализированный демократический коллектив рабочих, которые борются с безработицей, за справедливую зарплату и т.д. – все это распространяется на постах с лозунгами «Союз позаботится, чтоб ко мне не подошла безработица» и иллюстрациями групп рабочих, соединяющихся в единую массу-кулак, способный отстаивать свои права. Подобное воплощение идей профсоюза имеет казуальную и составную часть мифа об экономическом благополучии рабочего в левой экономической повестке.

Выводы. Зародившаяся одной из первых мифологическая форма сознания по своей сущности представляет иррациональную форму. В статье были проиллюстрированы не все значимые экономические мифы и их функции, однако и на их основании следует полагать, что сегодня ввиду доминирования глобальных экономических мифов определяют поведение участников рыночных отношений постиндустриального общества, создавая искусственное (т.е. не физиологическое) избыточное потребление, спрос и экономические пузыри. Миф представляет персонафицированное коллективное желание, концентрацию общественных

чаяний (зачастую и скрытых, латентных) и становится триггером к деятельности. Коллектив – творец мифов, и «никакая критика не способна сокрушить могущество мифа, пока он остается живым мифом — живым выражением коллективных представлений, стремлений и мечтаний» [4, с.49]. Именно по таким свойствам и определению мифа его влияние на общество и на экономику как ее часть перманентно существует и характеризует рыночную систему.

Список литературы

1. Барт, Р. Мифологии. – 5-е изд. – М.: Академический проект, 2019. – 351 с.
2. Бодрийяр, Ж. Общество потребления / Пер. с фр. под ред. Е.А. Самарской. – М.: Издательство АСТ, 2020. – 320 с.
3. Кассирер, Э. Философия символических форм. Т. II: Мифологическое мышление / Эрнст Кассирер; пер. с нем. С.А. Ромашко. – М.: Академический проект, 2011. – 279 с.
4. Кессиди, Ф.Х. От мифа к логосу: Становление греческой философии. – 2-е изд., испр., доп. – СПб.: Алетейя, 2003. – 360 с.
5. Лосев, А. Ф. Диалектика мифа // Лосев А. Ф. Из ранних произведений. – М., 1990. – С. 393–599.
6. Стратегический маркетинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры/ Н.А. Пашкус, В.Ю. Пашкус и др. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 225 с.
7. Шиллер, Р. Иррациональный оптимизм: Как безрассудное поведение управляет рынками / Пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 420 с.

*С.П. Тищенко (студентка 1 курса
факультета Политологии,
Санкт-Петербургского государственного университета)*

ПРОТЕКЦИОНИЗМ КАК ИНСТРУМЕНТ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ РОССИИ

Аннотация. В данной статье рассматривается проблема формирования современной модели экономического развития в России. В связи с этим, в исследовании дана характеристика протекционизма и его особенности, как одного из инструментов государственной политики нашей страны. Помимо этого, в рамках исследования рассмотрены причины развития данного явления в России, а также само понятие протекционизма с точки зрения парадигмы экономического роста страны. По итогу исследования были определены основные отличия современного протекционизма от классического, его современное состояние в Российской Федерации. Данное исследование проводилось на примере современных прецедентов в области протекционизма, в том числе, проанализирована ситуация с вытеснением иностранных товаров фармацевтической отрасли, а также, бренда IHERB с российского рынка с точки зрения некорректного использования данного инструмента государственной торговой политики.

Ключевые слова: экономическое развитие, протекционизм, рыночные отношения, экономика, национальные интересы.

Развитие мирового экономического сообщества, возникновение новых вопросов, которые требуют ответов и правильных решений, необходимость обустройства экономики и государственного регулирования экономическими и социальными процессами в стране и в мире, делают необходимым появление новых концепций в экономической теории. Одной из первых экономических теорий является экономическое развитие государства, в котором активное участие принимают органы государственной власти, в том числе с целью защиты

государственных и национальных интересов с помощью поддержки отечественного производителя и защиты их от конкурентов из других стран. Такой поход в организации государственного управления получил название протекционизм.

В современной России протекционизм становится все более популярным и на это есть определенные причины. Первая из них заключается в том, что современная Россия нуждается в расширении способов поддержания экономики и финансового состояния, которая из-за постоянных потрясений находится в подвешенном состоянии, и развитие внутренних рынков и отечественных бизнесов является важным шагом на пути к данной цели.

Второй причиной является необходимость России выйти из некоей зависимости от других государств и импорта зарубежной продукции. В России огромное количество иностранных товаров первой необходимости, продуктов питания, бытовой техники одежды и других категорий, которые практически невозможно заменить отечественными аналогами, потому что их либо нет, либо у них недостаточно высокое качество. В данном случае можно привести в пример фармацевтическую отрасль, которая занимается активным вытеснением иностранных товаров, и заменой их на отечественные категории лекарств и БАДов, когда их качество, часто, далеко от идеала, или аналогов нет. В данном случае, ярким примером является лекарство от муковисцидоза, которое запретили в России, при этом в нашей стране нет отечественного аналога соответствующего качества.

Другим примером в данной категории можно назвать судебные тяжбы с сайтом IHERB, поставляющего в нашу страну огромное количество БАДов и лекарств, которые можно использовать взамен отечественных и купить по более низкой цене. Анализируя текущее положение дел, можно отметить, что протекционная политика, которая реализуется через вытеснение иностранных брендов в сфере, например, фармакологии, является провальной, так как отечественный рынок не готов взять на себя такую ответственность.

Третьей, и самой весомой причиной популяризации протекционизма являются экономические кризисы и экономические санкции, которым подвержена наша страна. За последние 10 лет Россия пережила 2 серьезных кризиса, один из которых происходит в настоящее время. Первый кризис связан с присоединением Крыма в 2014 году и последующим санкциям Запада и ответному эмбарго со стороны России, а второй — настоящий кризис, связанный с коронавирусом, ценами на нефть и совокупностью еще нескольких факторов, которые в результате привели к упадку экономики. Поддержка отечественного производителя в данном случае приведет к укреплению внутренней экономики и позволит легче переносить ограничения, которые накладывает мировое сообщество по тем или иным причинам. Интересно в данном случае обратиться к опыту Соединенных Штатов Америки, которые с помощью внутреннего рынка смогли укрепить экономику страны достаточно для того, чтобы в период коронавируса и чрезвычайной ситуации обеспечить граждан всех необходимым, в том числе сделать необходимые финансовые выплаты. Анализируя опыт России в 2014 году, можно увидеть, что наше правительство оказало огромную поддержку отечественным производителям молочной продукции, что не только позволило не допустить дефицита молочных продуктов, но и принесло дополнительные средства в бюджет страны.

В странах, которые данным преимуществом не обладают, развивается активное стремление защитить свой внутренний рынок через определенные ограничения — пошлины, субсидии, акцизы, банальное вытеснение иностранных товаров с отечественного рынка, как в случае с фармацевтическими товарами. Возвращаясь к вопросу попытки заблокировать IHERB в России, необходимо упомянуть, что инструмент протекционизма реализуется не только не очень грамотно, но и достаточно грубо. Данную компанию запретили на основании судебного решения по иску представителя компании «Эвалар», которая является прямым конкурентом IHERB. С одной стороны, ситуация выглядит так, что «Эвалар» выиграла дело у IHERB и добилась запрета в определенные товары, а с другой — запрещенные товары легко компенсируются продукцией отечественной компании.

Напрямую государство в данной ситуации не участвовало, однако косвенное вмешательство достаточно заметно, так как это первый подобный случай в нашей стране, и веских оснований для такого решения нет [5].

Помимо разнообразия причин возникновения конкурентных преимуществ (военное могущество, передовые технологии и инновации, расширение рынков сбыта и пр.), существуют национальные особенности реализации политики протекционизма. Так, одни и те же решения по защите рынка от нежелательных внешних воздействий могут привести к различным последствиям в разных странах.

В настоящее время понятие протекционизм трактуется по-разному. В широком понимании это система мер органов власти, ориентированная на защиту долгосрочных стратегических государственных интересов в экономической сфере [4]. Современная экономика для развитых государств предлагает перспективы развития за счет углубления специализации, закрепления имеющихся позиций в международном разделении труда. Решение этого набора задач возможно в рамках модели открытой экономики. Вместе с тем эта модель предполагает возникновение зависимости страны от внешних условий, что делает уязвимыми позиции государства в постановке и решении стратегических государственных интересов. В связи с этим вопросы обеспечения экономической безопасности требуют от стран с развитой рыночной экономикой сочетания различных инструментов государственного регулирования, в которых значимое место занимают меры протекционистского содержания [1, с.69].

Государственный протекционизм стран с развитой рыночной экономикой обусловлен необходимостью обеспечения стратегической безопасности от внешних угроз. Органы государственной власти выступают в качестве защитника национальных интересов, что сказывается как на внешней, так и на внутренней экономической политике. Интересы обеспечения суверенитета государства определяют набор мер и ограничений в хозяйственной деятельности (Рисунок 1).

Таким образом, меры протекционизма современного государства с развитой рыночной экономикой в единой системе предусматривают защиту отечественного производителя и формирование условий для воспроизводства и сохранения конкурентоспособности и, тем самым, укрепления положения государства в мировой экономике [1, с.73]. Разнообразие целей, задач и методов реализации современного протекционизма привело к возникновению различных его форм, среди которых можно назвать: селективный протекционизм, предполагающий защиту определенного вида продукции от нежелательного воздействия со стороны определенного государства; отраслевой протекционизм, предусматривающий защиту предприятий определенной отрасли промышленности или сельского хозяйства, как правило, от внешних воздействий со стороны мирового рынка в целом или от определенных групп стран, проводящих согласованную целенаправленную внешнюю политику; коллективный протекционизм, реализующийся путем формирования группы государств, противостоящих аналогичным группам стран по определенным товарным или отраслевым позициям; скрытый протекционизм, который связан с формированием лучших условий хозяйствования для работы на территории государства, чем приняты в других странах.

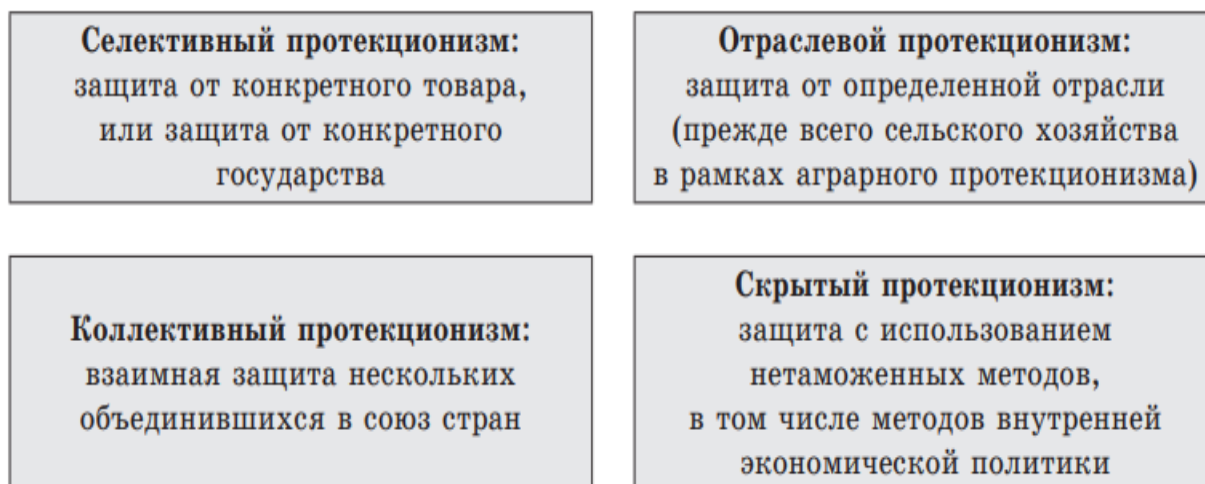


Рисунок 1 — Формы протекционизма

Протекционистская политика предполагает использование таможенно-тарифных методов и установление нетарифных ограничений. Эти меры позволяют экспортерам поставить на мировой рынок максимально возможное количество продукции и, ограничивая импорт, пригласить на национальный рынок не товары, а технологии [2]. Меры государственного протекционизма ориентированы на снижение интереса к импортируемой продукции, главным образом за счет увеличения ее цены. В то же время, меры современного протекционизма предполагают максимальное привлечение на территорию государства передовых инновационных разработок, создание в пределах национальной экономики условий для реализации передовых технических решений [2].

Методы		Инструмент торговой политики	Регулируют преимущественно	
Тарифные		Таможенные пошлины Тарифная квота	—	импорт импорт
Нетарифные	количественные	Квотирование Лицензирование Добровольные ограничения	экспорт экспорт	импорт импорт
	скрытые	Государственные закупки Требования к содержанию местных компонентов Технические барьеры Налоги и сборы	—	импорт импорт импорт импорт
	финансовые	Субсидии экспорта Кредитование экспорта Демпинг	экспорт экспорт экспорт	

Рисунок 2 — Инструменты торговой политики

Принимаемые меры по развитию протекционизма в нашей стране необходимо оценивать с точки зрения их эффективности, которая оценивается гибкостью государственной экономической политики. При том, что ограничение ввоза иностранного товара способствует развитию государства, существует проблема отсутствия стратегического планирования и перспектив, за счёт изолированности страны и отсутствия конкуренции отечественных производителей и зарубежных марок товаров или услуг. С другой стороны, безоговорочное доверие к правилам свободной торговли также следует исключить, потому что современная мировая торговая политика знает огромное количество примеров, когда государства, участвующие во внешней торговле, нарушают правила

поведения и ведут себя крайне некорректно по отношению к другим участникам рынка. Интересно отметить, что данная проблема возникает, в основном, из-за стран, которые занимают одно из лидирующих мест на мировой торговой арене.

Усиление протекционизма в некоторых государствах можно объяснить определенными причинами, среди которых можно выделить низкую конкурентоспособность национальной экономики, появление новых отраслей и рынков на территории государства, ухудшение конъюнктуры рынка, изменением платежного баланса в худшую сторону, а также, недобросовестная конкуренция на мировом рынке.

Анализируя причины усиления российского протекционизма, можно смело утверждать, что господствующей причиной данного явления является низкий уровень конкурентоспособности отечественной экономики, а также, товаров и услуг. Именно этим можно объяснить планомерное вытеснение западных товаров с отечественных рынков — потребитель предпочитает выбирать зарубежный товар лучшего качества, нежели отечественный аналог, который хуже и не всегда дешевле по цене.

Наиболее специфичными условиями экономического развития являются для тех стран, которые напрямую зависят от положения дел на мировой рынке, деятельности инвесторов и мировой финансовой политики.

Развивающиеся страны располагают ограниченным набором инструментов государственного регулирования и зачастую должны делать выбор между возможностями самостоятельного принятия решений о постановке и достижении стратегических ориентиров развития и сохранением суверенитета. Принятие решений, направленных на поддержку и создание комфортных условий для работы ограниченного количества зарубежных партнеров, предоставляет доступ к финансовым ресурсам для решения вопросов социально-экономического развития в краткосрочной перспективе. Однако в дальнейшем, находясь в зависимости от поведения ограниченного количества зарубежных партнеров, органы государственной власти оказываются вынуждены принимать решения, которые могут устраивать зарубежных партнеров, но идти вразрез с перспективами собственного социально-экономического развития. Применение мер государственного протекционизма в странах с развивающейся рыночной экономикой должно учитывать современные тенденции развития экономики. На мой взгляд, на выбор протекционистской модели экономического роста в странах с развивающейся экономикой в настоящее время наибольшее влияние оказывают те тенденции развития мировой экономики, которые не позволяют развивающимся странам опираться на сырьевые модели экономического роста.

В их числе:

- 1) увеличение доли сферы услуг в общем объеме производства;
- 2) увеличение объемов торговли высокотехнологическими продуктами;
- 3) развитие виртуальной экономики и электронной торговли;
- 4) развитие экономики, опирающейся на инновации;
- 5) рост ценности человеческого капитала в экономическом развитии.

Современный протекционизм целесообразно рассматривать как определенную парадигму экономического развития государства. Те условия, которые создаются для защиты внутреннего рынка и национальных интересов, образуют определенный набор принципов, а при условии их соблюдения можно рассматривать это как некий стандарт экономического мышления. Зная о данном «стандарте» можно сделать определенные выводы о том, каким будет содержание государственной политики в рамках международных экономических отношений. При этом, государству необходимо присутствие значимости собственного суверенитета, что в современных экономических отношениях на мировой арене происходит далеко не всегда. На мировой арене часто происходят ситуации, когда государство вынуждено принимать решения, которые идут в разрез с их национальными интересами, так как находятся в определенной зависимости от других государств и их мнение становится более приоритетным, чем мнение страны, вынужденной идти на определенные уступки.

В случае реализации собственной национальной политики, основанной на ценностях суверенитета, применение мер протекционизма, как правило, обусловлено необходимостью обеспечения: независимости как экономической, так и военно-политической защиты отечественного производства и сохранения рабочих мест; справедливых и равных условий для бизнеса; роста национальной экономики и ее международной конкурентоспособности [3].

Современная экономическая ситуация позволяет смело говорить о том, что появилась новая экономическая теория — неопротекционизм. Она обусловлена тем, что в настоящее время кардинально меняются способы защиты национальных интересов государства, а также, расширение сферы применения данной теории.

Главная особенность неопротекционизма, его отличие от классического протекционизма заключается в смещении акцентов с защиты отечественного производителя к защите рынка, качество которого оценивает потребитель. Для неопротекционизма является важным более широкий, чем для классического протекционизма, набор методов воздействия на экономику. По мнению ряда специалистов, проведение политики протекционизма в современных условиях требует в большей степени использования мер устранения недобросовестной конкуренции, чем мер защиты от внешних воздействий.

Анализируя все вышесказанное, можно сделать вывод о том, что протекционизм, как инструмент политики государства имеет сложный механизм реализации, о чем свидетельствует исторический опыт и современные тенденции его формирования, существования и применения. В настоящее время протекционизм проходит активный путь трансформации и превращается из инструмента торговой политики в один из основных инструментов защиты национальных интересов и государственной безопасности страны. Новый этап развития обусловлен активным вмешательством различных внешних факторов на протекционизм в классическом его варианте, и как результат — трансформацию в новый политический и экономический инструмент, который, безусловно, является эффективнее, чем предыдущая версия протекционизма.

Вышеуказанные причины показывают, что протекционизм привлекает к себе внимание не без причин. Данный инструмент государственной политики показывает стремление власти, в первую очередь, защитить внутренний рынок от посягательства иностранных компаний, и последующей дестабилизации экономики страны. Так, появление на мировом рынке более успешных с экономической точки зрения моделей формирования добавленной стоимости, предоставляет отдельным государствам конкурентные преимущества.

Список литературы

1. Кузнецов А.В. Эволюция политики протекционизма в Великобритании и США // *Международная жизнь*. – 2016. – № 12. – С. 69–83.
2. Мэддисон Э. *Контуры мировой экономики в 1–2030 гг. Очерки по макроэкономической истории*. – М.: Изд. Института Гайдара, 2012. – 584 с.
3. Сердюк Е.Ю., Коротков Д. И., Шуклина З. Н. Современное значение протекционизма на уровне государства // *Экономика и Социум*. – 2017. – № 1-2. – С. 573–580.
4. Страгис Ю.П. *Протекционизм: история и теория экономической политики* // *APRIORI*. Сер.: Гуманитарные науки. – 2016. – № 2. – С. 1–7.
5. Дело Эвалар против IHERB. – [Электронный документ] – <https://cmtscience.ru/article/sud-zapreshhaet-ajherb-blokirovka-iherb-konflikt-interesov-komu-vygodno> (дата обращения: 04.05.2020).
6. Lyakin A.N., Rogov M.I. The Consequences of Discriminatory Measures for the National Economy in the Global Market // *Globalization and its Socio-Economic Consequences*'17. – Zilina, Slovakia: University of Zilina, 2017. – Pp. 1380-1387.

ПРОТЕКЦИОНИЗМ КАК УСЛОВИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ, САНКЦИИ И КОНТРСАНКЦИИ

Протекционизм – государственная экономическая политика, направленная на защиту национального рынка и повышения его конкурентоспособности. Суть протекционизма можно видеть по-разному. В каких-то случаях он направлен на защиту внутренних рынков от импорта и создание импортзамещения, а иногда на развитие экспорта. Характер протекционистской политики зависит от состояния рынка отрасли, насколько он глобален в национальном масштабе, существуют ли компании-лидеры, у которых есть потенциал к выходу на мировой рынок и прочие факторы. И данная политика будет положительно влиять на экономическое развитие только в том случае, когда будут правильно проанализированы все составляющие.

Иногда цель протекционизма внутри страны может быть другой, а именно поддержка тех производителей, что поддержали политическую элиту, к примеру, на выборах. Данные действия политиков можно оценивать как лоббизм, и вряд ли это приведет к реальному экономическому развитию, потому что отсутствует трезвая оценка всех отраслей национального рынка.

При анализе рынка в определенной отрасли может вырисовываться компания или группа компаний, которые имеют масштабное производство внутри страны, которое окупается и имеет мало издержек. Тогда следует говорить о попытке создания импортзамещения и направлении протекционистской политики именно на это. Если приводить пример от противного, то, когда для производства продукта используются импортные технологии, то политика импортзамещения работать не может, так как при введении протекционистских мер государство не сможет получать данные технологии. Потому издержки производства повысятся, а качество продукта снизится, потому что невозможно в такой короткий срок придумать альтернативу технологии.

Если же отрасль на рынке имеет потенциал к выходу на мировой рынок, то протекционистские меры должны быть направлены на то, чтобы увеличить экспорт данной продукции. Сделать это можно за счет наращивания объемов продукции. Работать это будет только для тех компаний, у которых возрастающая отдача (чем больше производишь продукции, тем ниже издержки). Поэтому, если в стране поддерживаются компании, занимающиеся инновациями, а среди поддерживаемой отрасли есть потенциальные лидеры, то есть все основания вывода продукции на уровень масштабного экспорта.

При этом важно понимать, что протекционизм не может длиться вечно. Он нужен лишь для запуска механизма экономического развития, и после этого финансирование должно быть прекращено. Если отрасль финансируется в силу традиций в стране, при этом не приносящей реальной выгоды, то от данных мер лучше отказаться.

Наиболее яркий пример для России может служить протекционистская политика в её сторону от стран Европы и США, и ответные контрмеры России, которые также можно причислять к политике протекционизма. Обычно санкции вводятся международной организацией или государством с целью восстановления правопорядка против «страны-агрессора», а страна или группа стран, по отношению к которым вводятся праввосстанавливающие меры, применяет контрсанкции, чтобы восстановить свои права и суверенитет. Санкции обычно создают экономически неравные условия для страны-правонарушителя для восстановления правопорядка, а вот контрмеры имеют больше экономической подтект, чтобы получить от данной ситуации наибольшую выгоду или хотя бы наименьший урон для национальной экономики. При этом санкции и контрмеры (если мы говорим именно о экономических санкциях) имеют три разных характерных формы – бойкот

(отказ от покупки импорта), эмбарго (отказ от отправки импорта определенным странам), блокада (прекращение вообще любых экономических связей). Так чем же это обернулось для России: экономическим развитием или спадом?

При введении санкций в 2014 году президент США Барак Обама считал, что это ослабит экономическое развитие России, в то время как президент России Владимир Путин считал, что это стимул для решения накопившихся проблем в экономике страны. Ведь ещё в 2008 году было понятно, что российская экономика сильно зависит от импортных товаров в различных отраслях (например, товары потребления домохозяйств). Этот фактор делал российскую экономику неустойчивой, а санкции показали, что желание экономики России строиться на импортных товарах и международных связях является неправильным, так как мировой рынок – неустойчивая сфера. В ходе кризиса в России в 2015 году в Правительстве РФ одной из стратегических целей была названа протекционистская политика импортзамещения. Хотя, в начале статьи говорилось, что направленность на импортзамещение скорее бессмысленна в ситуации, когда производство отраслей использует импортные технологии, так как повышаются издержки. Но в условиях западных санкций у России скорее не оставалось выбора. Сейчас на российском рынке наблюдается постепенная тенденция перехода на наращивание экспорта, а не импортзамещения, так как это благоприятнее влияет на экономическое развитие.

Причины введения санкций против России многообразны, но их можно разделить на экономические и политические. Первые санкции были введены по причине присоединения республики Крым к России без должного согласования действия с Украиной. Усугубление ситуации случилось, когда Россию обвинили в снабжении оружием экстремистов на юго-востоке Украины. Также стоит упомянуть о крушении Боинга 777, где Россию также обвинили в поддержке экстремистов, которые это крушение устроили. Также Россия обвинялась в кибератаках против США. И это не единственные причины.

Для санкций западные страны выбрали именно те отрасли, которые являлись наиболее развитыми и доходными для России – нефтяная, банковская, газовая. Для санкций в нефтяной отрасли были выбраны отдельные компании, разрыв проектов с Россией, запрет импорта нефти. В газовой отрасли ситуация была похожей, но импорт запрещен не был. А вот в банковской сфере Россия была отключена от международных платежных систем, произошла заморозка финансовых активов, был ограничен доступ к кредитным организациям, размещению средств в западных банках. Также санкции были введены в сфере вооружений – запрет экспорта и импорта с Россией. [3, с. 9-10]

Конечно, данные меры принесли определенные последствия, как для Западных стран, так и для России. К примеру, санкции в области нефте- и газодобычи повлияли на Россию несущественным снижением объемов добычи, а вот для западных стран это обернулось повышением закупочных цен на российское сырье. Запреты в области технологий позволили России переориентировать рынок на страны Востока, Африки, улучшить технологические возможности. В то время как западные страны теряли от данного производства ежегодно более чем 120 млрд. долларов США.

Контрмеры России также принесли свои последствия. Запрет на ввоз мяса позволил России получать поставки из Бразилии и самой наладить собственное производство, на Западе от данного запрета в Дании потери оцениваются в 8.9% от объемов общего экспорта, для США – 7%. Соответственно, рабочие места сократились, некоторые фермерские хозяйства разорились. Запрет на ввоз молочной продукции России позволил в некоторых регионах увеличить выпуск с 60 до 90%, а на Западе ЕС потеряло от общего экспорта 63% сыров и творога, 16% молока, 30% масла. Контрмеры в области рыбного рынка позволила России создать специализированные биржи, улучшить своё производство, увеличить поставки из Аргентины и Бразилии. А вот в Норвегии, например, потери составили 70% от экспорта [3, с. 10-11].

Получается, что данные санкционные меры по отношению к России и её ответная реакция в краткосрочном периоде создала если не условия роста, то хотя бы стимулирования

экономики, мотивации её модернизировать и отказываться от импортных продуктов. Но в долгосрочном же периоде бойкотированные меры России урезали возможность защищаемых отраслей на полную конкурентоспособность, а санкции все же мешают их полноценному росту. В начале, возможно, санкционные меры и последствия от них были перекрыты снижением цен на нефть в то время, но за более долгий временной период это значительно помешало получать России инвестиции, стимулировать экономическое развитие. В то же время контрмеры России были составлены грамотным образом и действительно нанесли некоторые отрицательные последствия экономическому развитию ЕС. [4] Потому можно требовать отмены ограничений на слабые отрасли российской экономики в обмен на снятие бойкотированных мер, чтобы стимулировать развитие уже российской экономики, или хотя бы не мешать её прогрессу. Россия пытается переориентировать рынки от Запада, в том числе нефтяную отрасль, и это также является позитивной тенденцией для экономического развития. Россия взаимодействует со странами Восточной Азии, Японией, Индией, Китаем. И таким образом европейский рынок для России может стать второсортной нишей.

До этих событий Россия добилась вступления в ВТО в 2012 году. И конечно, России это принесло ряд преимуществ, в том числе снятия некоторых барьеров на экспорт. Известно, что при вступлении в данную организацию у многих стран существенно повышается товарооборот. Но при выходе России на мировой рынок, она столкнулась с тем, что её экспорт просто не может полноценно конкурировать с западными товарами из-за различных технологий производства. Из-за недостатка технологий российские товары имеют большие издержки, что повышает цену на товар, и при этом более низкое качество.

Потому изначально Россия вступала в ВТО как крупнейший экспортёр сырья. И вот здесь стоит поговорить об «экологическом протекционизме». Россия более 20 лет специализируется на нефтедобыче в мировом рынке. Но при этом при нефтепереработках из-за опять же слаборазвитых технологий, отсутствии модернизации производства не учитывает экологические издержки. Вредные выбросы воздействуют на биосферу европейских стран. Производитель же должен включать в стоимость продукта и экологические издержки в том числе. Для ВТО это является нечестной конкуренцией. Данный факт может негативно подействовать для экономики России, потому что страны ВТО могут потребовать возмещения ущерба, нанесенного экологическими издержками, ввести новые санкции для восстановления правопорядка, а России придется вводить собственные контрмеры, что будет являться новым фактом протекционистской политики, который принесет России отнюдь не прогресс экономики, а регресс.

Россия не обновляет технологии добычи нефти, хотя это одна из ключевых доходных отраслей экономики России. Из-за этого потребность в импорте от России все больше снижается. Европейские страны стремятся к экологически чистой добыче сырья, а Россия добывает сырьё отнюдь не такими методами, учитывая тот же «экологический демпинг». США, которые раньше были не такими сильными конкурентами на сырьевом рынке, сейчас набирают все больше преимуществ на фоне России. Индекс производства по виду деятельности "Добыча полезных ископаемых" России, по данным Росстата, в феврале 2020 г. по сравнению с соответствующим периодом предыдущего года составил 102,3%, в январе-феврале 2020 г. – 100,9%.

Российские нефтяные компании уже вышли на мировой рынок, поэтому протекционистские меры в данной отрасли обязательны далеко не всегда (например, в случаях контрсанкций, как это было в 2014 году). Как раз приоритетнее помогать отраслям, которые еще не вышли на мировой рынок, но имеют для этого все основания. В нефтяной отрасли для России приоритетнее будет именно развитие технологии, потому что из-за отсутствия должных обновлений Россия рискует уступить место США и Европе, которые внедряют множество инноваций и на нефтяной рынок, в отличие от России.

Иметь надежные источники поставки нефти для России помогает наличие таможенного союза – ЕАЭС. Создан был этот союз ещё в 2014-2015 годах и изначально включал Россию, Белоруссию, Казахстан. Сейчас государствами-членами там являются

больше стран. Данный союз также является одной из мер протекционистской политики, которая не только влияет на её экономическое развитие, но и помогает в тяжелых положениях.

Изначально при создании союза предполагалось, что при экспорте товаров в рамках таможенного союза используется нулевая ставка НДС, освобождение (или возмещение стоимости) акцизов при экспорте. В 2017 году был подписан обновленный Таможенный кодекс ЕАЭС. Кодекс обеспечивает свободное передвижение товаров по территории стран-участниц таможенного союза, стремление к проведению одинаковой политики в экономике. Все страны получают положительные экономические эффекты в той или иной степени – рост конкурентоспособности товаров внутри таможенного союза, снижение издержек и как следствие снижение цен на товары и повышение заработной платы и так далее. При всех положительных сторонах Россия иногда применяет своего рода санкции, протекционистскую политику по отношению к странам-участницам, рискуя потерять все наработанные положительные эффекты от договора, негативно повлиять на своё экономическое развитие. Часто недопонимания возникают у России с Белоруссией.

Например, в 2014 году Россия ввела ограничения на импорт белорусского мяса, ужесточила перевозку через границу России белорусских товаров, хотя по правилам Таможенного союза, это делать нельзя. Хотя сотрудничество с Белоруссией приносит немало положительных эффектов: с созданием таможенного союза, к примеру, рыбный импорт из Белоруссии в Россию вырос на 98%. Таким образом, можно сделать вывод, что Россия имеет положительные экономические эффекты, являясь членом союза, но нарушение этих соглашений в виде санкций к Белоруссии может лишить их этих экономических плюсов. Поэтому России следует вести более лояльную политику на едином экономическом пространстве, и тогда протекционистская политика станет более эффективна для её развития. Нарушение торговых договоренностей может лишить Россию партнеров на мировом рынке, что негативно скажется на уровне экспорта и экономическом развитии в целом, в особенности нефтедобычи [5].

К тому же, данный союз, помимо положительной протекционистской политики, позволяет оперативно реагировать на сегодняшние мировые проблемы, вызванную пандемией COVID-19. Для борьбы с коронавирусом в ЕАЭС был введен запрет на экспорт за границы таможенного союза средств личной защиты: масок, костюмов, различного рода дезинфекций. Данная мера должна продлиться до 30 сентября. Некоторые виды пищевых продуктов также были запрещены к экспорту за пределы союза до 30 июня: например, гречка. Министр по торговле ЕЭК Андрей Слепнев говорил ТАСС, что благодаря этой мере за маленький срок внутри союза удалось нарастить количество средств личной защиты. И это существенно помогает в борьбе с коронавирусной инфекцией [6].

Ещё одной мерой протекционистской политики можно назвать разработанный закон о предустановке российского программного обеспечения, который должен вступить в силу 1 июля 2020 года. Эта мера вносит коррективы в закон «О защите прав потребителей». Согласно нему, товары с использованием ИТ-технологий, такие, как смартфоны, ноутбуки не могут выходить на цифровой рынок без предустановки российских приложений: Яндекс, Mail и так далее. ФАС считает, что данная мера позволит обеспечить равную конкуренцию с зарубежным софтом. Представители Киргизии, Белоруссии, Казахстана полагали, что эти поправки могут стать препятствием на пути к единому рынку торгового союза. Так, с цифрового рынка могла исчезнуть продукция Apple. Но Россия идет на такие протекционистские меры для защиты собственных производителей, имеющие перспективы выхода на мировой рынок. В данном случае показано, что грамотный анализ рынка способствует выведению перспективной отрасли России на международный уровень, что должно поспособствовать экономической безопасности и экономическому развитию. Хотя говорить наверняка о положительном эффекте данной протекционистской меры говорить рано.

Таким образом, если правительство инвестирует средства в отрасль, которая не может догнать иностранных конкурентов на мировом рынке, то это значит, что оно просто субсидирует национальный рынок. Производители будут выпускать товар с большими издержками, а покупатели будут платить больше, что не может дать положительного экономического эффекта. Ведь идеальный сценарий протекционизма – инвестирование в отрасль, которая может постепенно снизить издержки, выйти на мировой рынок, при этом со способностью к конкуренции с иностранными производителями, где потом уже протекционистские меры поддержки станут бессмысленными.

На самом деле, если анализировать некоторые исследования, то можно сказать, что Россия недостаточно анализирует свои внутренние рынки и выявляет потенциально сильные отрасли. К таким можно отнести, к примеру, ИТ-технологии. К этой отрасли направлено мало протекционистских мер, хотя у неё есть огромный потенциал для конкуренции с иностранными производителями.

В марте 2019 года «Летучий университет» (Flying University) опубликовал рейтинг стран, в которых присутствуют условия для разработки проектов, связанных с криптовалютами, блокчейнами. Россия на 18 месте из 23. Согласно данным министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации, валовая добавленная стоимость ИТ-отрасли находится выше в процентных числах к предыдущему году ВВП. Такая тенденция сохранялась с 2005 по 2013, где исключением стал лишь 2011 год, где показатели ВВП были выше на 1.1%. В 2013 году уровень валовой добавленной стоимости ИТ-отрасли составлял 104,4%, а ВВП-101.4%. Соотношение темпов прироста валовой добавленной стоимости ИТ-отрасли и ВВП (в постоянных ценах) составляло к 2013 году 3,2 раза. При этом экспорт и импорт России и США практически не отличается в долларах США – на 2013 год экспорт России составил 2 508 млн. долларов США, импорт США- 2 909 млн. долларов США. А в 2008 году показатели России были выше – 1 549 млн. долларов США и импорт США в 1 204 млн. долларов США. Я считаю, что государство должно уделить большее внимание именно перспективным отраслям в своей экономике, направляя на них протекционистские меры и государственное финансирование, так как у ИТ-отрасли есть большой потенциал к выходу на мировые рынки [2].

Подытожив все выше сказанное, можно сделать ряд выводов по поводу того, как же направить протекционистскую политику к реальному экономическому росту. Фокус производства и поддержки должен быть направлен на потенциально сильные, новые отрасли, а отрасли, которые и без того имеют влияние на мировом рынке, должны быть модернизированы согласно новейшим технологиям, а политика протекционизма к ним не даст положительного эффекта, а скорее принесет ограниченность конкурентоспособности и санкции со стороны других стран за агрессивную экономическую политику, демпингующие способы торговли. Мною была названа как перспективная отрасль для протекционизма ИТ-отрасль, и нефтедобывающая сфера как требующая модернизации для сохранения позиций на рынке. Должны быть созданы специальные условия, чтобы протекционизм дал эффект: рынок должен удовлетворять интересы в первую очередь не узкого круга лиц, а реальных потребностей покупателей и мирового рынка, чтобы обеспечить экономический рост. Также, я думаю, Россия должна постепенно отходить от нефтедобывающей, и в целом сырьевой отрасли как ключевой доходной части экономики страны, и пытаться развивать инновационные отрасли с использованием методов протекционизма. Госкорпорации должны действовать на благо и в интересах национальных, а финансирование должно происходить не за счёт внешних займов у нерезидентов страны, а за счёт внутренних фондов, резервов роста. Развитие должно быть стимулирующим на производство тех товаров, где издержки снижены, качество повышено, чтобы покупатели имели действительно хорошие товары по низким ценам. Это позволит и в том числе конкурировать с иностранными производителями при правильном экономическом развитии. И, конечно же, должна повышаться значимость малого и среднего бизнеса, ведь при правильной их

поддержке из них получают целые национальные корпорации, к которым уже можно использовать протекционистские меры политики.

В части введения протекционистских мер по данным ГТА, Россия занимает 3 место по ограничению торговли. При этом Россия имеет не очень много партнеров, поэтому данные меры зачастую узконаправленны. Чаще всего Россия использует такие меры протекционистской политики, как экстренное финансирование, ограничение экспорта, тарифные меры. При этом данные методы России направлены на отдельные элементы в отраслях, и потому можно сказать, что экономика России открыта, но имеет слабые элементы в ней, которые ещё не готовы к этой открытости и конкурентоспособности [1, с.11].

Из-за нестабильности отношений с развитыми странами на мировой арене России приходится переключаться на перспективных партнеров развивающихся стран – Китая, Индии. Санкции, введенные против России Европой и США, являются преимуществом для России в том плане, что это позволяет построить более плотные связи с другими партнерами. И я думаю, что ответные протекционистские меры должны быть направлены, в том числе, на поиски новых партнеров и новых потенциальных рынков для экономического развития.

Список литературы:

1. Кадочников П.А. Протекционизм и либерализация внешней торговли в России и ведущих странах мира // Российский внешнеэкономический вестник. – 2015. – №3. – С. 3-13.
2. Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации. – [Электронный документ] – <https://digital.gov.ru/ru/activity/statistic/rating/it-otrasl/> (дата обращения: 05.05.2020).
3. Нуреев Р.М. Экономические санкции против России: ожидания и реальность: монография. – М.: КНОРУС, 2017. – 194 с.
4. Lyakin A.N., Rogov M.I. The Consequences of Discriminatory Measures for the National Economy in the Global Market // Globalization and its Socio-Economic Consequences'17. – Zilina, Slovakia: University of Zilina, 2017. – Pp. 1380-1387.
5. РБК – [Электронный документ] – <https://pro.rbc.ru/demo/5b1bccc19a794776280313da>, (05.05.20).
6. ТАСС – [Электронный документ] – <https://tass.ru/obschestvo/8401547> (05.05.20).

*П.И. Мильникова (студентка 1 курса,
факультет политологии СПбГУ)*

РОССИЙСКИЕ КОНТРСАНКЦИИ: ПОБЕДА В БОЮ, НО НЕ В ВОЙНЕ

Слово «санкция» в последние годы стало знакомо людям даже очень далеким от политики или юриспруденции. Несмотря на то, что понятие имеет несколько значений, наиболее популярно рассмотрение санкций как способа международно-правового регулирования.

Говоря о санкциях, можно разделить их на персональные и экономические. Первые затрагивают отдельных личностей (прежде всего, запрет на въезд) и не имеют особого влияния государственного масштаба. Гораздо действеннее экономические санкции.

Экономические санкции, несмотря на название, напрямую затрагивают сферу политики. Это удобный метод навязывания решений определенному государству путем подавления его экономики или отдельных ее отраслей. Интерпретация санкций как законного способа международного регулирования западными странами (США, ЕС) вызывает этические дискурсы с представителями другой точки зрения (Россия, Китай, развивающиеся страны), где санкции воспринимаются как грубое нарушение суверенитета

государства и вмешательство в его суверенные дела. Невзирая на столь явные противоречия, санкционная политика регулярно применяется в международных отношениях.

История экономических санкций не слишком длинна. В первые санкции в политических целях, направленные на одно государство, были применены в 1966 против Зимбабве (Родезия) в ответ на политику расовой сегрегации и войну с чернокожими. Особого результата санкции не возымели: установленные меры практически не выполнялись. А вот санкции против Ирака оказались намного более действенными. Введение санкций, запрещающих импорт любых товаров, в том числе нефти, и ввоз чего-либо кроме гуманитарной помощи, на тринадцать лет в совокупности с другими факторами нанесло сокрушительный удар по экономике Ирака. ВВП сократился почти в пять раз, сильно упали продолжительность и качество жизни. Всего в двадцатом веке санкции применялись 174 раза.

Началом санкционной политики против России считается присоединение Крыма к ней. Данный факт был рассмотрен как проявление агрессии, нарушение суверенитета и как действие по дестабилизации ситуации в Украине. Инициатором введения санкций были Соединенные Штаты, к ним быстро присоединились страны Евросоюза и крупнейшие международные организации. Наиболее серьезными мерами были ограничение импорта и экспорта оборонной продукции и вооружений, прекращение сотрудничества, финансирования и поставок оборудования по отношению к таким компаниям как Сбербанк, ВТБ, Газпром, Роснефть и др. По мнению некоторых экспертов, именно введение санкций повлекло финансовый кризис в России (большинство же склоняется к тому, что причиной кризиса стало падение цен на нефть). Сократились контакты и сотрудничество с Россией в различных сферах. По заявлению В.В.Путина, из-за санкций российская экономика недополучила около 160 млрд. долларов. Возможность отмены санкций не прогнозировалась, но количество вводимых санкций увеличивалось: поводом для этого стало обвинение России в поставках оружия повстанцам и попытка подрыва целостности Украины, потом – крушение Боинга в Донецкой области в 2014 году.

Возникла политическая необходимость ответить на санкционные меры Запада. Вводятся персональные санкции против некоторых официальных лиц США и Канады. Но ключевым действием России против санкций стало введение российского эмбарго. Прежде всего, оно касалось продукции сельского хозяйства и легкой промышленности. Запрещалась закупка целых категорий товаров (мяса и молочных продуктов, овощей и фруктов, тканей и верхней одежды) у поставщиков из США, Евросоюза, Австралии, Канады.

Урон, нанесенный экономике европейских стран, был заметен. По состоянию на февраль 2015 года министр иностранных дел Испании сообщал о потере 21 млрд. долларов на экспорте. В Германии резко выросли цены на овощи и фрукты – до полутора раз. Издания сообщали, что немецкие компании пытались оказать давление на канцлера Германии из-за опасения слишком больших потерь. Однако в дальнейшем страны Евросоюза смогли адаптироваться к возникшим условиям.

Стоит предположить, что при введении продуктового эмбарго преследовались не столько политические, сколько экономические цели, а санкции стали лишь дополнительным стимулом. Первые протекционистские действия отмечены еще в январе 2014 года, за полгода до вводимых контрсанкций. Они выражались в запрете ввоза в Россию свинины из европейских стран (в т.ч. испанский хамон) и объяснялись вспышкой африканской свиной чумы. Это было не слишком весомым оправданием, так как заболевания были зафиксированы только в Восточной Европе. Как контрсанкции, так и эта мера, были направлены на поддержку отечественного производителя.

Введение эмбарго резко сократило количество производителей на рынке, а значит, и количество товара. Для того, чтобы компенсировать возникший дефицит, были приняты меры по финансированию сельского хозяйства. И эти меры возымели успех.

По состоянию на 2018 год:

- посевные площади в РФ установили рекорд;

- в два раза выросло производство тепличных овощей и мяса птицы;
- Россия вышла на первое место по экспорту пшеницы;
- за пять лет импорт продовольствия сократился на треть;
- увеличилось количество иностранных инвестиций в российский агропромышленный комплекс.

Контрсанкции устранили конкурентов в лице иностранных производителей и помогли отечественным.

В связи с этим заметить пользу от введения контрсанкций не сложно. Усиливается отечественный производитель в количественном выражении. Высокая роль импорта снижала устойчивость экономики; теперь же устраняется зависимость экономики страны от мирового рынка, а значит, формируется устойчивая, политически нейтральная система. Сектора с коротким сроком окупаемости быстро перестроились на рост производства. Так, контрсанкции подстегнули экономику к движению вперед с использованием новых внутренних ресурсов. По телевидению и в государственных СМИ открыто трактуют это как выигрыш в санкционной войне.

Однако человек, более-менее знакомый с политикой и экономикой, осознает, что всё не так просто. Контрсанкции приносят не только положительный результат. Самым очевидным является резкий рост цен на продукты, начавшийся сразу с введением эмбарго. Объяснил эту связь министр финансов РФ А. Силуанов, а позже подтвердил и В.В.Путин. К декабрю 2015 года рост цен за годовой период составил:

- На рыбу живую и охлажденную — 23 %;
- На сливочное масло — 11 %;
- На яблоки — 14 %;
- На говядину — 16 %;
- На сухое молоко — 20 %.

Это серьезно ударило по карманам россиян. Но, однако, это может стать не самым серьезным последствием. Меры протекционизма, направленные на импортозамещение, могут серьезно навредить экономике. Резкое исчезновение конкурентов поможет отечественному производителю нарастить количество, но не качество. Прилавки российских магазинов не пустуют. Именно из-за необходимости внезапного увеличения количества товара производители будут изготавливать недостаточно качественные модели. Это и происходит. Особенно острая ситуация сложилась на рынке сыров и других молочных продуктов. Активно стали использоваться пальмовое масло и сухое молоко. За 2014 год производство сыров, в которых молочные жиры заменены на растительные, в России увеличилось до 116 тысяч тонн – на 24 процента. Зато таким путём удалось достичь увеличения общего количества сыров на 17 процентов. Пальмовое масло дешево, но из-за процесса его получения (гидрогенизации) оно склеивает эритроциты, нарушает липидный обмен, вызывая болезни сердца, онкологические заболевания, сахарный диабет, бесплодия и др. В Россию и вовсе завозится пальмовое масло, не предназначенное для употребления пищи; оно должно использоваться только для смазки механизмов. В итоге от таких мер выиграют предприниматели и руководители компаний; но необходимо подумать и о “народе” - обычные потребители вновь останутся пострадавшими, получив менее качественный, вредный для здоровья товар за более высокую цену. Интересный вывод о контрсанкциях, которые якобы должны защищать страну, а значит, и народ в ней.

И такие меры можно было бы назвать рациональными в том случае, если они временны и служат инструментом для ускорения экономического роста в отдельных отраслях. Так используются протекционистские методы в восточных государствах (и, как известно, успешно). В этом случае просто сначала увеличивается количество товаров, а затем товар все-таки выходит на международный рынок, где в рамках конкуренции с товарами других государств происходит улучшение его качества – иначе товар просто не будут покупать. Будет ли так с российским рынком?

Кроме того, политика протекционизма давно осуждается на международной арене. Странно ожидать, что такие методы со стороны одной страны не вызовут ответных мер от ее торговых партнеров. Политика, ограничивающая импорт, может быть воспринята как недружественный шаг государствами и глобальными корпорациями. И дело не в том, что компании обидятся и покинут российские рынки. У них не будет стимула сотрудничать с отечественными производителями, особенно в той форме, что предполагает передачу технологий; очень часто технологии передаются именно за доступ к национальным рынкам.

Возможности для создания собственных технологий у стран ограничены – по крайней мере, так считают экспертные сообщества. Проводить научные исследования – дорого и не гарантирует успешных результатов. России придется тратить миллиарды из собственного бюджета, чтобы провести исследования – не факт, что такие деньги найдутся. И если найдутся, компании сразу столкнутся с нехваткой человеческого капитала. А ведь другие страны новыми технологиями будут уже обладать и обмениваться. Таким образом, контрсанкции, направленные на защиту экономики России, грозят экономике технологической стагнацией.

Кроме того, большая часть успехов и роста экономики обусловлена серьезным вкладом средств в данные отрасли. Способна ли экономика России сохранять объем выделяемых дотаций сельскому хозяйству? А ведь эти средства изымаются из других отраслей. С помощью контрсанкций бюджет перераспределяется от населения в эти отрасли. И опять-таки страдает население.

Однако это всё в основном прогнозы. Спустя почти шесть лет после введения экономических санкций можно сделать выводы, куда ведет протекционистская политика экономику России. Для начала стоит отметить, что никакого политического воздействия контрсанкции не имеют. Сельское хозяйство Европы соориентировалось быстро на изменения на рынке. Долгое время ситуация оставалась кризисной в отрасли молочной продукции и сыров, но владельцы этих хозяйств уже не могли оказать какое-либо влияние на политику своих стран.

При этом контрсанкции оставались стратегически важной мерой по поддержке секторов экономики и защитным механизмом в обширных торговых войнах в современном мире. Но не все заметили, как в начале апреля Россия и еще 27 стран внесли на Генассамблею интересный проект. Проект провозглашал солидарность стран в борьбе с коронавирусом. Кроме того, в нем говорилось об отказе от торговых войн и односторонних санкций. Попытка не увенчалась успехом: декларацию не поддержали Соединенные Штаты и Евросоюз. Но информация о том, что контрсанкции собираются отменить, возникла за прошедший год не один раз. К этому же можно отнести созданный “зеленый коридор”, позволяющий обходить поставщикам запреты. Исходя из этого, можно сделать вывод, что в данный момент Россия пытается пересмотреть введенное эмбарго, не потеряв при этом лица.

О чем это может говорить? Некоторые эксперты заявляют, что желание уйти от контрсанкций говорит о катастрофической ситуации в российской экономике. Достаточно развить отрасли сельского хозяйства, чтобы без дополнительных вкладов они приносили достаточное количество продукции хорошего качества, не удалось. Приближающийся экономический кризис приведет к росту внутренних цен. Не исключен и серьезный дефицит продовольствия. Единственное, что может сделать государство, чтобы смягчить ситуацию, это отменить продуктовое эмбарго. Но это будет говорить о беспомощности экономики и о том, что все меры вводились зря.

Есть, конечно, и более оптимистичный вариант. Теоретически возможно, что были учтены плюсы и минусы политики протекционизма и сделаны определенные выводы. Долгосрочное эмбарго не могло привести к положительным результатам для экономики. Отказ от него являлся лишь делом времени, и не принципиально, когда это случится – сейчас, через год или через пять. Может, чем раньше, тем лучше. Что если к нынешнему моменту, наоборот, сельскохозяйственные отрасли, благодаря эмбарго, получили искусственное развитие и обрели достаточную самостоятельность? Тогда самое время

выводить товары на международный рынок, обеспечивать ему конкуренцию. Правда, не во всех случаях для этого обязательно отменять контрсанкции...

Это было бы максимально благоприятным вариантом для российской экономики. Но выглядит он чересчур оптимистичным, особенно если обратить внимание на ситуацию, складывающуюся в мире.

Подводя черту: российские контрсанкции в форме продуктового эмбарго имеют больше минусов в прогнозах, как и любые проявления протекционизма. Это и снижение эффективности экономики, и технологическая стагнация, рост внутренних цен, нарушение торговых связей и общее ущемление интересов потребителей.

Какие решения будут приняты властью и к чему они приведут, покажет время. Но закрывать некоторые отрасли экономики от международного сотрудничества - не выход. Это дало России кратковременный успех, но не даст победы в торговой войне и пользы для развития экономики. Необходимо искать другие варианты, в том числе переориентацию экспорта и импорта на Восток.

Список литературы:

1. Алиаскарова Ж.А. Импортзамещение в условиях санкций и антисанкций: успехи, проблемы и перспективы // Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием. – 2018. – Т. 9, № 4. – С. 5-17.
2. Кузнецова Е.Ю., Острецов В. Н. Состояние и перспективы производства сыра в России // Молочнохозяйственный вестник. – 2016. – № 1. – С. 117-118.
3. Лякин А.Н., Рогов М.И. Санкции и контрсанкции: использование политических инструментов для реализации экономических целей // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2017. – Т. 13, № 8. – С. 1396-1414.
4. О применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации: Указ Президента РФ от 6 августа 2014 г. № 560 (с изм. и доп.) – [Электронный ресурс] – <https://base.garant.ru/70711352/>
5. Реализация региональной промышленной политики России в контексте импортзамещения / Н.А. Пашкус, В.Ю. Пашкус и др. // Проблемы современной экономики. – 2019. – Вып. 4. – С. 119-122.

Т.И. Ухова (студентка I курса факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета)

ПОСЛЕДСТВИЯ САНКЦИЙ ДЛЯ РОССИИ – ПЛЮСЫ И МИНУСЫ

Сейчас экономика России испытывает большое давление со стороны других государств. Причиной этого являются санкции, которые оказывают разрушительное воздействие на экономический потенциал, как России, так и других стран. Как известно, с 2014 года западные страны вводят санкции против российских компаний и отдельных граждан, в основном крупных бизнесменов. Наиболее крупные санкции связаны с присоединением к России Крыма и событиями на востоке Украины. Мировая общественность не признала легитимность действий России, посчитав этот поступок нарушением суверенитета Украины. Также к причинам введения санкций относятся кибератаки против США, оказание поддержки правительству Сирии, продажа товаров или вооружений в КНДР, Сирию и Иран. Но это скорее внешние причины, лишь предлог, поэтому стоит копнуть чуть глубже. Наиболее значимой отраслью экономики России является нефтегазовая промышленность, ядерная энергетика, авиационная и космическая промышленности. А так как основным рынком сбыта российских нефти и газа была Европа,

Россия и европейские страны тесно сотрудничали. Это не было невыгодно в первую очередь конкуренту России по сбыту сырья – США. Поэтому, когда американские компании увеличили добычу нефти, им нужно было ее куда-то сбывать, и европейский рынок был наиболее перспективным. Отсюда можно сделать вывод, что ситуация с присоединением Крыма была хорошим поводом, чтобы разорвать экономические отношения России с европейскими странами. [6]

Постепенно список физических лиц и юридических организаций, попадающих в санкционные списки, увеличивается. Также расширяются виды санкций и количество стран, которые присоединились к ним. Россия отвечает собственными продовольственными контрсанкциями. Попытки оценить потери сторон предпринимались неоднократно и предпринимаются сегодня, при этом нельзя сопоставлять огромные потери с небольшой выгодой.

Чтобы оценить положительные и отрицательные последствия санкций, нужно рассмотреть виды санкций, так как этот вопрос является многоаспектным. Во-первых, имеют место персональные санкции, которые подразумевают запрет въезда на территорию Евросоюза определенных лиц. Во-вторых, нефтяные – запрет на экспорт в Россию технического оснащения для нефтедобычи и нефтепереработки, а также санкции в отношении отдельных компаний. В-третьих, санкции в оборонно-промышленном комплексе, например, запрет на проведение операций с Россией по импорту и экспорту вооружений. Также от санкций пострадали финансовая и банковская системы – были заморожены финансовые активы физических и юридических лиц, произошло ограничение доступа к кредитным ресурсам, возможности помещать свои средства в западные банки, а также отключение банковских структур РФ от международных платежных систем.

Последствия экономических санкций для России нельзя оценить однозначно, поэтому разделим их на положительные и отрицательные (см. таблицу 1).

Таблица 1

Положительные и отрицательные последствия санкций для России

<i>Положительные последствия санкций</i>	<i>Отрицательные последствия санкций</i>
Выход на новые рынки импорта продукции и углубление евразийской экономической интеграции	Потери для бюджета из-за расторжения договоров с иностранными компаниями
Начало активного процесса импортозамещения и развитие аграрного сектора	Уменьшение реального дохода населения и снижение его покупательной способности, при сопутствующем росте цен на большинство товаров потребления.
Государственная поддержка производителей	Необходимость поддерживать отрасли, попавшие под санкции, сказывается на федеральном бюджете
Расширение производственной базы взамен сбыту полезных ископаемых	Падение цен на нефть и рост инфляции
	Кризис банковской системы и снижение инвестиционных возможностей, которые были у стран до введения санкций

Рассмотрим некоторые последствия более подробно.

Во-первых, санкции повлияли на внешнюю торговлю России. Объемы товарных импорта и экспорта России снижаются. Если взять импорт на конец 2016 года, когда санкции уже активно велись, за 100% то мы получим следующие результаты: К середине 2017 года показатель импорта увеличился на 6%, а к концу 2017 года РФ импортировала уже 120% от указанной даты (см. рисунок 1). В середине 2018 года показатель импорта находится на уровне отметки 108%, а к концу 2018 года поднимается до 115%. В середине 2019 года

показатель импорта падает 101%. Если говорить о причинах снижения импорта, то основная причина – это резкое падение курса российского рубля в введение контрсанкций против стран Европейского союза. То есть за прошедшие три года, за исключением небольших пиков в середине 2017 года, динамика импорта не показала существенного прироста. Как видно из диаграммы, после падения в 2016 году показатели импорта снова начали расти. А результате проведения политики импортозамещения у нас стали постепенно улучшаться условия для отечественных производителей [1]. Но ввиду увеличения доли импортной продукции нельзя не упомянуть о проблемах, которые остаются актуальными сегодня – это низкое качество отечественной продукции и принцип, по которому российские производители получают субсидии. Чаще всего государственную поддержку получает не тот, кто достоин, а тот, кто лучше всех умеет управляться с бюрократическим аппаратом.

При оценке влияния санкций на экспортируемую продукцию нельзя забывать о том, что наибольшая часть российского экспорта – это продукты химической промышленности, минеральные продукты и металлы. Экспорт после снижения в 2016 и 2017 годах стал расти и достиг пика в конце 2018 благодаря поставкам минеральных продуктов в Китай, металлов в Турцию. Поэтому можно предположить, что хотя международные санкции и наносят урон российской экономике, они не являются слишком критичными [4, с.6].

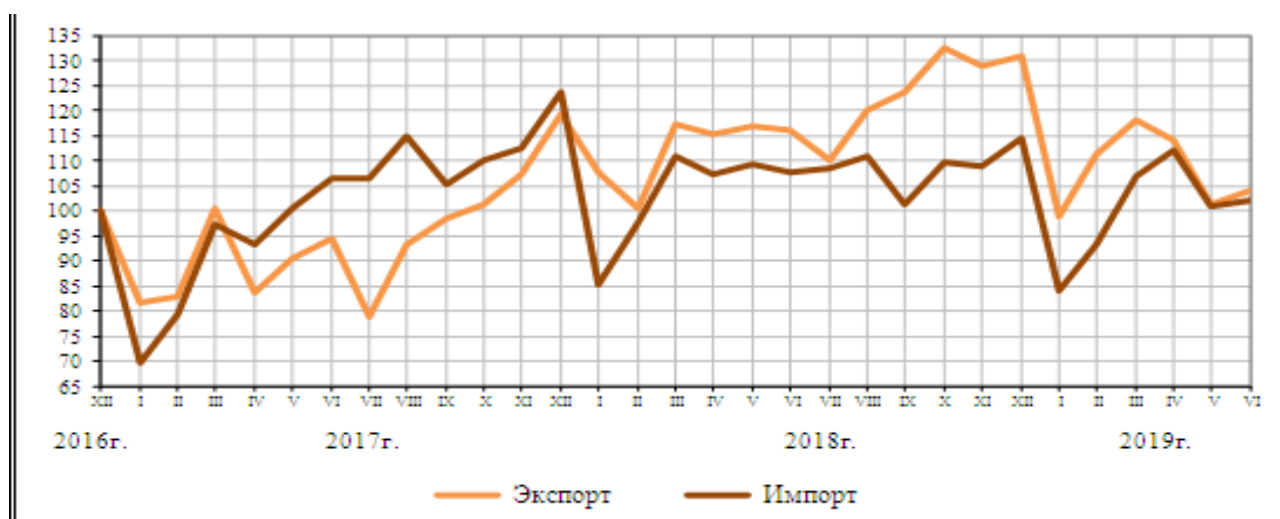


Рисунок 1 – Динамика экспорта и импорта России

Если обратиться к банковской системе, то последствиями санкций стал запрет кредитоваться в западных банках, что было выгодно для российских банков и крупных компаний, так как это давало им доступ к «дешевым» деньгам. Если раньше российские компании могли брать кредиты в западных банках, не выплачивая при этом проценты по старым кредитам, то с введением санкций они были лишены этой возможности. Это стало ударом для многих российских банков и компаний, так как они не привыкли искать инвесторов внутри страны. В результате нужно где-то найти средства для погашения процентов по старым кредитам, для этого нужно или обращаться в азиатские банки, или перераспределять финансы внутри страны, причем и то, и то не просто выполнить. Поэтому получается, что российский бизнес теперь теряет средства, которые могли бы быть вложены на его усовершенствование. Конечно, в данной ситуации нельзя не сказать о положительных моментах. Так, в России начали налаживать отношения и экономические связи со странами Азии. Например, крупная китайская нефтяная компания купила акции Роснефти в 2017 году, и хотя эта сделка вызвала множество вопросов, она показала, что в России стараются искать новые источники дохода и новых экономических партнеров. Кроме того, в обход ограничений в банковских системах Visa и MasterCard была выпущена национальная платежная система «Мир».

Кроме того, так как из-за падения цен на нефть рубль обесценился, что привело к повышению цен, и Центральному банку пришлось увеличивать ставки по кредитам российским банкам.

Санкции привели к ограничению на экспорт технологий и оборудования. Западные страны запретили продавать в Россию товары военного назначения и оборудование, необходимое для разработки газовых и нефтяных месторождений [2, с.146]. В результате Россия не имеет возможности достроить военные корабли и некоторые другие виды техники. Кроме того, значительно замедляется разработка новых месторождений, так как у нас нет необходимой техники, что может привести к сокращению добычи нефти и газа. Стоит отметить, что в связи с этим государство проводит активную политику импортозамещения, например, в России стали производить вертолетные двигатели и газотурбинные двигатели для военных кораблей. Конечно, этих действий не достаточно, чтобы полностью свести на нет отрицательные последствия санкций, но так или иначе, в стране предпринимают определенные попытки решения данной проблемы. То есть санкции в определенной мере подстегнули экономику России на поиск альтернативных источников дохода, использование внутренних ресурсов государства. [5] Сильно отразился на российской экономике запрет на продажу газодобывающего оборудования и судов, прокладывающих газопровод. Раньше строительством «Северного потока – 2» занимались иностранные суда, но уже несколько лет США пугает санкциями участников строительства газопровода, а в декабре 2019 все-таки потребовали от компаний, которые ведут прокладку немедленно остановить строительство. В итоге Швейцарская компания сразу же приостановила работы, строительство газопровода было заторможено, так как достраивать его своими силами достаточно проблематично. Все было бы хорошо, если бы Россия имела бы больше технического оснащения. Но у нас есть только два судна-трубоукладчика – «Фортуна» и «Академик Черский», которые очень сильно отстают по техническим характеристикам от судов западных стран, которые помогали нам до введения санкций. Получается, что строительство «Северного потока» затягивается, и Россия теряет все больше и больше прибыли. Сейчас работы начать нельзя, так как согласно датским законам, у кораблей должна присутствовать динамическая система позиционирования, а у «Фортуны» такой нет, из-за чего она может зацепиться якорем за неразорвавшиеся бомбы времен второй мировой войны и стать причиной взрыва. Однако в России ждут разрешения Копенгагена на работу «Фортуны» и предполагают, что строительство закончится в конце 2020 или в начале 2021 года.

В ответ на санкции Россия в 2014 году ввела эмбарго для поставки в страну «отдельных видов сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, страной происхождения которых является государство, принявшее решение о введении экономических санкций в отношении России» [3]. В результате Россия не продает в европейские страны мясо, овощи, фрукты, молочные продукты, и т.д. Можно предположить, что такие меры навредили больше самой России, нежели другим странам.

Во-первых, согласно данным Росстата, в 2014 году произошел резкий скачок показателя уровня инфляции, который на конец года достиг отметки 11,35% [4, с.3] (см. рисунок 2). По сравнению с 2013 годом, когда уровень инфляции составил 6,47%, уровень инфляции в 2014 году вырос на 4,88%. В 2015 году он продолжил свой рост и составил 12,91% [4, с.3]. Основная причина инфляции – рост цен на те товары, которые попали под российские санкции. Так как мы не могли продавать продукты в Европу из-за ограничения импорта, предложение на рынке страны снизилось, при сохранившемся спросе. Также издержки на продукцию выросли, потому что раньше российские производители закупали сырье за границей, но из-за санкций это оказалось невозможным, поэтому им пришлось искать новые источники сырья. Вместе с издержками выросли и цены на продукты, что привело к еще большему усилению инфляционного процесса. Однако с 2016 года темпы инфляции стали снижаться, а в 2017 году инфляция в России опустилась до уровня 2,5%. Причиной замедления темпов инфляции можно считать некоторые временные факторы, среди которых хороший урожай в 2017 году и укрепление рубля по сравнению с прошлыми

годами. Кроме того, к причинам низкой инфляции относится жесткая денежно-кредитная политика, которая привела к снижению потребительского спроса и высокой склонности к сбережениям.

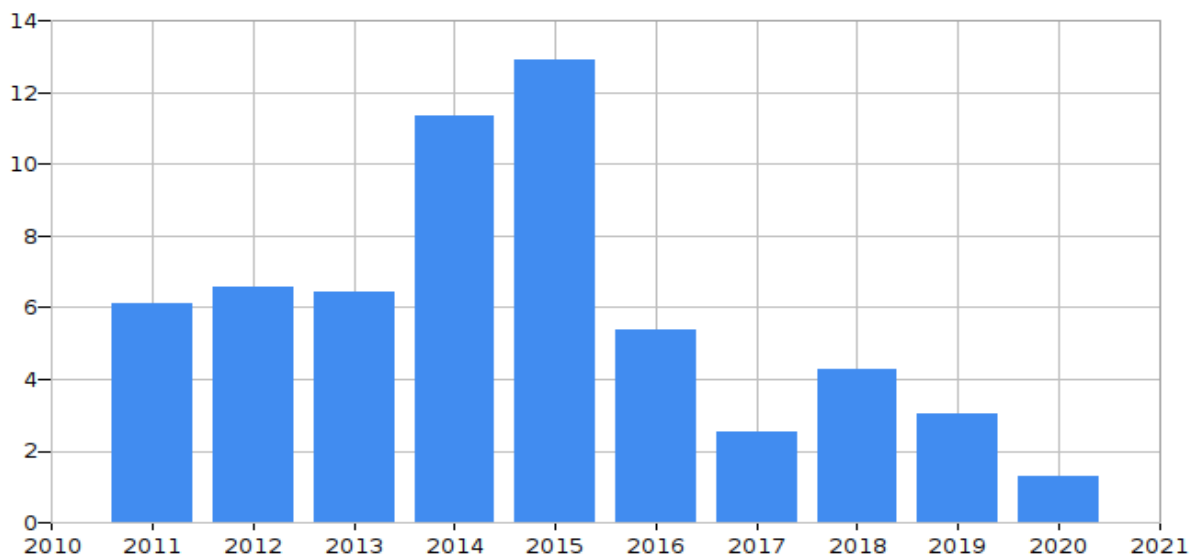


Рисунок 2 – Уровень инфляции в России за последние 10 лет

Во-вторых, с введением контракций значительно ухудшилось качество производимой продукции. Так, увеличилось количество фальсифицированной молочной продукции (с использованием растительных жиров) [2, с.144].

Нельзя также не отметить и позитивные последствия контрсанкций. Среди них поддержка отечественных производителей, в первую очередь аграрного сектора. Были созданы новые программы и проведены дополнительные мероприятия для развития агропромышленного комплекса.

Подводя итог, следует отметить, что экономические санкции, безусловно, нанесли большой вред российской экономике. Отрицательное воздействие санкций оказалось намного сильнее, чем можно было предположить. Ускоренный рост показателя инфляции в начальный период действия санкций свидетельствует о наличии проблем в экономике страны. Наблюдается сокращение показателей импорта и экспорта. Но не меньший отрицательный эффект возымели контрсанкции. Причем от санкций в большей мере страдают крупные компании и бизнесмены, которые теряют свой доход. А вот среднестатистические граждане ощутили наибольшее негативное влияние от контрсанкций, так как цены выросли, а доходы населения сократились. В долгосрочной перспективе при сохранении сегодняшних тенденций санкции могут неблагоприятно повлиять как на экономику России, так и на материальное благополучие россиян. Так или иначе, российская экономика приспосабливается у новым условиям. Поэтому международные санкции могут принести определенную пользу, если заставят российский рынок обратить внимание на внутренний потенциал страны.

Список литературы:

1. Алиаскарова Ж.А. Импортзамещение в условиях санкций и антисанкций: успехи, проблемы и перспективы//Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием. – 2018. – Т. 9, № 4. – С. 5-17.
2. Всяких М. В., Бакаева А.В. Санкции в отношении РФ и их последствия // Проблемы экономики и менеджмента. – 2015. – №6. – С. 143-149.
3. О внесении изменений в Государственную программу развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013 –

2020 годы): Постановление Правительства РФ от 19 декабря 2014 г. № 1421 – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://government.ru/media/files/Ve0aOWckyGc.pdf>.

4. Тикшаева Л. В., Трунина Е. В. Последствия экономических санкций и актуальные задачи государственного управления экономикой России // Огарев-Online. – 2018. – С. 1-8.

5. Пашкус В.Ю. и др. Промышленная политика: концептуализация и модернизация в условиях кризиса // Проблемы современной экономики. – 2020. – №2. – С. 73-76.

6. Рогов М.И. Международные экономические санкции: анализ кейса с Россией в 2014 году // Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием. – 2016. – № 2. – С. 133-157.

*А.В. Прохоров, В.И. Сардак (бакалавры 1 курса,
факультет политологии СПбГУ)*

ПРОТЕКЦИОНИЗМ В РОССИИ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ

I. История протекционизма в России. Россия со времен Петра I и ранее проводила политику протекционизма, чтобы защитить зарождающуюся промышленность от конкуренции с более развитыми странами Западной Европы. Уже в 1724 г. были введены торговые тарифы, которые облагали ввозимое железо, ткани, воск и прочее пошлиной в 75% от стоимости товара, однако в 1727 г. Сенат принял решение снизить тариф на ряд товаров из-за снижения таможенных доходов. В 1757 г. обложение иностранного товара достигло умеренных значений в 12,5 – 20% от стоимости, что значительно приблизило политику в этой области к фритредерству вслед за общими европейскими тенденциями в экономике, а также по причине развития к этому времени российской промышленности. Так, например, 80% выплавленного металла на Урале уже шло на экспорт, а не только на внутрирыночные нужды. Во многом это объясняется невыгодностью политики дискредитации товаров иностранного происхождения из-за угрозы ответных мер на зарубежных точках сбыта в условиях наличия достойной отечественной продукции на внутреннем рынке.

После Венского конгресса, несмотря на достигнутые договоренности о свободной торговле, были введены новые таможенные тарифы, в том числе и Россией. Стоит заметить, что, несмотря на прежние союзнические отношения по коалиции, меры протекционизма достигли использования радикальных инструментов, а именно использования запретительных пошлин на ряд товаров, что перекликается с текущим бойкотированием некоторых товаров из стран, наложивших санкции в 2014 г. Этот период продлится до 1849 г., когда после Крымской войны Россия перейдет к более либеральной политике протекционизма. Снятие ограничений в 1857 г., во многом связано с отменой крепостного права и возникшей необходимостью в импорте нового оборудования для промышленной революции. Однако уже во времена правления Александра III государство вновь вернется к политике запретительных мер для поддержания металлургической отрасли. Таким образом, мы видим, что на протяжении двух веков российская политика протекционизма имела циклический характер в зависимости от политической и экономической ситуации: от высоких и запретительных тарифов до частично свободной торговли [5].

Затрагивая более поздний период – период существования Советского Союза, достаточно сказать, что при плановой экономике меры протекционизма являются необходимым инструментом для индустриализации, так как оторванная от мирового рынка экономика не справится с преимуществами товаров капиталистического происхождения. После распада Советского Союза Россия была вынуждена выполнять рекомендации Вашингтонского консенсуса, один из пунктов которого содержал призыв к либерализации внешней торговли, то есть к снижению ставок импортных пошлин. Некоторые авторы считают, что по данной причине Россия не смогла реализовать политику протекционизма для

ускоренного экономического роста. Одновременно с этим стоит заметить, что в начале 90-х годов России было свойственно отставание от тенденций глобализации касательно регулирования тарифов. Пока страны ГАТТ создавали систему, основанную на общих принципах регулирования, которые в будущем станут принципами ВТО, у России не было возможности для участия в этой деятельности, так как ситуация вынуждала её руководствоваться актуальными задачами для стабилизации экономической ситуации внутри страны. Следствием этого стало позднее присоединение к ВТО в 2012 году. К этому моменту страны-участницы значительно снизили собственные меры тарифной защиты, что повысило требования к России для вступления в организацию. Политика либерализации тарифного регулирования столкнулась с ситуацией, когда в 2014 году, в ответ на дискриминационные меры со стороны стран Запада, России пришлось ввести контрмеры по отношению к ряду категорий товара из стран, наложивших санкции [7]. Однако можно сказать, что контрмеры были направлены не для подрыва экономики контрагентов, а в первую очередь для поддержания некоторых отраслей собственной экономики. Аргументом к этому служит то, что Россия не стала вводить ограничительные меры, например, на автомобильную промышленность стран ЕС, хотя в данном случае был бы нанесен ощутимый удар по их экономике. Таким образом, контрмеры можно точно назвать мерами политики протекционизма [8].

II. Методы неопротекционизма. На сегодняшний день на смену протекционизму приходит неопротекционизм. Неопротекционизм можно охарактеризовать как политику защиты национального рынка путём введения ограничений на импорт. Таким образом, основное различие между классическим протекционизмом и его современным аналогом заключается в том, что последний опирается на нетарифные методы. Из его особенностей также можно выделить то, что он, в основном, используется развитыми странами в отношении развивающихся. Хотя и бывают обратные случаи, если государство преследует цель развития своего собственного производства, что практически не представляется возможным для развивающихся стран в условиях так называемого “фритредерства”. Использование же тарифных методов в торговой политике, как и другие открытые попытки создать неравные условия торговли, осуждаются современным мировым сообществом. Это приводит к тому, что государства начинают прибегать к более скрытым способам защитить отечественный рынок. Последнее также является одной из особенностей неопротекционизма. Если при классическом протекционизме государство защищает национального производителя, то теперь – рынок. Сам же факт того, что государство использует нетарифные методы, затрудняет надгосударственным структурам контроль за действиями первого.

Рассмотрим теперь основные методы неопротекционистской экономической политики. Их выбор достаточно обширен: от финансовых и кредитных до валютных и административных. Сюда можно отнести и стандарты качества, и систему государственных закупок, и налоговые льготы, список можно продолжать очень долго.

1. Различные национальные технические, административные и другие нормы или правила. Данный инструмент включает в себя меры контроля качества товара и/или его различных характеристик. Не увеличивая тарифные и налоговые сборы, а значит и поступления в бюджет, государство может либо полностью перекрыть доступ определённой категории импортных товаров на внутренний рынок, либо существенно повысить их цену. С точки зрения экономики, государство даже само увеличивает свои расходы, необходимые на проверку товаров. Окупиться такой метод может лишь косвенно, если используется с целью повышения безопасности или здоровья граждан, то есть конечных потребителей. Но надо понимать, что в современных условиях чаще всего он используется в первую очередь как протекционистский барьер.

2. Так называемые паратарифные методы, то есть платежи и сборы, взимаемые с товара при пересечении таможенной границы, но не являющиеся таможенной пошлиной.

Сюда можно отнести внутренние налоги и сборы, уравнивающие налоги, налоги и сборы, связанные с таможенными оформлениями.

3. Прямое и косвенное субсидирование экспорта. Целью в данном случае является повышение конкурентоспособности отечественных товаров на внешнем рынке. Для этого могут использоваться различные экспортные премии. Поскольку данный метод по сути своей является демпингом и нарушает принципы честной конкуренции, он подвергается критике со стороны международного сообщества. Выходом из сложившейся ситуации является переход на косвенное субсидирование. К нему можно причислить налоговые льготы для предприятий-экспортёров или конвертирование иностранных валют в национальные по повышенной ставке или наоборот, а также финансовую поддержку сферы производства экспортно-ориентированных товаров.

4. Также к неопротекционизму относится помощь в сфере кредитования и страхования. Предоставление государством льготных экспортных кредитов и страхование экспортных поставок значительно упрощает ведение деятельности компаниям-экспортёрам.

5. Разнообразная помощь национальных представительств за границей, которые занимаются поддержкой и популяризацией отечественных товаров и компаний.

6. Государственные закупки. Данный инструмент является крайне эффективным по той причине, что позволяет государству закупать товары и услуги исключительно у отечественных фирм, игнорируя предложения иностранных компаний. Оправданием в данном случае зачастую служит национальная безопасность.

7. Требование о содержании в итоговом продукте установленного процента содержания отечественных компонентов также можно причислить к неопротекционистским методам. Таким образом государство решает сразу несколько задач: обеспечивает заказами национального производителя и сохраняет уровень занятости населения, мешая переносу производства в страны с более дешевой рабочей силой. Последнее в особенности относится к развитым странам, в которых себестоимость товара является достаточно высокой, что связано с соответствующим уровнем оплаты труда [4].

III. Влияние протекционизма на рост в отраслях экономики. Последние события, вызванные геополитической напряженностью, предполагают возможность улучшить состояние дел в различных отраслях экономики путем протекционизма, применяя для этого множество методов: от стимулирования путем прямых государственных закупок и инвестиций до ограничительных мер иностранной продукции [1]. Продукция, созданная из отечественных компонентов, позволяет увеличить добавочную стоимость продукции, тем самым повлиять и на рост ВПП [6]. Однако задача отследить общий рост экономики от применяемых мер осложнена на фоне различных глобальных вызовов. Например, проанализировать, насколько импортозамещение оказалось эффективным для роста ВВП и затруднено из-за падения цены на нефть в 2014 году и последующей за этим девальвацией рубля. Поэтому, как нам кажется, важно обратиться к конкретным отраслям экономики, чтобы отследить их динамику роста после 2014 года.

Рассмотрим действия протекционистских мер на примере рынка свинины в РФ. В 2014 году, после введения санкций, РФ применила один из инструментов политики неопротекционизма – нетарифное количественное регулирование импорта свиного мяса путём запрета ввоза свинины с территории ЕС. Разумеется, что в данном действии также присутствовал и политический конфликт, средством разрешения которого и послужили описанные выше меры. Так, если на конец 2013 года объем импорта свинины, субпродуктов, шпика и товарных свиней в РФ составлял немногим более тысячи тонн в год то за три года действия данных ограничительных мер (до 2017 года) он упал до 315 тысяч, то есть в три раза (Рисунок 1). В свою очередь, производство свинины с конца 2013 по конец 2017 год выросло более чем 20% (Рисунок 2), а самообеспеченность РФ свиным мясом - с 73,8% до рекордных 100% (Рисунок 3). Таким образом, в случае с рынком свинины, протекционизм оказал огромное положительное влияние. Он не только позволил повысить

продовольственную безопасность РФ, но также и дал толчок для развития крайне большой отрасли, в которой задействовано множество людей. [9]

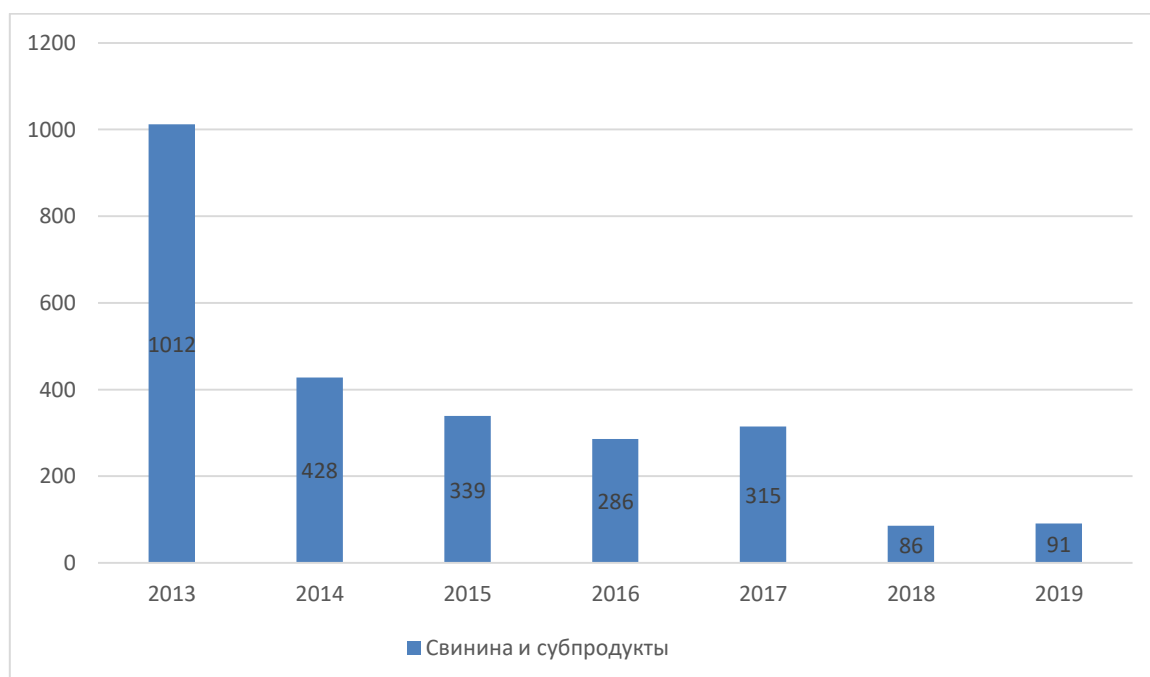


Рисунок 1 – Объем импорта свинины и субпродуктов в Россию в 2013-2019 гг., тыс. тонн
Источник: <https://ab-centre.ru/>



Рисунок 2 – Производство свинины в России в убойном весе в 2011-2017 гг., тыс. тонн
Источник: <https://ab-centre.ru/>

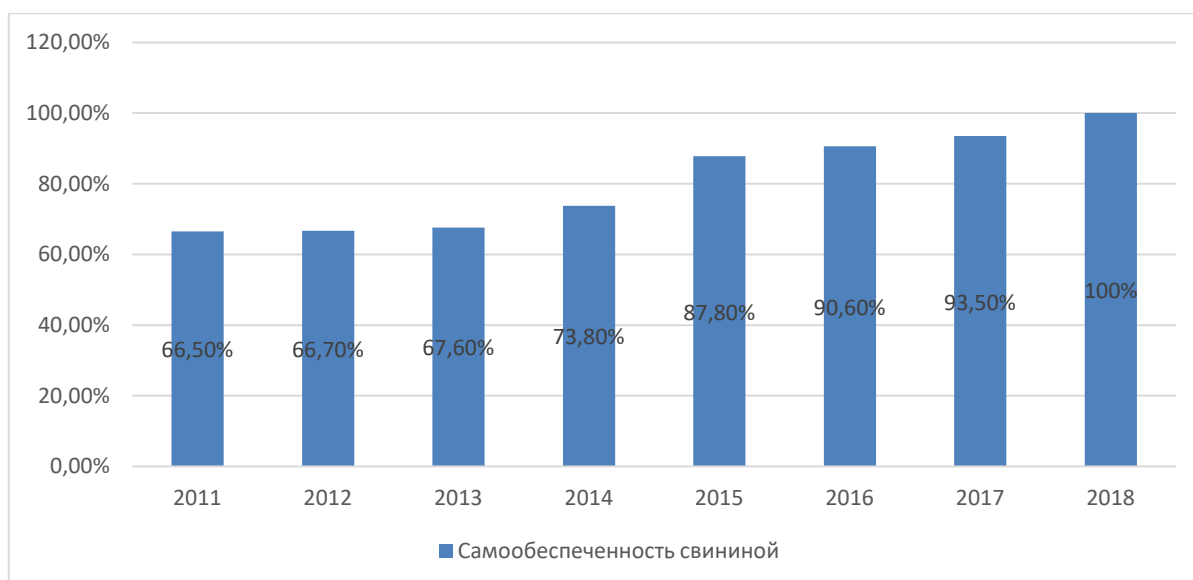


Рисунок 3 – Самообеспеченность России свиной в 2011-2018 гг., %
 Источник: <https://ab-centre.ru/>

Далее мы проанализируем рынок молочной продукции. По данным аналитиков после введения эмбарго произошло незначительное увеличение объемом производство: в 2014 г. производство по сравнению с 2013 г. составил 100.1%, однако пострадало качество производимой продукции из-за вынужденного использования заменителей. Согласно экспертным оценкам в дальнейшем предложение в 2018-2022 г. на этом рынке будет расти на 0,9 -1,2% [2]. Стоит заметить, что дальнейшее наращивание объёмов производства сдерживает недостаточное уровень технического производства и недостаток сырого молока. Одновременно с этим растет импорт пальмового масла как дешевого заменителя. Поэтому без государственного инвестирования в эту отрасль одних запретительных протекционистских мер может быть недостаточно. Можно сделать вывод, что в данной области импортзамещение показало слабый уровень влияния на рост российской экономики из-за низкого уровня производственных мощностей. В отрасли до сих пор сохраняются высокие объемы импортной продукции [3].

Таким образом, мы можем сделать следующий вывод по протекционизму. Являясь ограничением принципов свободной торговли, он, тем не менее, может оказать положительное влияние на внутренний рынок, будучи крайне полезным на стадии укрепления последнего, а также протекционизм может служить эффективным способом решения политических разногласий между государствами. Это хорошо иллюстрируется на примере рынка свинины. Но вместе с тем, если будут введены исключительно запретительные меры без оказания стимулирования финансовыми или какими-либо другими методами, то эффект может оказаться крайне неоднозначным, что было заметно на российском рынке молочной продукции. Значит протекционизм не является неким универсальным средством для решения проблем с отдельными отраслями производства, но может помочь в развитии последних, применяясь в совокупности с другими методами поддержки.

Список литературы:

1. Алиаскарова Ж.А. Импортзамещение в условиях санкций и антисанкций: успехи, проблемы и перспективы // Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием. – 2018. – Т. 9, № 4. – С. 5-17.
2. Конкина В. С. Импортзамещение и реализация экспортного потенциала на молочном рынке // Аграрный вестник верхневолжья. – 2019. – № 1. – С. 103-112.
3. Морозенкова О. В. Экономические последствия западных санкций и контрсанкций РФ // Российский внешнеэкономический вестник – 2017 – №6. – С. 58-74

4. Мухамедьянова А. Ф. Неопротекционизм в современной внешнеторговой политике // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2011. – № 26. – С. 130-138.
5. Муравьев Л. А. Промышленное предпринимательство во второй половине XVIII века // Страницы истории. – 2009. – № 12. – С. 47-58.
6. Пашкус В.Ю. и др. Промышленная политика: концептуализация и модернизация в условиях кризиса // Проблемы современной экономики. – 2020. – №2. – С. 73-76.
7. Рогов М.И. Международные экономические санкции: анализ кейса с Россией в 2014 году // Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием. – 2016. – № 2. – С. 133-157.
8. Совалева Е. В. Протекционизм и стратегия ускоренного экономического роста России: история и современность // Известия Санкт-Петербургского государственного аграрного университета. – 2016. – № 42. – С. 290-293.
9. Старкова Н. О. Влияние протекционизма на состояние российского рынка свинины // Бюллетень науки и практики. – 2018. – Т. 4, №12. – Т. 4, №12. – С. 416-421.

*П.А. Минайленко (бакалавр, 1 курс,
Факультета политологии СПбГУ)*

ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ: ДОСТИЖЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Актуальность темы обусловлена тем, что современный человек живёт и реализуется в условиях глобализации. Одной из её составляющих является экономическая сторона. Под экономической глобализацией подразумевается процесс усиления именно экономической интеграции стран, приводящий к таким явлениям, как: разделение труда в общепланетарном масштабе, создание транснациональных корпораций и финансовых институтов (Всемирный банк, Всемирная торговая организация и т.д.). Несмотря на минусы экономической глобализации, сторонники данного процесса предпочитают апеллировать очевидными плюсами, включающими в себя стимулирующее влияние в целом на экономику и всеобщее пользование благами НТП. Предоставленные положительные стороны экономического аспекта глобализации нельзя отрицать, но стоит уточнить, что современная мировая экономика устроена таким образом, что, помимо экономических сторон вопроса, на неё влияют вопросы исторического, социального и, в особенности, политического характера, поэтому целью статьи является демонстрация государства, которое ввиду внешних обстоятельств, а не продуманной запланированной политики, стало частично отрезано от глобального рынка.

Если взять такой часто используемый, но всё же не до конца совершенный критерий для оценки экономики стран, как ВВП, Россия, на момент 2019 года, входит в топ-20, что может говорить о том, что страна является одной из ведущих во всемирном торговом процессе и в той или иной мере зависима от импорта. Особенно это проявилось на фоне событий 2014-2015 годов, когда США, европейские страны, а также их некоторые страны-партнёры (например, Австралия и Новая Зеландия) по политическим мотивам ввели против Российской Федерации ряд санкций, которые не только изменили производство в основных отраслях экономической деятельности, но и стали угрозой экономической безопасности страны. Меры, которые сначала были введены против России в 2014 году, а затем дополнялись на протяжении 6 лет, включали в себя формирование списка лиц, чьи активы были заморожены, и компаний, с которыми было запрещено вести какую-либо экономическую деятельность, а также введение некоторыми странами запрет на ввоз ряда продукции из России, что привело к разорению частных предприятий, часть продукции которых предполагала экспортные продажи. В ответ на данные санкции правительство Российской Федерации приняло продовольственное эмбарго, проходившее в 3 этапа. Первый

этап был быстрым ответом на первые санкции и включал запрет на ввоз ряда товаров из США, стран Евросоюза, Австралии, Канады и Норвегии. Вторым этапом начался в 2015 году, и он включал запрет на ввоз некоторых товаров из Албании, Черногории и Исландии. В 2016 году, когда дипломатические отношения России и Украины не смогли нормализоваться, Россия ввела эмбарго и в отношении Украины.

Экономисты считают, что причины политики импортозамещения можно разделить на два вида. [2; 6] Первая причина – это естественная; она проявляется в обычной конкуренции на национальном рынке, когда отечественный производитель ввиду лучшего качества, цены или маркетинга вытесняет иностранную продукцию. Вторая причина – искусственная; данная причина и относится к введению политики импортозамещения в России, поскольку она подразумевает, что из-за политической ситуации государство вынуждено сократить или полностью закрыть ввоз импортных товаров, чтобы начать стимулировать собственное производство. То есть санкции, которые были введены против Российской Федерации и несли негативный характер для экономики, были нацелены на то, чтобы снять государство с «импортной иглой» – в 2014 году, когда только начинался кризис из-за падения цен на нефть и введения ограничительных мер, премьер-министр Дмитрий Медведев выразил мнение, что страна слишком подседела на неё.

В Российской Федерации такой экономический инструмент, как импортозамещение, применялся не раз. Одним из самых известных опытов применения данной политики является курс на импортозамещение, проводившийся в конце XX – в начале XXI веках после того, как в 1998 году произошёл один из самых тяжёлых экономических кризисов в истории страны, когда курс рубля по отношению к доллару подешевел примерно в 3,5 раза всего за неделю. Кризис привёл к обесцениванию вкладов граждан, резкому скачку инфляции, существенному понижению уровня жизни, разорению большого числа частных предприятий и негативному изменению имиджа страны для инвесторов. Чтобы частично нейтрализовать катастрофические последствия кризиса, было принято решение о серьёзной перемене экономической структуры страны: началась политика импортозамещения и был взят курс на увеличение экспорта. За период 1998-1999 годов Российская Федерация смогла сократить импорт почти на 50%, и уже в конце 1999 года можно было заметить увеличение ВВП и значительный рост выпуска промышленности. Также увеличился спрос на отечественную продукцию вследствие подорожания импортной – у одной трети населения доходы были ниже среднего, а иностранный товар стоил примерно в 3 раза дороже российского аналога. То есть в данной ситуации главную роль в конкуренции играл ценовой критерий, что позволило частному бизнесу получить большую клиентуру и дало импульс для дальнейшего развития. Не все экономические отрасли смогли обернуть ситуацию в свою пользу и последствия кризиса, несмотря на изменённую экономическую политику, были губительны, но нельзя не отметить тот определённый успех, которого достигла страна в условиях искусственной причины для начала политики импортозамещения.

Из-за высокой волатильности рубля к доллару и неустойчивой цены на нефть и газ – основной статьи доходов Российской Федерации – страна была вынуждена уже в XXI веке прибегать к политике импортозамещения. Однако к 2014 году, когда было введено российское продовольственное эмбарго, импортозамещение не было приоритетной расходной статьёй Правительства РФ. Существовавших программ было не только недостаточно, но и их эффективность была слишком мала, поэтому ситуация, в которой оказалась Российская Федерация, была тяжёлой. Анализ, проведённый в июне 2014 года, показал, что станкостроение зависит от импорта на 90%, тяжёлое машиностроение – на 60-80%, лёгкая промышленность – на 70-90%, фармацевтическая и медицинская промышленность – на 70-80%, машиностроение для пищевой промышленности состояло на 60-80% из импорта [3, с.205]. Такую зависимость можно было преодолеть только за несколько лет, ввиду сильного отставания общего отраслевого рынка и падения цен, начавшегося в 2014 году, в нефтегазовом секторе, так же терпящем потери из-за санкций: многие иностранные инвесторы отказались финансировать данную индустрию, а также

ощущалась нужда в специализированном оборудовании, поставки которого ранее шли из-за границы. Государственные деятели говорили, что отставание особо зависимых от импорта отраслей можно преодолеть в срок от 2-3 лет до 6 лет, но уже к 2020 году стало ясно, что цели были достигнуты лишь частично.

Аграрный сектор больше других добился успехов по замещению импортной продукции и производству. Некоторые программы по поддержанию отечественной продукции начались раньше кризисного 2014 года: в 2010 году вышел указ Президента РФ насчёт финансовой поддержки сельскохозяйственного сектора, а в 2013 года была принята семилетняя программа по развитию аграрной составляющей страны. С 2014 годы меры усилились: продовольственное эмбарго убрало с национального рынка часть иностранного продукта, что позволило отечественному сельскому хозяйству стать основным поставщиком для россиян.

Кроме того, экспорт российских сельскохозяйственных продуктов ежегодно увеличивается. В текущем десятилетии Россия сильно нарастила производство пшеницы и стала лидером по её экспорту, обогнав США. Особое развитие начинают получать отрасли, ранее не игравшие большой роли в аграрном секторе: зернобобовые, подсолнечник, сахарная свёкла. В животноводческом секторе тоже есть положительные изменения: на фоне сокращения на отечественном рынке зарубежных мясных изделий местные предприниматели расширили производство, что даже смогло привести к увеличению экспорта российского мяса в несколько раз в период 2015-2019 гг. (см. таблицу 1). Несмотря на то, что экспорт мяса домашней птицы увеличился лишь на 1%, именно он составляет более половины от общей доли экспорта мяса и обеспечивает развитие данной отрасли.

Таблица 1.

Российский экспорт мяса за период 2015-2019 гг.

Товары:	2015 г.	2019 г.	Изменение:
мясо крс свежее или охлаждённое	\$253 тыс.	\$1.7 млн.	увел. на 566%
свинина	\$9.2 млн.	\$31.9 млн.	увел. на 248%
баранина	\$230 тыс.	\$18.5 млн.	увел. на 7917%
мясо домашней птицы	\$78.4 млн.	\$79.1 млн.	увел. на 1%

Однако, несмотря на новые рекорды и достижения, нельзя сказать, что российская аграрная система находится в стабильном состоянии. Во-первых, по сельскохозяйственному экспорту Российская Федерация лишь в нескольких отраслях имеет конкурирующие с другими странами показатели – многие отрасли (например, мясная), несмотря на масштабное производство, не могут выйти в мировые лидеры, поскольку внутри страны существует значительный спрос на данную продукцию. Во-вторых, до сих пор полностью не решена проблема с сельскохозяйственной техникой и оборудованием. Например, выпуск ряда оборудования в животноводческом секторе, специальных тракторов для садоводства и самоходных свеклоуборочных комбайнов в 2017 году полностью отсутствовал и только сейчас появляются попытки запустить производство. Данная ситуация приводит к тому, что предприниматели не могут максимизировать производство. В-третьих, Россия не может обеспечить достаточные объёмы российского производства в важной для продовольственной безопасности страны молочной отрасли. Импорт некоторых молочных товаров (кисломолочная продукция, сухое цельное молоко, мороженое) в 2019 достиг исторического максимума и, даже, несмотря на высокие пошлины, часть продукции, например, из Латинской Америки и Беларуси может стоить дешевле российской.

Другие отрасли не смогли полностью достичь намеченных целей и ограничились лишь небольшими успехами. Больше всего проблем возникает в тяжёлой промышленности, что обусловлено несколькими причинами. Во-первых, в России отсутствует накопленная

научно-техническая база. Во-вторых, финансирования, выделенного на разработку отстающей отрасли, было недостаточно. В-третьих, быстро увеличить производство было невозможно, поскольку присутствовала зависимость от импорта, местами доходящая до 90%. В-четвёртых, не все предприниматели были готовы к переходу на отечественный товар.

Период 2014-2015 гг. был самым успешным для отечественной тяжёлой промышленности: в декабре 2014 года лишь 40% предприятий сообщили, что не могут даже частично отказаться от импортного оборудования, и 37% – от импортного сырья; 30% предприятий к 2015 были готовы закупать только отечественную продукцию. Однако уже к 2017 году число предприятий, отказавшихся от импортного оборудования, сократилось до 7%, а отказавшихся от сырья – до 8%, что означало увеличение зависимости от зарубежной продукции и неэффективность протекционистской политики государства. Причиной таким структурным изменениям было: отсутствие на отечественном рынке нужного товара, низкое качество оборудования и сырья, недостаточные объёмы выпуска, завышенные цены на отечественный продукт и приемлемые цены на импортный товар [5, с.16-18].

Положительные аспекты есть и в ряде отраслей тяжёлой промышленности: импорт ядерных реакторов, котлов и механических устройств сократился – на 53%, электрических машин и оборудования – на 50% (см. таблицу 2), Ж/д локомотивов, трамваев и их частей – на 10%, средства наземного транспорта и суда – на 37% за период 2015 - 2019 гг. (см. таблицу 3), но вызывает опасения то, что некоторые показатели имеют либо тенденцию к сокращению, либо непостоянный характер, выражающийся в резких скачках показателей. В январе 2015 года импорт электронных машин и оборудования сильно сократился, но уже к маю 2019 года сравнялся с «досанкционными» годами, что говорит о том, что российская тяжёлая промышленность не может конкурировать с иностранной: завышенная цена или, при равной цене, менее привлекательные характеристики.

Таблица 2.

Импорт машин, оборудования и аппаратуры за период 2015-2019 гг.

Товары:	2015 г.	2019 г.	Изменение:
Реакторы ядерные, котлы, оборудование и мех. устройства; их части	\$34.2 млрд.	\$16 млрд.	умен. на 53%
Элект. машины и оборуд.; звукоаппаратура, звуко- и телеаппаратура; их части	\$21.1 млрд.	\$10.6 млрд.	умен. на 50%

Таблица 3.

Импорт транспорта за период 2015-2019 гг.

Товары:	2015 г.	2019 г.	Изменение:
Ж/д локомотивы, трамваи; их части; оборудование	\$420 млн.	\$380 млн.	умен. на 10%
Средства наземного транспорта; их части	\$15.3 млрд.	\$9.71 млрд.	умен. на 37%
Суда, лодки и плавучие конструкции	\$1.21 млрд.	\$766 млн.	умен. на 37%

Ситуация на фармацевтическом рынке также вызывает опасения. Несмотря на выделение субсидий на покрытие части расходов фармацевтических компаний и выгодные

кредиты, темпы перехода с иностранных медицинских препаратов на отечественные очень низкие, поэтому зависимость от импорта, по состоянию на начало 2018 года, установилась в пределах 70%. Кроме того, временные отказ от иностранных препаратов показал, что отечественный продукт имеет ряд негативных моментов: завышенная цена ввиду дорогостоящего производства, низкое качество, которое не может конкурировать с зарубежным, и устаревший ассортимент [1, с.109].

Нельзя сказать, что вся протекционистская программа государства была неудачной, но резкое ограничение по импорту сильно изменило российскую промышленность. Несмотря на то, что особые успехи наблюдались лишь в нескольких отраслях, нужно учитывать изначальную неподготовленность отечественного рынка, основанного на отсутствии научно-технической базы. Однако изначальная готовность даже самых зависимых от импорта отраслей к переходу на российский аналог позволила импортозамещению в 2014-2016 гг. показать частичное выполнение намеченных целей. Чтобы сохранить уже существующие темпы роста, а также продолжить их ускорение, стоит предпринять ряд мер.

Во-первых, невозможно полностью закрыть российский рынок от импортных товаров: для того, что устранить существующее отставание в научно-технической сфере, необходимо привлекать инвесторов и международные компании для развития отечественного продукта. Международное сотрудничество позволит поделиться опытом и методами для модернизации определённой специализации, а высокий уровень импортозамещения приведёт к сокращению конкуренции.

Во-вторых, на данный момент, государство не обеспечивает производство достаточным количеством инвестиций, а частые инвесторы либо полностью ушли с отечественного рынка, либо вкладываются в отдельные проекты, предпочитая не рисковать, что приводит к торможению темпов роста и стагнации. Импортозамещение возможно только при создании инновационных технологий и методик, которые, в свою очередь, появляются при значительном финансировании.

В-третьих, стоит предоставить больше финансирования и практики таким специальностям, которые связаны с наиболее зависимыми отраслями промышленности. Этим может заниматься как государство через выделение новых бюджетных мест в университетах, так и сами предприятия, заинтересованные в своевременном переобучении персонала.

В-четвёртых, кредитование, предлагаемое предприятиям, должно быть на более выгодных условиях, поскольку сейчас нет чёткой дифференциации по отраслям, которая смогла бы подстроиться под особенности производства. Например, производство в аграрном секторе может занять несколько лет, которые не будут прибыльными, в то время как производство одежды может начать окупаться через пару месяцев.

В-пятых, государство должно обеспечить гарантию реализации продукции, выпуск которой начался в процессе импортозамещения. Тяжёлое производство – дорогостоящий процесс, поэтому отечественным производителям важно знать: будет их товар продан или они не получают прибыль.

В-шестых, чтобы положительные тенденции, которые сейчас имеет отечественный экспорт, не пропали, стоит продолжать совершенствовать таможенную политику, которая часто не позволяет предприятиям выйти на мировую арену: излишняя бюрократия и высокие пошлины. За последние годы наблюдается осязаемое нарастание объёмов экспорта в большинстве отраслей [4]. Это не только повышает имидж российской промышленности, но и позволяет отечественному производству улучшаться в условиях глобальной конкуренции.

Таким образом, отмечаем, что продуманная и осторожная программа импортозамещения, умеренная протекционистская политика и устранение допущенных ошибок Российской Федерации смогут принести в государственную экономику два важных изменения нынешней ситуации: возвращение внутреннего рынка национальным производителям, что приведёт к повышению уровня национальной безопасности, а также к

увеличению спроса на российскую продукцию на международном рынке, что способствует укреплению экономики страны.

Список литературы:

1. Абрамова М.Б. О проблемах и тенденциях развития российского фармацевтического рынка // Теоретическая экономика. – 2018. – №2. – С. 106-112.
2. Алиаскарова Ж.А. Импортозамещение в условиях санкций и антисанкций: успехи, проблемы и перспективы//Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием. – 2018. – Т. 9, № 4. – С. 5-17.
3. Глаголев С.Н., Моисеев В.В. Проблемы импортозамещения в России // Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова. – 2016. – №1. – С. 204-208.
4. Реализация региональной промышленной политики России в контексте импортозамещения / Н.А. Пашкус, В.Ю. Пашкус и [др.] // Проблемы современной экономики. 2019. Вып. 4. С. 119-122
5. Цухло С.В. Импортозамещение в промышленности в 2014-2017 годах: доля импорта сохраняется // Мониторинг экономической ситуации в России. – 2018. – №2(63). – С. 16-18.
6. Lyakin A.N., Rogov M.I. The Consequences of Discriminatory Measures for the National Economy in the Global Market // Globalization and its Socio-Economic Consequences'17. – Zilina, Slovakia: University of Zilina, 2017. – Pp. 1380-1387.

*О.Ю. Альфутина (бакалавр 1 курса,
факультета политологии СПбГУ)*

ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ ИЛИ ВКЛЮЧЕНИЕ В ГЛОБАЛЬНЫЕ ЦЕПОЧКИ ДОБАВЛЕННОЙ СТОИМОСТИ В ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ – ЧТО ЛУЧШЕ?

В данной статье рассматривается импортозамещение в пищевой промышленности и возможности включения России в мировые цепочки создания добавленной стоимости. Эта отрасль производства выбрана, потому что она является одной из основных для социального и экономического развития каждой страны, так как удовлетворяет первичные потребности населения. Россия не становится исключением и для экономической политики страны важно определить, в каком направлении будет развиваться пищевая промышленность.

Импортозамещение представляет собой полное или частичное замещение иностранного товара, товаром отечественного производства. В большинстве случаев импортозамещение использует для стимулирования отечественного производства и поддержания собственного производителя. Стратегия импортозамещения опирается на развитие всего производства и повышение качества производимого товара, технологий применяемых на предприятиях, развитие инноваций. Это актуально для отраслей, которые по целому ряду причин отстают от аналогичных отраслей в странах, с которыми происходит взаимодействие [2].

Например, изначально с целью недопущения разорения сельского хозяйства, в России в 2012 году была разработана программа по развитию сельского хозяйства, одной из целей которой было импортозамещение, но из-за санкций 2014 г. появилась необходимость в расширении этого курса. Именно с этого времени импортозамещение приобретает свою высокую значимость и для нашей страны.

С момента создания Правительственной комиссии по импортозамещению государство определило стратегический перечень продукции с наивысшим приоритетом импортозамещения в ключевых отраслях экономики, опубликовав соответствующий

перечень на официальных площадках. Наиболее зависимыми от импортного сырья и комплектующих оказались сельское хозяйство, машиностроение и сфера информационных технологий, некоторые товары госзакупок, где доля импорта доходит до 90 % при производстве отдельных товаров [2].

Прежде всего, были выбраны те отрасли, где импортозамещение незначительно скажется на потребителе и производство в стране сможет обеспечить производство такого объема продукции, который бы достигался при помощи импорта. Еще одним важным критерием при ограничении отраслей, входящих в программу, была необходимость в:

1) создании независимой экономики от рисков сговоров внешнеэкономических групп, подрывающих национальную стабильность в ведущих сферах. Такими сферами являются промышленность (преимущественно военная), сельскохозяйственная и в современном мире информационная;

2) формировании списка с учетом потребительских интересов ввиду введения санкций со стороны других стран. Так, Россия ввела ответные санкции для тех стран, которые применяли санкционные меры по отношению к нашей стране, и запретила ввоз продуктов, произведенных на их территории. В список попали 32 страны. Несомненно, среди перечня продуктов и товаров были те, которые приобретались на постоянной основе и / или являются необходимыми для полноценной жизни граждан. Поэтому заменить эти продукты отечественными аналогами необходимо;

3) импортозамещении, которое проводится в тех отраслях, где у страны хватает технологических, информационных, природных и человеческих ресурсов. Для того чтобы проводить масштабные экономические преобразования, необходимо рассчитать возможности, чтобы обеспечить максимально качественное и полное замещение товаров. Поэтому данный критерий был так же важен при построении плана политики импортозамещения.

Исходя из данных направлений, можно выделить те результаты, которых удалось добиться стране за несколько лет осуществления программы в отрасли пищевой промышленности.

Санкции оказали важное влияние на формирование экономической безопасности страны [3]. Например, после введения контрсанкций произошёл значительный рост объёмов производства в сельскохозяйственной сфере. Так, по данным Росстата, в 2013 году в аграрном секторе было произведено продукции на 3,46 трлн. рублей, а в 2018 году этот показатель увеличился на 1,66 трлн. рублей. Производство сыра с 499 тыс. тонн в 2014 году за два года выросло до 605 тыс. тонн, а замороженной плодоовощной продукции – с 45,8 тыс. тонн до 71,7 тыс. тонн. Птицепроизводство с 2014 года выросло на 20 %.

Так же стоит отметить, что Россия стала намного меньше зависеть от импорта сельскохозяйственного сырья. Так, до 2013 года показатель импорта сельхозпродукции достигал \$43,23 млрд. В 2019 году импорт продукции составил чуть более \$22 млрд.

По оценкам Минсельхоза, за пять лет продэмбарго Россия смогла превысить показатели продовольственной безопасности внутреннего рынка по зерну, сахару, растительному маслу, картофелю, мясу и мясopодуктам. Однако доля российского молока, молочных продуктов и пищевой соли ещё недостаточна в общем объёме продовольствия.

Специалисты в сфере экономики и логистики утверждают, что для достижения максимальных результатов от импортозамещения производителям необходимо уменьшить издержки в сфере закупок, производства и доставки, исключить риски и выделиться среди конкурентов.

На данный момент наибольшую выгоду от ограничения доступа импортной сельскохозяйственной продукции получают крупнейшие агрохолдинги. Борис Фрумкин, заведующий сектором Института экономики РАН, в своей статье, опубликованной в журнале Новой экономической ассоциации, отметил, что уже на следующий год после введения эмбарго суммарная выручка 50 крупнейших сельскохозяйственных компаний увеличилась на

28%, составив около 1,5 трлн. рублей, — это почти 30% от всего производства в сельскохозяйственном секторе страны.

Таким образом, к плюсам импортозамещения в пищевой промышленности России можно отнести:

- 1) достижение экономической продуктовой безопасности
- 2) частичное освобождение отечественного рынка от импорта, что позволило уменьшить конкурентное давление на отечественный малый бизнес;
- 3) увеличение возможностей для отечественных производителей, как крупного, так и малого бизнеса;
- 4) рост показателей экономического развития;
- 5) увеличение количества рабочих мест на предприятиях в связи с их расширением;

Однако так же есть и отрицательные моменты:

- 1) за последние 5 лет цены на продукты питания стремительно растут, что превышает в среднем стоимость потребительской корзины. Данный факт указывает на то, что импортозамещение отрицательно сказывается на потребителе, вынуждая его платить больше, чем до введения санкций;
- 2) снижение конкуренции со стороны иностранных производителей и государственный протекционизм могут привести к снижению уровня эффективности производства;
- 3) происходит сдерживание процессов международной экономической интеграции.

Именно последний пункт вызывает разногласия насчет того, какая экономическая политика государства приоритетнее. Потому что международная экономическая интеграция дает такие преимущества как: увеличение иностранных инвестиций, расширение ассортимента продуктов, что влечет снижение цен на них, расширение торговли параллельно с увеличением инфраструктуры.

Развивать данную взаимосвязь между государствами помогает такой способ производства продукции как включение в мировые цепочки создания добавленной стоимости.

Мировые (глобальные) цепочки создания добавленной стоимости – полный спектр мероприятий, который требуется для создания продукта или услуги, начиная от его концепции, через различные этапы производства, а так же доставку конечному потребителю и послепродажные услуги.

Формирование глобальных цепочек создания стоимости (ГЦС) – характерная черта современного этапа глобализации, связанный с распространением цифровых технологий, который позволяют поддерживать связь: вести переговоры, продумывать стратегии развития и PR -компаний, контролировать и согласовывать производство на расстоянии.

Е. А. Сидорова в своей статье «Россия в глобальных цепочках создания стоимости» отмечает, что «в развитых экономиках этот процесс начался в основном “снизу”, вне зависимости от национальных границ. Процессы интеграции способствуют ускорению создания региональных цепочек, которые потенциально могут стать глобальными. Участие стран в ГЦС отражает степень их встроенности в мировую хозяйственную систему, структуру экономики и внешней торговли, а также их конкурентные преимущества» [8, с.71].

Каждая страна в разной степени принимает участие в ГЦС. Это связано с ее географическим положением, природными ресурсами, открытостью рынков, имеющейся инфраструктурой, профессиональными знаниями, уровнем специализации рабочей силы. Необходимо отметить, что развитые страны довольно успешно функционируют в ГЦС.

В основном ГЦС используют в наукоемких отраслях: машиностроение, фармацевтика, IT-технологии и т.д. Но подобная мировая экономическая практика не обошла стороной и пищевую промышленность, где является довольно распространенной. Данная схема применяется для производства сложных, многокомпонентных продуктов, когда каждый

ингредиент проще обработать в отдельной стране, ведь где-то условия почвы позволяют выращивать экзотические фрукты, где-то климатические условия помогают правильно содержать скот. Если каждая страна будет производить только то, что позволяют ей ее особенности расположения, то населению будет недостаточно разнообразности рациона, а производить что-то с помощью новых технологий может быть экономически невыгодно.

Доктор экономических наук В. Б. Кондратьев в своей статье «Глобальные цепочки добавленной стоимости в мировой экономике» отмечает, что одним из таких примеров является производство пасты «Нутелла»: каждая из стран-участниц может предоставить отдельные продукты и мощности для производства. В год производится около 350 тыс. т. продукта. Пищевая компания «Ferrero International S.A.» располагается в Люксембурге и имеет в настоящее время десять заводов: пять в странах Европейского союза и по одному в России, Турции, Канаде, Бразилии и Австралии. Некоторые промежуточные товары (такие как упаковка и обезжиренное молоко) выпускаются в странах производства, в основном же ингредиенты получают от международных поставщиков. При этом «Нутелла» продается по всему миру через торговые представительства, и каждая из стран, участвующих в производстве, получает определенную выручку с продажи пасты [4, с. 139].

Такая же ситуация наблюдается и с другими продуктами, для производства которых необходимы специфические ингредиенты, которых нет в одной определенной стране. В основном, это продукция, принадлежащая транснациональным корпорациям: Mars, Inc., Coca-Cola, Unilever, Kellogg – заводы этих компаний так же есть в России, а продукцию можно встретить на прилавках любого супермаркета.

Именно отрасли агробизнеса все больше выстраиваются вокруг цепочек, возглавляемых пищевыми компаниями и ретейлерами. В. Б. Кондратьев отмечает, что «супермаркеты, работая как с экспортерами, так и с импортерами, стараются контролировать весь процесс производства (включая выращивание и сбор сельскохозяйственной продукции). Они ставят цель обеспечить соответствие пищевых продуктов стандартам качества и безопасности вдоль всей глобальной цепочки добавленной стоимости, что требует вертикальной координации. Практически во всех странах население поменяло свои модели потребления в сторону повышения качества и безопасности пищевых продуктов. Одновременно прямые иностранные инвестиции и либерализация торговли открыли новые возможности для компаний по реорганизации своих цепочек стоимости. Все большее число компаний организуют глобальные поставки пищевых продуктов и связывают мелких производителей в развитых и развивающихся странах с потребителями по всему миру» [4, с.141].

Так, можно выделить следующие положительные моменты от участия в ГЦС

1. Расширение рынка сбыта за счет получения доступа к глобальным рынкам;
2. Повышение качества производимой продукции за счет специализации;
3. Стимулирование привлечения прямых иностранных инвестиций в страну, которые так же могут являться важным источником технологий и знаний;
4. В условиях политической нестабильности и введения санкций, на товары, участвующие в ГЦС запреты на экспорт и импорт не распространяются, так как пострадают все страны-участницы.

Однако, здесь есть и минусы:

1. От страны требуется сокращение национальной доли в ее экспорте, что негативно отражается на внешнеторговом балансе;
2. Компании, использующие зарубежный аутсорсинг, становятся менее зависимыми от национального рынка труда, что способствует безработице;
3. ТНК, которые являются руководителями в цепочках добавленной стоимости (ЦДС) могут оказывать давление, как на производителя, так и на экономику страны;

Странам, которые принимают участие в ЦДС необходимо учитывать все возможные риски:

1. Страна-участница может оказаться в низкодоходном сегменте производительности и будет тратить больше ресурсов, чем если бы продукт полностью производился на ее территории;

2. Глобальные цепочки связаны с ТНК, которые стремятся к минимизации затрат и максимизации прибыли, при том, что их не волнует социальная обстановка в странах, где они располагают свои филиалы, поэтому перевести производство в страну с более дешевой рабочей силой ТНК представляется более эффективным, но при выводе ТНК из другой страны, ее население может остаться без работы.

3. В глобальной ЦДС каждая страна зависима от другой, поэтому есть риск оказаться перед чьим-то экономическим давлением, или остановить производство, если кто-либо из участников не сможет временно принимать участие в производстве.

Итак, через систему ГЦС проходят мощнейшие потоки финансовых средств во всем мире, а во главе их стоят крупнейшие корпорации–координаторы. И, как отмечают Т. А. Мешкова и Е. Я. Моисеичев в статье «Мировые тенденции развития глобальных цепочек создания добавленной стоимости и участие в них России»: «выстроить в одиночку глобальную цепочку стоимости, способную конкурировать с ними, – задача труднодостижимая» [5, с.86], поэтому России стоит участвовать в ГЦС, но при этом разрабатывать грамотные стратегии по входу, предусматривать все возможные риски. Так как продукты пищевой промышленности являются продуктами первой необходимости, то страна должна обеспечить себя минимальной набором ресурсов, которые смогут обеспечить все население необходимым провиантом в случае внешнеполитической угрозы или пандемии (как в 2020 году), чему способствует именно политика импортозамещения [9]. Поэтому можно сделать вывод, что в экономической политике государства не должно быть перегибов в сторону абсолютного импортозамещения или абсолютного участия в ГЦС. Россия должна быть включена в мировые экономические процессы для развития экономики, но не зависеть полностью от других стран, в особенности того, что касается продуктов питания, т.к. они обеспечивают первичные потребности населения.

Список литературы:

1. Александрова А.В., Василенко Н.С., Степанова О.В. и др. Инновации и импортозамещение в промышленности: экономика, теория и практика. – СПб.: ФГАБОУ ВО СПбПУ, 2015. – С. 279-330.
2. Алиаскарова Ж.А. Импортозамещение в условиях санкций и антисанкций: успехи, проблемы и перспективы // Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием. – 2018. – Т. 9, № 4. – С. 5-17.
3. Асадулаев А.Б. Социально-экономическая безопасность России. – СПб.: КультИнформПресс, 2020. – 140 с.
4. Кондратьев В.Б. Глобальные цепочки добавленной стоимости в мировой экономике // География мирового развития: Сборник научных трудов. – М.: Товарищество научных изданий КМК, 2016. – С. 132–147.
5. Мешкова Т.А., Моисеичев Е.Я. Мировые тенденции развития глобальных цепочек создания добавленной стоимости и участие в них России // Вестник Финансового Университета. – 2015. – № 1. – С. 83–96.
6. Министерство сельского хозяйства Российской Федерации – [Электронный ресурс] – <http://mcsx.ru/> (дата обращения: 03.04.2020).
7. Показатели, характеризующие импортозамещение в России – [Электронный ресурс] – <https://www.gks.ru/folder/11188> (дата обращения: 03.04.2020).
8. Сидорова Е.А. Россия в глобальных цепочках создания стоимости // Мировая экономика и международные отношения. – 2018. – Т. 62. – № 9. – С. 71–80.

9. Реализация региональной промышленной политики России в контексте импортозамещения / Н.А. Пашкус, В.Ю. Пашкус и [др.] // Проблемы современной экономики. – 2019. – № 4. – С. 119-122

*В.А. Карташов (бакалавр 1 курса
факультета Политологии СПбГУ)*

*Научный руководитель: А. А. Кольцова, к.э.н., старший преподаватель кафедры
экономической теории и экономической политики СПбГУ*

НЕГАТИВНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ

В наши дни существует большое количество точек зрения относительно политики вмешательства государства в экономическую сферу общества. Под вмешательством (интервенцией) понимается определенная деятельность, проводимая властью и связанная с использованием различных механизмов (о них будет сказано дальше) для потенциального улучшения экономического и социального положения страны и граждан. Иными словами, вмешательство — право государства императивно влиять на остальных участников рынка. Одни люди считают, что государство должно контролировать взаимодействие фирм и покупателей на рынке, регулировать цены, качество и количество товаров и услуг, распределять ресурсы. Есть люди, убежденные, что государству не следует вмешиваться в рыночные процессы, так как это нарушает принципы конкуренции. Некоторые полагают, что исключительная роль государства — защищать частную собственность и следить за соблюдением прав участников рынка [1, с. 38-40]. Важно понимать, какие цели преследуют власти, вмешиваясь в экономические отношения.

Одна из главных целей государственного регулирования в современной смешанной (рыночной) экономике — это предоставление защиты субъектам рыночных отношений от нарушения их прав со стороны других участников. Другой целью вмешательства может являться нивелирование несостоятельности рынка, то есть реализация определенных перечней товаров, которые необходимы для общества, но не могут по определенным причинам быть реализованы с помощью рынка. Также существует еще множество других аспектов, однако стоит понимать, что вмешательство не всегда приводит к запланированным целям. Довольно часто от чрезмерного государственного регулирования экономика страны начинает испытывать проблемы, которые приводят к кризису [4].

Материалы данной статьи отражают результаты исследования, основной задачей которого является попытка доказать, что активное вмешательство государства в рыночный сектор не улучшает, а, наоборот, сильно ухудшает положение его участников. В частности, важно определить возможность нанесения ущерба производителям и потребителям при прямом и косвенном государственном регулировании.

Начать стоит с прямых (административных) методов регулирования — это такой способ интервенции, при котором используются императивы государства. То есть субъекту экономики необходимо безукоризненно исполнить волю властных органов, иначе тот попадет под определенные негативные санкции, которые еще в большей мере ухудшат его положение. Основные инструменты данного метода: непосредственно законодательная деятельность государства (предписания, разрешения и запреты), усиление и увеличение количества государственного сектора в экономике. Прямым регулятором также являются определенные меры государства в сфере внешней торговли (применение нетарифных методов), например, ограничение экспорта (продажа товаров и услуг за границу для их реализации на мировом рынке) или импорта (закупка и ввоз товаров и услуг для реализации их на внутреннем рынке). Нетарифные методы являются более ограничивающими, нежели

тарифные (тарифные методы относятся к косвенным методам), так как при нетарифных методах может использоваться, например, полный запрет на ввоз или вывоз определенных товаров.

Для того чтобы в полной мере показать, как именно данные методы ухудшают ситуацию на рынке, обратимся к кризису 2014 года, связанному с ситуацией вокруг Крыма и Украины. Ввиду обострения международных отношений начинаются обоюдные санкции. В частности, указом президента РФ от 6 августа 2014 г. № 560 «О применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации» были ограничены ввоз на территорию России отдельных видов продуктов. Данный указ должен был стать еще большим мотиватором для развития отечественной продукции после указа президента РФ от 30 октября 2010 г. № 120 «Об утверждении Доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации». Однако после продовольственного эмбарго со стороны России на внутреннем рынке произошло увеличение цен на продукты питания, а также значительно ухудшилось их качество. В таблице (см. Таблица 1) отражен индекс потребительских цен на продовольственные товары в период 2016 — 2019 гг. Данный период выбран именно потому, что в 2014 и 2015 гг., то есть сразу после начала кризиса, увеличение цен могло являться временной мерой, так как были увеличены затраты на этапе становления производства в секторе импортозамещения.

Таблица 1.

Индексы потребительских цен на продовольственные товары по Российской Федерации (в % к декабрю предыдущего года) по данным Росстата

2016	2017	2018	2019
104.57	101.07	104.66	102.58

Источник: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/prices/potr/I_prod.xlsx

Мы можем заметить, что в 2016 году продолжилось заметное увеличение роста цен относительно 2015 года. Одна из причин роста продовольственных цен связана с тем, что издержки (затраты на производство) отечественных производителей были изначально выше, чем иностранные, ввиду отсутствия налаженного производства, а также стоимости сырья — это привело к росту уровня цен. Однако стоит обратить внимание, что рост продолжился и в последующих годах — это означает, что проблемы, связанные с затратами производства остались нерешенными. Также стоит отметить, что быстрые темпы импортозамещения, например, в сельскохозяйственной области затруднительны, поэтому в данном случае будет более эффективным вариантом найти новых поставщиков, которые не накладывали санкции в отношении России, однако цены на продукты увеличатся все равно. Соответственно, основное бремя возьмут на себя обычные граждане, так как непосредственно для них увеличатся цены на продукты и уменьшится разнообразие их выбора.

Помимо прямых регуляторов существуют и косвенные: к ним принято относить фискальную и монетарную политику. Главное отличие от административных методов регулирования заключается в том, что при косвенных методах происходит контроль за денежной массой, расходами и доходами государства. То есть агенты, выполняющие данную политику, увеличивают или уменьшают количество денег для стимулирования экономического роста, контроля инфляции и иных аспектов.

Монетарная политика проводится центральным банком, используя при этом следующие инструменты: изменение ставки рефинансирования, проведение операций на открытом рынке, изменение норм обязательных резервов. Ввиду того что центральный банк является единственным регулятором финансовой сферы, понижая ставку рефинансирования (или ключевую ставку), он способствует уменьшению процентов по депозитам и активизации кредитов (они становятся более доступными для населения, так как коммерческие банки дают их под меньший процент). Повышая ставку, происходит обратный

процесс: снижение предложения денег, уменьшение экономической активности в стране. Операции на открытом рынке работают следующим образом: если центральному банку необходимо увеличить количество денег, то он покупает ценные бумаги организаций (вновь выпущенными денежными единицами), повышая тем самым предложение денег. Если же центральному банку необходимо уменьшить количество денег, которое находится в обороте, то он «выкупает» их с рынка посредством продажи государственных ценных бумаг, то есть таких ценных бумаг, которые эмитирует (выпускает) государство. Когда центральный банк уменьшает норму обязательных резервов (необходимость коммерческих банков хранить определенную долю вкладов в резерве или в депозите центрального банка или в виде наличности в собственных хранилищах), то количество средств, которые могут использоваться коммерческими банками в виде активных операций, увеличивается, что способствует увеличению денежной массы. Увеличение нормы резервирования ведет к сокращению денежной массы и сокращению денежного мультипликатора — способности коммерческих банков приумножать количество денег за счет финансовых операций (увеличивать денежную массу).

Ввиду серьезных полномочий деятельность центрального банка должна находиться под контролем и соответствовать ситуации, которая происходит на рынке в данный момент. Однако действия центрального банка не всегда могут привести к выигрышу для государства или других субъектов. Имеет смысл вспомнить, как действовал Центральный банк России во время мирового экономического кризиса 2007 — 2009 г. Сначала стоит сказать, что кризис являлся совокупностью как внешних причин, так и внутренних. Общемировое сокращение цены на нефть и металлы, действия политического истеблишмента РФ, конфликт в Южной Осетии, высокий внешний долг и политика, проводимая центральным банком, есть основные причины серьезного кризиса именно для России. Предлагаю остановиться подробнее на деятельности ЦБ РФ, чтобы понять, какие именно просчеты были им совершены. Для понимания ситуации стоит сказать, что российские нефтяные компании и отечественные банки накануне кризиса интенсивно заимствовали за границей, поскольку процентные ставки по займам в иностранной валюте были значительно ниже, чем процентные ставки в РФ. Вскоре после начала кризиса иностранные банки потребовали досрочного возврата долгов из-за обесценивания заложенных акций [7, с.51], что еще сильнее способствовало оттоку капитала из России. Важно обратить внимание на проводимую центральным банком политику плавной девальвации рубля, то есть постепенного расширения коридора колебаний валютного курса рубля по отношению к бивалютной корзине (курс рубля по отношению к евро и доллару). Постепенная девальвация привела к тому, что население начало переводить все свои средства в валюту, так как рубль падал в цене по отношению к доллару и евро, соответственно, населению было выгоднее держать деньги именно в валюте, что привело к кризису ликвидности в реальном секторе экономики. Постепенное и контролируемое обесценивание рубля по отношению к доллару и евро привело к более значительному падению уровня ВВП, из-за чего Россия пострадала намного больше, чем остальные страны (США, страны Европы).

Также стоит отметить, что повышение процентных ставок ЦБ РФ, цель которых — снизить отток рублевых вкладов из банков и сделать валютные спекуляции в условиях устойчивой девальвации рубля невыгодными, значительно увеличило расходы на выплату процентов по кредитам (процентные ставки по рублевым кредитам подскочили до 30% годовых), что лишило предприятия возможности пополнить оборотный капитал на приемлемых условиях, что лишь усилило падение ВВП [7, с.55], так как была сильная нехватка денег в реальном секторе. Кризис сказался на том, что спрос на кредит значительно превышал предложение самого кредита. В стране не хватало денежной массы, так как банки зачастую боялись давать кредиты (кризис доверия). Если взглянуть на количество денежной базы, то мы увидим, что 1 января 2008 года она составляла 5513.3 млрд. рублей, а к декабрю 2008 составляла 5201.8 млрд. рублей. В 2009 году, в самый разгар кризиса, ЦБ одно время сильно сокращал денежную базу (см. Таблица 2), что уменьшало денежную массу (M1).

**Размер денежной базы в России с 1 января 2009 по 1 апреля 2009 г.
по данным ЦБ РФ**

Дата	01.01.2009	01.02.2009	01.03.2009	01.04.2009
Денежная база в широком определении (млрд. рублей)	5578.7	4331.1	4331.0	4298.8

Источник: https://www.cbr.ru/vfs/statistics/ms/mb_bd.xlsx

Следует понимать, что от уровня денежной массы зависит общая динамика ВВП и экономическая стабильность. Во время кризиса Центральный банк России проводил политику, которая способствовала консервации кризисного положения на некоторое время, из-за чего последствия кризиса оказались более серьезными, чем могли бы быть. Результаты кризиса для России — падение уровня ВВП на 7.9%, обесценивание рублевых вкладов, а также другие негативные последствия.

Помимо центрального банка косвенными методами для регулирования экономики руководствуется еще и правительство. Чтобы общеэкономическая ситуация находилась под контролем, правительству и центральному банку необходимо действовать в тандеме, так как в противном случае возникают противоречия в проведении единой политики, что может вылиться в неблагоприятные последствия. Фискальная политика может заключаться, например, в следующем: при экономической рецессии (спаде производства) правительство снижает общий уровень налогов и увеличивает государственные расходы, чтобы помочь рынку и населению восстановиться; при сильной инфляции правительство увеличивает налоги, уменьшая при этом расходы государства, для того чтобы вывести из экономики лишние деньги. Важно отметить, что косвенные методы также применяются в отношении внешней торговли — речь идет о тарифных методах. Тарифные методы регулирования представляют из себя различного рода пошлины, например, экспортная и импортная пошлины. Пошлина — определенное взыскание с товаров, которые ввозятся в страну или вывозятся из нее. Возвращаясь к внутренней обстановке, слабой стороной фискальной политики может являться неправильно созданный проект федерального бюджета, который может являться причиной профицита (расходы ниже доходов) или дефицита (расходы больше доходов). В небольшом отклонении от сбалансированного бюджета данные аспекты не представляют опасности, однако при видимых отклонениях демонстрируется непродуманность расходов казны и доходов в нее же, что может привести к росту государственного долга или увеличению инфляции. Явным примером неудовлетворительной фискальной политики является ситуация, которая сложилась в России к 1998 году. В то время вся политика в государстве, включая экономический сектор, строилась на компромиссе. В плане экономики происходило сочетание жесткой монетарной (поддержание стабильного курса рубля) и мягкой фискальной политики (покрытие дефицита бюджета за счет рублевой эмиссии (до 1994 г., после — покрытие дефицита с помощью наращивания долга)) [5, с. 95]. Ввиду того что были постоянные противоречия между парламентом, который постоянно стремился увеличить государственные расходы, и правительством, которое противилось этому, было необходимо прибегать к увеличению государственного долга. Сам процесс увеличения государственного долга проходил посредством продажи ГКО (государственные краткосрочные облигации), которые уходили на покрытие бюджетного дефицита [1]. Ввиду вышеперечисленных факторов, а также политики по устойчивому обменному курсу рубля к доллару («валютный коридор»), которую проводил Центральный банк России, и зависимости от иностранного капитала (иностранцы могли покупать ГКО, но только за рубли. Так в Россию поступала иностранная валюта) экономика России не выдержала последствий падений цен на нефть (один из основных источников дохода) и последствий финансового кризиса в Азии в 1997 — 1998 гг. (активный рост экономики в данном регионе, увеличение иностранного капитала, рост государственного долга, а затем кризис). Таким образом, из-за конфликтов правительства и парламента в реализации

фискальной политики, а также деятельности центрального банка и, конечно же, серьезных внешних факторов в стране назрел кризис, из-за которого уровень ВВП сократился с 404.9 млрд. долларов (1997) до 271 млрд. долларов (1998), благосостояние общества ухудшилось, а уровень инфляции заметно подскочил.

Данные примеры, приведенные к разным методам государственного вмешательства, должны показать, что далеко не всегда интервенция в экономику приводит к ее процветанию, а также благополучию граждан. Государство в лице правительства или центрального банка порой могут совершать ошибки, которые приводят к достаточно серьезным последствиям. Конечно, для полного понимания проблем вмешательства необходимо рассматривать не только объем денежной базы и денежной массы, уровень инфляции и рост потребительских цен, но и остальные показатели. На основе вышесказанного можно подвести итог и сказать, что государство в современном экономическом мире играет лидирующую роль, и представить рынок без его контроля достаточно трудно, однако деятельность государства прямыми или косвенными методами порой дает серьезные сбои, последствия которых отчетливо проявляются на гражданах и организациях. Следовательно, при разработке и осуществлении государственной экономической политики должны детально анализироваться ключевые макроэкономические показатели, точно осуществляться прогнозные оценки, а также отслеживаться и, по возможности, нивелироваться отрицательные последствия государственного вмешательства.

Список литературы:

1. Асадулаев А.Б. Социально-экономическая безопасность России. – СПб.: КультИнформПресс, 2020. – 140 с.
2. Асадулаев А.Б., Кирилловская А.А. Регулирование экономики: понятие, необходимость, условия для современной России // Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием. – 2017. – Т.8, Вып. 2. – С. 32-55.
3. Блинов С. Влияние Центрального Банка на замедление экономики России // MPRA. – 2013. – №52471. – [Электронный ресурс] – <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/id/eprint/52471> (дата обращения 14.02.2020).
4. Волкова А.В. Управляемость государства в условиях глобализации: проблема формирования публичных ценностей // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭК. – 2013. – Т. 9, № 4. – С. 70-82.
5. Гайдар Е., Чубайс А. Развилки новейшей истории России. – М.: ОГИ, 2011. – 168 с.
6. Карташова О.И., Муравьев С.Р., Бодня М.С. Методы прямого и косвенного регулирования экономики: критерии идентификации и результаты применения // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2013. – №10. – С.20-29.
7. Миклашевская Н.А., Авдеева Е.Г. Валютный кризис 2008-2009 гг. в России: причины и особенности // Финансы и кредит. – 2011. – №8 – С. 49-56.

*Н.А. Половникова (бакалавр 2 курса НАН ЧОУ «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар))
Научный руководитель: И.А. Бондаренко, д.э.н., профессор кафедры бизнес-процессов и экономической безопасности НАН ЧОУ «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)*

ПРЕОДОЛЕНИЕ ОТРИЦАТЕЛЬНЫХ ВНЕШНИХ ЭФФЕКТОВ ГЛОБАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ НА ДЕЛОВОЙ ЦИКЛ В РОССИИ

Аннотация. В работе уточняется понятие делового цикла. Систематизируются индикаторы, сигнализирующие о начале экономического кризиса. Проводится анализ

влияния мировых экономических кризисов на деловые циклы в российской экономике. Выделяются направления, которые позволят повысить устойчивость российских предприятий к внешним кризисным явлениям.

Ключевые слова: деловые циклы, мировой экономический кризис, индикаторы, влияние, технологическое развитие.

Для компаний, направленных на рост, необходимо производить оценку колебаний макроэкономической конъюнктуры и их воздействие на бизнес. В Российской Федерации зависимость от макроэкономической политики достаточно сильная. Принимаемые Правительством Российской Федерации резкие валютные, налоговые заключения могут решающе воздействовать на жизнеспособность компании. В то же время, Правительство, заинтересованное в устойчивости и стабильности экономики, а также в достоверном прогнозировании экономических кризисов, станет способствовать сглаживанию колебаний деловых циклов (среднесрочных экономических циклов продолжительностью 4–11 лет).

Исследование деловых циклов, а также основных этапов кризиса выходит за границы экономики. По этой причине данная проблема принадлежит и к жизни общества. В философских работах Г. Гегеля присутствуют рекомендации по развитию объектов. Г. Гегель отмечает, то что «всякий развивающийся объект обладает собственной «линией развития», своей «целью» или «судьбой» [1, с. 208]. «Факторы коллективного поведения содержат в себе процессы принятия решений и совершения сделок по покупке-продаже валюты участниками финансового рынка на основе поступающей на рынок информации, в том числе значений фундаментальных факторов, и сформированных ими ожиданий относительно будущего направления валюты. Несмотря на то, что поведенческие факторы (как и фундаментальные) оказывают длительное и непрерывное влияние на курс валюты, выделение данных условий в особую категорию объясняется сложностью с формализацией и количественной оценкой их влияния в динамику валютного курса. Свободный перелив денежных средств между сегментами финансового рынка совершается в базе «поведения», «ожиданий» глобальных и других инвесторов. Реакции игроков в изменение направления доллара однородны. Производство, спрос, резервы сырья, технологии, геополитика – факторы 2-го порядка для рынка, оказывающие большое влияние на стоимость только тогда, когда совершаются их резкие изменения» [10].

Проблема цикличности в экономических исследованиях активировалась в связи с Великой депрессией 1929–1933 гг. Дж. М. Кейнс занялся теоретическим обоснованием решения проблемы быстрого перехода к фазе подъема. Он считал предельную эффективность капитала одним из главных индикаторов делового поведения [2]. Следующий фактор, который выделял Дж. М. Кейнс, – издержки хранения избыточности запасов. Роль оборотного капитала и его снижение/увеличение как реакцию на фазу делового цикла указывается экономистом. Кейнс считает, что избыточность неразумных инвестиций – основная причина кризиса, их сокращение способствует нейтрализации кризиса. Проблемы, выдвинутые Дж. М. Кейнсом, развили некейнсианцы, и в итоге были созданы модели Хикса-Хансена и Хикса-Фриша.

В начале 70-х гг. XX в. стали популярны валютные тенденции и регулирование денежной массы как основные факторы управления циклом. Впервые прозвучали предположения о глобальной взаимосвязи государств между собой.

По мнению Дж. М. Кейнса, «в экономическом цикле есть и еще одна характерная черта, которую наша теория должна объяснить, если она правильна, а именно, явление кризиса, т.е. внезапную и резкую, как правило, смену повышательной тенденции понижительной, тогда как при обратном процессе такого резкого поворота зачастую не бывает» [2]. Согласно данной гипотезе, под мировым экономическим кризисом понимается состояния неуравновешенности, которое проявляется в ухудшении социально-экономических показателей.

Базовая система индикаторов используется в качестве инструментов для анализа экономического расширения и сжатия. С помощью данных индикаторов можно изучать динамику циклических колебаний [7]. Показатели, которые используются для проверки кризиса в России, и методы их расчета подробно представлены в работе С.В. Смирнова [8, 479]. Большинство индикаторов, которые используются за рубежом, рекомендованы ОЭСР для России. Изучение применения индикаторов деловых циклов, используемых в России, показало, что имеются проблемы их применения в условиях России, связанные с отсутствием методологии, позволяющей получить правильные сигналы о начале/окончании той или иной фазы делового цикла.

Исследование имеющихся индикаторов, значения по которым предоставляет Росстат, показало, что они обладают волновой характер. За 2000–2018 гг. был выделены 2 «дна» (2009 г., 2014–2015 гг.) в качестве наиболее безнадежных точек. Доля ВВП Российской Федерации в мировом ВВП показывает, что экономика Российской Федерации принадлежит к «малой», тем самым, она зависима от «больших» экономик. На основании сведений устанавливается связь индикаторов экономической надежности в Российской Федерации с мировой экономической ситуацией. Мировой финансовый кризис значительно воздействует на деловой цикл в РФ, формируя необходимость реагирования на различные шоки путем ввода в эксплуатацию дополнительных ресурсов и ухудшая положение экономики и благосостояния населения. Трудность в управлении деловым циклом усложняется тем, что современные индикаторы являются отражением уже свершившихся событий, а не прогностических.

Идентификация событий минувших 5 лет продемонстрировала, что острая фаза кризиса в Российской Федерации характеризуется падением курса рубля и цен в нефть. Исследование макроэкономической статистики дает возможность сделать вывод: имеется эластичность курса рубля по цене нефти, что означает соотношение курса рубля от цены на нефть (рис.1).

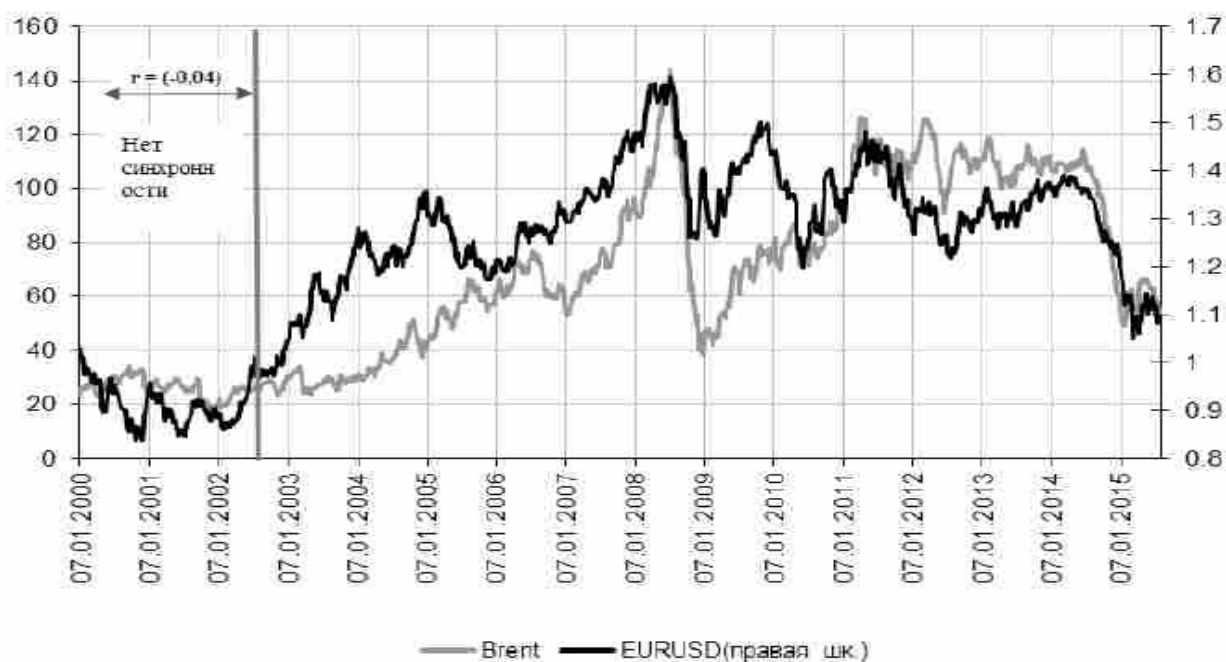


Рисунок 1 – Динамика курса евро к доллару и цены на нефть марки Brent с 2000 г

Это большая проблема в управлении деловым циклом внутри Российской Федерации, поэтому требуется уменьшение этой зависимости. Таким образом, для РФ немаловажно разрешение проблемы выхода из зависимости от состояния всемирной финансовой концепции, рынка углеводородов, доллара и также получения статуса «большой» экономики.

2018 г. совпадает с низшей точкой длинной волны Кондратьева (Акаев, 2009). Международный финансовый упадок в вычисляемый период способен быть больше, нежели за полный промежуток длинного цикла в точках среднесрочных деловых циклов Жугляра.

Этот период способен обладать различного рода конфликтами, а кроме того создавать валютные трудности. Предлогами для упадка способны стать разнообразные условия: перемена концепции производства, снижение акций крупнейших фирм, нефтяные либо научно-технические шоки. Если придерживаться «рецептов» Дж. М. Кейнс, в таком случае в экономике случится следующее: сокращение предельной эффективности капитала, рост безработицы, увеличение банкротств. Для компаний возможно следует привести перемены в бизнес-модели. Также тут необходимо дать ответ на один вопрос: способна ли Россия присоединиться к научно-технической гонке?

На сегодняшний день Соединенные Штаты Америки считаются лидером технологического прогресса, также владеют большим потенциалом в целях перехода в новый технологический уклад. Согласно суждению Е. Лепского, «догнать развитые страны на технократическом пути развития безнадежно, более того, к настоящему времени разрыв только увеличивается. Успех в этой гонке, по-видимому, следует искать на других путях. Надо не догонять, а опередить и стать лидером технологий следующих поколений» [9]. Предписанное положение отвечает концепции Стратегии научно-технического развития Российской Федерации вплоть до 2035 года. Например, обширное продвижение получил метод форсайта. Его характерной чертой считается вовлечение заинтересованных лиц (стейкхолдеров) к исследованию стратегий развития.

В завершение следует выделить, что макроэкономическая политика, реализуемая в Российской Федерации на сегодняшний момент, подразумевает сокращение зависимости от всемирного финансового упадка. Но, по нашему мнению, нужны наиболее стремительные основательные изменения в организации производства. Предприятиям следует разработать антикризисный прогноз, базирующийся на анализе значений основных индикаторов деловых циклов.

Список литературы:

1. Гегель Г.В.Ф. Энциклопедия философских наук. Т. 2. Философия природы / Отв. ред. Е. П. Ситковский. – М., «Мысль», 1975. – 695 с.
2. Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег – [Электронный ресурс] – <http://socioline.ru/files/5/316/keyns.pdf>
3. Гусаров Ю.В. Методология экономической динамики при прогнозировании и стратегическом планировании в условиях современного рынка // Экономические стратегии. – 2007. – № 1. – С. 44–49.
4. Абдуллин А.Р. Основы глобалистики: Учебное пособие. – Уфа, РИО БАГСУ, 1999. – 128 с.
5. Сокурено Е.Г. В.И. Вернадский и современная глобалистика // Известия Московского государственного технического университета МАМИ. – 2014. – № 2. – С. 118–120.
6. Броило Б.В. Проблема прогнозирования мировых экономических кризисов // Российский экономический интернет-журнал. – 2007. – № 2. – С. 14.
7. Burns and Mitchell, *Measuring Business Cycles*, New York, 1946, P. 21.
8. Смирнов С.В. Российские циклические индикаторы и их полезность «в реальном времени»: опыт рецессии 2008–2009 гг. // Экономический журнал ВШЭ. – 2012. – № 4. – С. 479–513.
9. Лепский В.Е. Исходные посылы к становлению социогуманитарной эргономики стратегического проектирования // ЧФ: Проблемы психологии и эргономики. – 2011. – № 3. – С. 29–35.
10. Национальный доклад «Прогноз динамики мировых цен на финансовых рынках (сырье, акции, курсы валют) и их влияния на макроэкономическую и финансовую динамику России» / Я.М. Миркин, Т.В. Жукова, К.Б.Бахтараева, А.В.Левченко. – М., 2015. – 86 с.

ВОЗМОЖНО ЛИ УСКОРЕНИЕ ТЕМПОВ РОСТА РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ В БЛИЖАЙШЕЕ ВРЕМЯ?

Аннотация. Ключевое внимание будет уделено анализу причин спада российской экономики, указаны предпринятые правительством Российской Федерации меры по недопущению развития кризиса и повторения рецессии, а также предложения ряда мер по развитию экономики и ускорению темпов роста в ближайшее время.

Ключевые слова: экономика, экономическая политика, Российская Федерация, мировая финансовая система, инвестиционная активность.

«Возможно ли ускорение темпов роста в ближайшее время?» – пожалуй, один из самых часто задаваемых вопросов последних нескольких лет, начиная с периода рецессии российской экономики 2014 – 2015 годов. Несмотря на то, что уже с 2016 года экономика России показывает пусть и незначительный, но рост, тем не менее, этот вопрос не сходит с первых полос новостных изданий и является актуальным и часто обсуждаемым не только в высоких правительственных кругах или среде представителей бизнеса и предпринимательства, но и вполне приземленного, бытового уровня.

Ведь, согласно отчетам, приводимым различными статистическими ведомствами, из-за кризиса, домохозяйства потеряли значительную часть своих накоплений, а в условиях мировой пандемии вируса COVID-19 продолжают терять ранее накопленные резервы. В структуре ВВП по счету использования, наблюдалось заметное сокращение доли расходов домашних хозяйств на конечное потребление товаров (на 2,6 п.п. за 2014–2018 годы) [3, с. 3].

Невзирая на последствия мирового экономического кризиса (спад экономики, рецессия), который разразился в 2008 году, Россия быстро разрешила последствия кризиса за короткий промежуток времени, преодолев краткосрочный спад и увеличив уровень ВВП по сравнению с докризисным уровнем (см. таблицу 1). Однако, хотя и было достигнуто увеличение валового внутреннего продукта, вместе с тем, темпы роста экономики стали снижаться и на данный момент так, и не достигли темпов роста докризисного периода.

Таблица 1

Валовой внутренний продукт РФ в текущих ценах

2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
68103,4	72985,7	79030,0	83087,4	85616,1	91843,2	104629,6	110046,1

Если раньше темпы роста обеспечивались расширением потребительского спроса и розничной торговли с одной стороны, и ростом инвестиций на фоне возрастающей загрузки производственных мощностей, с другой. Сейчас эти факторы перестали быть двигателями роста [5, с. 55]. Очень сложно точно определить причины замедления роста экономики РФ, однако можно выделить несколько основополагающих факторов, к ним можно отнести:

- Сокращение доли розничной торговли в ВВП РФ, так в период с 2014 – 2018 сокращение составило 1.3 п.п.;
- Негативная динамика цен на нефть;
- Сокращение доли деятельности по операциям с недвижимым имуществом по итогам последних 5 лет составило 1.0 п.п.;
- Замедление мировой экономики и турбулентность мировых финансовых систем;

- Растущий уровень задолженности домохозяйств;
- Введение санкций и контрсанкций, а также последовавшее за этим падение цен на энергоносители и ослабление рубля оказали наибольшее негативное воздействие на сектор торговли, значимый отрицательный вклад которого в прирост ВВП сохранялся с I квартала 2015 г. вплоть до I квартала 2017 г.;

- Отсутствие благоприятной среды и правовой защищенности предпринимателей;

- Отсутствие прозрачности в правовой среде и в среде госзакупок;

- Активная внешняя политика России;

- Обострение торговых противоречий ведущих экономик мира.

Александр Николаевич Лякин, в своей научной работе, анализируя труды и приведенные данные целого ряда экономистов и ученых, делает вывод, что основная причина сокращения темпов роста российской экономики кроется в так называемой «ловушке среднего дохода». Которая в свою очередь подразумевает, что страна, достигшая определенного дохода, либо же определенного уровня развития (если брать другую методологию) застревает на уже достигнутом уровне и не в состоянии преодолеть его.

Если рассматривать динамику российской экономики на более длительном временном интервале, то ее быстрый рост в 2000-е годы объясняется глубиной предшествующего падения и в значительной степени носил восстановительный характер [5, с.61].

Говорить о ловушке среднего дохода для российской экономики имеет смысл, прежде всего, применительно к замедлению темпов экономического роста позднесоветского периода, когда действовавшая система директивно планируемой экономики оказалась неспособной добиться производительности, сопоставимой с развитыми странами [2]. Потеря эффективности в сочетании с торможением научно-технического прогресса, нараставшая со второй половины 1970-х годов, вела к утрате конкурентоспособности, увеличению разрыва с развитыми странами, а, в конечном счете, повлекла за собой катастрофическую разбалансированность народного хозяйства в перестроечный период [5, с. 62].

Тем не менее, описав некоторые причины спада темпов роста экономики Российской Федерации, необходимо отметить, что предпринимаются эффективные меры по увеличению экономического потенциала России.

Среди примеров роста ВВП, которые говорят об увеличении объемов российской экономики, можно отметить увеличение темпов роста следующих отраслей экономики (см. рисунок 1):

- В структуре ВВП по счету производства за 2014–2018 годы наблюдалось заметное увеличение доли добычи полезных ископаемых (+3,6 п.п. за 2014–2018 годы);

- Повысились доли обрабатывающих производств, а также транспортировки и хранения;

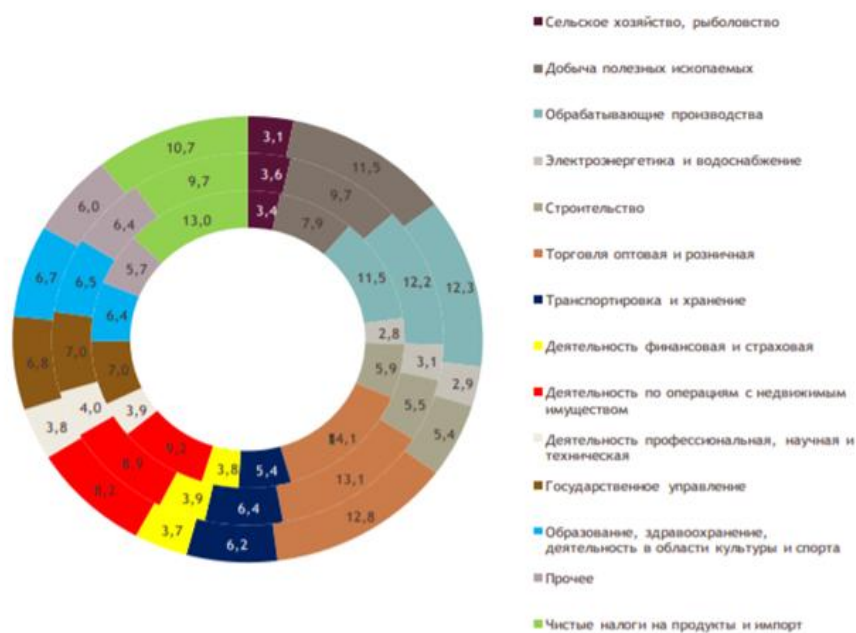
- Оптовая торговля;

- Налоги на продукты, в которые входят экспортные пошлины (+2,1 п.п.);

- Увеличение доли чистого экспорта;

- В сельском хозяйстве впервые за несколько месяцев наблюдался небольшой рост производства, который обеспечен выпуском продукции животноводства.

Структура ВВП России по счету производства в 2014, 2017-2018 годах (внутренний круг – 2014 год, средний круг – 2017 год, внешний круг – 2018 год)



Источник – Росстат, расчеты Аналитического центра

Рисунок 1 – Структура ВВП России

По итогам кварталов 2018 г. и года в целом наибольший вклад в прирост ВВП внесли добыча полезных ископаемых, строительство, деятельность финансовая и страховая, государственное управление и обеспечение военной безопасности, социальное обеспечение, а также чистые налоги на продукты и импорт [3, с.7] (см таблицу 2).

Таблица 2

Виды экономической деятельности, внесшие основной вклад в рост ВВП

Таблица 2

Виды экономической деятельности, внесшие основной вклад в прирост ВВП в течение 2018 года, п.п.

	I кв.	II кв.	III кв.	IV кв.	год
Добыча полезных ископаемых	0,11	0,18	0,39	0,62	0,34
Обрабатывающие производства	0,33	0,30	0,15	0,03	0,20
Строительство	0,10	0,16	0,35	0,40	0,26
Оптовая торговля, кроме оптовой торговли автотранспортными средствами и мотоциклами	0,05	0,30	0,18	0,14	0,17
Транспортировка и хранение	0,17	0,20	0,21	0,19	0,19
Деятельность финансовая и страховая	0,15	0,24	0,26	0,28	0,24
Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное обеспечение	0,26	0,25	0,23	0,22	0,24
Чистые налоги на продукты и импорт	0,25	0,23	0,22	0,26	0,24

Источник – Росстат, расчеты Аналитического центра

Несмотря на то, что в российской экономике имеются значительные проблемы, которые необходимо решать, экономика РФ продолжает динамику роста и увеличения ВВП.

Существуют разные мнения и предложения по вопросу ликвидации низкого уровня роста экономики, вместе с тем, преобразовав его в высокие темпы роста. Так, например,

Александр Николаевич Лякин в своей работе «Российская экономика после восстановления: временное замедление или новая траектория роста», отмечает: Для преодоления разрыва с развитыми странами России нужна программа индустриализации, сопоставимая по масштабам с той, которая реализовывалась в 1930-е годы, но с иными движущими силами, на другой технологической базе и ориентированная на мировые рынки. В настоящее время реализация такой программы требует, прежде всего, частных инвестиций, что предполагает целенаправленные усилия правительства по улучшению инвестиционного климата, снижению административных барьеров, повышению эффективности работы государственных структур, т. е. всю совокупность мер, с которой обычно связывают выход из ловушки среднего дохода [5, с.63].

В свою очередь руководством Российской Федерации были предприняты действенные меры по недопущению развития кризиса и устранения кризисных последствий. Так, в соответствии с указом Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 года № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» в качестве одних из национальных целей установлено:

- доведение доли инвестиций в основной капитал в валовом внутреннем продукте до 25%;
- выхода российской экономики на темпы роста выше среднемировых при сохранении макроэкономической стабильности, в том числе инфляции на уровне, не превышающем 4%.
- вхождение в пятёрку крупнейших экономик мира.

Так, одним из ключевых направлений, было определено решение инфраструктурных проблем, так как данные проблемы остаются одними из главных препятствий для привлечения инвестиций, улучшение инвестиционного климата, создание комфортных условий для инвесторов и частных предпринимателей, а также снижение издержек бизнеса. В качестве примера выработки мер для решений инфраструктурных проблем можно привести создание Фонда развития для определения и финансирования инфраструктурных проектов. Значительное внимание было уделено и развитию конкурентной среды путем сокращения доли государства в экономике страны с соответствующей законодательной базой и закреплёнными нормативно-правовыми актами. Выделение «длинных денег», с целью финансового обеспечения инвестиций. Продолжение оказания финансовой поддержки регионам и введение для них целевых показателей по уровню привлечения инвестиций и инвестиционной активности предпринимателей. Обеспечение социальных гарантий государства, в частности для детей инвалидов, детей из малообеспеченных семей и т.д. [4].

Выводы. Приведенные в статье статистические и аналитические данные свидетельствуют о большом потенциале российской экономикой, которая столкнувшись с кризисной ситуацией на фоне нестабильности мировой финансовой системы, хотя и ослабла, но не пошатнулась. У России имеется большой запас прочности в виде: больших запасов ресурсов полезных ископаемых, относительно дешевой рабочей силой, в виде низкого уровня безработицы и т.д. А проблемы экономики носят, в сущности, институциональный характер, но вместе с тем, по моему мнению, разрешимы. В последние годы, руководством России, проводится активная экономическая политика и эффективные реформы, которые способствуют росту ВВП РФ даже несмотря на введенные странами Запада экономические и политические санкции, а также ряд других ограничительных мер (например, пандемию коронавируса) [1].

Правительство РФ сформулировало ряд конкретных и эффективных мер по увеличению темпов роста экономики. Безусловно, начатые реформы, финансирование наукоемких предприятий и отраслей экономики, которые не развивались до этого, не смогут показать эффективных показателей в краткосрочную и среднесрочную перспективу, но без этого Россия не сможет нарастить высокие темпы роста, которые были зафиксированы в период восстановления экономики, с 2000 – 2008, а соответственно не сможет войти в пятерку крупнейших экономик мира.

Необходимо осуществление эффективных и структурных реформ, а также преобразование российской экономики на качественно новый уровень конкурентоспособности в условиях стремительно меняющихся условий ведения экономической политики.

Список литературы:

1. Алиаскарова Ж.А., Асадулаев А.Б., Пашкус В.Ю. Промышленная политика: концептуализация и модернизация в условиях кризиса // Проблемы современной экономики. – 2020. – №2. – С. 73-76.
2. Асадулаев А.Б. Социально-экономическая безопасность России. – СПб.: КультИнформПресс, 2020. – 140 с.
3. Бюллетень о текущих тенденциях российской экономики // Официальный сайт Аналитического центра при правительстве Российской Федерации. – [Электронный ресурс] – <https://ac.gov.ru/archive/files/publication/a/21974.pdf> (дата обращения 7.05.2020).
4. Заседание Правительства // Официальный сайт Правительства Российской Федерации – [Электронный ресурс] – <http://government.ru/news/33237/> (дата обращения 7.05.2020).
5. Лякин А. Н. Российская экономика после восстановления: временное замедление или новая траектория роста // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 5: Экономика. – 2013. – Вып. 4. – С. 55-68.
6. О чем говорят тренды Макроэкономика и рынки. Бюллетень Департамента исследований и прогнозирования // Официальный сайт Банка России – [Электронный документ] – https://www.cbr.ru/Collection/Collection/File/16768/bulletin_19-02.pdf (дата обращения 7.05.2020).
7. Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2024 года // Официальный сайт министерства экономического развития Российской Федерации. – [Электронный ресурс] – <https://economy.gov.ru/material/file/450ce3f2da1ecf8a6ec8f4e9fd0cbdd3/Prognoz2024.pdf> (дата обращения 7.05.2020).
8. Росстат – [Электронный ресурс] – [https://www.gks.ru/storage/mediabank/tab1\(2\).htm](https://www.gks.ru/storage/mediabank/tab1(2).htm)

*А.М. Белоногова, И.Н. Диденко (студенты 1 курса,
факультета политологии СПбГУ)*

ПРОМЫШЛЕННАЯ ПОЛИТИКА: МИРОВОЙ ОПЫТ И РОССИЙСКИЕ РЕАЛИИ С УЧЁТОМ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ ЛОВУШКИ И ЛОВУШКИ КОНВЕРГЕНЦИИ

Проведенный анализ актуального международного опыта государственной поддержки различных секторов экономики (в том числе инновационных) показал, что страны, в прошлом занимавшие ведущие позиции в мировой экономике (Германия, Франция, Италия), начинают пересматривать свое отношение к приоритету свободного рыночного регулирования (отчасти это связано с «разочарованием в рынке» после финансово-экономического кризиса 2008-2009 гг.) и возвращаются к идее активного государственного вмешательства в экономику и государственного регулирования. Сектор промышленной политики приобрел большой вес, однако, претерпев ряд трансформаций [6, с.4].

Первоначально необходимо определиться с тем, что мы понимаем под термином “промышленная политика”, каково его современное содержание. Сравнительно-описательным методом вывести основные тенденции современной промышленной политики, а также рассмотреть возможные инструменты, детерминируемые геополитическими, геостратегическими, социальными и другими неэкономическими факторами, без учета которых нельзя реализовать трансфер стратегии или конкретного механизма на российскую почву.

Учет экономической, социальной и политической конъюнктуры Российской Федерации – следующий этап, который поможет оценить эффективность того или иного инструмента реализации промышленной политики. Мы постарались привести некоторые способы и меры, позволяющие осуществлять Industrial Policy в России в рамках преодоления ловушки конвергенции и институциональной ловушки.

Определим для начала эволюцию дефиниции и оттенки, которые усматривают в понятии “промышленная политика” бывшие до нас исследователи.

Так Прайс [2, с.8] в 1981 году определял промышленную политику как совокупность мер на национальном уровне по направленному осуществлению или предотвращению структурных сдвигов в экономике страны. То есть здесь ставка делается на отраслевой, как бы сверху, взгляд как таковой на всю совокупную хозяйственную сторону страны.

В 1992 году эксперты Всемирного банка [2, с.8] определили данную политику как деятельность государства, направленную на изменение производственной структуры с целью обеспечения устойчивого роста. Хотя позже указывается пересмотр этого определения в сторону переопределения государственной роли. Таким образом, по сравнению с предыдущим определением, данное делает акцент уже на позитивном развитии экономики страны, а не сохранении статуса-кво действующей структуры.

В 2004 году Родрик [2, с.8] утверждал, что под промышленной политикой изначально понимали совокупность мер по изменению структуры экономики, направленную на формирование новых видов деятельности, которые приводят к ускорению развития экономики и росту доходов. Получается, что исследователь уже смещает акцент на создание несуществующих ранее в данной системе производств, делая ставку на дополнительном экстенсивном развитии.

Исследователи Кругман и Обсфельд [2, с.8] в 2006 году определяли промышленную политику как действие государства по привлечению ресурсов в сектора экономики, важные для обеспечения экономического роста в будущем. По их мнению, такая политика должна концентрироваться только на отраслях и секторах экономики, которые смогут стать “точкой роста” [1, с. 2755] для всей хозяйственных отношений.

Однако в 2009 году Лина и Чанга [2, с.10] в своей работе дополняют коннотацию к понятию промышленной политики тем, что рассматривают мотивацию как такового государственного вмешательства в том, чтобы стабилизировало “провалы рынка” путём выделения уже имеющихся конкурентных преимуществ внутри страны и их использование на внешнем и внутреннем рынке. Таким образом, исследователи определяют цель промышленной политики как государственная задача по стабилизации и регулировании рынка, где под “провалами рынка” понимаются ситуации, в которых рыночные механизмы не приводят к Парето-эффективному распределению ресурсов, в которые входят внешние отрицательные эффекты, связанные с необходимостью значительных инвестиций для развития новых видов деятельности, с недооценкой в полной мере инвесторами новых производств, с недоинвестированием обучения рабочей силы, следствием чего будет ограничение возможных технологических потоков внутрь национального рынка).

В 2013 году ЮНИДО [2, с.9] уже представляет расширенное понимание Industrial Policy как любого вмешательства государства, которое приводит к позитивным изменениям в бизнес-среде или изменяет структуру хозяйственной деятельности и направляет усилия на те сектора, технологии и виды деятельности, которые окажут положительный эффект на экономический рост или повышения общественного благосостояния. В итоге происходит окончательное формирование данного понятия в сторону необходимо-положительного институционального вмешательства государства в экономику.

Таким образом, современное понятие промышленной политики является достаточно широким и неразрывно связано с большим количеством политик (таможенная, налоговая, кредитно-денежная, техническое регулирование, политика в области сектора услуг и др.) и их инструментов и характеризуется некоторым интегральным эффектом воздействия на экономику в целом, способствуя развитию и росту конкурентных преимуществ.

Вместе с изменением содержания политики менялся и её инструментарий. От попыток сделать экономику автаркичной, создавать государственный сектор, современные экономические системы пришли к новым решениям. Конечно, для каждой экономики можно выделить свои инструменты реализации, как уникальные, так и классические: попытки создания технопарков и кластеров производства; классические протекционистские меры или отсутствие барьеров входа в национальную экономику для нерезидентов. Существуют некоторые общие тенденции в большинстве промышленных политик мира [4, с.14]. Для разных стран намеченные экономические цели промышленной политики совпадают. Страны, в прошлом занимавшие ведущие позиции в мировой экономике (Германия, Франция, Италия), начинают пересматривать свое отношение к приоритету свободного рыночного регулирования (отчасти это связано с «разочарованием в рынке» после финансового экономического кризиса 2008-2009 гг.) и возвращаются к идее активного государственного вмешательства в экономику и государственного регулирования, а также возврату к активному развитию промышленности, являющейся более стабильной по сравнению с фондовым рынком [6, с.2].

Основные тренды современной промышленной политики в разных странах сейчас выглядят следующим образом [4, с.1-14]:

1. Прямые экономические государственные меры (создание, поддержание госсектора, отраслевого протекционизма средствами крупных инвестиций) показали себя неэффективными. Чаще всего такими методами тяжелее создать ТИУ с потенциальными конкурентными преимуществами на мировом рынке, поэтому инструментарий сместился в сторону бюджетно-налоговой политики.

2. Стремление вмешиваться в промышленную политику не нанося вред рыночным механизмам и развитию предпринимательства.

3. Ориентированность на потенциальную конкурентоспособность и перспективность отдельных отраслей государства. Стремление задействовать редкие, специфические, уникальные экономические активы. Государства активнее поддерживают те отрасли, которые могут иметь преимущество на мировом рынке [4, с.9].

4. Межгосударственные ограничения, связанные с невозможностью применения запретительных мер или прямого финансового стимулирования национальных компаний, преодолеваются за счет подстройки мероприятий и поиска непрямых инструментов поддержки национальной промышленности [5, с.14].

5. Ориентированность на производство внутри страны с неизбежным последующим выходом на мировой рынок [4, с.14].

Возможность масштабировать рынок как это сделал Китай, или наибольшая эффективность развития наукоемких отраслей детерминируется географическим положением, наличием или отсутствием природных ресурсов, геополитической ситуацией и еще рядом экономических и неэкономических факторов, которые и определяют инструментарий.

Ниже будут представлены конкретные инструменты для ряда стран (см. таблицу 1.)

Таблица 1

Экономический инструментарий некоторых стран

Япония	<ul style="list-style-type: none"> - селективный протекционизм, создание конкуренции на национальном рынке; - поддержка малого и среднего бизнеса; - снижение корпоративных налогов; - импорт технологий, покупка лицензий; - сложность доступа иностранных компаний на национальный рынок; - развитие наукоемких отраслей с целью дальнейшего экспорта; -инфраструктурные преобразования; - противодействие монополизации, в том числе юридическими рычагами; - широкий опыт использования иностранного консалтинга
--------	---

Китай	<ul style="list-style-type: none"> - ориентированность на макроэкономическую стабильность; - экспорт готовой продукции в больших масштабах; - активное предоставление кредитов и ссуд в торговле; - крупная финансовая помощь и пакеты налогового стимулирования
Германия	<ul style="list-style-type: none"> - государственная поддержка бизнеса и производства в странах регулируется теми же принципами, которые используются при регулировании процесса предоставления субсидий в рамках ВТО; - поддержание стартапов и инноватики (софинансирование до 25% затрат утвержденных инновационных проектов, при этом для малых и средних предприятий порог может быть повышен до 50% затрат); - улучшение кооперации между НИУ и производством; - низкий порог входа на национальный рынок
США	<ul style="list-style-type: none"> - промышленная политика в США концентрируется на мерах стимулирования экспорта посредством возмещения расходов по продвижению продукции на новых рынках, а также оказания финансовой поддержки при создании инфраструктуры, необходимой для потребления американской продукции; - программы субсидирования, направленные на развитие новых технологий - программа предоставления гарантий по экспортным кредитам; - антимонопольная защита интересов американских производителей на внешних рынках, а также помощь в технических аспектах организации экспорта; - программа инвестиций в малый бизнес, которая позволяет снижать стоимость конечной продукции за счет экономии на масштабе, получаемой за счет увеличения объемов производства для выхода на международные рынки; - программа финансирования экспорта (Export Working Capital Program), в рамках которой в упрощенном порядке предоставляются денежные средства до 5 млн. долларов для финансирования экспортных операций на всех этапах реализации контракта: от оформления заказа и до поставки товара; - предоставления налоговых вычетов при производстве на территории США

*Составлено авторами на основе данных [4, с.9,10,12,13,14] и [6, с.4]

Неизбежно рука об руку идут рядом две сферы общества: экономика и политика, а потому проведение промышленной политики должно учитывать стратегический план роли страны и её действующие положение на международной площадке, а также и последовательность с предсказуемостью экономической политики, институциональных механизмов. Однако экономическая система любой страны встречает так называемые “ловушки”. Нашему вниманию в данной статье подвергаются некоторые уже существующие в российских реалиях “ловушки”, которые мешают цели промышленной политики, сдерживая экономический рост. Это “институциональная ловушка” и “ловушка конвергенции”.

По заявлению некоторых экспертов Россия в последние 10 лет, а по некоторым предположениям и 60 лет, испытывает на себе эффект так называемой “ловушкой конвергенции”, также известной как “ловушки среднего дохода”. Некоторые специалисты считают это «физиологическим заклиниванием» экономического развития государства, указывая не его неизбежность. Ловушка проявляется в смене быстрого роста страны, приближающегося к верхней границе среднего дохода, на стагнацию, которая удерживает положение страны в прежней группе. Ловушка заключается в невозможности догнать уровень стран из богатой группы.

Несмотря на огромную критику существования данного концепта [3, с.66], исследователи выделяют три ключевых направления причин попадания в ловушку:

несовершенство институтов (что по своей сути составляет институциональную ловушку), исчерпание конкурентных преимуществ и нарастающий рост макроэкономической турбулентности. В России в основном проявляются первая и последняя причина.

Несмотря на то, что данный феномен поражает не только нас как страну со средними доходами, но и остальные постсоциалистические страны Европы и страны Латинской Америки, нынешняя российская стагнация является уникальной, т.к. вызвана исключительно внутренними экономическими [1, с.2756] и внешними геополитическими проблемами [3, с.69]. В России за последние десять лет увеличилась волатильность экономического роста (дестабилизация рыночного сектора), последующая стагнация, масштабная девальвация рубля, дефицитом инфраструктурных услуг (В России с 2012 по 2018 упала доля расходов на инфраструктуру с 3,4% до 2.1% от ВВП). При том большая часть инвестиций регионов по-прежнему идет на ремонт и модернизацию, а на новые проекты и реконструкцию денег почти не остается, что вследствие привело к падению уровня жизни населения.

Перейдем к разбору институциональной ловушки. Под институциональной ловушкой мы понимаем формирование неэффективных, но устойчивых институтов и норм поведения [4, с.1]. Появления такой ловушки зачастую связано с проведениями реформ методами шоковой терапии” [5, с.2], однако некоторые укоренились в обществе со времён централизации власти в позднее Средневековье и Новое Время. Помимо естественной культурной инерции, в это входят устоявшаяся в России слабая защита прав собственности [3, с.66] и нелояльная к бизнесу правоприменительная практика, проблемы во взаимодействии государства с частным бизнесом и системным проектным управлением (существование монополю действующей бюрократии [5, с. 4; 1, с.2758], самая заметная институциональная ловушка коррумпирования, подкрепляемая рентоориентированным поведением, устоявшаяся практика неуплаты налогов, выражающаяся не только в высокой трансформационной издержке выхода из теневого сектора, но и простых запретах в “белых конвертах” [5, с.3]. Стоит также упомянуть о сложившейся практике использования пиратского софта, порою встречающегося в некоторых государственных учреждениях. Дополняющий эту картину совокупный эффект координации почти полностью разрушает любые попытки.

Таким образом государству для адекватного проведения промышленной политики, оказывающей положительный эффект на экономику следует преодолевать вышеуказанные ловушки посредством реализации некоторых мер и вышеупомянутых инструментов из мирового опыта, которые должны заключать в себе непосредственно экономические меры как содержательную часть, институциональные и в совокупности законодательные меры по уменьшению волатильности экономического роста с целью предсказуемости и последовательности экономической политики по опыту Ирландии и Финляндии [2, с. 9]. Необходимо проведение реиндустриализации экономики [1, с. 2759], позволяющей нам преодолевать вышеупомянутые отрицательные эффекты.

Экономические меры. Немалую роль на “силу” этой ловушки оказывает роль страны в мировой цепочке по формированию добавленной стоимости. Потому стоит увеличить государственные расходы на отрасли, косвенно влияющие на положительный эффект оказываемый на производство техноёмких товаров и услуг с высокой добавленной стоимостью [6, с.8], а также создание законодательства в области технического регулирования [7, с.7]. Одним из решений будет увеличение инфраструктурных расходов в реализации “пространственного дивиденда” (Согласно федеральной службе государственной статистики общий вклад в прирост ВВП транспортно-логистического сектора составлял до 23 п.п. с 2015 по 2018 годы).

Транспортная доступность увеличит скорость и количества перетока не только необходимых материалов, но и людей к крупным городским образованиям, в которых в среднем производительность труда выше по сравнению с городами малонаселёнными городами. В первых же срабатывает эффект концентрации, увеличивающий количество потенциальных потребителей, шаговой доступности к месту сбыта товаров и услуг, что

приводит к удешевлению, а следовательно, к увеличению спроса. Затем, следует обеспечить опережающее строительство жилого фонда. Строительство комфортного и доступного жилья, а следом и создание адекватного арендного сектора позволит ликвидировать проблемы при мобильности рабочей силы - где поиск аренды жилья в совокупности с транспортными издержками превращает кратковременную отдалённую работу в форму «отходничества». От этой модели роста (жилищная и инфраструктурная доступность) выиграет сектор услуг (где преимущественно представлен малый и средний бизнес). Таким образом осуществляются положительные общемировые тенденции в промышленной политике развитых стран.

Институциональные и законодательные меры. Государству следует продолжать политику уменьшения эластичности валютного курса по изменению цен на углеводороды (в 2018 г. удалось при 40%-ном снижении нефтяных цен курс сдвинулся менее чем на 10% [3, с.71]). Государство также должно продолжать политику национальных проектов, чтобы по заветам Кругмана и Обсфельда поддерживать отрасли, могущие стать «точкой роста экономики страны. Постепенный отход от формирования бюджета России, ориентированного на углеводороды, позволит сломать подкрепление рентоориентированной институциональной ловушки, ослабление которой приведёт к увеличению диверсификации экономики [5, с. 4], которая окажет стабилизирующий эффект.

С помощью промышленной политики мы сможем получить дополнительное конкурентное преимущество в гонке развивающихся стран, согласовав процессы, существующие на уровне отдельных отраслей экономики или предприятий [1, с.2759]. Как было сказано, следствием промышленной политики будет трансформация производства, которая повысит производительность, сформирует производственные связи, способствует перетоку технологий в нашу страну, создаст новые рабочие места и простимулирует развитие новых образовательных программ. Предложенные меры смогут позволить стране осуществить реиндустриализацию экономики, для осуществления помощи в дальнейшем промышленной политике в преодолении институциональной ловушки и ловушки конвергенции.

Список литературы:

1. Дробот Е.В., Макаров И.Н., Колесников В.В. Промышленная политика и проектное управление в контексте импортозамещения: необходимость новой реиндустриализации // Российское предпринимательство. – 2018. – Том 19, № 10. – С. 2753-2762.
2. Идрисов Г. И. Промышленная политика России в современных условиях. – М.: Изд-во Института Гайдара, 2016. – 160 с.
3. Лякин А.Н. Ловушка среднего дохода и российская стагнация // Азиатско-тихоокеанский регион: экономика, политика, право. – 2019. – Т.21, №2. – С.60-75.
4. Мантуров Д.В. Подходы к реализации и инструменты промышленной политики в зарубежных странах: возможен ли трансфер опыта // Известия СПбГЭУ. – 2018. – №4. – С. 7-15.
5. Мартыненко А. С., Жабинская И. С. Институциональные ловушки в российской экономике // Концепт. – 2019. – №1. – [Электронный документ] – <https://cyberleninka.ru/article/n/institutsionalnye-lovushki-v-rossiyskoj-ekonomike> (дата обращения: 07.05.2020)
6. Еленева Ю.Я, Андреев В.Н. Инструменты промышленной политики как способ повышения конкурентоспособности национальных производителей // Наукоедение. – 2017. Т. 9, №5. – С. 42. – [Электронный документ] – <https://cyberleninka.ru/article/n/instrumenty-promyshlennoy-politiki-kak-sposob-povysheniya-konkurentosposobnosti-natsionalnyh-proizvoditeley> (дата обращения: 07.05.2020).

ПРОМЫШЛЕННАЯ ПОЛИТИКА КАК ИНСТРУМЕНТ ВЫХОДА ИЗ КРИЗИСА И ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВЕННОГО РОСТА ЭКОНОМИКИ РОССИИ

Темпы экономического роста в стране за последние пять лет составляли не более 1-2% [3], что никак не может удовлетворить ни население, ни прогрессивно настроенное научное сообщество, политиков, а также капитанов промышленности. Не зря эти темпы зачастую называют статистической погрешностью. Некоторые ученые по этому поводу имеют более критическую точку зрения. Например, профессор В. Ю. Катасонов считает, что «четверть века у нас никакого экономического роста не было, потому что экономический рост рождается в реальной экономике, то есть в сфере производства» [6]. Кроме того, в России из года в год уже на протяжении многих лет темпы роста промышленного производства отстают от темпов роста ВВП. Справедливости ради стоит заметить, что весь экономический рост в России, который мы наблюдали в нулевых, и который фактически прекратился после кризисов 2008-2014 гг., был обеспечен в основном за счет экстенсивного роста добычи, а затем и экспорта природных ресурсов, прежде всего нефти и газа. К сожалению, сектору промышленности, науки, если это только не военно-промышленный комплекс внимания и помощи практически не оказывалось. По всей стране продолжалась безальтернативная эксплуатация советского наследия; предприятия, из которых уже невозможно было выжимать прибыль, новыми «эффективными» менеджерами закрывались. Даже те промышленники, которые были настроены патриотично, имели знания и опыт, всеми силами стремились переломить ситуацию, зачастую терпели неудачи и также были вынуждены отступать и закрывать производство. Высокая стоимость заемного капитала, рейдерские атаки, высокие налоги, помощь государства только в виде благих пожеланий – вот неполный перечень, с чем пришлось столкнуться промышленному сектору, который призван создавать добавленную стоимость и который в развитых странах является локомотивом развития общества. И в довершении всего - как последний «гвоздь в крышку гроба» нашей промышленности – это вступление в ВТО в 2012 г.

По мнению ряда экспертов, вступление России в ВТО привнесло для отечественных производителей промышленных товаров и оборудования как положительные, так и отрицательные тенденции. Якобы, присоединение России к ВТО предоставило возможность российским производителям промышленных товаров сбывать свою продукцию на новых экспортных рынках, в результате чего увеличится инвестиционная привлекательность отечественных экспортирующих предприятий. Однако это преимущество по факту получили только экспортеры сырья, а также металлурги. Производители товаров с большим количеством переделов, а также сложной продукции, таких преимуществ по факту не получили, поскольку уровень конкурентоспособности большинства продукции отечественного производства за последние 30 лет существенного снизился. Вступление в ВТО также весьма ограничило возможности защиты российских производителей от иностранной конкуренции (особенно производителей продукции, ориентированной на российский рынок) [4]. Для предотвращения многих негативных последствий вступления России в ВТО для промышленности необходимо использование защитных мер и механизмов, одновременно используя стимулы повышения конкурентоспособности отечественных производителей.

Ряд экономистов нашей страны, в том числе В. Ю. Катасонов, С. Ю. Глазьев, а также представители крупного бизнеса (К. Бабкин, С. Когогин, И. Рыбаков и др.) неоднократно предупреждали, что нескончаемый поток нефтедолларов когда-то закончится, и стране придется обратиться к опыту СССР, к опыту создания мощной индустриальной державы, а также к более современному опыту таких стран, как Япония, Китай, Корея, Индия, Сингапур.

Если обратиться к нашей истории, периода СССР, то можно заметить довольно много любопытных фактов. Так, например, «по общему объему валового внутреннего продукта и производству промышленной продукции Советский Союз в середине 1930-х вышел на первое место в Европе и на второе место в мире, уступив только США и значительно превзойдя Германию, Великобританию и Францию. За неполные три пятилетки в стране были построены 364 новых города, сооружены и введены в действие 9 тыс. крупных предприятий (колоссальная цифра – по два предприятия в день!) Второй период – экономическое развитие на основе модели, которая сформировалась после войны при активном участии Сталина. Она по инерции продолжала функционировать в течение нескольких лет после его смерти. За 1951–1960 годы ВВП СССР вырос в 2,5 раза, причем объем промышленной продукции – более чем в 3 раза, а сельскохозяйственной – на 60%. Если в 1950-м уровень промышленного производства СССР составлял 25% по отношению к США, то в 1960-м – уже 50%. Жизненный уровень советских людей непрерывно рос, хотя на накопление (инвестиции) направлялась значительно более высокая доля ВВП, чем в США и других странах Запада» [7].

Мы не будем подробно рассматривать опыт других стран, успешно реализовавших свои промышленные политики, которые позволили достичь впечатляющих результатов. Это тема отдельного исследования. Остановимся только чуть подробнее на поистине удивительном опыте Китая. Начав свои экономические реформы в начале 80-х, сегодня Китай по сути является второй после США экономикой мира [2]. Если внимательно проанализировать экономические реформы Китая, то можно заметить, что в них можно выделить несколько периодов, каждый из которых решал свои задачи. Для нас особый интерес представляет период 1979-1982 гг. В данном периоде были предприняты следующие меры:

- Реинвестирование в потребительские отрасли тяжелой промышленности.
- Реформирование сельскохозяйственной политики, стимулирование более высокой рентабельности и производительности.
- Либерализация промышленных компаний, разрешение менеджерам экспериментировать в методах производства, предлагая бонусы для повышения производительности.
- Реформирование финансовой политики государственных предприятий.

Прибыль реинвестируется в компании, тогда как до этого она передавалась центральному правительству. Таким образом стимулируется более высокая производительность.

На мой взгляд, эти меры с некоторыми поправками на наши политические реалии, могут быть взяты на вооружение и российскими властями. Так, например, принцип реинвестирования прибыли в отрасли обрабатывающей промышленности, реформирование финансовой политики в части реинвестирования в компании. Это то, чего так не хватает ныне действующей в РФ промышленной политике (ФЗ «О промышленной политике в Российской Федерации» был принят в конце 2014 года, далее вносилось несколько изменений, последние изменения были приняты 2 августа 2019 года).

В современной экономике целенаправленные действия государства, оказывающие влияние на деятельность предприятий, корпораций, предпринимателей в части как прямой помощи, так и создания благоприятных условий для приобретения факторов производства, организации производства, распределения и реализации товаров и услуг – принято называть промышленной политикой. Промышленная политика также представляет собой целостную систему законодательных, административных, финансово-экономических государственных решений, мер и действий по управлению динамикой индустриального комплекса и материального производства для обеспечения устойчивого социально-экономического развития и национальной безопасности страны в целом. Промышленная политика – это совокупность действий государства, оказываемых влияние на деятельность хозяйствующих субъектов (предприятий, корпораций, предпринимателей), а также на отдельные аспекты этой деятельности, относящиеся к приобретению факторов производства, организации

производства, распределению и реализации товаров и услуг во всех фазах жизненного цикла хозяйствующего субъекта и жизненного цикла его продукции. [1; 9]

Промышленная политика особенно необходима в тех сферах воспроизводственной структуры хозяйства, которые не являются прибыльными, но являются важными для социальной стабильности общества [8].

Сегодня подобный инструмент государственного регулирования приобрел чрезвычайное значение. На мой взгляд, речь идет не только о возрождении реального сектора экономики, но и сохранении целостности и независимости государства. Страна не может жить ожиданиями возобновления сверх доходов от нефтегазового сектора, поэтому меры по формированию промышленной политики и мобилизации имеющихся для ее реализации ресурсов, смогли бы позволить выйти из кризиса и выйти на виток необходимого экономического развития.

Как уже упоминалось выше, в РФ Закон о промышленной политике был принят в РФ в конце 2014 года. В рамках реализации данного Закона в 2015 году был создан фонд развития промышленности, нацеленный на модернизацию и строительство новых предприятий, в рамках политики импортозамещения. Фонд должен был получать из бюджета 15-20 млрд. рублей в год. Основное внимание уделялось созданию отечественных образцов в приоритетных и критических видах продукции и технологий.

Согласно принятой промышленной политике приоритетными направлениями являются импортозамещение и инновационность продукции. С момента принятия данного Закона оказывалась помощь и государственная поддержка нефтегазовому машиностроению, производству новых высокотехнологичных материалов, автопрому. Так, например, мерами поддержки в автопроме в последние несколько лет являлись стимулирование спроса на автомобили через утилизацию и трейд-ин. За счет реализации Программы по замене автопарка удалось поднять производство грузовиков, автобусов, легкого коммерческого транспорта – LCV. Поскольку одно рабочее место в автопроме дает примерно 12 рабочих мест в смежных отраслях, за счет данного мультипликативного эффекта происходит постепенное оживление производства производителей комплектующих изделий.

Несмотря на ряд положительных эффектов, которые дала ныне действующая промышленная политика, она все же мало результативна. Отчасти это происходит потому, что другие меры государственного регулирования иногда идут вразрез с рядом важных положений, которые необходимы для развития промышленности. Так, например, в 2019 году подняли НДС, повысили акцизы и кадастровую стоимость земли. Это привело к увеличению сборов по налогам на землю, что существенно отразилось на промышленном секторе. Подорожали металл и электричество. Всё это ведёт к повышению себестоимости продукции и подрывает конкурентоспособность. В стране по-прежнему происходит отток капитала за рубеж, уровень реинвестирования очень низок, да он и не может быть в существующих условиях высоким из-за существенных издержек, обусловленных ростом налогов, стоимостью энергоресурсов, сырья, высокими банковскими процентными ставками по кредитам. Поэтому сегодня необходимо снова вернуться к вопросу о промышленной политике, пересмотру ее мер. И прежде всего честному анализу: чего удалось сделать, а чего нет и почему?

Что же прежде всего необходимо пересмотреть в промышленной политике? Забегая немного вперед, я бы хотел сказать, что для ее реализации необходимы жесткие меры по прекращению утечки капиталов из страны. Далее, необходимы реформы в банковской сфере, обеспечивающей доступ к недорогим кредитным ресурсам. Наряду с этим государство должно разумно подойти к определению приоритетов в промышленном развитии. Неразумно развивать все и сразу. Как уже упоминалось ранее, приоритеты в существующей промышленной политике были выбраны и, в целом, они выглядят вполне логичными [1]. Но вот, реализация этих приоритетов, возможно, потребует некоторых корректировок.

К сожалению, сегодня доступ к государственным ресурсам имеют только те, кто близок к государственной власти, имеет так называемый «административный» ресурс, лоббистские

возможности. Такая практика, во-первых, создаст возможные условия для коррупции и возникновения бюрократических барьеров для тех, кто нуждается в инвестициях, но у кого нет административного ресурса. Во-вторых, мы не получим, гармоничного развития всей промышленной системы страны. Промышленность – это, прежде всего, кооперационные связи, тысячи поставщиков, и, если какое-либо звено не работает или его не существует, рушится вся система. Так, полумеры, которые были приняты в части развития отечественного автопрома, привели к тому, что у нас активно развиваются сборочные, в том числе зарубежные производства. Но доля добавленной стоимости российского происхождения в производстве конечного автомобиля, к сожалению, неуклонно падает. Да, тот же КАМАЗ за последнее десятилетие добился значительных результатов, но в выпускаемых автомобилях появилось очень много импортных комплектующих: двигатель, коробка переменных передач, тормозная система и другие. То же самое происходит на АВТОВАЗе. Таким образом, отсутствует комплексность развития не только отечественного сборочного производства, но и поставщиков автомобильных компонент. Это сложный вопрос, к которому нужно подходить взвешенно, поскольку полный отказ от международной кооперации также был бы неверным решением.

Если говорить о приоритетах, совершенно неясной остается ситуация с отечественным авиастроением. Принимаемых мер государственной поддержки здесь явно недостаточно. Значение авиаперевозок для такой протяженной с запада на восток страны как Россия сложно переоценить, поэтому доля отечественных воздушных судов должна не снижаться, как сегодня, а увеличиваться. Кроме того, совершенно очевидно необходимо развитие также региональной и малой авиации.

Налоговая система также должна претерпеть существенные изменения, сегодня она подавляет то, что связано с промышленным развитием. Многие видные экономисты неоднократно поднимали вопрос о необходимости снижения ставки НДС, пересмотра начислений на заработную плату и другие виды налоговых нагрузок.

При построении и реализации промышленной политики необходимо помнить, что базовые элементы промышленности должны стать единым народнохозяйственным комплексом с эффективными кооперационными связями. Государство же должно выступать гарантом и помощником его добросовестных элементов. Нужно создать эффективные механизмы по предотвращению рейдерских захватов, недобросовестной конкуренции, проявлений монополизма [5]. Формально структуры, которые должны этим заниматься, существуют, но по факту их эффективность крайне низкая.

Очень важна в реализации промышленной политики также роль науки и образования. Поддержка и финансирование этих сфер не должно сводиться к только к новомодным грантам.

Таким образом, грамотная реализация промышленной политики является поистине сложной народнохозяйственной задачей, рассчитанной не на один год, но принятие своевременных мер по ее решению позволит выйти из кризиса, избавиться от сырьевой зависимости, предотвратить отток квалифицированных кадров, ведь гражданам России важно стать востребованными, найти свое предназначение и получить возможность для духовного и материального развития, не покидая своей Родины.

Список литературы:

1. Aliaskarova Zh., Pashkus V., Blagikh I. Proactive Industrial Policy As the Main Strategy for Improving Russia's Competitiveness in the Context of Global Economic Processes // SHS WEB OF CONFERENCES. – Vol. 74. – 2020. – P. 06002.
2. Gross Domestic Product and Components selected indicators // IMF DATA. – [Электронный документ] – <https://data.imf.org/regular.aspx?key=61545852>
3. World Economic Outlook Update, January 2021 – [Электронный ресурс] – <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/weo-database/2020/October>

4. Асадулаев А.Б. Социально-экономическая безопасность России. – СПб.: КультИнформПресс, 2020. – 140 с.
5. Ивантер В.В. и др. Как придать импульс развитию российской экономики: приоритеты действий (предложения к основным направлениям деятельности Правительства РФ до 2024 г.) // Финансы: теория и практика. – 2018. – Т. 22, № S1. – С. 4-15.
6. Катасонов В. Ю. Раньше были промышленной державой, а теперь самая востребованная профессия – продавец. – [Электронный документ] – <https://www.nakanune.ru/articles/115179/> (дата обращения: 07.05.2020).
7. Катасонов В. Ю. Тайны советской экономики. – [Электронный документ] – <https://cont.ws/@katasonov/97100> (дата обращения: 07.05.2020).
8. Мельников В. В., Государственное регулирование национальной экономики. – М.: Изд.: Омега-Л, 2015. – 338 с.
9. Рыбаков Ф.Ф. Промышленная политика России: История и современность. – СПб.: Наука, 2011. – 189 с.

*Ж.А. Алиаскарова (магистрант 1 курса,
экономический ф-т СПбГУ)*

Научный руководитель: Г.Е. Алпатов, д.э.н., проф.

Проф. кафедры экономической теории и экономической политики СПбГУ

ПРОМЫШЛЕННАЯ ПОЛИТИКА РОССИИ: ЭКСПОРТНАЯ ОРИЕНТАЦИЯ И ВОЗМОЖНОСТИ ВОСТАНОВЛЕНИЯ ПОСЛЕ КРИЗИСА

Сегодня в преддверии глобального экономического кризиса и пандемии коронавируса Covid-19 становятся особенно актуальными вопросы, связанные не только с антикризисными действиями правительства, но и с восстановлением экономики России. Под воздействием целого ряда неверных (или несвоевременных) управленческих решений, принятых в связи с распространением пандемии коронавируса (введение карантинных мероприятий без учета ситуации в регионах, фактический роспуск «всей экономики по домам» и т.д.), глобальных экономических проблем, связанных с пандемией (падение экономической активности в ведущих странах мира, обвал цен на нефть, падение рынка глобальных авиаперевозок, туризма и соответствующей инфраструктуры), а также ряда присущих России экономических проблем (ощутимая привязка курса валюты к нефтяному сектору при высокой волатильности рубля, низкий уровень технологичности значительной части отечественных производств, низкий (по сравнению с ведущими странами) внутренний спрос, и др.), к началу мая 2020 г. Россия оказалась на пороге экономического кризиса, для преодоления которого уже сегодня нужно принимать комплексные меры. Однако для принятия таких мер необходимо четко представлять характеристики промышленной политики и ее особенности в России.

На законодательном уровне сегодня отечественная промышленная политика определяется как комплекс правовых, экономических, организационных и иных мер, направленных на развитие промышленного потенциала Российской Федерации, обеспечение производства конкурентоспособной промышленной продукции [1]. При этом в качестве одной из целей заявлено формирование высокотехнологичной, конкурентоспособной промышленности, обеспечивающей переход экономики государства от экспортно-сырьевого типа развития к инновационному типу развития [1]. Не углубляясь пока в то, как это реализуется на практике, рассмотрим эволюцию векторов промышленной политики России за последнее время.

Как справедливо отмечают М.Н. Мечикова и Н.А. Новиков, концептуальная эволюция промышленной политики в России прошла несколько стадий:

- «Жесткий административный контроль промышленности (советский период);
- Отрицание необходимости государственного регулирования промышленного развития (начало периода перестройки);
- Принятие мер общей поддержки промышленности путем взаимозачета задолженности предприятий и льготного кредитования (середина 90-х гг.);
- Селективная поддержка отдельных производств по определенным государством приоритетам (конец 90-х гг.);
- Поддержка наиболее эффективных проектов (первые годы XXI в.);
- Признание достаточности антиинфляционных мер для оживления инвестиционной деятельности (первое десятилетие XXI в.);
- Постановка вопроса о необходимости активной промышленной политики (настоящее время): курс на импортозамещение (с 2014 г.)» [8, с. 60].

Современный взгляд на проблему показывает, что одним только импортозамещением дело уже не ограничивается. Приблизительно с 2016 г [7] исследователи сначала робко, а затем уже и более активно обращают внимание на необходимость перехода к экспортоориентированной стратегии промышленной политики, в рамках которой импортозамещающее самообеспечение рассматривается лишь в качестве необходимой стадии развития [5; 10] или в качестве необходимого требования экономической безопасности [6, с. 123-125].

Уже в 2018 г. в майских Указах Президента РФ [10] в качестве одной из национальных целей развития Российской Федерации на период до 2024 года указано создание в базовых отраслях экономики, прежде всего в обрабатывающей промышленности и агропромышленном комплексе, высокопроизводительного экспортоориентированного сектора, развивающегося на основе современных технологий и обеспеченного высококвалифицированными кадрами. При этом в качестве базовых задач упоминаются в частности [2]:

- ориентация промышленной, аграрной и торговой политики, включая применяемые механизмы государственной поддержки, на достижение международной конкурентоспособности российских товаров (работ, услуг) в целях обеспечения их присутствия на внешних рынках;
- завершение создания гибкой линейки финансовых инструментов поддержки экспорта (к 2021 году), включая расширенное предэкспортное, экспортное и акционерное финансирование, лизинг и долгосрочные меры поддержки.

И речь об этом зашла вовсе не случайно. В 2014 г. был утвержден План содействия импортозамещению в промышленности [3], направленный на уменьшение зависимости гражданских отраслей обрабатывающей промышленности от импорта и зарубежных технологий в 2015—2020 гг. В результате реализации мероприятий данного плана к 2020 г. должна быть устранена критическая зависимость от импорта по стратегически значимым технологиям и комплектующим. Импортозависимость для большинства отраслей российской промышленности должна быть ниже 50%, то есть более половины продукции планируется производить на территории Российской Федерации [7, с. 42].

Уже сегодня мы можем констатировать ряд серьезных успехов в некоторых отраслях отечественной промышленности. Так, например, темпы роста в добывающей промышленности, сельском хозяйстве и производстве пищевой продукции не только сохранились, но и возросли за счет административного укрепления рынка, расширения производства и переориентации на удовлетворение не только отечественного, но и зарубежного спроса [6, с. 127-132]. С момента начала санкционного противостояния России и Запада (во главе с США) в 2014 г., благодаря активно проводимой политике импортозамещения в некоторых отраслях отечественной промышленности удалось добиться не только преодоления критической зависимости от импорта, но и создать большой задел для развития экспорта.

Если посмотреть на динамику импорта, то, по данным 2019 г. [11] всего 24 группы товаров ввозились в РФ на уровне более 2% от общемировых показателей. Отметим, что в 2014 г. таких групп было 39! Из них на товарные группы «Мясо», «Живые деревья», «Овощи» и «Фрукты и орехи» приходилось более 4%, а на «Железнодорожные или трамвайные локомотивы» более 5% от *общемирового* импорта. Импорт мяса за 5 лет снизился до 1,42%, по другим указанным группам он тоже колеблется от 2,55% до 3,82% соответственно, а в части ввоза ж/д локомотивов снизился до 3,84%. Таким образом, динамика в целом положительная. Единственным исключением является категория «Меховые изделия и искусственный мех», где доля импорта выросла более чем на 2% и составляет 4,94%.

Что касается динамики экспорта, то можно заметить, что в 2019 году доля России в мировом экспорте по большинству видов товаров пусть и незначительно, но увеличилась [11]. Однако группы товаров, на которые приходится более 1% от мирового экспорта, по-прежнему составляют около 1/3 от общего числа. При этом высокие позиции (более 5%) сохранились в экспорте древесины (6,33% против 5,6% в 2014 г.) и злаков (7,5% против 5,89% в 2014г. (причем, в 2018 г. было аж 9,3%)). Стабильно высокие показатели (более 9%) демонстрируют экспорт удобрений (почти 15%), минеральные топлива и масла (10,7%), никель и изделия из него (10,79%).

Однако поступательное развитие российской экономики закончилось из-за пандемии коронавируса, подтолкнувшей страну к кризису. Отметим, что экономики всех развитых государств в той или иной степени пострадали от пандемии, но в случае России дополнительный урон был нанесен выбранными внутриполитическими мерами. Кризис принес резкое сокращение доходов значительной части населения и падение внутреннего спроса, нефтяной кризис (когда в апреле нефтяные фьючерсы на американскую нефть (WTI), торгуемые на май, доходили до -39 долларов за баррель), резкое сокращение экспорта из-за остановки производств в Китае, Германии, Франции, США. В этих условиях в качестве основы российской промышленной политики до конца первого полугодия 2020 г. стоило бы взять «стратегию сбережения патронов» [9] (когда меры вводятся поэтапно, с оглядкой на ситуацию и политику ведущих стран мира). С одной стороны, это позволило бы России сэкономить значительные средства, а с другой – создало бы плацдарм для развития экономики после кризиса.

Однако для того чтобы начать восстанавливать экономику России и дожить до возможностей использования ключевых факторов успеха от экспортной ориентации процесса импортозамещения, не растеряв накопленный потенциал, необходимо принятие мер стимулирующего характера (отметим, что часть из них уже приняты, некоторые принимаются). К таким мерам можно отнести [4]:

- Запуск программ помощи пострадавшим секторам экономики (пассажирские авиаперевозки, железнодорожный транспорт, стимулирование внутреннего туризма и туристической инфраструктуры и т.д.);
- Запуск инфраструктурных проектов и программ госзаказов, что позволит после кризиса создать рабочие места для тех, кто в текущих условиях потерял работу, а также обеспечит загрузку промышленности;
- Активное стимулирование развития электронной торговли;
- Введение налоговых каникул, включающее снижение налогов на бизнес (особенно, на малый и средний бизнес);
- Уменьшение (где это возможно) арендных платежей (для некоторых критически важных видов бизнеса – отмена (или компенсация через реализацию программ развития), освобождение от арендной платы за помещения и земельные участки, предоставляемые региональными властями);
- Перераспределение бюджетных средств, предназначенных для проведения отмененных региональных мероприятий, в пользу субсидий бизнесу;

- Введение каникул для населения по платежам за некоторые услуги, снижение (или отмена) ряда платежей для бизнеса (портовые сборы, дорожные сборы и др.), увеличение возврата экспортных пошлин;
- Формирование антикризисного пакета, направленного как на финансовых посредников, так и на их заемщиков: «кредитные каникулы», беспроцентные и низкопроцентные кредиты (в том числе, и на выплату заработной платы (в соответствии со средними показателями за январь-март));
- Расширение пособий по безработице на федеральном и региональном уровнях, стимулирование спроса у людей, потерявших доходы, через «виртуальные купоны» (электронные чеки с ограничением ассортимента покупок);
- Стимулирование бизнеса к сохранению рабочих мест в период кризиса.

Заключение. Анализ статистики наглядно показал результативность проактивной промышленной политики, позволившей создать потенциал для экспортной ориентации. Тем не менее, после пандемии мир, безусловно, изменится, причем значительная часть этих изменений будет носить структурный характер. Это позволит России закрепить свои позиции на целом ряде рынков (прежде всего – на продовольственном рынке, т.к. контрсанкции позволили нам возродить сельское хозяйство и животноводство и добиться их высокой эффективности). Огромные возможности открываются на рынках авиаперевозок, оборудования и т.д. При успешной реализации стимулирующих мер удастся не только стабилизировать ситуацию, но и, возможно, выйти к середине III квартала на более-менее приемлемые экономические показатели, что позволит России продолжить свое дальнейшее развитие.

Список литературы:

1. О промышленной политике в Российской Федерации: фед. закон от 31.12.2014 № 488-ФЗ // Собрание Законодательства Российской Федерации. – 2015. – № 1 (Часть I). – Ст. 41 (ред. от 02.08.2019).
2. О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года: указ Президента РФ от 14.05.2018 № 204 // Собрание Законодательства Российской Федерации. – 2018. – №20. – Ст. 2817.
3. План содействия импортозамещению в промышленности: распоряжение Правительства РФ от 30.09.2015 № 1936-р // Собрание Законодательства Российской Федерации – 2015. – № 44. – Ст. 5621.
4. Алиаскарова Ж.А., Асадулаев А.Б., Пашкус В.Ю. Промышленная политика: концептуализация и модернизация в условиях кризиса // Проблемы современной экономики. – 2020. – №2. – С. 73-76.
5. Губина М.А. Импортозамещение и/или экспортная ориентация: опыт фармацевтической промышленности Индии // Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика. – 2019. – Т. 35, Вып. 2. – С. 197–222.
6. Кирилловская А.А. Теоретическое обоснование приоритетов экономической политики. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / 08.00.01. – СПб.: СПбГУ, 2017. – 197 с.
7. Мантуров Д., Никитин Г., Осьмаков В. Планирование импортозамещения в российской промышленности: практика российского государственного управления // Вопросы экономики. – 2016. – № 9. – С. 40-49.
8. Мечикова М.Н., Новиков Н.А. Функциональная роль промышленной политики в стратегии модернизации производственного потенциала России // Вестник СИБИТа. – 2015. – №4. – С. 58-63.
9. Табах А. Короника: до прояснения ситуации – [Электронный документ] – https://www.raexpert.ru/researches/coronica_2020 (дата обращения 02.05.2020).

10. Хейфец Б.А., Чернова В.Ю. Потенциал экспортоориентированного импортозамещения в агропромышленном комплексе ЕАЭС // Вопросы экономики. – 2019. – № 4. – С. 74-89.
11. Группа Всемирного банка – [Электронный ресурс] – <https://www.vsemirnyjbank.org/> (дата обращения 02.05.2020).

*О.С. Капитонов (студент 1 курса,
факультета политологии СПбГУ)*

УРОВЕНЬ ЗАВИСИМОСТИ ЭКОНОМИКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ОТ НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ И ВОЗМОЖНЫЕ ВАРИАНТЫ ЕГО СНИЖЕНИЯ

Введение. Продолжительное время особенностью экономики РФ является ее сырьевой уклон с превалированием нефтегазовой отрасли. Важность и актуальность обозначенной темы предопределена тем, что концентрация страны, по большому счету, на одной отрасли экономики играет важнейшую роль в том, как будет развиваться экономика страны, что будет составлять бюджет государства, каким будет объем экспорта и импорта и какова будет их структура. Также необходимо понимать, что во многом от положения нефтегазовой отрасли в мире зависит и курс рубля по отношению к основным мировым валютам, а значит и уровень благосостояния граждан. В условиях кризиса зависимость России как одного из главных экспортеров нефти и газа от мировой конъюнктуры на рынке сырья только возрастает. Именно поэтому являются очень важными шаги к снижению зависимости экономики РФ от нефтегазовой отрасли, поиск новых путей к достижению диверсификации экономики.

Цель моего исследования - проанализировать зависимость экономики РФ от нефтегазовой отрасли и предложить некоторые практические рекомендации, которые, возможно, позволят снизить эту зависимость. Для выполнения данной цели необходимо выполнить основные задачи: рассмотреть статистику инвестиций в основной капитал в Российской Федерации по видам экономической деятельности за 2016-2019 гг.; изучить доходную часть бюджета Российской Федерации за 2016-2019 гг.; соотнести данные и проанализировать их для формулирования выводов. Объектом моего исследования выступает экономика Российской Федерации, предметом же моего исследования является зависимость экономики РФ от нефтегазовой отрасли. Для выполнения поставленной цели и задач необходимо обратиться к информационной и методологической базе. В качестве информационной базы использовались: научные статьи, посвященные данной проблематике, статистические данные и аналитическая отчетность Министерства финансов Российской Федерации, Федеральной таможенной службы и Федеральной службы государственной статистики. Методологической же базой моего исследования является анализ и сопоставление данных, взятых из официальной отчетности.

Для оценки влияния нефтегазовой отрасли на экономику Российской Федерации обратимся к доходной части бюджета РФ за 2016-2019 годы и выясним, какую долю в нем занимают так называемые нефтегазовые доходы (таблица 1).

Анализируя вышеизложенные данные из таблицы 1, можно прийти к выводу, что нефтегазовые доходы занимают существенную долю в доходной части федерального бюджета Российской Федерации, так как на протяжении представленных в таблице годов доля нефтегазовых доходов составляла более 35% от всех доходной части федерального бюджета, а в 2016 и 2019 годах вовсе превысила 40%. Таким образом, размер доходной части федерального бюджета во многом зависит от нефтегазовых доходов, а, следовательно, от мировых цен на нефть и газ, что означает зависимость не только от ситуации на мировом

рынке сырья, но и от взаимоотношений между странами и от их политических и экономических целей.

Таблица 1.

Доля нефтегазовых доходов в федеральном бюджете РФ за 2016-2019 гг.

Год	Доходная часть федерального бюджета РФ, млрд. рублей	Доля нефтегазовых доходов в доходной части федерального бюджета РФ, млрд. рублей	Доля нефтегазовых доходов в доходной части бюджета РФ, %
2016	13 738,5	6044,9	44
2017	13 487,6	5050	37
2018	15 257,8	5479,6	36
2019	19 969,3	8195,2	42

*Составлено автором на основе данных [5]

Сделав вышеизложенные выводы, мы указали на первую проблему, из-за которой России следует снижать уровень зависимости экономики от нефтегазовой отрасли. Именно обусловленность нефтяных цен мировой конъюнктурой рынка сырья и политикой стран экспортеров нефти ставит под огромный риск состояние экономики Российской Федерации. Дело в том, что Россия не является самым сильным и влиятельным игроком на этом рынке в силу нескольких причин: политическое положение РФ в мире; более высокая себестоимость добычи нефти, чем в той же Саудовской Аравии; санкции, накладывающие запрет на сотрудничество с компаниями, имеющими инновационные технологии, которые пригодились бы России в добыче нефти. В связи с этим РФ не может диктовать свои условия на мировом рынке нефти. Однако самое главное – в последствиях, которые несут за собой подобные ситуации, вызываемые противоречиями между странами. Часто результатами такого несогласия между государствами и политической игры является спад котировок на нефть и нефтепродукты, которые в свою очередь ведут к снижению курса рубля, снижению реальных доходов населения, снижению темпов роста ВВП, росту инфляции и общей экономической нестабильности.

Теперь необходимо указать на вторую проблему, вызываемую зависимостью российской экономики от доходов нефтегазовой отрасли. Эта проблема связана с инвестициями. Для более подробного рассмотрения обратимся к таблице 2.

Таблица 2.

Инвестиции в основной капитал Российской Федерации по видам экономической деятельности в период 2016-2019 гг.

Показатели	2016	2017	2018	2019
миллиардов рублей				
Всего	14748,8	16027,3	17782,0	19318,8
Добыча полезных ископаемых, в т. ч.	2710,4	3023,2	3225,8	3282
- добыча сырой нефти и природного газа	1597,7	1807,1	1856,8	2067,7
Деятельность профессиональная, научная и техническая, в т. ч.	465,7	494,6	555,3	690,0
-научные исследования и разработки.	174,7	165,3	176,7	196,8

Обрабатывающие производства	2103,3	2296,5	2513,2	2798,3
В % к итогу				
Всего	100	100	100	100
Добыча полезных ископаемых, в т. ч	18,4	19,0	18,1	17,0
- добыча сырой нефти и природного газа	10,8	11,3	10,4	10,7
Деятельность профессиональная, научная и техническая, в т. ч.	3,3	3,1	3,2	3,6
-научные исследования и разработки.	1,2	1,0	1,0	1,0
Обрабатывающие производства	14,3	14,3	14,1	14,5

*Составлено автором на основе данных [6]

Анализируя данные в этой таблице, можно прийти к выводу, что на протяжении 2016-2019 годов происходил рост инвестиций в основной капитал Российской Федерации по видам экономической деятельности. При этом наблюдается доминирование инвестиций в добычу полезных ископаемых, в том числе в добычу сырой нефти и природного газа. Почему это происходит? Причиной этому является необходимость поддерживать сырьевую отрасль в кризисных ситуациях, которые происходят последние годы. РФ вынуждена концентрировать поток капиталовложений в эту отрасль, дабы предотвратить падение курса рубля, который зависит от мировых цен на нефть, и последствия, которые это падение может вызвать. При концентрации инвестиций в сырьевую отрасль экономики другие отрасли не получают средств для развития, что в свою очередь приводит к тому, что они прогрессируют не на достаточном уровне, чтобы быть конкурентоспособными на мировом рынке и занимать более высокую долю в экспорте (согласно данным ФТС, за январь-декабрь 2019 экспорт топливно-энергетических товаров составил 62,1 % от всего экспорта за этот период, а машин и оборудования только 6,5 %) [7]. Таким образом, проблема заключается в том, что зависимость от нефтегазовых доходов вынуждает российское правительство инвестировать огромные средства в сырьевую отрасль, при этом, не инвестируя достаточные средства для развития в другие отрасли экономики, рост и прогресс которых как-раз таки и помогли бы России снизить уровень влияния сырьевой отрасли на формирование федерального бюджета до такой степени, что не нужно было бы опасаться подрыва экономической безопасности страны, который мог бы быть вызван волатильностью нефтяных цен, изменением спроса на нефть и газ или ухудшением взаимоотношений с влиятельными игроками на мировом сырьевом рынке такими, как Саудовская Аравия [1].

Таким образом, проанализировав данные из таблицы 1 и таблицы 2 и сделав выводы, мы пришли к заключению, что уровень зависимости экономики РФ от нефтегазовой отрасли действительно высок и что эта зависимость сопровождается серьезными проблемами, влияющими на экономику страны в целом. Исходя из этого, можно применить следующие меры, способствующие диверсификации экономики РФ:

1. Уменьшение доли инвестиций в сырьевую отрасль экономики. После анализа данных из таблицы 2 был сделан вывод, что Российская Федерация в большей степени концентрирует капиталовложения в сырьевую отрасль экономики, в том числе на добычу нефти и газа. При этом многие отрасли экономики недополучают средств для развития, отчего увеличивается зависимость российской экономики от импорта товаров. Так, согласно

данным ФТС, импорт машин и оборудования в период за январь-декабрь 2019 года составил 46,2% [7]. Исходя из этого, Правительству РФ необходимо распределять инвестиции таким образом, чтобы не было сильного перекаса капиталовложений в одну отрасль экономики, в противном случае будет продолжаться ситуация, в которой другие отрасли не будут получать достаточных средств для развития. [4]

2. Увеличение инвестиций в научные исследования и разработки. Хотя в последние годы происходил рост инвестиций (см. таблицу 2), этого недостаточно для разработки технологий, которые позволили бы РФ конкурировать с западными странами на мировом рынке [3]. Технологии – это то, что имеет огромное значение для развития страны в целом, для улучшения жизни и инфраструктуры в стране, для повышения эффективности производств, а «инновационное развитие – это залог конкурентоспособности экономики страны в условиях глобальной конкуренции» [3, с.57].

3. Выявление отраслей экономики, где технологическое отставание от других стран не так высоко в силу различных обстоятельств, например, недавнего возникновения отрасли, и инвестирование в них. Именно в недавно возникших секторах при условии достаточных капиталовложений у отечественной продукции более высокие шансы быть конкурентоспособными и завоевать долю на мировом рынке. Одной из таких отраслей являются IT-технологии. Согласно данным, «внутренний рынок информационных технологий наполовину занят отечественными продуктами. Это очень значимое достижение, подтверждающее конкурентоспособность российских IT-специалистов и соответствующих организаций» [3, с.63].

4. Поиск и использование уникальных сравнительных преимуществ регионов. Доктор экономических наук И. В. Бойко замечает: «Неблагоприятные внешние условия для развития российской экономики требуют смещения акцентов от поиска зарубежных источников инвестиций, привлечения внешних кредитов, продвижения на мировые рынки товаров сырьевой группы к исследованию внутренних резервов для экономического развития и роста. Но для этого необходимо новое понимание ресурсного и технологического потенциала российских регионов, возможностей его использования для производства конкурентоспособной продукции...» [2, с.75].

Все обозначенные выше меры не означают то, что России не нужно продолжать развивать сырьевую отрасль. Она является очень важной для российской экономики и необходимо ее поддерживать, создавать новые проекты и планы, связанные с нефтегазовым комплексом, в частности строительство НПЗ с высокой глубиной переработки нефти, и инвестировать средства в эту отрасль. Однако необходимо снять фокус на развитие лишь одной этой отрасли экономики и переложить его на экономику в целом, дабы избежать возможных последствий упадка мирового сырьевого рынка.

Подводя итоги исследования, можно сделать вывод о том, что уровень зависимости экономики РФ и России в целом от сырьевой отрасли довольно высок: 42% в доходной части федерального бюджета в 2019 году составили нефтегазовые доходы, в января-июле 2019 экспорт топливно-энергетических товаров составил 64,2 % от всего экспорта за этот период. Учитывая волатильность нефти, нестабильность мирового рынка сырья, политическое положение России в мире, я считаю, что Правительству РФ необходимо сконцентрировать свои силы на достижение диверсификации экономики РФ и поддержку научных разработок и исследований в различных сферах научной и производственной деятельности.

Список литературы:

1. Асадулаев А.Б. Социально-экономическая безопасность России. – СПб.: КультИнформПресс, 2020. – 140 с.
2. Бойко И. В. Пространственная и технологическая диверсификация российской экономики. // Управленческое консультирование. – 2018. – № 6. – С. 68-76.
3. Земенцкий Ю. В., Михайлова А. Н., Немиленцев М.К. Основные тенденции и особенности инновационного развития российской экономики // Петербургский

экономический журнал. – 2020. – №1. – С.56-63. – URL: https://www.gukit.ru/sites/default/files/ogpage_files/2020/03/no1-2020.pdf#page=58 (дата обращения: 03.05.2020).

4. Ивантер В.В. и др. Как придать импульс развитию российской экономики: приоритеты действий (предложения к основным направлениям деятельности Правительства РФ до 2024 г.) // Финансы: теория и практика. – 2018. – Т. 22, № S1. – С. 4-15.

5. Министерство финансов Российской Федерации: официальный сайт. – [Электронный ресурс] – <https://www.minfin.ru/ru/> (дата обращения: 03.05.2020). – Текст: электронный.

6. Федеральная служба статистики Российской Федерации: официальный сайт. – [Электронный ресурс] – <http://www.gks.ru>. (дата обращения: 03.05.2020).

7. Федеральная таможенная служба Российской Федерации: официальный сайт. – [Электронный ресурс] – <http://customs.ru/> (дата обращения: 03.05.2020).

С.Ю. Пустовалова (бакалавр 1 курса факультета политологии СПбГУ)

НАЦИОНАЛЬНАЯ ПРОМЫШЛЕННАЯ ПОЛИТИКА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ И СПОСОБЫ МОДЕРНИЗАЦИИ

Для завершения переходного периода в российской экономике и ее трансформации в постиндустриальную необходима государственная поддержка наукоемких, эколого-эффективных и высокотехнологичных производств, являющихся одним из основных факторов трансформации экономики. В качестве одного из инструментов, способных обеспечить выполнение данной задачи, как показывает практика развитых стран, прошедших путь новой индустриализации, результативно использовать реализацию национальной промышленной политики [5].

Особую актуальность данный инструмент приобретает в условиях негативных экономических изменений, происходящих на фоне пандемии новой коронавирусной инфекции (закрытия большого количества предприятий малого и среднего бизнеса, увеличению числа безработных граждан, невозможности обеспечения предприятий части отраслей новым оборудованием), введенных ранее рядом европейских, североамериканских и азиатских государств санкций, направленных против основных отраслей российской экономики, в список которых входят нефтяная, оборонно-промышленная и банковская, и рекордного за последние 30 лет падения цен нефти на международном экономическом рынке из-за отмены сделки Российской Федерации со странами ОПЕК. В результате этого перспективы развития российской экономики поставлены под сомнение многими зарубежными учеными. Это вполне оправдано, так как без развитой промышленности устойчивость развития российской экономики находится под угрозой [3, с.586].

В Российской Федерации государственную промышленную политику регулирует Федеральный закон "О промышленной политике в Российской Федерации" от 31.12.2014 N 488-ФЗ, вступивший в силу в 2015 году, направленный на повышение эффективности российской промышленности. Но ряд положений, прописанных в данном нормативно-правовом акте, не реализуется на практике, так как существуют препятствия, часть из которых появилась во время текущих экономических изменений, связанных с пандемией COVID-19, о чем свидетельствует снижение основного показателя эффективности промышленности государства — индекса промышленного производства Российской Федерации — в первом квартале 2020 года по сравнению с аналогичными периодами 2018 и 2019 года [1] (см. таблицу 1). Существовавшие ранее препятствия приводили к стагнации производства и объяснялись, начиная с 2014 года, отсутствием потребления внутри страны и невозможностью импорта некоторых товаров российского производства из-за

внешнеполитической ситуации, о чем свидетельствуют представленные ниже данные эффективности отдельных отраслей промышленности (см. таблицу 2).

Таблица 1.

Индексы промышленного производства (%) в I квартале 2018-2020 гг. по данным Федеральной службы государственной статистики

	В % к				
	соответствующему периоду предыдущего года	предыдущему периоду		среднемесячному значению 2017 г.	
		фактически	с исключением сезонного и календарного факторов ¹⁾	фактически	с исключением сезонного и календарного факторов ¹⁾
2018 г.					
Январь	102,7	86,9	103,4	97,1	102,8
Февраль	103,2	95,8	99,4	93,0	102,1
Март	102,7	111,4	100,7	103,6	102,9
I квартал	102,9	91,0			
2019 г.					
Январь	102,0	83,2	99,1	99,0	104,9
Февраль	103,6	97,3	100,4	96,3	105,3
Март	101,8	109,5	99,9	105,5	105,1
I квартал	102,4	88,4			
2020 г.					
Январь	101,1	82,7	98,7	100,1	105,6
Февраль	103,3	99,4	100,5	99,5	106,2
Март	100,3	106,4	98,7	105,8	104,8
I квартал	101,5				

1) Информация сформирована на основе оперативных данных респондентов о производстве товаров и объеме отгруженной продукции (работ, услуг) без учета уточнений предыдущих периодов в соответствии с регламентом разработки и публикации данных по производству продукции в натуральном (стоимостном) выражении и динамике промышленного производства, утвержденным приказом Росстата от 23 апреля 2018 г. № 259.

2) Оценки данных с исключением сезонного и календарного факторов осуществлены с использованием программы "JDEMETRA+". При поступлении новых данных статистических наблюдений динамика может быть уточнена.

Таблица 2.

Индекс промышленного производства по отдельным видам экономической деятельности ОКВЭД2 Российской Федерации (%) 2014-2019 гг. по данным Федеральной службы государственной статистики

Код вида деятельности по ОКВЭД2	Наименование вида деятельности по ОКВЭД2	2014	2015	2016	2017	2018	2019
BCDE	Промышленное производство	102,5	99,2	102,2	102,1	102,9	102,4
В	Добыча полезных ископаемых	101,7	100,7	102,3	102,1	104,1	103,1
06	Добыча сырой нефти и природного газа	100,3	100,4	102,1	100,4	102,8	102,1
С	Обрабатывающие производства	103,2	98,7	102,6	102,5	102,6	102,3
24	Производство металлургическое	107,2	104,0	99,7	100,1	101,7	100,6
26	Производство компьютеров, электронных и оптических изделий	108,9	106,1	108,5	98,3	98,5	108,0
27	Производство электрического оборудования	97,9	90,5	108,1	104,7	102,9	100,6
29	Производство автотранспортных средств, прицепов и полуприцепов	88,7	76,9	105,8	114,5	113,3	98,1
30	Производство прочих транспортных средств и оборудования	116,2	105,4	108,1	106,3	97,8	87,9
D	Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха	101,0	99,0	102,0	99,6	101,6	100,4

Основной проблемой и причиной стагнации промышленности является сокращение инвестиций со стороны государства в ее отрасли, в результате чего не производятся дополнительные товары. Так, по уровню инвестиционных кредитов Россия находилась на одном из последних мест в мире с показателем 7,3% на период 2019 года, доля инвестиций из бюджета государства, составляющих менее 20% на период 2020 года, и крупных корпораций также ниже показателей развитых стран, поскольку одним из последствий экономического кризиса 2008 года стало сокращение государственных инвестиций [4, с. 40]. Последствием этого стал крупный отток капитала из страны, продолжающийся 12 лет. Таким образом, недофинансирование российской промышленности — основная причина невозможности ее выхода из стагнации и перехода экономики к новому типу.

Второй причиной является отдача равного приоритета всем промышленным отраслям без учета их фактической дифференциации по и значимости для экономической безопасности государства и уровню доходности, заявленная одной из задач национальной политики России в федеральном законе "О промышленной политике в Российской Федерации" от 31.12.2014 N 488-ФЗ. Данная стратегия не подходит российской экономике, так как такой вариант наиболее эффективен в условиях существования большого количества мелких частных фирм, в то время как в России экономика обеспечивается небольшим количеством крупных корпораций, о чем свидетельствуют данные ФАС. Применение данной стратегии приводит к чрезмерному использованию экономических ресурсов государства и их быстрому истощению, а также к потере потенциального дохода государства от экспорта продукции, пользующейся наибольшим спросом за рубежом, так как на совершенствование ее качества и увеличение количества выделяется недостаточное количество средств, в то время как на развитие второстепенных отраслей промышленности выделяется излишнее, что приводит к переизбытку продукции этих отраслей на внутреннем рынке.

Следующая проблема российской промышленности, наиболее проявившая себя во время пандемии коронавирусной инфекции, — это недостаточная поддержка со стороны государства предприятий малого и среднего бизнеса, доказываемая низкой долей данного сектора экономики в структуре ВВП России (всего 20%), в то время как в развитых государствах она достигает 50% и более [2, с. 53]. Объясняется это налоговой нагрузкой, с которой часть предпринимателей не справляется, несмотря на введение налоговых льгот и особых кредитных условий, еще более смягченных в условиях существования пандемии, но отягощенных административной нагрузкой, связанной и до обострения эпидемиологической обстановки с бюрократизацией создания предприятий данного сектора экономики, оформления различного рода субсидий и налоговых льгот. Кроме того, часть из новых льгот предоставляется лишь ряду предприятий, относящихся к отраслям, наиболее пострадавшим от существования пандемии, или же предприятиям с высокой доходностью, что существенно снижает круг предприятий, получающих государственную поддержку. Ряд упомянутых мер поддержки, несмотря на эффективность, был принят несвоевременно, в результате часть предприятий малого бизнеса обанкротилась, либо в них произошли существенные сокращения числа работников, что привело к увеличению числа безработных, о чем свидетельствует данные Федеральной государственной службы статистики. Второй проблемой применяемых мер является их возмещающий характер, требующий возвращения денежных средств государству за счет имеющихся у предприятия на момент завершения карантина резервов, которых из-за приостановления деятельности большого числа предприятий индустрии развлечений, общественного питания и еще ряда отраслей сферы услуг в период самоизоляции и требования своевременных выплат зарплат работникам со стороны работодателей без существенной поддержки государства может не существовать. Это привело к тому, что большинству предпринимателей было выгоднее объявить себя банкротами, чем иметь дело с различными законодательными тонкостями, возможностью столкнуться с потерей полученных ранее средств и уголовным преследованием в случае невыполнения условий договоров, заключенных с государственными органами. В результате этого пострадала и промышленная сфера, так как сократились объемы потребления и

распространения товаров, создаваемых различными промышленными отраслями. Другая часть промышленных предприятий малого бизнеса закрылась или же сократила число сотрудников из-за ограниченных условий предоставления льгот, включающих в себя сжатые сроки возврата денежных средств государству, уровень доходности производства в течение прошлого года и др., и установленного моратория на банкротство. Последствием этого стало увеличение числа безработных, сокращение конкуренции на региональных рынках, способное привести в дальнейшем к монополизации региональных рынков, уменьшению доли сектора малого и среднего бизнеса в структуре ВВП Российской Федерации и, соответственно, к замедлению перехода к развитой экономике.

Четвертой проблемой является отсутствие оборудования в сфере станкостроения, возникшее после распада СССР, когда производства инновационной продукции в этой сфере заменил ремонт устаревшей, что было связано с нестабильной экономической обстановкой в стране и недофинансированием тяжелой промышленности. Следствием этого стало отставание России от мировых лидеров машиностроительного производства, способное привести, если не будет проведена реиндустриализация, направленная на автоматизацию и информатизацию данной сферы экономики, к отсутствию конкурентоспособной продукции наукоемких отраслей, способной поставляться на экспорт, уменьшенной на данный момент из-за введения антироссийских санкций, и к зависимости России от импортной продукции [3, с. 591].

Перечисленные выше проблемы требуют решения, а сама национальная промышленная политика – трансформации. Для этого требуется проведение ряда мер.

Прежде всего, необходимо увеличить финансирование и выдачу инвестиционных кредитов предприятиям, нуждающимся в государственной поддержке и предлагающим при этом наиболее инновационную и окупаемую продукцию. Для этого можно использовать банковские активы и резервы золотовалютного фонда, по которым Россия занимает одно из первых мест в мире. Это поспособствует укреплению экономики в целом, так как из-за неиспользования данных ресурсов они обесцениваются, а тем самым государство теряет потенциальную прибыль и уменьшает значения собственных макроэкономических показателей.

Необходимо расширить список мер, используемых для поддержки бизнеса (в частности малого и среднего), так как согласно опросу Центра стратегических разработок введенные ранее меры коснулись лишь 20% предпринимателей. Для того, чтобы исправить это, критерием для оценки степени негативного влияния пандемии и включения в список приоритетных отраслей должно стать падение выручки, поскольку многие отрасли не входят в список пострадавших, несмотря на то, что часть из них (например, строительная и фармакологическая), несут убытки из-за сокращения импортных поставок оборудования и компонентов. Именно эта мера позволит большему числу предприятий получить доступ к льготам, а, следовательно, поможет избежать дестабилизации экономической обстановки и замедления темпов развития экономики. В качестве другой меры поддержки следует использовать снижение налогового обложения прибыли для того, чтобы обеспечить самоинвестирование предприятий. Эта мера приведет к увеличению доходности предприятий и получению новых инвестиций, направленных на реиндустриализацию производства [1].

Кроме того, необходимо выделить приоритетные для экономики отрасли, которыми должны стать машиностроение, электрическое производство, производство компьютеров, электронных и оптических изделий, так как эти отрасли производят оборудование и его необходимые для его создания комплектующие для важных с точки зрения экономической безопасности отраслей. Для обеспечения этого необходимо уменьшить сроки амортизации в Российской Федерации до уровня международных стандартов с целью обновления фондов предприятий, поскольку медленная амортизация является одной из причин вытеснения отечественной продукции импортной, увеличивая зависимость России от импорта и препятствуя созданию конкурентоспособной продукции высокотехнологичных отраслей.

Следующая эффективная мера — информатизация и автоматизация производств указанных выше отраслей, поскольку от их развития зависит доля наукоемких и высокотехнологичных производств в структуре экономики.

Таким образом, можно сделать вывод, что в национальной промышленной политике Российской Федерации существует несколько значимых проблем, приводящих к замедлению темпов роста экономики. Следовательно, для решения данных проблем требуется модернизация, состоящая из ряда мер, включающих в себя выделение приоритетных отраслей, их реиндустриализацию и планирование развития экономики в соответствии с этим, смягчение условий налоговой политики в отношении бизнеса, увеличение инвестирования со стороны государства наиболее важных отраслей экономики Российской Федерации. [6] Данные меры способны наиболее эффективно обеспечить экономическую безопасность государства и увеличить количество экономически активного населения, долю наукоемких и высокотехнологичных отраслей в структуре экономики государства, соответственно, они способны повысить эффективность национальной промышленной политики в качестве инструмента трансформации российской экономики в развитую.

Список литературы:

1. Алиаскарова Ж.А., Асадулаев А.Б., Пашкус В.Ю. Промышленная политика: концептуализация и модернизация в условиях кризиса // Проблемы современной экономики. – 2020. – №2. – С. 73-76.
2. Богачкова Л. Ю., Усачев А. А. Регулирование развития малого и среднего бизнеса в России: проблемы и решения // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3: Экономика. Экология. – 2015. – №3 (25). – С. 52-61.
3. Деев А.А., Соколов М.С. Проблемы реализации государственной промышленной политики России // Российское предпринимательство. – 2016. – Т. 17, №5. – С. 585-596.
4. Инвестиции в России: 2019: Стат.сб. – М.: Росстат, 2019. – 228 с
5. Aliaskarova Zh., Pashkus V., Blagikh I. Proactive Industrial Policy As the Main Strategy for Improving Russia's Competitiveness in the Context of Global Economic Processes // SHS WEB OF CONFERENCES. – Vol. 74. – 2020. – P. 06002.
6. Volkova A.V., Kulakova T.A., Aliaskarova Zh.A. "Smart Regulation" and Models of Civil Cooperation in the Context of Global Challenges. Proceedings of the 17th International Scientific Conference on Globalization and its Socio-Economic Consequences. – Rajecke Teplice, Slovakia, 2017. – Pp. 2903-2910.

***Р.А. Алиаскаров** (бакалавр 2 курса
факультета радиотехнологий связи (РТС) СПбГУТ)*

Научный руководитель: А. Н Логиновская, канд. геогр. наук, доцент кафедры экологической безопасности телекоммуникаций СПбГУТ

О ВЗАИМОСВЯЗИ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ И ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ

Ухудшение экологической обстановки и особенно загрязнение атмосферного воздуха уже давно представляют собой глобальную проблему, что заставляет уделять все большее внимание природоохранным мероприятиям, реализуемым на всех циклах промышленного производства. Атмосферный воздух является очень важной частью окружающей нас природной среды, оказывая огромное влияние как на здоровье человека, так и на многообразие растительного и животного мира. При этом наиболее значимым источником загрязнений выступают промышленные предприятия, не соблюдающие в своей деятельности существующие экологические стандарты. Освещению именно этой злободневной проблемы,

непосредственно затрагивающей как экологическую, так и экономическую политику, и посвящена настоящая статья.

Прежде всего, поговорим об источниках проблемы. Загрязнение воздушной оболочки может быть вызвано как природными, так и антропогенными факторами. Самым крупным искусственным загрязнителем являются промышленные предприятия.

Существуют два типа загрязнения атмосферы:

- Физическое (включающее такие разновидности, как механическое, радиоактивное, электромагнитное, шумовое, а также тепловое загрязнения);
- Химическое (загрязнение аэрозолями и газообразными веществами).

Самыми большими источниками антропогенных аэрозольных загрязнений воздуха являются теплоэлектростанции, потребляющие уголь, так как топливо, сжигаемое в промышленных печах, никогда не бывает полным. На долю таких предприятий приходится более 50 % от общего числа вредных веществ, выбрасываемых в атмосферу. Помимо угарного газа с дымом в воздух попадают несгоревшие частицы: сажа, зола и пыль, которые потом оседают на близлежащие участки земли. Выбросы загрязняющих веществ в основном представляют собой летучие химические вещества, непосредственно смешивающиеся с воздухом. Учитывая тот факт, что промышленные производства зачастую расположены в черте городов, наиболее тревожный уровень загрязнений отмечается в мегаполисах и городах, выполняющих роль промышленных узлов. Однако несмотря на существующие нормы ПДК (предельно допустимой концентрации) веществ в воздухе, за соблюдением которых следят специальные органы, принимающие разнообразные меры по защите (от административной ответственности до закрытия предприятий) [1], данные стандарты все равно нарушаются, что приводит к дальнейшему ухудшению экологической обстановки в промышленно развитых регионах [4].

Второй важный вопрос, требующий рассмотрения, заключается в том, как же идет выбор средств для очистки воздуха? Данные средства подбираются в зависимости от степени загрязнённости воздуха и вида отрасли промышленности: металлургической, химической, деревообрабатывающей, стройиндустрии и т.д. [5].

Одними из самых распространенных являются фильтры для очистки воздуха, подаваемого в помещения, — воздушные фильтры, устанавливаемые в приточных камерах систем вентиляции и кондиционирования.

Также с их помощью производится очистка рециркуляционного воздуха, удаляемого из помещения вытяжными вентиляционными системами, а затем смешиваемого с наружным воздухом, подаваемым в помещения. Рециркуляция применяется для снижения затрат на охлаждение или подогрев воздуха. В случае высокого содержания пыли в воздухе после рециркуляции, очистка воздуха происходит в пылеуловителях.

Для более тонкой очистки воздуха используются пылеосадочные камеры, пыле- и газоуловители, циклоны-разгрузители, различные аппараты для улавливания пыли и мелкодисперсных аэрозолей и другие устройства.

Такая тщательная очистка необходима для предупреждения износа и загрязнения технологического оборудования (вследствие попадания пыли внутрь), а также при производстве микроэлектроники, точных приборов, фотоматериалов и других технологических процессов [6].

Для предприятий всегда открыт большой выбор промышленных воздушных фильтров и пылеуловителей, от самых простейших циклонов и фильтров до фильтровентиляционных агрегатов и фильтрующих секций. Выбор оборудования не является сложным. Их подбором занимаются специализированные компании, которые на основе проведения необходимых расчетов, соответствующих уровню вредности предприятия, самостоятельно создают и предлагают необходимые и оптимальные решения по соблюдению экологических стандартов.

Для решения экологических и экономических проблем существуют биофильтры — обладающие биологическим воздействием реакторы неподвижного слоя для очистки воздуха

или воды. Главной их целью является фильтрация газообразных примесей и растворенных в очищаемом веществе субстанций, а не твердых частиц [4].

Но как же работают эти биофильтры? Биофильтрация представляет собой относительно простой и экономичный процесс очистки отработанного воздуха, содержащего летучие органические соединения и неприятные запахи. При этом микроорганизмы разлагают вредные и пахучие вещества в такие безобидные продукты, как двуокись углерода и вода. Биофильтры используются преимущественно для очистки воздуха.

Биологическая очистка отработанного воздуха использует микроорганизмы, чтобы удалять вредные вещества из воздуха путем микробиологического распада. В роли расщипителей выступают различные микроорганизмы, такие как бактерии или грибы.

Весь процесс сводится к следующему: микроорганизмы превращают вредные вещества с помощью кислорода в углекислоту и воду. Эта реакция может протекать только тогда, когда вредные вещества из газообразного состояния переходят в жидкое, так как вода составляет жизненное пространство микроорганизмов. Поэтому переход вредных веществ в жидкое состояние является важнейшим фактором всех биологических методов. Выживают лишь те микроорганизмы, которые могут лучшим образом приспособиться к господствующим условиям и к питательной базе [3].

Из-за большого загрязнения воздуха на предприятиях стремительно растет количество заболеваний дыхательной и кровеносной системы. В группе наибольшего риска находятся рабочие обрабатывающих производств, которые постоянно вдыхают запыленный воздух.

В таблице 1 представлены предельно допустимые концентрации (ПДК) пылевых взвесей, которыми можно воспользоваться для сопоставления уровней загрязнения предприятия. При этом охрана персонала и забота о нем – это ключи к высокой производительности и экономической прибыли компании [6].

Таблица 1.

Нормы ПДК

Предельно допустимая концентрация пылевых взвесей, вещество	мг/м ³
Асбестоцементная пыль	5
Пыль цементная, апатитная, фосфоритная	5
Гранитная пылевая взвесь	2
Частицы искусственных абразивов	5
Частички растительных и животных материалов (хлопок, бумага, мука, древесина, пух)	2
Стекло и минералы	3
Угольная пыль	2
Алюминий и его сплавы	2
Марганец	0,3
Никель и оксиды	0.5

Но не все компании хотят приобретать различные очистные сооружения, ориентируясь на результаты их производственной деятельности.

В заключение можно сказать, что все эти методы борьбы с загрязнением воздуха не всегда приводят к правильному результату. Все так же компании могут быть уличены в превышении ПДК, но штрафы не сильно влияют на функционирование производств и компаниям легче заплатить минимальный штраф, чем покупать дорогостоящее оборудование. Нет никаких поощрений в сохранении чистоты атмосферного воздуха и экологической безопасности. Эта проблема на данный момент очень остро стоит в больших мегаполисах и в городах с большой концентрацией заводов, которые не могут позволить себе дорогостоящее оборудование, но всячески оберегают окружающую среду.

Одним из методов совершенствования ситуации представляется переориентация экономической и прежде всего промышленной политики, понимаемой в качестве «стратегической деятельности государства, заключающаяся в разработке вектора

приоритетов развития промышленности и создании рамочных условий для его реализации хозяйствующими субъектами» [2, с. 73] в русле «зеленой» экономики. В рамках данной концепции становится возможным не только поддерживать промышленный потенциал предприятий, но и сокращать выбросы углекислого газа и иных вредных веществ, препятствуя деградации экосистемы. Таким образом, только всестороннее следование постулатам Программы Организации Объединенных Наций по окружающей среде (United Nations Environment Programme), в которых особенно подчеркивается роль правительства в стимулировании развития «зеленой» экономики, может обеспечить устойчивый экономический рост, с нулевым уровнем выбросов углерода, сделав рывок к сохранению существующей вокруг нас природной среды.

Список литературы:

1. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях // Собрание законодательства РФ от 7 января 2002 г. № 1 (часть I) ст. 8.21.
2. Алиаскарова Ж.А., Асадулаев А.Б., Пашкус В.Ю. Промышленная политика: концептуализация и модернизация в условиях кризиса // Проблемы современной экономики. – 2020. – №. 2. – С. 73-77.
3. Биофильтры для очистки воздуха – [Электронный ресурс] – <http://www.ecolo.ru/technology/sistemy/biofiltry-dlya-ochistki-vozduha/##y11> (дата обращения: 05.04.2020).
4. Отрасли промышленности – [Электронный ресурс] – <https://karatu.ru/otrasli-promyshlennosti/> (дата обращения: 05.04.2020).
5. Очистные фильтры на заводах – [Электронный ресурс] – <http://www.freevozdux.narod.ru/filters.html> (дата обращения: 05.04.2020).
6. Промышленная очистка воздуха, методы, принципы, системы и установки – [Электронный ресурс] – <https://gas-cleaning.ru/article/ochistka-vozduha> (дата обращения: 05.04.2020).

Д.А. Петров, В.С. Соломенникова
(студенты 1 курса факультета политологии СПбГУ)

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ НА ЭКОНОМИКУ И ТЕМПЫ ЕЕ РОСТА

Начало 2020 года насыщено множеством событий, и их влияние на себе чувствует большая часть населения Земли. В частности сейчас мы переживаем крупнейшую пандемию, подобную которой человечество не наблюдало десятки лет. Впервые неизвестная коронавирусная инфекция была обнаружена в городе Ухань провинции Хубэй, Китай. 11 марта 2020 года ВОЗ охарактеризовал COVID-19 как пандемию. Пандемия – понятие эпидемиологическое, но само явление затрагивает все сферы жизни общества, включая и экономическую. Уже тогда было понимание того, что нависшее над миром заболевание ударит по мировой экономике, в частности ударит и по российской экономике. Например, 12 % российского экспорта приходится на долю Китая, пути с которым на время пандемии были перекрыты премьер-министром Российской Федерации Михаилом Мишустиним. Сфера туризма также несет серьезные убытки: 75 % всех туристов являются гражданами КНР. Таким образом, влияние пандемии на темпы роста экономики очевидно. Другой вопрос, а насколько сильно и каким образом пандемия влияет на экономику в целом.

Для начала необходимо подробно рассмотреть связь между пандемией и экономикой. Человечество не раз наблюдало эпидемии, начиная от гриппа, заканчивая корью, эболой, а сейчас коронавирусной инфекцией. Все эти примеры обладали собственной спецификой. Вспомним и сравним с нынешней ситуацией вспышку Эболы в 2014 году. Эбола не

передавалась воздушно-капельным путем, в отличие от COVID-19, но имела тяжелое течение болезни и высокую смертность. Почему же тогда вирус Эбола не нанесла такого удара по здравоохранению и мировой экономике, в сравнении с COVID-19? Сейчас мы наблюдаем рост инфицированных COVID-19 в геометрической прогрессии. Если на раннем этапе в стране рост инфицированных не был взят под контроль, а это все страны, за исключением ряда азиатских стран, единственным эффективными в борьбе будут являться нефармакологические меры, а именно жесткий карантин. Эффективность карантинных мер мы можем проследить на самом эпицентре инфекции – Ухань, где буквально за пару месяцев рост инфицированных удалось свести к нулю. За 05.05.2020 в Китае наблюдается 83 966 инфицированных, при том, что за сутки к этому числу прибавилось всего 6 инфицированных (по данным JHU CSSE 05.05.2020). Также карантин оказался эффективен и в европейских странах, плотность населения в которых в разы меньше. Например, Германия, несмотря на средний прирост в районе 500 человек ежедневно, постепенно смягчает карантинные меры, малый и средний бизнес активизируется и включается в работу. Карантин вводит страну в экономический спад. Сфера услуг фактически останавливает своё функционирование, и около 40% как национальной, так и мировой экономики парализуется. Прекращают на время своё функционирование заводы и фабрики, замораживаются инвестиционные проекты. Здравоохранение различных стран претерпевает сильнейшую перегрузку, ощущается нехватка больничных коек не только в развивающихся странах, но и в развитых. Германия располагала порядка 30 тысячами аппаратов ИВЛ, которые являются необходимыми для излечения тяжелых пациентов, в апреле свободных мест уже не осталось. Перегруженная система здравоохранения косвенно влияла на экономику. Основная проблема складывается из неопределенности и непредсказуемости вируса. Большинство стран он застал врасплох. Если вирус Эбола удавалось сдерживать в рамках Африки, а случаи заражения за границами эпицентра, COVID-19 за счет заразности в инкубационный период проник в развитые страны и парализовал сильнейшие экономики, такие как США, Великобритания, страны ЕС.

С распространением коронавирусной инфекции, правительства ряда стран предприняло разного рода меры по сдерживанию лавинообразного распространения эпидемии, чтобы места в больницах и медицинский персонал справлялись с наплывом зараженных и использовали имеющиеся медицинские ресурсы наиболее эффективным способом. Ряд мер, предпринятых правительствами, привел к закрытию множества предприятий, которые, в свою очередь, повлияли на другие, не менее важные явления, такие как: мобильность, подрыв доверия общества правительствам, к массовой неопределенности, к ограничениям на поездки.

К сожалению, в условиях продолжающейся пандемии трудно сделать выводы об экономическом ущербе, который будет доставлен странам в связи с распространением COVID-19, однако, можно сделать выводы на основе имеющихся данных. На данный момент, в мире происходит резкое сокращение уровня производства, количества инвестиций, а также расходов. Еще рано говорить о восстановлении производства, однако его степень будет зависеть напрямую от эффективности мер, предпринятых правительствами для поддержки работников государственных и частных компаний.

Итак, для оценки воздействия пандемии, а именно мер сдерживания, предпринятых для борьбы с ней, рассмотрим наиболее уязвимые секторы.

Начнем с того, что в условиях информационного общества в развитых (а в некоторых случаях и в развивающихся) странах преобладает сектор обслуживания (или сфера услуг). Можно взять за основу обслуживание, связанное с непосредственным контактом между потребителем и поставщиком услуги, такие как: салоны красоты, риэлторское дело, туризм, поездки, то предпринятые правительствами меры по социальному дистанцированию явно отрицательно повлияют на развитие данных сфер.

Также произошло закрытие ряда предприятий розничной торговли, ресторанов и кинотеатров, но эти секторы смогли избежать полнейшей экономической изоляции, восполняя потери продажами через интернет.

Можно обратить внимание на строительную сферу, так как доступность рабочей силы была снижена, следовательно, будут временно сокращено инвестирование, что негативно воздействует на данный сектор.

Если затрагивать сферу производителей транспорта/транспортного оборудования, то здесь наблюдается полная остановка производства, так как поставка множества деталей может производиться из других стран, сообщение с которыми также подвержено воздействию мер, принятых по борьбе с пандемией.

Если рассматривать все перечисленные секторы, то их доля приходится на 30-40% от общего объема производства большинства стран. Из этого можно сделать предположение, что первоначальные потери уровня ВВП составляет около 20-25% во многих странах. Но пока что делать выводы о проценте урона рано, так как нельзя сказать, сколько будут действовать меры, принятые правительствами стран, потому что именно от продолжительности этих мер будет зависеть, насколько сильно будет заторможен экономический рост.

Изложенные нами предположения могут варьироваться от страны к стране, так как комплекс мер, принятых правительствами стран, может разительно отличаться. У одной страны он будет наиболее эффективен, у другой – наименее. Следовательно, темпы восстановления разных секторов экономики также будут отличаться. Также можно поговорить и о различии влияния экономических последствий кризиса коронавирусной инфекции на разные регионы внутри страны. Множество регионов может пострадать намного больше, чем другие, от мер по сдерживанию COVID-19, так как большая доля рабочих мест будет в опасности. Регионы с большей долей рабочих мест в секторе местного потребления, туризма, культуры и развлечений потенциально подвержены риску полной остановки экономической деятельности. Политика поддержки рабочих и фирм сглаживает экономический урон, как и интернет торговля, но ситуация в целом тяжелая, так как нельзя отрицать важность этих секторов экономики, как и других.

Говоря о России, важно упомянуть, что один из основных пороков нашей страны – коррупция, мешает нам активно наращивать темпы экономического роста, а в данный момент справляться с возникшим кризисом. В целом, экономика Российской Федерации отличается более низким уровнем производительности, в сравнении с развитыми странами, разительным неравенством в доходах, малым количеством достижений в сфере здравоохранения и науки, как, в прочем, и в образовании. Все эти показатели неоднозначно влияют на темпы нашей экономики, однако, можно с уверенностью сказать о том, что из кризисного положения россияне будут выходить несколько дольше развитых стран. Бедность населения и неравенство в доходах серьезно ограничивают шансы российской экономики стать сильнее после кризиса COVID-19.

Если пандемия, а именно сдерживающие меры, негативно влияют на общие экономические процессы, то экология пострадала в меньшей степени, о чем тоже нельзя говорить со стопроцентной уверенностью. Возьмем для примера Китай, который уже пережил пандемию и возвращается к обычному жизненному укладу. Остановка промышленных предприятий привела к снижению вредных выбросов в атмосферу на 25% в феврале 2020 года по сравнению с тем же месяцем прошлого года. Но и здесь нужны активные действия со стороны правительства, потому что опыт предыдущих кризисов показал, что сокращения выбросов со временем компенсируются. Сокращение вредных выбросов и восстановление природного баланса создадут благоприятную почву для развития здравоохранения, как и здоровья отдельного человека. И здесь можно выделить экономическую выгоду для государств, ведь с улучшением общего уровня здоровья страны произойдет прирост человеческого капитала, а люди – важнейший имеющийся ресурс.

Продолжая говорить о России, не стоит забывать, что помимо пандемии на отечественную экономику обрушилось снижение цен на нефть. Наряду с экспортом природного газа, Россия является лидером среди экспортеров нефти. Эту ситуацию нельзя назвать однозначно отрицательной. Снижение цен на нефть вынуждает Россию прибегнуть к

нововведениям, которые избавят страну от экономической зависимости от природных ресурсов и формирования более широкого и диверсифицированного сектора торговли. С другой стороны, львиная доля доходов России – это нефть и природный газ. В связи с распространением коронавируса спрос на нефть резко снизился. Помимо этого возникла ценовая война между Саудовской Аравией и Российской Федерацией, которая привела к падению цен на нефть в январе 2020 года. Таким образом, наблюдаемое состояние экономики нашей страны – лишь начало худшего. Однако худшее можно избежать. Российская экономика должна переориентироваться на развитие сектора торгуемых товаров.

Дональд Трамп упоминал пандемию испанского гриппа в контексте современных событий. Его мнение также аналогично с множеством других аналитиков. Однако сравнение эпидемии коронавируса и «испанки» не совсем верно. Обратимся к истории. Пандемия испанского гриппа застала мир в период технического прогресса: люди начинали активно передвигаться по планете, что благотворно влияло на распространение вируса. Мир находился на переходном этапе между традиционным и индустриальным обществом. Экономическая структура была иной, а мировой экономики фактически не существовала. Государства мыслили в микроэкономическом ключе, исходя из этого, оказанный пандемией, экономический урон каждого государства в меньшей степени сказывался на соседях, нежели сейчас. В условиях глобализации на первый план вышла мировая экономика. Учитывая выше сказанное, в исследовании влияния пандемии испанского гриппа на экономику американских городов, проведенном членом совета директоров ФРС Серджио Корреа, Стивен Лаком из ФРС Нью-Йорка и Эмилем Вернером из МПТ, сказано, что экономику ждет не рецессия, а временная остановка: города США во время карантина погрузились в экономический спад, однако после показали взрывной рост. Поэтому в ближайшем будущем, после окончания карантина, мы можем наблюдать восстановление мировой экономики, которое, тем не менее, будет происходить постепенно и вероятнее всего медлительно. Moody's ожидает начала восстановления мировой экономики уже во второй половине 2020 года. Ожидаемый кризис – случится, и будет он глубоким, но не затяжным. Средняя цена будет в районе 40-45 долларов за баррель, а в дальнейшем вернется к диапазону 50-70 долларов за баррель.

Итак, сейчас мир переживают одну из серьезнейших болезней за последние десятилетия. COVID-19 страшен тем, что механизмы его функционирования до сих пор не до конца изучены, вакцина находится на стадии разработки, а лавинообразное заражение данной инфекцией приводит к ужасающим последствиям, которые касаются не только отсутствия мест в больницах, нехватки персонала или относительно высокой смертности, но и последствиям, которые связаны с мерами, предпринятыми правительствами разных стран для борьбы с коронаинфекцией. Уже на начальных этапах распространения вируса было понятно, что мир уже не будет прежним, на восстановления порядка и экономического баланса потребуется много времени. Прогнозы неоднозначны, но человечество должно быть готово ко всему, в первую очередь к помощи своим соседям и всему миру.

Список литературы:

1. The Face Mask Global Value Chain in the COVID-19 Outbreak: Evidence and Policy Lessons / OECD Policy Responses to Coronavirus (COVID-19) – [Электронный ресурс] – <http://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/the-face-mask-global-value-chain-in-the-covid-19-outbreak-evidence-and-policy-lessons-a4df866d/>
2. Tackling coronavirus (COVID-19). Contributing to a global effort / OECD. – [Электронный документ] – <http://www.oecd.org/coronavirus/en/>
3. Российская экономическая школа. «Экономическая политика во времена COVID-19». 2020 – [Электронный ресурс] – <https://news.nes.ru/news/resh-predstavlyaet-sbornik-statej-%C2%ABekonomicheskaya-politika-vo-vremena-COVID-19%C2%BB/>
4. Малышева А.Д. Влияние COVID-19 на торгово-экономические отношения России и Китая // Наука и образование сегодня. – 2020. – №4. – С. 15-19. – [Электронный ресурс] –

<https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-covid-19-na-torgovo-ekonomicheskie-otnosheniya-rossii-i-kitaya>

5. Баландина Д.М., Алиаскарова Ж.А., Игнатова А.М. Цифровая экономика: особенности развития и поведения потребителей // Известия Международной академии аграрного образования. – 2020. – № 52. – С. 59-63.

*Н.О. Ольнева (бакалавр 1 курса
факультета политологии СПбГУ)*

АНАЛИЗ ГОСУДАРСТВЕННЫХ МЕР ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В СВЯЗИ COVID-19

С марта 2020 года на территории России действуют беспрецедентные ограничения, связанные с необходимостью предотвращения распространения новой инфекции COVID-19. Эти меры, включающие в себя, в том числе, ограничение передвижения и принудительное закрытие предприятий, несомненно, значительно ухудшили положение предпринимателей.

Кратко рассмотрим, с какими трудностями столкнулись предприниматели в этот период. В данной ситуации, самая основная проблема – падение спроса практически до нуля, а значит и близкая к нулевой отметке выручка, конечно же, ввиду мер по ограничению перемещения внутри городов. Также надо отметить проблемы с импортом в связи с закрытием границ, необходимость сокращения штатов, высокую закредитованность на фоне отсутствия доходов. У многих предпринимателей просто нет финансовой подушки, чтобы позволить себе хотя бы месяц работать с нулевым доходом. Также закрытие предприятий, деятельность которых реализовать дистанционно невозможно.

Из менее значимых проблем – понижение эффективности работы, ввиду сложностей с организацией контроля работы сотрудников, трудящихся удаленно; дополнительные расходы на осуществление санитарных мер в период после ослабления карантинных мер.

Итак, в связи с этими проблемами, с того же марта 2020 года российские власти приняли ряд мер по смягчению воздействия COVID-19 на российскую экономику. Данная работа ставит своей целью систематизировать предпринятые меры и проанализировать их эффективность.

Диапазон мер очень широк и включает, среди прочего, отсрочку налоговых и арендных платежей, приостановку выездных налоговых проверок, продление различных государственных лицензий и разрешений, кредитные каникулы и банковские кредиты по льготным ставкам.

Некоторые меры направлены на широкие категории людей или предприятий, тогда как другие ориентированы на более узкие группы людей, такие как:

- Малые и средние предприятия (МСП), особенно те, которые работают в экономических секторах, наиболее пострадавших от кризиса COVID-19;
- Компании, работающие в наиболее затронутых секторах (утвержденный правительством список наиболее затронутых секторов включает воздушные и автомобильные перевозки, культуру и отдых, спорт, туризм, гостиничный бизнес, общественное питание, непродовольственные товары, образование и т. д.);
- Системно значимые компании, работающие в различных отраслях (по согласованию с Правительственной комиссией по устойчивому развитию российской экономики).

Основными инструментами финансовой поддержки являются банковские кредиты по сниженным процентным ставкам для МСП и других заемщиков. Государство частично

компенсирует банкам потери процентов за счет субсидий. Государственные пособия также доступны.

Центральный банк ввел регуляторные льготы для кредитных организаций с целью стимулирования реструктуризации кредитов. ЦБ РФ также предложил ряд мер для поддержки потенциала кредитных организаций по финансированию российской экономики. Кроме того, он расширил свои программы рефинансирования для кредитов МСП.

Банковские кредиты на оборотный капитал могут предоставляться системно значимым компаниям на срок до 12 месяцев и не более 3 млрд. Руб. На каждого заемщика. Процентная ставка не может превышать 5%. Государство будет покрывать потери банков через субсидии. Заемщики могут также обратиться за государственными гарантиями для обеспечения возврата кредита.

Беспроцентные банковские кредиты для выплаты заработной платы – эта мера охватывает предпринимателей и компании независимо от размера, работающих в наиболее пострадавших секторах. Банки имеют право на государственные субсидии для компенсации потери процентов по таким кредитам на шестимесячный период. Сумма кредита зависит от минимальной установленной законом месячной заработной платы и численности работников. Чтобы получить право, заемщики (кроме малых и микропредприятий) обязаны не увольнять более 10% своих работников в течение этого шестимесячного периода.

Государственная помощь должна выплачиваться МСП, работающим в наиболее затронутых секторах, для покрытия расходов на заработную плату и другие неотложные нужды в апреле и мае 2020 года. Чтобы иметь право на получение гранта, соответствующее МСП должно сохранить занятость на уровне не менее 90 % от уровня марта 2020 года. Размер помощи основывается на минимальной месячной заработной плате и численности работников в марте 2020 года.

Заемщики, являющиеся физическими лицами и МСП, работающими в наиболее затронутых секторах, могут до 30 сентября 2020 года потребовать от кредиторов приостановить платежи по ипотечным кредитам и другим кредитам на срок до шести месяцев. Предприниматели могут вместо отсрочки добиваться сокращения суммы платежей по кредиту в течение льготного периода. Штрафы не начисляются во время кредитных праздников. Чтобы иметь право на кредитный отпуск, физические лица должны были понизить свои доходы более чем на 30% по сравнению со своим среднемесячным доходом в 2019 году. Правительство ограничило основную сумму одного розничного или ипотечного кредита, который падает в рамках этой меры.

Государство предоставляет субсидии банкам, предоставившим МСП, работающим в наиболее затронутых секторах, льготный период до шести месяцев (в отношении кредитов, предоставленных до 1 апреля 2020 года). Сумма субсидий ограничена одной третью процентных платежей, причитающихся с МСП-заемщика в течение льготного периода. Заемщик должен выплатить одну треть процентных платежей, причитающихся за льготный период, и освобождается от уплаты оставшихся двух третей.

Завершения возможны на общих основаниях в соответствии с российским законодательством, но они не имеют прямого отношения к пандемии COVID-19. Тем не менее, органы занятости должны выступить с предложениями, направленными на предотвращение несанкционированного увольнения из-за пандемии COVID-19, и подвергнут работодателей дополнительной проверке в этой связи. Работодатели обязаны оперативно загружать информацию о увольнениях в связи с ликвидацией, увольнением и другую информацию, связанную с трудоустройством, в общероссийскую базу данных вакансий.

В то же время максимальный размер пособия по безработице в 2020 году был увеличен до уровня федеральной минимальной заработной платы (12130 рублей). Для тех, кто был уволен с 1 марта 2020 года, пособие по безработице в апреле-июне 2020 года устанавливается на вышеуказанную максимальную сумму, при этом один из родителей ребенка в возрасте до 18 лет получает дополнительную оплату в размере 3000 руб.

Правительство ввело мораторий на подачу требований о несостоятельности с 6 апреля по 6 октября 2020 года в отношении предпринимателей и компаний, работающих в наиболее затронутых секторах, системно значимых компаний и стратегических предприятий. Обязательство должника подать ходатайство о несостоятельности в некоторых предусмотренных законом случаях приостановлено в течение периода моратория.

Был внесен ряд законодательных изменений, которые затрагивают все компании. Они касаются способов и сроков проведения собраний акционеров, подготовки и раскрытия финансовой отчетности и т. д.

Кроме того, существуют некоторые другие меры, связанные с налогом на прибыль организаций, которые могут использоваться любыми налогоплательщиками (независимо от того, имеют ли они статус МСП), в частности:

- возможность вычета затрат, понесенных при осуществлении определенных санитарных мер и приобретении медицинских изделий, связанных с COVID-19;
- база для расчета ежемесячного авансового налога может быть изменена в любое время в течение 2020 года;
- Кроме того, в отношении почти всех налогов (без учета НДС) для определенных категорий налогоплательщиков были предоставлены специальные отсрочки для налоговой отчетности и платежей (например, для некоторых МСП налоги и социальные отчисления на 2019 год и первый квартал 2020 года отложены на срок до шести месяцев и на второй квартал 2020 года откладываются на срок до четырех месяцев).
- Кроме того, налоги на недвижимость на первый и второй кварталы 2020 года отложены до 30 октября 2020 года и 30 декабря 2020 года соответственно.

Более крупные предприятия, работающие в наиболее затронутых секторах, также имеют право на отсрочку налоговых платежей на срок до 12 месяцев (или в некоторых случаях до пяти лет), которые могут быть предоставлены по заявке (если соблюдены определенные критерии).

Президент поручил правительству определить список договоров об избежание двойного налогообложения, в которые необходимо внести поправки, путем введения 15-процентного удерживаемого налога на дивиденды и проценты, а также обеспечить, чтобы эти договоры были изменены или расторгнуты.

Российские государственные органы постоянно рассматривают новые меры по адаптации к быстро меняющейся ситуации, поэтому после принятия соответствующих законов и положений может последовать новая информация.

Итак, нами проведен анализ ключевых мер по поддержке малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации в период пандемии. Конечно, в теории меры должны работать и помогать малому бизнесу. Однако сможет ли это каким-либо образом смягчить последствия – вопрос спорный и на него невозможно дать однозначный ответ. Сейчас, пока на данный момент не известна дата окончания карантина и противовирусных мер, а потому очень сложно предсказать последствия для малого и среднего бизнеса, равно как и точно предсказать поведение потребителей. Однако некоторые выводы все же можно сделать.

Если обратиться к данным, можно заметить что даже первые недели карантина оказались губительны для малого и среднего бизнеса. По данным Федеральной налоговой службы, уже в марте 2020 года последствия пандемии и первые не такие масштабные противовирусные меры сказались на предпринимателях: прекратили деятельность 66820 индивидуальных предпринимателей. Эта цифра на 77% выше, чем в том же месяце год назад.

Итак, говоря о последствиях, первое, о чем стоит упомянуть, это тот факт, что финансовые убытки малого и среднего бизнеса различных сфер в разы больше, чем финансирование, предоставляемое государством в рамках поддержки. Покрыть убытки от отсутствия спроса, повышения цен и пр. просто невозможно.

Следующее, о чем стоит сказать – налоговые каникулы и отсрочка арендных и иных платежей. Хотя мера и поможет предпринимателям, она всего лишь позволит отсрочить

выплаты, которые неизбежно придется сделать и не способна принести реальной выгоды для малого и среднего бизнеса. Здесь с большой вероятностью можно предвидеть следующий сценарий. В связи с проблемами, которые сейчас испытывает малый и средний бизнес, ожидаемой становится плановая убыточность большинства компаний на следующий налоговый период. Это в большей степени, чем других коснется отраслей, связанных с туризмом и отдыхом (гостиницы), торговли непродуктовыми группами, сферы услуг, и точек питания. Платежи будут неизбежны, а доходы, вероятнее всего, не смогут вернуться на прежний уровень. Есть вероятность срыва выплаты налогов в бюджет.

Следующий момент, который необходим для понимания – необходимость поддержки малого и среднего бизнеса не только разово во время пандемии и ограничений, но также и после – важно также предусмотреть помощь малому и среднему бизнесу в период восстановления после снятия карантинных мер. Вероятнее всего, клиентский поток во многих организациях будет стабилизирован не сразу, а для некоторых отраслей должны пройти не месяцы, а годы. Таким образом, как уже говорилось в предыдущем абзаце, многие предприятия не смогут оплачивать арендные и коммунальные платежи, обслуживание обязательств перед банками и лизинговыми компаниями, срыв договорных обязательств и рост стоимости или ограничение по объемам импортного сырья и оборудования. Долги предприятий будут накапливаться, а ведь надо осознавать, что значительная часть малого и среднего бизнеса в России, – арендаторы точек в торговых центрах и на рынках.

С другой стороны, в период после снятия карантинных мер следует ожидать ужесточения регуляторной нагрузки, роста количества контрольно-надзорных мероприятий, ограничения по количеству клиентов и пр. Это также довольно сильно замедлит темпы восстановления.

Теперь попробуем очертить круг отраслей, которые пострадают в наименьшей степени.

Перспективными выглядят компании, работающие на постоянной основе в сети Интернет или же те, кто смогли настроить бесперебойную работу в удаленном режиме. Можно также предсказать довольно значительное перемещение предпринимателей именно на интернет площадки. То есть из позитивных последствий Covid-19 можно выделить активное развитие сектора интернет торговли, поиск новых решений в этой сфере. Таким образом, программисты, IT-сфера будет значительно развиваться и расширяться.

Перспективными сейчас выглядят ниши:

— разнородные электронные услуги и сервисы автоматизации и программного обеспечения, как уже упоминалось;

— удаленной работы и образования;

— новые СМИ и производство видеоконтента;

— фармацевтика и санитарные принадлежности;

— медицинские услуги;

— новые службы доставки;

— сервисы доставки еды, в частности;

— охранные услуги;

— локализация иностранных товаров и услуг;

То есть все те предприниматели, которые способны работать удаленно или организовать доставку товаров. Также и те, кто непосредственно связан с областью медицины, что особенно актуально в период пандемии.

Однако, не все предприниматели входят в вышеуказанные категории и все способны переориентироваться на новые условия работы.

Тогда выделим те отрасли и направления, которые, наиболее вероятно, полностью не восстановятся или их восстановление займет очень значительный промежуток времени:

- точки общественного питания

- гостиничный бизнес

- другие компании, занятые в сфере туризма и отдыха

- сфера услуг, как уже упоминалось (подразумеваются частные парикмахерские, салоны красоты, фитнес-клубы, кинотеатры, досуговые центры, учреждения образования, розничной непродовольственной торговли и прочие заведения из сегмента услуг);
- также автотранспортные предприятия пассажирских перевозок.

Итак, подводя итог работы, хочется сказать, что уже объявленные федеральные меры по поддержке бизнеса вряд ли окажутся спасительными. Многие предприятия выберут единственный из двух оставшиеся для них исходов - закрытие предприятия или его резкую переориентацию на новую нишу. Возможна ситуация, при которой после выхода из карантина нормальный бизнес будут иметь только сетевые магазины, которые могут себе позволить работать в убыток некоторое время. Масштабы их торговых сетей позволят занять место тех, кто уйдёт.

Таким образом, государственные меры, естественно, принимаются и реализуются по поддержке МСП в России, однако, так или иначе, последствия пандемии для российской экономики и бизнеса колоссальные, а в некоторых случаях – необратимые.

Список литературы:

1. Алиаскарова Ж.А., Асадулаев А.Б., Пашкус В.Ю. Промышленная политика: концептуализация и модернизация в условиях кризиса // Проблемы современной экономики. – 2020. – №2. – С. 73-76.
2. Асадулаев А.Б. Социально-экономическая безопасность России. – СПб.: КультИнформПресс, 2020. – 140 с.
3. Багиев Г.Л., Асаул А.Н. Организация предпринимательской деятельности. Учебное пособие / Под ред. проф. Г.Л. Багиева. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2018. – 231 с.
4. Баландина Д.М., Алиаскарова Ж.А., Игнатова А.М. Цифровая экономика: особенности развития и поведения потребителей // Известия Международной академии аграрного образования. – 2020. – № 52. – С. 59-63.
5. Корсун Т.А Предпринимательство как сфера реализации способностей собственников в современных условиях // Восточно-Сибирского государственного университета технологий и управления (Вестник ВСГУТУ). – 2016. – № 6. – С. 125-131.
6. Обзор: Перечень мер в связи с коронавирусом (COVID-19) (2020) // КонсультантПлюс. – [Электронный документ] – http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_348585/ (дата обращения 04.05.20)
7. Правительство России / Меры Правительства РФ по борьбе с коронавирусной инфекцией (2020). – [Электронный документ] – http://government.ru/support_measures/category/taxes/ (дата обращения 05.05.20)
8. ФНС России / Отчет по форме № 1-ЮР (2020 год). – [Электронный документ] – https://www.nalog.ru/rn77/related_activities/statistics_and_analytics/forms/9558929/ (дата обращения 04.05.20)

А.С. Садакова (бакалавр 1 курса факультета политологии СПбГУ)

ИНДУСТРИЯ 4.0 ДЛЯ РОССИИ

Промышленная революция – это переход от аграрной экономики с преобладанием ручного труда к индустриальной, основанной на машинном производстве. Первая промышленная революция в целом приходится на вторую половину XVIII века и связана с изобретением парового двигателя Джеймсом Уаттом. В период с 1820 по 1900 гг. ВВП на душу населения в ведущих странах Европы увеличился с 1 тыс. до 3 тыс. долларов. Вторая революция произошла в начале XVIII века с изобретением Генри Фордом конвейера. После этого ВВП на душу населения в странах Европы достиг 5 тыс. долларов к 1939 г. Третья

произошла в 1960 - х годах и связана с появлением компьютера. К 1980 г. тот же показатель достиг 14 тыс. долларов. Общим для всех этих революций можно считать то, что все это повышало уровень ВВП, уровень жизни и приводило к социально-политическим изменениям.

В настоящее время всё чаще можно слышать разговоры о наставшей четвертой промышленной революции, получившей название “индустрия 4.0”. Массовое использование термина “индустрия 4.0” (Industry 4.0) связано с основателем и президентом Всемирного экономического форума Клаусом Швабом. Сам термин появился в Германии в 2011 году для обозначения процесса коренного преобразования глобальных цепочек создания стоимости. “Распространяя технологию «умных заводов», четвертая промышленная революция создает мир, в котором виртуальные и физические системы производства гибко взаимодействуют между собой на глобальном уровне. Это обеспечивает полную адаптацию продуктов и создание новых операционных моделей” [6, с. 12]. Сейчас мы стоим у истоков фундаментальной трансформации общественных отношений, революции, не имеющей аналогов по сложности среди других. Благодаря индустрии 4.0. можно ожидать прорыва в таких областях как нанотехнологии, робототехника, цифровые технологии, 3D - печать и др.

Революция позволит промышленности уйти от ориентации на массового потребителя и будет зависеть от предпочтений отдельно каждого человека, наступит глобальная кастомизация [4].

В современном мире все страны развивают свою промышленность с учетом тенденций информатизации. Среди стратегий развития промышленности разных стран можно выделить программу High Value Manufacturing Catapult в Великобритании, Made Different в Бельгии, Fabbrica del Futuro в Италии и другие [8]. Данные страны и являются лидерами в эпоху “индустрии 4.0”.

Анализируя готовность России к принятию концепции “индустрии 4.0” можно прийти к выводу, что страна занимает слабые позиции по производству цифрового оборудования. Это ставит под сомнение успехи в цифровизации экономики. Имеются проблемы, связанные с коррумпированностью институтов власти, ограничению свободы СМИ, практически несменяемостью власти. Всё это является серьезным препятствием для развития современного цифрового производства [5].

Исходя из представленных данных видно, что объем производства России составляет менее 1 % среди рассматриваемых стран. Россия производит меньше, чем Таиланд и Малайзия. А Китай производит примерно в 80 раз больше электронного оптического оборудования (см. рисунок 1). Уже на протяжении 6 лет китайский рынок робототехники является крупнейшим в мире.

Объем производства электронного и оптического оборудования, млрд долл. США						Экспорт телекоммуникационного оборудования, млрд долл. США					
	2000	2005	2010	2015	CAGR 2000-2015		2000	2005	2010	2015	CAGR 2000-2015
Китай	142,9	366,8	806,3	1 449,9	16,7%	Китай	19,5	94,9	180,4	292,2	19,8%
США	115,6	103,0	102,9	120,0	0,3%	США	33,0	30,0	41,3	51,8	3,1%
Индия	10,7	16,7	34,0	17,5	3,4%	Индия	0,1	0,3	2,4	1,3	18,5%
Япония	413,4	320,1	359,5	254,2	-3,2%	Япония	30,5	33,6	24,5	14,1	-5,0%
Германия	81,0	108,4	113,3	90,9	0,8%	Германия	17,1	30,1	22,1	22,2	1,7%
Россия	2,9	9,3	19,7	17,3	12,5%	Россия	0,2	0,3	1,2	1,2	14,9%
Индонезия	7,4	12,2	28,9	14,8	4,8%	Индонезия	3,5	3,0	4,7	2,9	-1,3%
Великобритания	72,7	53,7	41,3	34,5	-4,8%	Великобритания	18,8	26,9	11,0	8,9	-4,9%
Франция	59,5	55,0	49,6	26,6	-5,2%	Франция	14,3	12,6	8,1	7,5	-4,2%
Италия	32,9	45,7	48,7	32,3	-0,1%	Италия	4,1	5,4	4,9	3,7	-0,7%
Корея	107,4	161,6	249,9	235,4	5,4%	Корея	14,4	37,7	38,4	40,9	7,2%
Таиланд	13,1	16,7	31,7	26,0	4,7%	Таиланд	4,0	5,8	8,3	8,3	4,9%
Малайзия	61,9	91,3	79,5	49,2	-1,5%	Малайзия	13,0	13,4	13,1	10,4	-1,5%

Рисунок 1 – Различия в объемах производства и экспорте различных стран

Существование предприятий с высоким уровнем автоматизации в России оставляет желать лучшего. В основном это крупные предприятия, такие как “Газпром” и “Росатом”. Средние и малые предприятия по-прежнему сохраняют большую роль ручного труда и зиждятся на устаревшем советском оборудовании. Но далеко не все предприятия будут готовы вложиться в современное технологическое оборудование. С этим связана проблема дешевой рабочей силы.

“По данным за 2017 г., в секторе занято 1.2 млн. человек (1.7% занятого населения России), объем валовой добавленной стоимости (ВДС) составляет 2211 млрд. руб. (2.7% ВВП). В большинстве развитых стран сектор ИКТ играет существенно более важную роль – его доля в ВДС предпринимательского сектора в странах ОЭСР в 1.6 раза выше, чем в России (5.4 и 3.4% соответственно). От лидеров по этому показателю – Республики Корея, Швеции, Финляндии – наша страна отстает в 2–3 раза” (см. рисунок 2) [3].

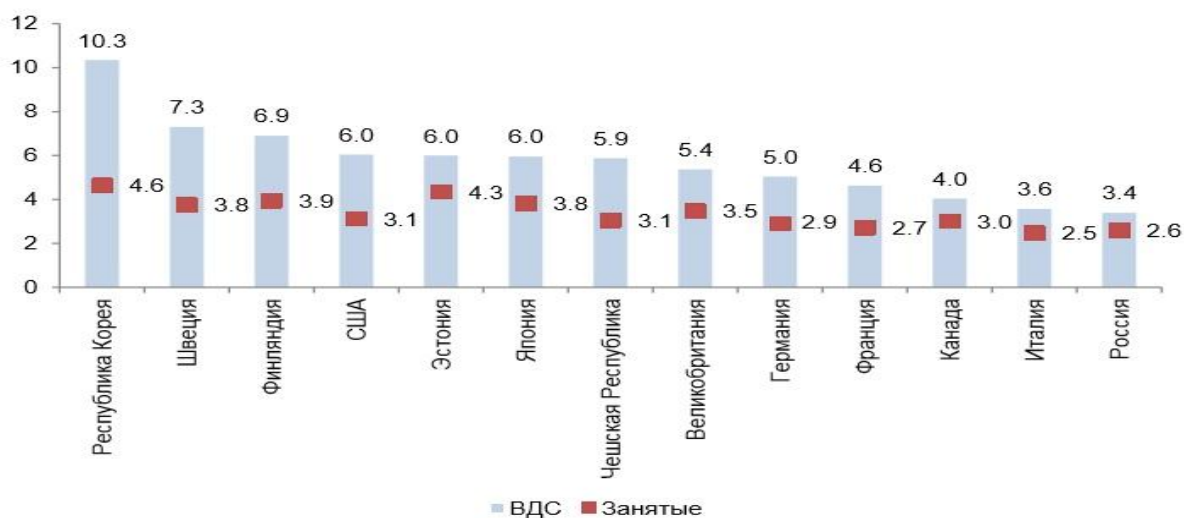


Рисунок 2 – Удельный вес сектора ИКТ в валовой добавленной стоимости предпринимательского сектора и численности занятых в нем по странам: 2017 (%)

Также наблюдается недостаток квалифицированных специалистов в IT - сфере. Существует тенденция их переезда за границу, ведь это в первую очередь более высокий уровень заработной платы. По оценке Института развития интернета в России выпускается более 25 тысяч специалистов, но не все готовы приступить к работе немедленно. У выпускников не хватает достаточной практической базы, ведь большинство ВУЗов ориентируется на фундаментальных теоретических знаниях.

“Базовые отрасли обрабатывающей промышленности России находятся в глубоком кризисе при негативной динамике производства за последние 5 лет. Зависимость отечественной экономики от импорта продукции машиностроения крайне высока.

По мнению J’son & Partners Consulting, к стратегическим разрывам в текущей промышленной политике России следует отнести:

- недооценку роли машиностроения и станкостроения как источника передовых технологий, высокопроизводительного труда и оборудования для всех отраслей экономики (от добычи ископаемых, строительства и сельскохозяйственного производства до машиностроения, цифровой электроники и компонентов), высококвалифицированной и хорошо оплачиваемой рабочей силы;

- недооценку роли отечественных автопроизводителей (в то время как транспортная отрасль является одним из самых перспективных сегментов развития промышленного интернета) и приоритеты поддержки иностранных производителей и импорта промышленных комплектующих;

- недооценку роли обрабатывающих промышленных отраслей в экономическом успехе страны на предмет включения в стратегические национальные приоритеты, формировании отечественной государственной программы Индустрии 4.0 национального масштаба” [1].

В то же время, нельзя говорить об однозначном мнении насчет того, что страна не готова к принятию концепции.

В 2017 году была представлена программа “Цифровая экономика Российской Федерации”. Среди основных ее задач можно выделить развитие компьютерного оборудования, укрепление рынка услуг по обработке и хранению данных.

Согласно Программе «Цифровая экономика Российской Федерации» к 2024 году:

- в России появятся десять предприятий-лидеров в сфере высоких технологий,
- появятся десять цифровых платформ для основных отраслей экономики,
- вузы будут выпускать более 120 тыс. в сфере информационных технологий в год, - доля населения, обладающего цифровыми навыками, составит 40% [2].

Также в России существует программа “Технет”, предложенная для осуществления Президентом РФ В.В. Путиным. Мероприятия данной национальной технологической инициативы позволят РФ стать конкурентоспособной страной по внедрению передовых технологий.

Одной из главных проблем этой революции может стать возрастание уровня безработицы. Компания PwC опубликовала результаты глобального опроса по технологиям, работе и навыках. Лидер мировых рынков в PwC Ричард Олдфрид заявил, что их исследование дает представление о разрыве возможностей, которые для адаптации к автоматизированному миру. К основным положениям опроса можно свести того, что:

- примерно 400 млн. человек потеряют работу, из функции станут выполнять роботы
- 53 % работников считают, что автоматизация сделает их работу устаревшей
- 77 % работников будут вынуждены приобрести новые навыки или полностью переквалифицироваться [7].

Уменьшение роли человека приведет к потере многими людьми рабочих мест. В лучшем случае работникам придется переквалифицироваться. А механизмы переподготовки в нашей стране развиты слабо.

Чтобы достичь роста ВВП необходимо повышать производство товаров и услуг, а это можно сделать благодаря совершенствованию технологического оборудования, использованию современных технологий. Необходимо воспроизводство средств производства, достижение этого уровня развития является основным в индустрию 4.0. Эти задачи и стоят на пути России к четвертой промышленной революции.

Говоря о том, готова ли Россия к наступлению новой промышленной революции, то ответ скорее будет отрицательным. На данном этапе развитию мешает большая роль государственного аппарата, недостаток передового оборудования, утечка профессиональных кадров.

Таким образом, цифровизация экономики – неизбежный процесс. И для того чтобы Россия стояла в одном ряду с передовыми странами и не отстала от ведущих экономик мира необходимо развитие ИКТ, стимулирование введения инноваций в промышленность, поддержка государства.

Список литературы:

1. Аналитический отчет “Перспективы Индустрии 4.0 и цифровизации промышленности в России и мире” (2018) / J’son & Partners Consulting – [Электронный документ] – https://json.tv/ict_telecom_analytics_view/perspektivy-industrii-40-i-tsifrovizatsii-promyshlennosti-v-rossii-i-mire-20180312123158
2. Распоряжение Правительства РФ №1632 - р от 28 июня 2017 г. “Об утверждении программы “Цифровая экономика Российской Федерации” // ГАРАНТ

3. Расчеты ИСИЭЗ НИУ ВШЭ по данным МСЭ, выполненные в рамках Мониторинга сектора интеллектуальных услуг НИУ ВШЭ – [Электронный ресурс] – <https://issek.hse.ru/>
4. Стратегический маркетинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н.А.Пашкус, В.Ю.Пашкус и др. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 225 с.
5. Халин В.Г., Чернова Г.В. Цифровизация и ее влияние на российскую экономику и общество: преимущества, вызовы, угрозы и риски // Управленческое консультирование. – 2018. – № 10. – С. 46-63.
6. Шваб К. Четвертая промышленная революция. – М.: «Эксмо», 2018. – 285 с.
7. PricewaterhouseCoopers: официальный сайт – [Электронный ресурс] – <https://www.pwc.com/gx/en/news-room/press-releases/2019/global-skills-survey-2019.html> (дата обращения: 06.05.2020)
8. Tapscott A. Financial Services Revolution: How Blockchain Is Transforming Money, Markets, and Banking. – Macksville, North Carolina: Barlow Publishing, 2020. – 408 p.

И.С. Еременко (бакалавр 1 курса факультета политологии СПбГУ)

ЗАВИСИМОСТЬ ОТ СЫРЬЕВОГО ЭКСПОРТА – ГАРАНТИЯ ИЛИ УГРОЗА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ

В настоящее время взаимосвязь между темпами экономического развития и степенью обеспеченности природными ресурсами того или иного государства значительно исследована учёными-экономистами разных стран мира. Тем не менее, большая часть фундаментальных исследований в этой области принадлежит англосаксонским авторам, а сами исследования, как правило, рассматривают страны Центральной Азии и Ближнего Востока. Однако в экономической науке в последнее время наметилась тенденция изучения стран с переходной экономикой постсоветского пространства, в число которых входит и Россия, обладающая внушительными запасами углеводородов.

На своих обширных территориях РФ вмещает около 24% разведанных мировых запасов природного газа, а также 5% разведанных мировых запасов нефти, что позволяет ей стабильно входить в первые десятки списков стран мира по добыче и экспорту углеводородного сырья. В частности, Россия занимает второе место в мире по количеству экспортируемой нефти по данным Всемирной книги фактов ЦРУ.

В государственном бюджете доля доходов от продажи углеводородов так же немаленькая. Высокие цены на нефть в начале нового тысячелетия стали основным источником роста российского ВВП. В 2014 году доля нефтегазовых доходов составила колоссальные 51%, что вызвало шквал опасений со стороны экономистов по поводу возрастающей зависимости российской экономики от сырьевой ренты на протяжении последнего десятилетия. Но, несмотря на это, к 2019 году доля данного доходного пункта снизилась всего лишь до 40,8%.

Весной 2020 года Россия столкнулась с новым вызовом времени. 1 мая после долгих прений на протяжении всего апреля в силу вступило историческое соглашение стран-участниц ОПЕК+ по рекордному сокращению добычи нефти (на 9,7 миллионов баррелей в сутки), в число которых входит и РФ. В рамках данной сделки она обязалась сократить добычу нефти на 2,5 миллионов баррелей, что является беспрецедентным событием, заострившим проблему, которая, как стало очевидно, преследует российскую экономическую систему. Она заключается практически в «наркотической» зависимости страны от экспорта сырья и замедленных вследствие этого темпах развития производственного сектора экономики. Такое положение дел часто именуется в экономической среде «эффектом Гронингена» или «голландской болезнью», так как впервые

данный феномен был разобран учёными на примере открытого в 1959 году Гронингенского газового месторождения в Нидерландах.

Начав его разработку и наращивая экспорт газа, Голландия смогла укрепить свою национальную валюту за счёт привлечения иностранных инвестиций и обеспечить рост доходов населения. Однако в скором времени это создало дополнительный спрос на товары и услуги, что привело к росту цен (инфляции), а также увеличению объема импорта. Национальная промышленность начала стремительно сдавать свои позиции иностранным товарам, так как последние стали более доступны для населения, чем местные, а также испытывать трудности и при экспорте, который нацелен, прежде всего, на сырьё. В дальнейшем это повлекло за собой рост безработицы в промышленности, а также ухудшение положения дел бизнеса, не связанного с добычей углеводородов, вследствие того, что добывающая промышленность спровоцировала приток инвестиций и рабочей силы в свой сектор, вызвав соответствующий отток в остальных.

В конце 70-х пресса обратила своё внимание на данный экономический прецедент, а в уже 1982 году австралийским экономистом Максом Корденом и ирландским исследователем Питером Нири в их совместной работе «Стремительно развивающийся сектор и деиндустриализация в малой открытой экономике» была разработана и описана модель новой экономической «болезни», или модель стремительно-развивающегося сектора, которая может быть применена для описания процессов и эффектов ко всем случаям, когда имеет место бурный рост в одном из секторов экономики, но в подавляющем большинстве случаев это связано непосредственно с сырьевой промышленностью.

Их концепция заключалась в том, что, будучи «зараженной», экономика включает в себя три сектора: ориентированный на экспорт сырьевой сектор (*mineral resources sector*); производящий обработанную продукцию торгуемый сектор (*tradable sector*), которую можно как экспортировать, так и импортировать, и неторгуемого сектора (*non-tradable sector*), производящего товары и услуги, которые нельзя экспортировать и которое, соответственно, реализуются лишь на внутреннем национальном рынке.

В таких условиях, когда в сырьевом секторе происходит резкий рост, вызванный обнаружением новых месторождений или интенсивной разработкой старых, данный сектор начинает перетягивать к себе трудовые ресурсы из промышленного сектора, в результате чего в промышленности происходит то, что Макс Корден и Питер Нири называли «прямой деиндустриализацией».

При этом доходы людей, занятых в сырьевом секторе, так же бурно растут и порождают рост потребления, а вместе с ним и спроса на неторгуемые товары и услуги. Это влечёт за собой инфляцию и переход трудовых ресурсов из промышленности в сферу услуг. В результате, в добавок к «прямой деиндустриализации» в промышленности возникает эффект «косвенной деиндустриализации».

Положительным итогом всех этих процессов для страны, подверженной «голландской болезни», становится довольно быстрый и бурный рост добывающего и третичного сектора. Но обратной стороной медали становится полная стагнация или падение производства в обрабатывающей промышленности. Ко всему прочему, ситуацию осложняет рост реального курса национальной валюты и растущая инфляция.

Если при этом правительство бездействует и «болезнь» становится затяжной, то местная обрабатывающая промышленность теряет конкурентоспособность своей продукции на мировом рынке. В дальнейшем страна начинает всё больше отставать в промышленном развитии от других развитых участников рынка и общемировых тенденций, окончательно подсаживаясь на «сырьевую иглу» и попадая в зависимость от цен и запасов углеводородов.

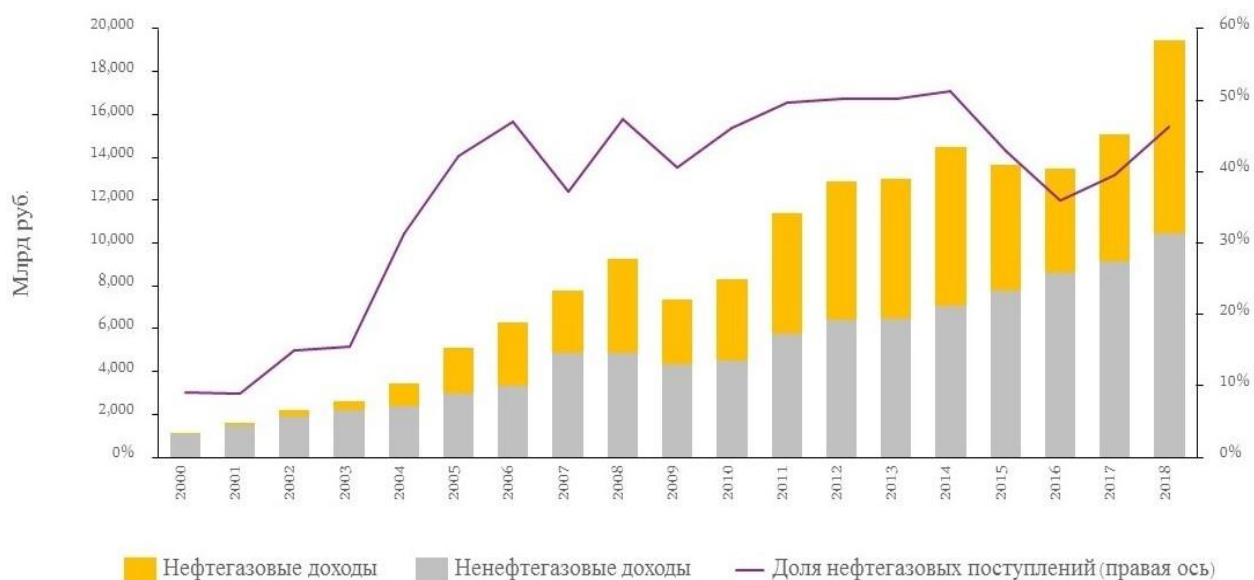
Но справедливо ли применение данной модели для анализа ситуации в российской экономике? По мнению А. Брича, термин «голландская болезнь» в условиях России использовать некорректно, поскольку большая часть запасов нефти и газа была обнаружена и использовалась в ней ещё во времена СССР. По всей видимости, это замечание основано на использовании термина «голландская болезнь» в его узком значении как совокупности

характерных эффектов, происходящих в экономике при обнаружении и разработке новых месторождений сырья. Однако бурный рост цен на углеводороды так же вызывает в стране – чистом экспортере нефти и газа аналогичные процессы вследствие наращивания сырьевой добычи [4; с. 3].

Так как нефтегазовый импорт в Россию незначителен, то можно справедливо утверждать, что она является чистым экспортером, причём имеющим значительную долю на мировом рынке. Обращаясь к истории, можно найти немало примеров в подтверждение, демонстрирующих связь между ценами на мировом нефтегазовом рынке и «заражениями». Например, так было в середине 1970-1980 гг., когда именно рост цен на нефть вызвал эффект «голландской болезни» в Саудовской Аравии, Нигерии и Мексике.

Подобная благоприятная среда для возникновения и развития в России «эффекта Гронингена» возникла в 2000-х годах в период устойчивого роста цен на нефть вплоть до 2008 года. Согласно данным, приведенным ИКСИ, с 2000 по 2008 г. реальный курс российского рубля вырос в 1,1 раза. При этом основной причиной роста был рост цен на энергоносители. Соответственно, в 2,4 раза подешевел конкурирующий импорт. За 6 лет с 2003 по 2008 г. средний рост ВВП составил около 7%, доходы населения росли на 11%, а импорт – на 30% в год [2; с. 147].

Что касается доли нефтегазовых доходов, то данные говорят о том, что вклад нефтяных цен в общие доходы государственного бюджета в 2000-х годах вырос с 8,9% в 2001 году до 46% в 2018 году (см. рисунок 1).



Источники: Министерство финансов Российской Федерации, Росстат, оценка Энергетического центра EY (Центральная, Восточная, Юго-Восточная Европа и Центральная Азия)

Рисунок 1 – Изменение доходов в бюджете Российской Федерации и доли нефтегазовых поступлений

На данном графике (см. рисунок 1) также можно видеть резкие падения доходов от экспорта углеводородного сырья в 2007, 2009 и в 2014-2016 гг., которые напрямую связаны с падениями мировых цен на нефть, мировыми валютными кризисами и введением санкций против России в 2014 году. Ещё более тесная связь между российской экономикой и нефтяными ценами наглядно продемонстрирована графиками на рисунке 2.

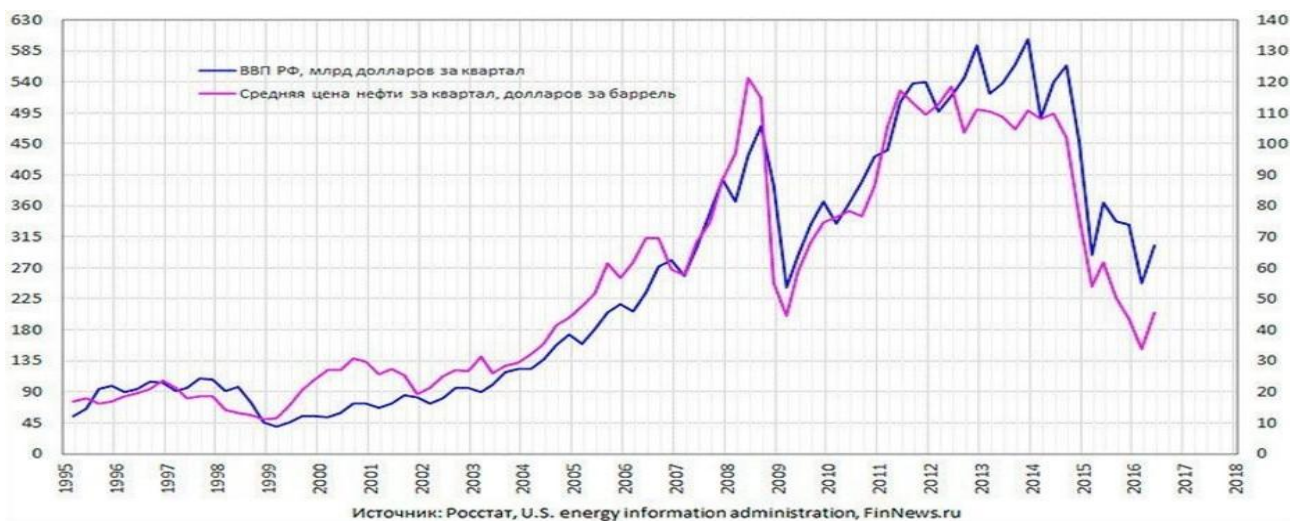


Рисунок 2 – Связь между номинальным ВВП России и мировыми ценами на нефть

Таким образом, представленные данные позволяют констатировать прямую зависимость между мировыми ценами на сырьё (в частности, на нефть) и российским ВВП, а также, в целом, положительную динамику увеличения доли углеводородных доходов в федеральном бюджете РФ и преобладание темпов роста нефтегазовых поступлений над ненефтегазовыми.

Тем не менее, обращаясь к исследованиям в данной области, можно обнаружить, что наличие «голландской болезни» в России – это дискуссионный вопрос, насчёт которого нет даже приблизительного консенсуса.

Ряд исследователей называют низкую мобильность факторов производства причиной слишком слабой выраженности симптомов «голландской болезни» в России, малая интенсивность которых не позволяет поставить подобный диагноз. Одним из таких авторов является экономистка Н.А. Волчкова. Несмотря на это, она подчёркивала: «хотя мы и не наблюдаем в настоящий момент явных признаков распространения в экономике России признаков „голландской болезни“, угроза отрицательного влияния сырьевой зависимости на экономику страны все же остается. И основная причина этого — недостаточно развитые рыночные и государственные институты в стране» [4; с. 6].

Возвращаясь к началу статьи, стоит отметить, что положение дел в российской экономике на начало мая 2020 относительно энергосырьевого экспорта слабо меняется в положительную сторону. После валютного кризиса в 2014 году и уменьшения удельного веса нефтегазовых доходов вследствие падения цен на нефть Россия снова начинает двигаться в сторону большей зависимости от неё. К такому выводу пришли эксперты из Института экономики роста им. Столыпина П.А. совместно с Институтом народнохозяйственного планирования РАН в своём исследовании «Зависимость российской экономики и бюджета от нефти».

Согласно ему, в прошлом [2019] году увеличение доходов всей бюджетной системы на 36% было обеспечено приростом нефтегазовой составляющей. Для отдельно взятого федерального бюджета этот показатель превысил 70%. То есть с этой точки зрения бюджет у нас сегодня зависит от внешнеэкономических условий даже сильнее, чем в 2013-2016 годах, как отмечали эксперты для издания ТАСС.

Таким образом, в настоящее время приоритетными направлениями развития для российской экономики в рамках долгосрочной стратегии являются: развитие несырьевого производственного сектора, масштабная диверсификация экономики и экспорта, а также развитие человеческого капитала. Данный курс является необходимым условием для повышения конкурентоспособности российских товаров на мировом рынке и обеспечения независимости её экономического роста от ценовой конъюнктуры на энергоресурсы. В противном случае, России не удастся добиться устойчивого роста ВВП и способности гибко

реагировать на изменения структуры рынка, который в ближайшие десятилетия будет двигаться в сторону альтернативных источников энергии вследствие ограниченности углеводородных ресурсов, что является прямой угрозой российской экономической безопасности.

Список литературы:

1. Абдулхакова К.Р. Анализ и оценка уровня экономической безопасности России, ее отраслей и регионов // Московский экономический журнал. – 2019. – №11
2. Гневашева В.А. «Голландская болезнь» России? // Международные процессы. – 2016. – Т. 14, №4. – С. 147.
3. Фейгин Г.Ф., Евдокимов П.А. Особенности макроэкономического развития богатых ресурсами национальных хозяйственных систем // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2020. – №3. – С. 17-21.
4. Фетисов Г.Г. «Голландская болезнь» и вступление России в ВТО // Экономика и управление. – 2007. – №2 (28). – С. 3, 6.

О.С. Панькова (бакалавр 1 курса факультета политологии СПбГУ)

«РЕСУРСНОЕ ПРОКЛЯТИЕ» В ЭКОНОМИКЕ РОССИИ

Россия страна, обладающая богатым природным потенциалом, поэтому в последнее время все чаще акцентируется зависимость экономики страны от нефтегазового комплекса, вопрос о необходимости «слезть» с сырьевой иглы.

Основной проблемой российской экономики является ее низкий экономический рост. Прежде всего, это связано с тем, что предшествующий экономический рост был экстенсивного типа, путем использования природного потенциала. Рост ВВП происходил благодаря растущим ценам на нефть и наращиваю добычи, а не модернизации технологии. Соответственно при падении цен на нефть, а также ужесточению санкционного режима, российская экономика претерпела сильный спад.

Для подтверждения моих слов рассмотрим показатели ВВП в рублях, долларах и на душу населения в период 2008 – 2017 года (таблица 1).

Таблица 1.

Показатели ВВП в период 2008 – 2017гг.

Год	ВВП, млрд. руб.	ВВП, млрд. долл.	ВВП на душу насел., долл.
2008	41 276,8	1 661	11 638,73
2009	38 807,2	1 222	8 561,95
2010	46 308,5	1 480	10 671,22
2011	60 282,5	1 885	13 320,22
2012	68 163,9	1 954	14 069,16
2013	73 133,9	2 097	14 467,79
2014	79 199,7	1 849	12 717,69
2015	83 387,2	1 326	8 447,42
2016	86 148,6	1 267	8 058,26
2017	92 037,2	1 578	8 664,06

Источник: данные с таблицы представлены с официального сайта «Росстат» <https://rosinfostat.ru/vvp/>

Реальную картину по динамике ВВП можно отследить в долларовом эквиваленте. После спада в 2009 году экономический рост в России наблюдался с 2010 по 2013 году, после чего последовал сильный спад, однако в 2017 действительно был зафиксирован экономический рост, но фактически объем ВВП 2017 года находится немного выше уровня 2010. Если же рассмотреть показатель ВВП на душу населения в долларах, то здесь наблюдается похожая динамика, с 2013 года – падение, а в 2017 уже небольшой рост, однако нынешний показатель находится на уровне 2009 года.

Для того, чтобы понять много это или мало, сравним ВВП на душу населения в России с другими странами (таблица 2). ВВП на душу населения в России в 2017 году – 8664 тыс.долларов. Мировым лидерам по этому показателю стал Люксембург (108005 тыс. долларов), в Швейцарии – 79348 тыс. долларов, в Норвегии – 72046. Россия по этому показателю не вошла даже в первые 50 стран мира, а оказалась лишь на 72 месте.

Таблица 2.

ВВП на душу населения стран мира 2016-2017 гг.

Место в 2017 г.	Страна	Место в 2016 г.	Объем ВВП на душу населения, долл	
			2017 год	2016 год
1	Люксембург	1	108004.9	104359.32
2	Швейцария	2	79347.76	78179.3
3	Норвегия	3	72046.29	69711.99
4	Катар	4	67269.64	66265.18
5	Макао	5	61365.29	62521.33
6	Исландия	7	60920.39	56113.92
7	США	6	58952.03	57220.2
8	Ирландия	8	57219.6	54464.15
9	Дания	9	55068.22	53104.29
10	Сингапур	10	54052.85	52755.14
72	Россия	73	8664.06	7742.58

Источник: статистическая таблица содержит значения ВВП на душу населения стран мира в 2016, 2017 году по данным международного валютного фонда (МВФ). <https://infotables.ru/statistika/43-ekonomicheskaya-statistika-stran-mira/425-vvp-na-dushu-naseleniya-stran-mira-tablitsa#hcq=LSA2cYr>

Два пути развития «сырьевых» стран. Наличие сырьевых ресурсов предоставляет значительные возможности для интенсивного развития, однако темпы экономического роста в странах – экспортеров сырьевых ресурсов оказываются ниже ожидаемых. Данную закономерность принято обозначать «ресурсным проклятием».

Экономическое развитие в странах, богатых природными ресурсами может протекать по двум альтернативным сценариям. В первом случае, доходы от экспорта сырья позволяют повысить темпы экономического роста. Во втором случае, наличие сырьевых ресурсов может дестабилизировать экономическую ситуацию, сформировать условия для возникновения «ресурсного проклятия».

Такая поляризованность связана с тем, что важно не наличие природных ресурсов само по себе, а сочетание их с развитыми политическими и экономическими институтами. Природные ресурсы – нефть, газ и других природных ископаемые – это положительный фактор, который не гарантирует наличие «ресурсного проклятия». Норвегия, Австралия, Канада – это развитые страны с высоким уровнем жизни (таблица 2 – «показатель ВВП на

душу населения)), низким уровнем неравенства и устойчивыми демократическими институтами. США сегодня производит нефти и газа больше, чем Россия, - и «ресурсное проклятие» там не наблюдается. На самом деле и в целом в развитых странах природных ресурсов на душу населения больше, чем в сырьевых странах. Другое дело, что в них еще в большей степени развит несырьевой сектор, и сектор услуг.

Роль политических институтов и механизме работы «ресурсного проклятия». Не стоит рассматривать «ресурсное проклятие», как чисто экономическую категорию. На деле это более фундаментальная проблема, которая заключается в том, что в богатых ресурсами странами есть проблема с созданием современных экономических и политических институтов.

Нефтяной бизнес очень хорошо глобализован и стандартизован, отлично работает и производит ренту в странах и с хорошими и с плохими институтами. В рамках механизма «ресурсного проклятия» интересен тот факт, что в первом случае нефтяной сектор приносит доходы и увеличивает благосостояние, но в странах с плохими институтами ресурсная рента замедляет становление демократии, во многих случаях разрушает те политические институты, которые там уже были, в свою очередь плохие политические институты уничтожают возможность для экономического роста.

Данная гипотеза подтверждается на примере ряда развитых стран. Например, Норвегия является одной из самых богатых стран в мире. Немало важным фактором данного обстоятельства стало грамотное распоряжение дополнительным доходом от экспорта нефти: создание крупнейшего в мире фонд национального благосостояния, выстраивание эффективной системы управления, а также увеличение вложений в человеческий капитал за счет увеличения расходов на образование.

Существует множество эмпирических исследований, подтверждающих данную гипотезу. Например, исследования В.Тамбовцева и Л.Валитовой, где в качестве показателя институтов используется «демократическая традиция». Работа Х.Мелума, К.Мене и Р.Торвика, в которой отображена связь между богатыми природными ресурсами и их влияние на разрушение институтов.

Ключевой вывод в данных работах заключается в том, что если к моменту открытия природных ресурсов экономические и политические институты достаточно развиты, то негативного влияния от «ресурсного проклятия» можно избежать, в то время как обратная ситуация приводит к разрушению институтов.

Проблема кроется в том, что политики – основные акторы, влияющие на процесс развития институтов, могут быть заинтересованы в экономическом росте, но при этом в большинстве случаев, стремятся получить собственную выгоду в виде ренты. В условиях развитых независимых экономических институтов возможности чиновников по извлечению нефтяной ренты весьма ограничены, что побуждает их к совершенствованию институтов. В противном случае наблюдается противоположная ситуация, при которой наличие огромных ресурсов тормозит развитие институтов, что, в свою очередь, замедляет экономический рост.

Механизмы преодоления «ресурсного проклятия». Для того, чтобы преодолеть «ресурсное проклятие» необходимо проведение диверсифицированной экономической политики, позволяющей направить получаемые от продажи ресурсов доходы на цели экономического развития. Такая политика должна включать в себя следующие направления:

1. Диверсификация экономического сектора. В России сырьевая модель экономики, на деле это означает получение прибыли практически из одного источника. Данная мера позволяет смягчить перекоп в экономике, вызванный преобладанием ресурсной ренты, предоставляет возможность поддерживать несколько выгодных направлений вместо одного, стимулирует экономический рост и развитие. Диверсификация может быть осуществлена с помощью горизонтальной или вертикальной промышленной политики. В первом случае подразумевается расширение действующего производства, за счет внедрения новых производственных технологий, расширению ассортимента продукции, созданию новых

отраслей промышленности, не связанных с добычей ресурсов. Во втором случае создаются стимулы для диверсификации без упора на конкретные секторы.

Для проведения результативной диверсификации необходимо выполнять ряд условий:

А) приоритетное развитие должны получать те отрасли и направления экономики, которые имеют реальную рыночную рентабельность.

Б) параллельно с диверсификацией необходимо совершенствовать государственный менеджмент для того, чтобы снизить стагнационные тенденции и быстро отвечать на изменения рынка.

2. Создание резервных фондов за рубежом. В краткосрочной перспективе данная мера позволяет избежать укрепления национальной валюты и обеспечивает ее конкурентоспособность. Кроме того, это позволяет создавать финансовые резервы на случай экономического спада.

3. Развитие финансовой среды. Данная мера позволяет избежать волатильности макроэкономических показателей, вызванных тем, что высокие цены на сырье вызывают экономический бум, который впоследствии сменяется спадом и приводит к снижению цен. Отсутствие развитой финансовой системы в условиях высокой волатильности приводит к тому, что субъекты рынка могут отказаться от долгосрочных проектов. Также необходимо поддерживать «несырьевой» сектор путем улучшения регулирования банков и рынков ценных бумаг, обеспечению финансового сектора, организацию систем страхования вкладов, создание эффективной судебной системы. В результате, во-первых, происходит смягчение влияния волатильности цен на ресурсы, что позволяет создать дополнительные стимулы для инвестиционной активности. Во-вторых, развитая финансовая система содействует снижению имущественного неравенства, позволяя большему числу людей, привлекать финансы и получать возможности для инвестирования, в том числе в собственное образование.

Преодоление «ресурсного проклятия» успешные кейсы. Преодоление «ресурсного проклятия» труднореализуемая, однако выполнимая задача. Важно отметить, что необходимо обращать внимание не только на экономические показатели – рост и диверсификацию экономики, но и на социальный – развитие демократии. Диверсификация смягчает эффекты «ресурсного проклятия», способствует экономическому росту, обеспечивает поддержание уровня ВВП при исчерпании ресурсов, однако для его избавления необходимо проводить комплексные меры.

Одним из успешных кейсов по преодолению «ресурсного проклятия» посредством диверсификации экономики является Дубай. Благодаря своевременным принятым мерам, Эмират успешно справился с зависимостью от нефти. На «рисунке – 3» видно, что ежегодный рост ВВП, формируемый преимущественно за счет нефтяных секторов, имеет тенденцию к росту. Это стало возможно благодаря успешному развитию в Дубае инфраструктуры и инвестиционной среды, созданию открытой и динамично растущей экономики.



Рисунок – 1 «Диверсификация экономики Дубая»

Основной источник данных: <https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/ae.html>

Малайзия, Индонезия и Чили – длительное время сильно зависели от экспорта полезных ископаемых, с помощью успешной экономической политики, стали примером стран, которым удалось либо переориентировать свои экономики на промышленное производство, либо, как в случае с Чили, расширить ассортимент своего ресурсного экспорта за счет товаров с большей добавленной стоимостью.

Успешная экономическая политика, проводимая в этих государствах, имеет ряд общих черт. Во-первых, правительство не только фокусировалось на стимулировании развития экономики, но и обеспечивало стабильность социального сектора. Во-вторых, приоритетным направлением развития было расширение базы экспортируемых товаров. В-третьих, процесс диверсификации происходил под контролем опытным экономистов, обладавших необходимой компетенцией для того, чтобы суметь оценить все риски. В-четвертых, необходимо отметить слаженную работу специалистов с политической элитой.

Преодоление «ресурсного проклятия» в России

Преодоление «ресурсного проклятия» в России представляется затруднительным за счет ряда дестабилизирующих факторов. Во-первых, слабо развитое институциональное развитие. Демократические политические институты способствуют куда большей вероятности выхода из сырьевой зависимости. Примеры Малайзии, ОАЭ, Саудовской Аравии отличаются от Нигерии, Ирака и Анголы. В первом случае, страны смогли успешно диверсифицировать экономический сектор, в то время как вторая группа стран тратит основную часть доходов на поддержание легитимности. Если сравнивать Россию с другими нефтедобывающими странами она скорее относится ко второй группе. За 15 лет нефтяного бума инвестиции в инфраструктуру практически не выросли (рисунок 2), новой промышленности не построено (рисунок 3), серьезных иностранных инвестиций в несырьевой сектор не привлечено.

На рисунке 2 можно увидеть общую динамику инвестиций в инфраструктуру. Рассматривая период с 2002 – 2015 гг. можно увидеть, что в целом рост годовых потоков не увеличивался, а с 2013г. по настоящее время происходит снижение объема инвестиций.



Рисунок – 2 «Динамика инвестиций в основной капитал и инвестиций в инфраструктуру в 2002-2015 гг., всего (млн. руб., в ценах 2010 года)»

Источник: Росстат

(http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1136971099875)

Динамика промышленного производства в 2000-2019 гг., темп прироста к предыдущему году в %

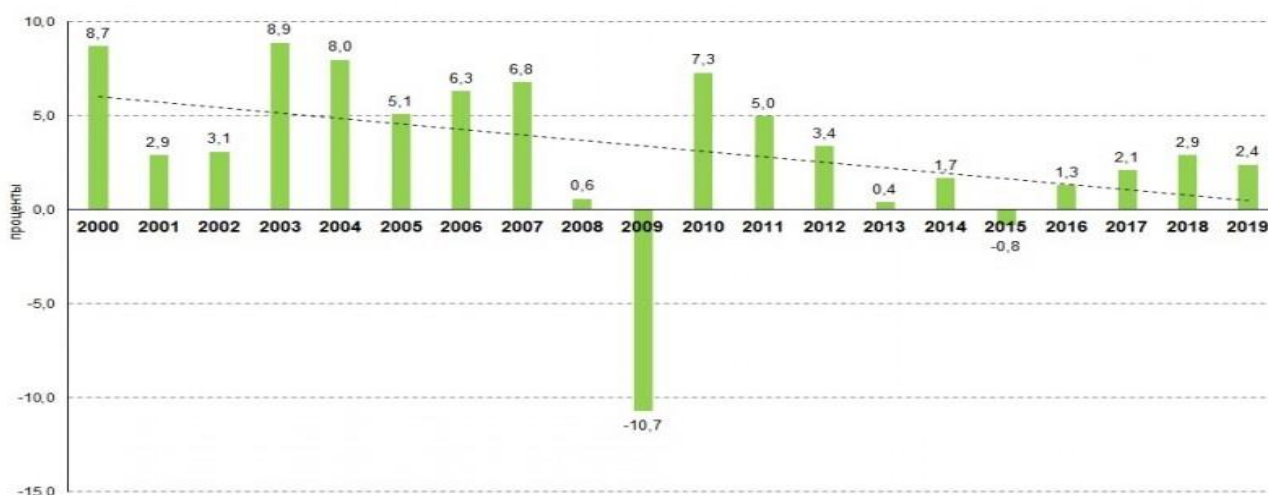


Рисунок – 3 «Динамика промышленного производства в 2000 – 2019гг»

Источник: Росстат «О промышленном производстве в 2019 году»

Во-вторых, доля нефтегазовых доходов бюджета сейчас резко падает, поэтому складывается впечатление, что «проклятие» может отступить естественным путем. Во-третьих, отсутствие необходимых средств для инвестирования в модернизационные проекты. В-четвертых, политическая элита в России ориентирована на проведение только тех реформ, которые позволяют ей сохранять собственные позиции, а не развивать экономику. В-пятых, преодоление «сырьевого проклятия» возможно только в случае интеграции страны в мировую экономику, Россия же идет в обратном направлении.

Россия обладает огромным экономическим потенциалом, благодаря которому можно существенно повысить эффективность использования доходной части от «сырьевой» ренты; модернизировать инфраструктуру; снижать налоги на несырьевой сектор. Однако в ближайшие 10-15 лет фундаментальные изменения не представляются возможными. Таким образом, максимально реализуемый сценарий – это создание условий для «несырьевого» развития, и сектора услуг, стимулирование инвестиций в индустриальный и сервисный сектор.

Список литературы:

1. Гуриев С., Сонин К. Экономика "ресурсного проклятия".// Вопросы экономики. – 2008. – №4. – С. 61-74.
2. Гуриев С., Сонин К., Плеханов А, Экономический механизм сырьевой модели развития // Вопросы экономики. – 2010. – №3. – С. 4-23.
3. Полтерович В., Попов В., Тонис А. Механизмы «ресурсного проклятия» и экономическая политика // Вопросы экономики. – 2007. – № 6. – С. 4-27.
4. Тамбовцев В., Валитова Л. Ресурсная обеспеченность страны и ее политико-экономические последствия // Экономическая политика. – 2007. – Т. 3, № 7. – С. 18-31.

*А.А. Донская (магистрант 2 курса,
факультет технологического менеджмента и инноваций НИУ ИТМО)
Научный руководитель: А.В. Клочкова, к.э.н., доцент,
преподаватель факультета технологического менеджмента и инноваций*

ВНЕДРЕНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ИННОВАЦИЙ В РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ

Актуальность и необходимость внедрения экологических инноваций в России обусловлены развитием научно-технического прогресса, загрязнением окружающей среды и растущей потребностью в нововведениях в сфере экологии. Экологические инновации можно рассматривать как инструмент повышения конкурентоспособности организаций и формирования системы экологических ценностей в обществе. В целях стимулирования внедрения экологических инноваций организациями в России проводится соответствующая государственная политика.

Инновационная деятельность организаций связана с трансформацией идей в технологически новые или усовершенствованные продукты или услуги, внедренные на рынке, в новые или усовершенствованные технологические процессы или способы производства услуг, используемые в практической деятельности. Экологические инновации – это нововведения, реализуемые в рамках технологических, организационных или маркетинговых инноваций и направленные на повышение экологической безопасности как в процессе производства, так и в результате использования инновационной продукции. Экологические инновации являются одним из индикаторов инновационной деятельности [4].

В настоящее время наблюдается тенденция к снижению внедрения экологических инноваций в организациях России. В 2017 году удельный вес организаций, осуществляющих экологические инновации, снизился на 0,5% (см. рис. 1), а затраты, связанные с экологическими инновациями в 2017 году, сократились на 9641,2 млн. руб. (см. рис. 2).

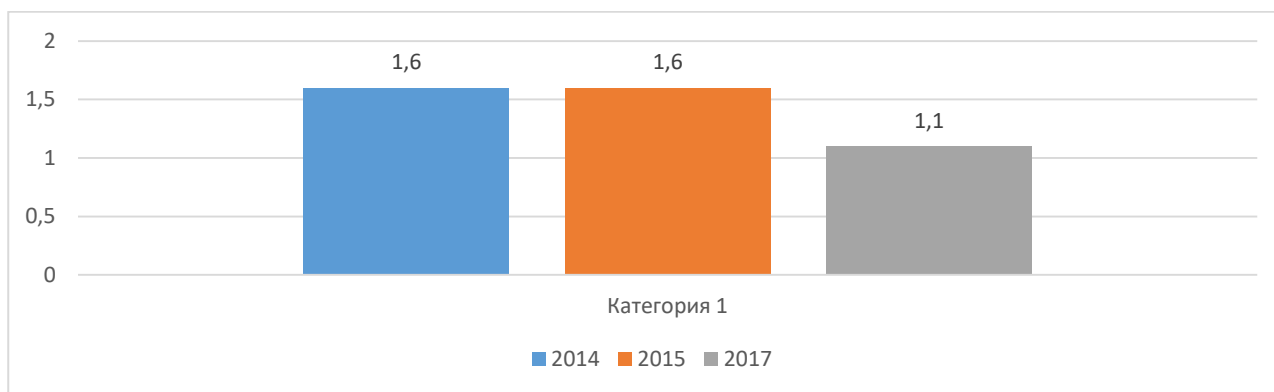


Рисунок 1 – Удельный вес организаций, осуществлявших экологические инновации, % [4]

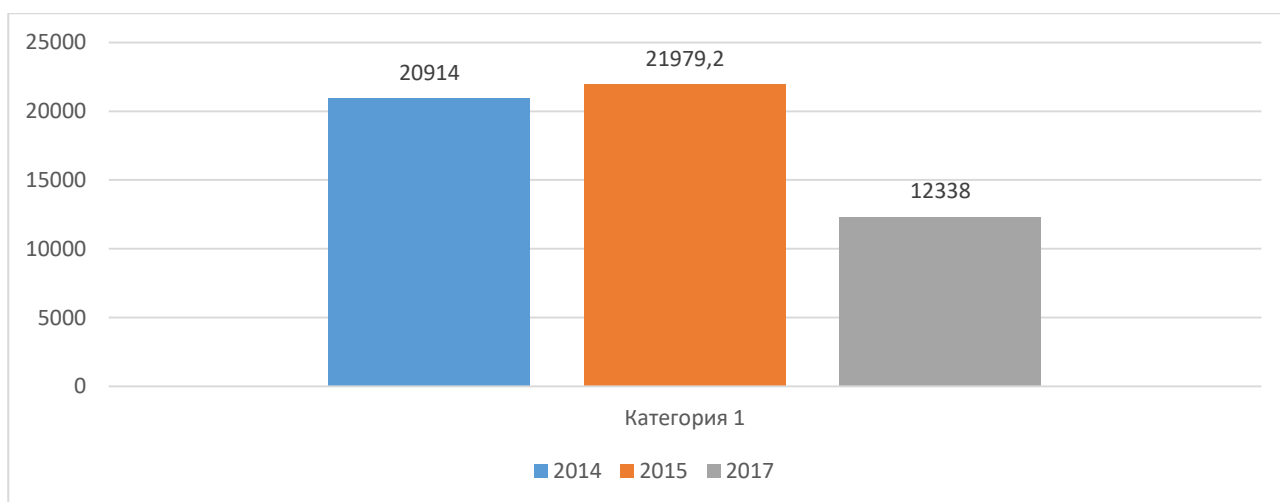


Рисунок 2 – Специальные затраты, связанные с экологическими инновациями, в млн. руб. [4]

Россия в Глобальном индексе инноваций в 2019 году находилась на 46 месте из 129 стран мира. Недостатки инновационной системы России: экологическая устойчивость (по данному показателю на 101 месте) и соответствие систем экологического менеджмента требованиям стандарта ISO 14001 (112 место). [1]

В распоряжении Правительства РФ от 29 мая 2019 года №1124-р утвержден план мероприятий по реализации пункта 2 Указа Президента РФ от 19 апреля 2017 года № 176 «О Стратегии экологической безопасности РФ на период до 2025 года». Согласно разделу II данного распоряжения «Внедрение инновационных и экологически чистых технологий и развитие экологически безопасных производств», планируется:

- реализация мероприятий, предусмотренных федеральным проектом «Внедрение наилучших доступных технологий» национального проекта «Экология»;
- развитие международного сотрудничества и реализация совместных проектов по изучению зарубежного опыта в целях адаптации наилучших доступных технологий для их применения на территории РФ [3].

Внедрение экологических инноваций в российских организациях сталкивается со следующими проблемами:

1. Выполнение требований стандарта ISO 14001 осуществляется организациями на добровольной основе.
2. Государственное регулирование, контроль и мониторинг осуществляется только относительно промышленных предприятий, имеющих значительное негативное воздействие на окружающую среду.
3. Организации, на деятельность которых не распространяется государственное регулирование, не готовы инвестировать в экологические инновации.

В качестве рекомендаций по решению обозначенных проблем предлагается:

1. Создание нормативно-правовой базы экологической ответственности для всех видов организаций.
2. Организациям необходимо соответствовать национальному стандарту системы экологического менеджмента.
3. Проведение экологической политики, способствующей достижению целей организации в сфере экологии, должно быть этапом планирования экологических инноваций (см. рис. 3).

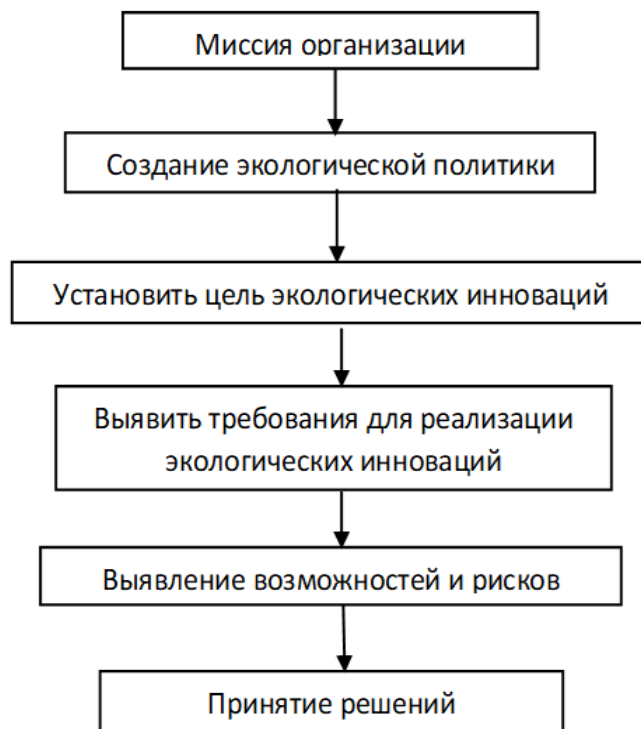


Рисунок 3 – Этапы планирования экологических инноваций

4. Выбор и применение инструментов для осуществления экологических инноваций (см. табл. 1).

Таблица 1.

Инструменты осуществления экологических инноваций

Виды инструментов	Пример использования
Технологические	Использование в производстве вторичного сырья
Организационные	Контроль экологических инноваций (экологический аудит), квалификация работников по работе с экологическими инновациями
Маркетинговые	Дизайн упаковки, призывающий к экологической ответственности, новые рекламные концепции, стимулирующие экологическую ответственность организаций.

4. Стимулировать участие организаций в конкурсе «ТОП – 10 инновационных компаний в сфере экологии», проводимом Министерством природных ресурсов и экологии Российской Федерации и Фондом Росконгресс [2].

5. Проводить оценку результатов внедрения экологических инноваций (см. рис. 5).

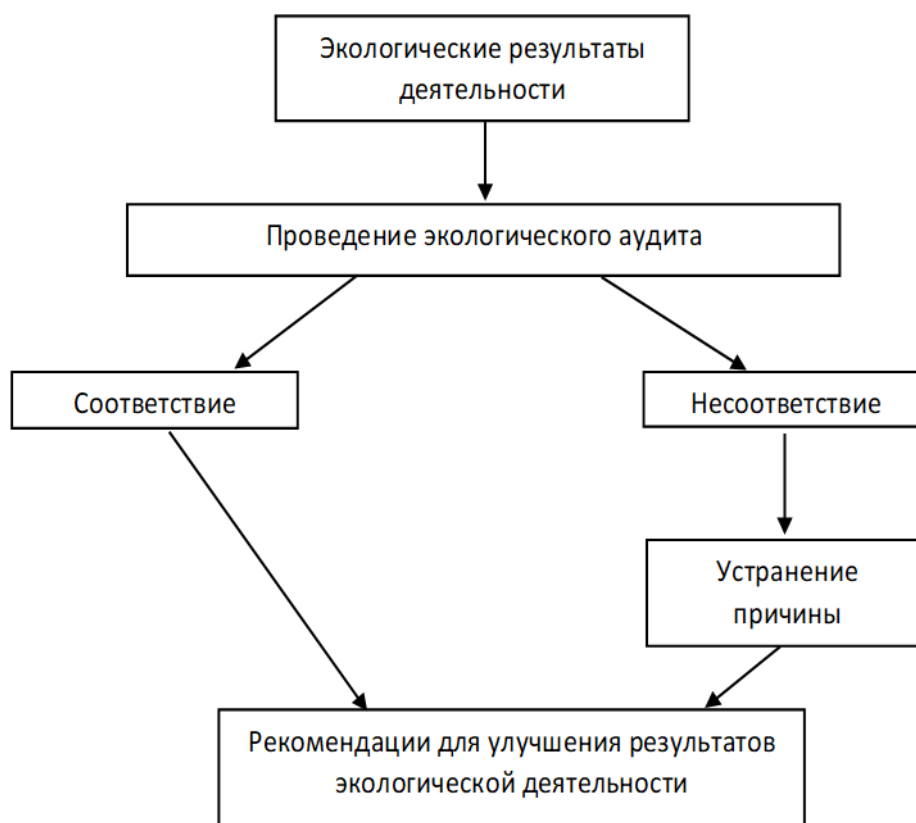


Рисунок 5 – Схема оценки результатов экологической деятельности организации

В заключение можно сделать вывод, что внедрение экологических инноваций в России будет способствовать:

- сохранению и повышению экологической безопасности российской экономики;
- росту качества жизни российского общества;
- повышению конкурентоспособности организаций и росту их экологической ответственности.

Список литературы:

1. Глобальный индекс инноваций: официальный сайт. – [Электронный ресурс] – <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2019-report>
2. Министерство природных ресурсов экологии Российской Федерации: официальный сайт. – [Электронный ресурс] – URL: <http://www.mnr.gov.ru> (дата обращения: 07.02.2020)
3. Правительство Российской Федерации: официальный сайт. – [Электронный ресурс] – <http://government.ru> (дата обращения: 09.02.2020)
4. Федеральная служба государственной статистики: официальный сайт. – [Электронный ресурс] – <https://www.gks.ru> (дата обращения: 20.01.2020)

Д.А. Волкова, А.И. Вьюкова
(студентки 1 курса, факультета политологии СПбГУ)

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ КАК ФАКТОР РОСТА ЭКОНОМИКИ РОССИИ

Аннотация: Данная статья призвана привлечь внимание к проблеме недостаточного развития человеческого капитала в России и указать на возможные перспективы развития экономики России при условии увеличения инвестирования в человеческий капитал.

В условиях современной инновационной экономики происходит значительное усиление конкуренции, поэтому человеческий капитал становится важнейшим фактором экономического роста и определяющим показателем при составлении международных рейтингов.

К сожалению, согласно рейтингу WEF «О глобальной конкурентоспособности» 2018 года [4, с.9]. Россия занимает 43 место (в то время, как Китай, например, занимает 28 место). Таким образом, российская экономика в целом оказывается не способной к высокой конкуренции на мировых рынках товаров и услуг. Такое отставание может объясняться тем, что по большинству показателей, характеризующих уровень развития человеческого капитала, Россия уступает даже многим развивающимся странам.

Для сокращения отставания от крупных современных экономик мира российским правительством был принят комплекс особых мер по повышению уровня и качества человеческого капитала в стране: «Майские указы» Владимира Путина, определяющие развитие страны до 2024 года, а также «Стратегия экономического развития России до 2030 года». В них затрагиваются важнейшие вопросы социального развития, такие как развитие системы здравоохранения, улучшение конкурентоспособности российского образования на международном рынке, а также повышение производительности труда. Таким образом, Правительством Российской Федерации была поставлена цель в ближайшие годы улучшить показатели в сферах, связанных с уровнем человеческого капитала.

В данной статье рассматриваются сценарии развития российской экономики при нынешних условиях и при условии успешного выполнения всех целей, поставленных Правительством РФ по повышению уровня и качества человеческого капитала. Также отмечаются потери, которые может понести отечественная экономика, если мерам по повышению уровня человеческого капитала будет уделено недостаточно внимания.

Определение «человеческого капитала» может варьироваться в зависимости от соотнесенных качеств, выраженных в экономическом аспекте, разнообразию подходов к его измерению и оценке; в науке определение весьма неоднозначное. Однако, в обобщенном виде человеческий капитал предстает как совокупность здоровья, знаний и опыта населения [2].

Первоначально под «человеческим капиталом» понималась лишь совокупность инвестиций в человека, которая повышает его способность к труду, образование, профессиональные навыки. Сам термин в научный оборот был введен лауреатом Нобелевской премии Теодором Шульцем, который сделал многое для раскрытия и понимания человеческого капитала как одного из основных двигателей и фундамента индустриальной, постиндустриальной и информационно-инновационной экономики.

Также весомый вклад в развитие общей теории человеческого капитала внес еще один лауреат Нобелевской премии С. Кузнец, который выделил в качестве первичного фактора роста ВВП уровень национального человеческого капитала.

Рассматривая современные толкования, мы можем обратиться к трактовке данного определения к доктору экономических наук С.М. Климову, который считает, что человеческий капитал – это неотъемлемая категория современной интеллектуализированной экономики. Также он отмечает, что “эффективность использования человеческого капитала в производстве в значительной степени зависит от факторов общественной среды”. Здесь, важно проиллюстрировать то, что эффективное использование человеческого капитала столь же актуально и за пределами производства, т.е. в социальной жизни.

Небольшое рассмотрение теории развития человеческого капитала позволяет сформулировать следующее определение: «человеческий капитал» – это совокупность врожденных способностей и приобретенных навыков человека, его физического здоровья и накопленных знаний, позволяющих обладателю получать определенный доход вследствие их приложения в ходе профессиональной деятельности.

Если обратиться к модели “новой теории экономического роста”, к которой относят модель П. Ромера, то здесь видно, что производственная функция содержит такую переменную, как человеческий капитал.

$$Y = H^{\beta} \times K^{\alpha} \times (L)^{1-\alpha}$$

где H – человеческий капитал.

Рисунок 1 – производственная функция в модели П. Ромера

Данная функция характеризует научные знания и практический опыт, накопленные в процессе обучения. Из модели П. Ромера можно заключить, что страна с развитым уровнем человеческого капитала и развитой наукой в долгосрочной перспективе имеет высокие шансы для экономического роста.

Согласно современным теориям, человеческий капитал имеет две основные формы: осязаемый (вещественный), неосязаемые (невещественный). Вещественный человеческий капитал – издержки, необходимые для физического формирования человека; невещественный человеческий капитал – затраты на общее образование, специальную подготовку.

Национальный человеческий капитал формируется за счет инвестиций в воспитание, образование, культуру, здоровье населения, в повышение квалификации работников, увеличение качества жизни населения.

Индекс человеческого капитала предполагает измерение человеческого капитала, который родившийся “сегодня” человек может накопить к своему 18-летию с учетом всех рисков, связанных с качеством образования и здравоохранения.

Индекс человеческого капитала иллюстрирует количественную оценку основных этапов развития, касающихся их влияния на производительность следующего поколения работников по трем компонентам:

1. Показатель выживаемости. Отражает то, что не все индивиды достигают определенного возраста, приемлемого для получения официального образования;
2. Обучение в школе. Комплекс количественных и качественных данных об образовании;
3. Состояние здоровья. Здесь рассматриваются два показателя: показатель выживаемости взрослых и выживаемости детей в возрасте до 5 лет.

Для расчета уровня и качества человеческого капитала ООН рекомендовала всем странам использовать Индекс человеческого развития (ИЧР). В “Докладе о человеческом развитии 2019” в соответствии с данными за 2018 год, Россия занимает 49 место (0,824), соседствуя с Аргентиной, Беларусью и Казахстаном.

Обращаясь к отчету Всемирного банка об ИЧР, стоит отметить, что Россия (0,73) по уровню человеческого развития уступает таким странам как Словения (0,79), Чехия (0,78), Казахстан и Эстония (оба по 0,75) [5, с.10].

Также, обращаясь к отчетам Министерства финансов Российской Федерации, стоит отметить невысокую долю от ВВП, выделяемую на развитие здравоохранения и образования: расходы России на здравоохранение в процентах от ВВП на 2018 год – 3,2% (например, сравнивая с Германией – 9,5%, Великобританией – 7,5%, Польша – 4,5%) [6, с.10].

При этом, расходы России на образование в процентах от ВВП на 2016 год – 3,7% (например, сравнивая с Кипром – 6,3%, Узбекистан – 5,7%, Чили – 5,3%) [7, с.10].

Недостаточно высокий процент от ВВП, выделяемый на финансирование здравоохранения и образования в России, не может способствовать повышению благосостояния нации и росту производительности труда. [1] Финансирование этих сфер наиболее важно для повышения качества человеческого капитала, а соответственно, и ускорения темпов экономического роста.

Оценивая сегодняшнюю социально-экономическую ситуацию в России, будет корректно выделить два наиболее ценных экономических ресурса: природные богатства и человеческий капитал. Если в отношении природных богатств схема регулирования этого ресурса доведена практически до совершенства, то человеческий капитал неукоснительно

требует изучения. В процессе экономического развития прослеживается эффект замещения физического капитала накоплением капитала человеческого [2].

Роль человеческого капитала в условиях непрерывного развития экономики растет. Мировая практика показывает, что устойчивое развитие экономики невозможно без преумножения человеческого капитала. Согласно данным Всемирного банка в развитых странах 64% активов в структуре экономики приходится на человеческий капитал. Следует отметить, что за 2017 год в России человеческий капитал составил 46% – почти половину всего совокупного богатства. Структура совокупного богатства России за 2017 год в оценке Всемирного банка выглядит примерно следующим образом:

1. человеческий капитал – 46%;
2. произведенный капитал – 33%;
3. природный капитал – 25% (15% - невозобновляемые источники; 5% - возобновляемые);
4. чистые иностранные активы – 1%

Приведенные данные указаны на выступлении Всемирного банка со специальным докладом “Насколько богата Россия”. Говоря о подсчитанной экспертной оценке, следует отметить, что показатель уровня человеческого капитала для “сырьевой державы” действительно высокий, однако, до среднего показателя развитых стран (около 70%) достаточно далеко [8, с.10].

На данный момент, несомненно, остается актуальной проблема невысокого положения России в рейтингах конкурентоспособности экономики и общего богатства населения. Такое положение в рейтингах может, объясняться недостаточно эффективным использованием человеческого капитала, как на уровне национальной экономики, так и внутри регионов и отдельных организациях.

Институт демографии НИУ ВШЭ при участии Всемирного банка подготовили доклад, включающий в себя сценарии роста российской экономики с учетом вклада человеческого капитала. Исследователи прогнозируют два сценария - инерционный и целевой [9, с.10].

Инерционный сценарий. Данный сценарий основан на демографическом прогнозе Института демографии НИУ ВШЭ. Он предполагает, что к 2035 году снизится общая численность населения на 1,7 млн. при сокращении трудоспособного населения на 5,4 млн. человек. В этот сценарий заложено повышение пенсионного возраста. В долгосрочной перспективе прогнозируется старение структуры занятости. Таким образом, прогнозируемое к 2024 году изменение возрастной структуры населения приводит к соответствующему изменению возрастной структуры занятости. При снижении доли занятых в возрасте 15–34 года с 33,7 до 26,7% доля занятых в возрасте 35 лет и более растет с 66,3 до 73,3%.

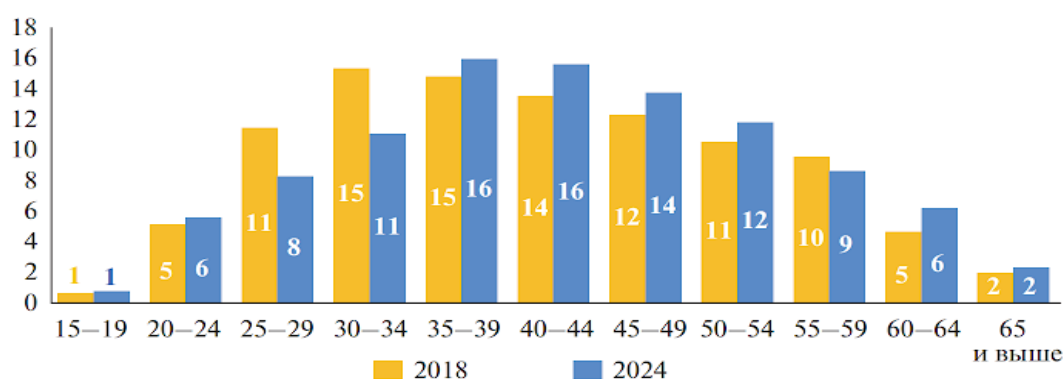


Рисунок 2 – Распределение численности занятых по возрастным группам, % от общей численности

Про заработную плату: под влиянием демографического фактора средняя заработная плата снизится на 0,8% (2024г. к 2018).

Про образование: инерционный сценарий предполагает сохранение продолжительности образования и результатов тестов на текущем уровне: 13,8 года обучения из 14 по данным за 2016 г., 538 баллов из 625 по данным за 2015 г.

Про показатели здоровья: коэффициент выживаемости детей до 5 лет к 2035 года повысится до 0,995, а взрослых в трудоспособном возрасте – до 0,87.

Про индекс человеческого капитала: на рисунке №3 приведена динамика индекса человеческого капитала в рамках инерционного сценария. Согласно подсчетам, в данном сценарии индекс человеческого капитала к 2035г. увеличится незначительно – до 0,77.

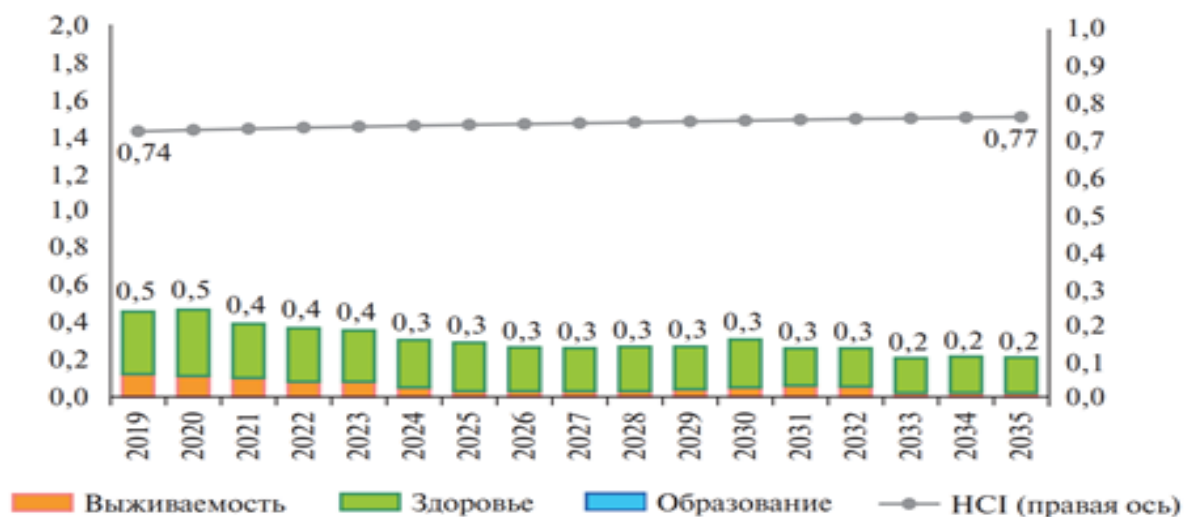


Рисунок 3 – Индекс человеческого капитала, а также прирост индекса человеческого капитала и его компонент (инерционный сценарий)

Таким образом, инерционный сценарий предполагает сохранение сложившейся умеренной динамики ВВП. В соответствии с этим сценарием производительность труда также растет сравнительно медленно, что оказывает сдерживающее воздействие на динамику зарплат. Ухудшение структуры рынка труда в сочетании с плохой демографией почти сводит на нет положительный эффект от роста зарплат, обусловленный повышением производительности труда.

Целевой сценарий. В этом сценарии заложена успешная реализация комплекса мер, направленных на рост уровня человеческого капитала.

В этом сценарии эффективная демографическая политика и улучшения в системе здравоохранения приводят к росту рождаемости, к снижению смертности, к повышению ожидаемой продолжительности жизни и миграционного прироста. Все это позволяет преодолеть тенденцию к сокращению общей численности населения и существенно замедлить снижение численности населения трудоспособных возрастов.

В результате отрицательный вклад количества труда в этом сценарии в 2019-2025 гг. сократится до 0,15 п.п. ВВП, а в 2026-2035 гг. этот вклад станет практически нулевым.

В целевом сценарии использовалась предпосылка о постепенном улучшении показателей образования: достижение продолжительности обучения 14 лет к 2025 г., а также равномерное повышение результатов тестирования до максимального уровня к 2035 г.

Более высокие показатели здоровья взрослого населения, а также высокая динамика оценок уровня образования ведут к увеличению оценок индекса человеческого капитала до 0,95 к 2035 г.

Такое повышение индекса может обеспечить рост вклада человеческого капитала в увеличение ВВП до 0,7–0,8 п.п. в год.

Таким образом, чтобы избежать негативных аспектов инерционного сценария, следует принять комплекс мер, направленных на рост уровня человеческого капитала. Для повышения темпов экономического роста следует повысить долю инфраструктурного

капитала, а также создать благоприятные условия для частных инвестиций в расширение малого и среднего бизнеса. Также следует направить усилия на повышение конкурентоспособности профессионального образования и курсов повышения квалификации.

Меры Правительства по улучшению уровня и качества человеческого капитала.

В важнейшем документе, определяющем курс развития страны на несколько лет вперед («Стратегии экономического развития России до 2030 года») отмечено, что «стратегическая задача – реализовать потенциал народа России», т.е. речь идет о развитии человеческого капитала страны. Приоритетными целями становятся создание высокопроизводительных рабочих мест и рост производительности труда в ключевых секторах экономики. Увеличение производительности труда действительно необходимо России на сегодняшний день. Это поможет сдерживать инфляцию, сохранит рабочие места и в целом улучшит качество жизни. [3]

Из послания президента РФ Федеральному Собранию от 1 марта 2018г. отмечается следующее направление – увеличение ВВП страны на 40% и рост числа занятых с 19 млн. до 25 млн. человек. Данный запланированный прирост Президент связывает с осуществлением модернизации системы профессионального образования, организации центров опережающей профессиональной переподготовки и повышения квалификации для уже работающих граждан; предлагается увеличить не менее, чем в два раза количество талантливой молодежи из других стран, обучающейся в высших заведениях России, а также создать условия, чтобы впоследствии закончившие обучение иностранные студенты оставались работать в России.

Национальный проект “Образование” имеет целью обеспечить глобальную конкуренцию российского образования (к концу 2024 года планируется вхождение России в число 10 ведущих стран мира по качеству общего образования). Предполагается осуществление “интернетификации” образовательного процесса, что сократит разрыв в возможностях между учащимися в крупных городах и маленьких населенных пунктах. Также учтены меры для выявления, поддержки и развития талантов у детей и молодежи, создание условий для раннего развития детей (до трех лет), внедрение гибких и адаптивных учебных программ для углубленного изучения определенных предметов.

Существующая государственная программа “развитие здравоохранения” имеет следующие цели: снижение к 2024 году смертности населения трудоспособного возраста до 350 случаев на 100 тыс. населения; снижение к 2024 году смертности от болезней системы кровообращения до 450 случаев на 100 тыс. населения; снижение к 2024 году смертности от новообразований, в том числе от злокачественных, до 185 случаев на 100 тыс. населения; снижение к 2024 году младенческой смертности до 4,5 случая на 1 тыс. родившихся живыми.

“Чтобы обеспечить прорывное развитие, вывести на новый уровень образование и здравоохранение, качество городской среды и инфраструктуры, в ближайшие шесть лет нам потребуется направить на эти цели значительные дополнительные финансовые ресурсы” – из послания Президента Федеральному Собранию 1 марта 2018 года отмечаем, что государственная власть уделяет особое внимание перечисленным сферам для их дополнительного финансирования, что подчеркивает важность цели увеличения уровня человеческого капитала в национальных масштабах. Таким образом, следует отметить фокус на развитие человеческого капитала как посредника прироста ВВП, а значит одного из важнейших факторов экономического роста.

Заключение. Изучение человеческого капитала как важнейшего фактора экономического роста в России привело к следующим заключениям:

1. Россия находится на недостаточно высоком уровне в рейтингах конкурентоспособности. Это вызвано, прежде всего, низкой эффективностью использования человеческого капитала.

2. Человеческий капитал признан важнейшим фактором роста экономики и национального благосостояния. Национальный человеческий капитал формируется за счет инвестиций в воспитание, образование, культуру, здоровье населения, в повышение квалификации работников, увеличение качества жизни населения.

3. Для сравнения стран по уровню и качеству человеческого капитала используют, прежде всего, Индекс человеческого развития.

4. В соответствии с данным индексом, показатели человеческого капитала в России не достигают уровня развитых стран.

5. Правительство РФ разрабатывает определенные меры для достижения наиболее высоких показателей человеческого капитала и ВВП, в первую очередь, направленных на модернизацию системы профессионального образования, развитие здравоохранения, а также создание рабочих мест и рост производительности труда.

6. К сожалению, на данный момент, ожидается, что меры, разработанные Правительством, не будут выполнены в полной мере. Это объясняется различными факторами: от форс-мажорных обстоятельств (таких как текущая пандемия и ухудшения экономической ситуации в мире) до внутрироссийских структурных проблем. Однако цели должны в любом случае служить нам ориентиром для улучшения социально-экономической ситуации в стране.

Список литературы:

1. Волкова А.В. Управляемость государства в условиях глобализации: проблема формирования публичных ценностей // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭК. – 2013. – Т. 9, № 4. – С. 70-82.
2. Социально-культурная сфера в новой экономике: от развития образования до арт-рынка. Коллективная монография / Под ред. Н.М. Старобинской. – СПб: КультИнформПресс, 2019. – 164 с.
3. Aliaskarova Zh., Pashkus V., Blagikh I. Proactive Industrial Policy As the Main Strategy for Improving Russia's Competitiveness in the Context of Global Economic Processes // SHS WEB OF CONFERENCES. – Vol. 74. – 2020. – P. 06002.
4. Доклад о глобальной конкурентоспособности 2018 года – [Электронный ресурс] – <https://www.weforum.org/reports/the-global-competitiveness-report-2018> (07.05.2020).
5. Отчет Всемирного банка об Индексе человеческого развития на 2018 год – [Электронный ресурс] – <https://www.worldbank.org/en/data/interactive/2018/10/18/human-capital-index-and-components-2018>, (07.05.2020).
6. Журнал «Оргздрав. Вестник ВШОУЗ» – [Электронный ресурс] – <https://www.vshouz.ru/journal/2019-god/finansirovanie-zdravookhraneniya-v-rossii-2021-2024-gg-> (07.05.2020).
7. Кноема Enterprise о государственных расходах на образование в процентах от ВВП – [Электронный ресурс] – <https://knoema.ru/atlas/topics/Образование/Финансирование-образования/Государственные-расходы-на-образование-percent-от-ВВП>, (07.05.2020).
8. Специальный доклад Всемирного банка «Насколько богата Россия» – [Электронный ресурс] – <https://www.vsemirnyjbank.org/ru/country/russia/publication/how-wealthy-is-russia>, свободный (07.05.2020).
9. Доклад НИУ ВШЭ «Сценарии роста российской экономики с учетом вклада человеческого капитала» – [Электронный ресурс] – https://www.hse.ru/data/2019/04/12/1178004658/1%20Сценарии_роста.pdf, свободный — (07.05.2020).

*В.Д. Алёшин (магистрант 1 курса,
Института экономики и управления РГПУ им. А.И. Герцена)*

*Научный руководитель: Н.А. Шапиро, д.э.н., профессор, профессор кафедры экономической
теории и экономического образования РГПУ им. А.И. Герцена*

ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

Аннотация. В статье раскрываются методы оценки человеческого капитала разработанные в теории человеческого капитала для отдельной семьи, фирмы и межстрановых исследований экономики в целом. Показано использование индекса человеческого развития (ИЧР) – как эквивалента показателя человеческого капитала, используемого в международных сравнениях и воплощающий в себе информацию о здоровье, образовании и доходах людей.

Проблема экономического роста практически никогда не утрачивает актуальности для экономической теории и практики потому, что меняющиеся условия жизни воспроизводят проблему роста каждый раз на новом уровне и в новых обстоятельствах. Изменение обстоятельств связано не только со стабильностью прогресса, но и реверсивными процессами, вызванными противоречиями и социально-политическими конфликтами, экономическими кризисами, эпидемиями и различного рода природными катаклизмами. Состояние экономической нестабильности и снижение темпов экономического роста в масштабах глобальной экономики привлекает внимание к факторам экономического роста, к оценке их влияния каждый раз, когда любой из факторов нестабильности имеет место.

Человеческий капитал при интеллектуализации производственных процессов рассматривается как важный элемент экономического роста. Проблема оценки человеческого капитала логично возникает вслед за его качественной характеристикой. Адекватная оценка развития человеческого капитала положительно влияет на понимание как причин негативных, так и позитивных факторов развития.

На человеческом капитале построено всё, начиная от общества и заканчивая производством и удовлетворением человеческих потребностей. Это те знания, умения и навыки, которые передаются и осваиваются людьми на протяжении всей их жизни.

Следует отметить, что концепция человеческого капитала с момента своего появления не игнорировала вопросы оценки [2]. Так, Дж. Минсер первым стал писать о «человеческом капитале» в конце 50-х годов XX века, он же предложил метод оценки вложений в человеческий капитал через функцию логарифма заработной платы в виде суммы количества лет обучения и квадратичной функции от количества лет трудового стажа [5].

$$\ln w = f(s, x) = \ln w_0 + ps + \beta_1 x + \beta_2 x^2,$$

где w - это заработная плата (w_0 - заработная плата человека без образования и без опыта работы); s – это количество лет обучения; x – количество лет трудового стажа. Параметры p и β_1, β_2 интерпретируются как вклад обучения и опыта соответственно.

Метод количественной оценки Дж. Минсер широко применяется в экономике труда.

Концепция человеческого капитала в экономической теории как автономном разделе экономического анализа была развита Т. Шульцом и Г. Беккером, последним была предложена модель, описанная в книге «Человеческий капитал» [3].

Модель Г. Беккера строится на классической экономической идеи рационального поведения: родители ведут себя рационально, вкладывая средства в обучение и воспитание детей. Как профессиональные предприниматели, родители сопоставляют ожидаемую отдачу от своих инвестиций с отдачей от альтернативных инвестиций. Решение о продолжении обучения будет зависеть от того, что экономически целесообразно. Низкие нормы прибыли – минимум недоинвестирования, низкие – реинвестирование средств.

По причине того, что практически все составляющие интеллектуального капитала в итоге оказываются результатом применения интеллекта и профессиональных навыков, исследования в сфере человеческого капитала будут ещё долгое время объектом изучения управленческого и экономического анализа.

Таким образом, регулятором распределения инвестиций между различными типами и уровнями образования выступает норма отдачи. Этот критерий может быть использован как 1) в частном случае семьи, 2) для отдельной фирмы, 3) в межстрановых сравнениях.

В современной учебной литературе методы оценки человеческого капитала фирмы представлены, как правило, следующим образом:

- метод экспертный – оценка качественных характеристик конкретных работников, а также оценку трудового вклада работников в прибыль компании;
- метод затрат – включает в себя подсчет затрат на персонал, охрану и улучшение условий труда, расходы на обучение и повышение квалификации;
- метод анализа – анализирует затраты фирмы, связанные не с содержанием персонала, а с его приобретением и заменой;
- метод перспективной стоимости человеческого капитала – учитывает динамику стоимости человеческого капитала в перспективе на 3, 5, 10 и 25 лет. Недостаток данного подхода - это вероятность ухода работника, зависящая от большого ряда факторов, большинство из которых практически невозможно предсказать;
- финансовый метод – величина человеческого капитала определяется как разность между общей рыночной стоимостью компании и стоимостью ее материальных и нематериальных активов. Недостаток этого метода в том, что нет присутствия четкой методологии стоимости информационного структурного и клиентского капитала.

Можно проследить то, что каждый из вышеперечисленных методов оценивает человеческий капитал либо со стороны денежной составляющей (затраты), либо со стороны эффективной деятельности работника. Но не один из них не оценивает человеческий капитал в рамках личностных качеств работника или (soft-skills), которые играют тоже немаловажную роль в эффективности работы предприятия.

Отсутствие данных методов в числе общепринятых можно трактовать тем, что достаточно сложно точно проанализировать личные качества каждого сотрудника, кроме того, это и не нужно большинству предприятий из-за того, что для них главное, чтобы сотрудник выполнял систематически работу и приносил прибыль компании. Но это касается только масштабных производств или однотипной монотонной работы, не требующей творческого или инновационного потенциала, разработки и корректировки различных процессов.

Методология с акцентом на личностные качества человека подойдет также для небольшой команды или маленького коллектива малой организации, где стабильная и успешная деятельность будет зависеть не только от навыков и умений трудовой единицы, а также и от внутренней мотивации и личностных качеств человека.

Личностные качества играют большую роль и в творческой работе, где фантазия человека может напрямую зависеть от его внутренних установок, следовательно, продукт, который будет произведен человеком, будет иметь уникальность и ценность.

Таким образом, можно отметить, что существует определенный выбор методов оценки человеческого капитала, но каждый экономический субъект выбирает то, что ему более важно для успешной деятельности и дальнейшего развития. Вполне вероятно, что именно ситуационный подход к разработке появления специализированных методик оценки человеческого капитала применительно к различным отраслям промышленности или сферы услуг будет способствовать разработке наиболее достоверных общепризнанных методик оценки человеческого и интеллектуального капитала.

В межстрановых сравнениях аналогом оценки человеческого капитала является индекс человеческого развития (ИЧР), который начал рассчитываться с 1990г [1, с.10]. ИЧР это составной показатель, включающий три измерения человеческого развития как

способности: 1) вести здоровый образ жизни и долго жить (измеряемой показателем ожидаемой продолжительности жизни при рождении); 2) получать знания (измеряемой средней и ожидаемой продолжительностью обучения); 3) достигать достойного уровня жизни (измеряемой показателем валового национального дохода на душу населения). Данные способности личности и влияют существенно на человеческий капитал любого отдельно взятого индивидуума. Человек способен эффективно работать и создавать что-то новое, при условии, если он сам имеет возможность развиваться, повышать знания и просто удовлетворять свои потребности.

За прошедшие практически десятилетия новые вызовы человеческого развития, такие как неравенство и проблема устойчивости, потребовали нового измерения и аналитического внимания. Поэтому в 2010 г. были введены три индекса для оценки бедности, неравенства, а также гендерных прав и возможностей по ряду измерений человеческого прогресса: Индекс многомерной бедности (ИМБ), Индекс человеческого развития, скорректированный с учетом неравенства (ИЧРН), и Индекс гендерного неравенства (ИГН). В 2014 г. был внедрен Индекс гендерного развития (ИГР).

Несмотря на то, что индекс человеческого развития уже в течение многих лет служит инструментом сравнения и надежной основой для активных публичных дебатов о национальных приоритетах, динамизм современного развития рождает новые вызовы и требует совершенствования оценок развития человеческого капитала [4]. Сегодня стоит проблема разработки следующего поколения оценок человеческого развития, которые будут ориентированы на анализ инноваций, что важно для любого уровня хозяйствующих субъектов экономики. Новые измерения становятся возможными в результате развития информационно-коммуникационных технологий и цифровизации, обеспечивающих доступность статистических данных.

Пока общество продолжает развиваться и эволюционировать, человеческий капитал будет всё также востребован и многогранен.

Список литературы:

1. Индексы и индикаторы человеческого развития. Обновленные статистические данные 2018. Опубликовано для Программы развития Организации Объединенных Наций (ПРООН). Полноправные люди, Устойчивые страны. – [Электронный ресурс] – http://www.hdr.undp.org/sites/default/files/2018_human_development_statistical_update_ru.pdf.
2. Шапиро Н. А. «Человеческий капитал 2.0» и проблема концептуального расширения / Менеджмент XXI века. Образование в эпоху цифровой экономики. Сб. науч. ст. по материалам XVII Международной научно-практической конференции «Менеджмент XXI века: образование в эпоху цифровой экономики». Санкт-Петербург, 19-21 ноября 2019 года. СПб.: Изд. РГПУ им. А.И.Герцена, 2019. – С.37-40.
3. Becker G.S. Human Capital. – N.Y.: Columbia University Press, 1964. – 187 p.
4. Kraay A. Methodology for a World Bank Human Capital Index. Policy Research. Working Paper 8593. – Washington, DC: World Bank, 2018. – 57 p.
5. Mincer J. Investment in Human Capital and Personal Income Distribution // Journal of Political Economy. – 1958. – № 66 (4). – Pp. 281–302.

АНАЛИЗ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ЗАНЯТЫХ ПО ВИДАМ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕГИОНАХ РОССИИ В УСЛОВИЯХ ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Введение. В современном мире от правильного соотношения работников по разным видам экономической деятельности, в зависимости от различных факторов развития, как от политических, так и от экономических, зависит будущее субъекта и России, в частности. Задачей руководства в сегодняшних условиях является нахождение правильного баланса, в котором бы текущая прибыль региона грамотно соотносилась с его интеллектуальным развитием, благосостоянием граждан и будущими областями развития субъекта. Целью исследования является определение факта становления в России постиндустриальной экономики и сопутствующих данных с помощью официальной статистики.

Методы и результаты исследования. Перед началом описания исследования, необходимо сказать, что автор данной статьи понимает под постиндустриальной экономикой и важностью её развития.

Впервые понятие «постиндустриальное общество» сформулировал либеральный социалист Артур Джозеф Пенти в 1917 году в своём эссе «Essays on post-industrialism». Под этим термином он понимал общество, в котором бы отсутствовала индустрия в существующем в его время виде, а на замену ей пришло бы общество полного самообеспечения и самозанятости при семейно-кустарном и индивидуальном производстве, которое должно было стать решением проблем текущих экономических отношений. «С одной точки зрения постиндустриализм обозначает Средневековье, с другой его можно определить как «перевернутый марксизм». Но в любом случае, это обозначает состояние общества, которое последует за распадом индустриализма, и поэтому может быть использовано для прикрытия спекуляций тех, кто признает, что индустриализм обречен. Потребность в каком-то таком термине, достаточно всеобъемлющем, чтобы охватить идеи тех, кто, хотя и симпатизирует идеалам социалистов, но расходится с ними в своем отношении к индустриализму, ощущается уже давно, и термин постиндустриализм, которым я обязан доктору А. К. Кумарасвами, кажется мне вполне подходящим для удовлетворения этой потребности» [2, с.6]. Новая экономическая формация должна была составить альтернативу агрессивным хищническим тенденциям поглощения и нерационального использования ресурсов со стороны индустрии, предлагая новое социалистическое равное общество, с возрождением, уже успевшим отмереть в западноевропейских странах, артельным способам организации труда. Примечательно, что сам А. Пенти не признавал своего авторства над термином и отдавал лавры первооткрывателя Ананде Кумарасвами. Частично воплощение подобного общества можно было увидеть в Советском Союзе и в Китае при Мао Цзэдуэне, хоть и в несколько изменённом варианте.

При разговоре об «постиндустриализме» стоит отметить взгляды американского социолога Дэвида Рисмена, который также использовал данный термин, но уже с целью обозначения его в виде общества потребления и досуга. В своей работе «Одинокая толпа» он критикует данные общественные отношения, в которых человек, пытающийся минимизировать своё потребление, чувствует собственную изоляцию и полную отрешённость от других представителей социума. «Мастерство, какую бы роль оно ни играло в определении досуга отдельного человека или группы, очевидно, не является полным решением проблем досуга среди потенциальных автономистов. В то время как самопознающий человек мог утешаться в этих начинаниях, человек, находящийся в поисках автономии, не имеет иного выбора, кроме как выйти из зоны комфорта и перейти через характерный процесс обмена и превосходства вкусов, с помощью которого человек, который находится в поисках автономии, соотносит себя с группами сверстников. После успешного

прохождения этой стадии он сможет оценить и развить свои собственные стандарты вкуса, в результате доходя до критики превалирующего стиля общества в целом» [3, с.297]. Несмотря на то, что книга заканчивается на описанных выше мыслях о том, что новое «общество досуга» может создать и развить нового, независимого от мнения окружающих человека, который сможет выработать и создать свои стандарты по событиям, происходящим в обществе. Современники крайне холодно встретили данную работу и критиковали её за утопизм и «ненаучный фатализм». В итоге, не смотря на хорошо проведённый анализ современного Д. Рисмену общества, не позволило снискать этой работе должной популярности в широких кругах.

Современные понятия постиндустриального общества и экономики появились в работах Дэниела Белла «Грядущее постиндустриальное общество» (1973 г.) и «Культурные противоречия капитализма» (1976 г.). В первой книге американский социолог проводит анализ возникающих тенденций развития западного общества в послевоенную эру. Он приходит к мысли, что существующее индустриальное общество находится уже на пороге новых экономических и общественных отношений, в результате чего можно выделить всё более усиливающиеся качественные отличия «от дня вчерашнего до дня сегодняшнего». К некоторым таким переменам Д. Белл относит изменение в структуре рабочей силы, увеличение распространения образования и науки, изменение акцента общества на увеличение потребления более сложных технических товаров и т.д.

В своей второй работе социолог ещё больше раскрывает понятие постиндустриального общества, противопоставляя его в качестве приемника обществу индустриальному. Предшественником индустриального общества является доиндустриальное или же аграрное. В отличии от последнего, не обладающего специфическим способом производства, общество индустрии имеет ярко выраженное доминирование промышленности над другими видами производства. В постиндустриальном обществе главным ресурсом является информация, а самой важной частью капитала являются знания, от величины которых зависят и развиваются все прочие экономические виды производства.

Для понимания темы исследования необходимо привести определение Дэниела Бела относительно постиндустриального общества. «Постиндустриальное общество определяется как общество, в экономике которого приоритет перешел от преимущественного производства товаров к производству услуг, проведению исследований, организации системы образования и повышению качества жизни; в котором класс технических специалистов стал основной профессиональной группой и, что самое важное, в котором внедрение нововведений ...во все большей степени стало зависеть от достижений теоретического знания... Постиндустриальное общество ...предполагает возникновение нового класса, представители которого на политическом уровне выступают в качестве консультантов, экспертов или технократов» [6, с.27].

Как мы видим, возникновение постиндустриального общества напрямую связано с увеличением влияния сферы услуг на жизнь общества и её преобладание в рамках общенационального объёма производства. Стоит отметить, что Дэниэл Белл, продолжая мысли Макса Вебера, пишет о культурном кризисе современного общества. «Американский капитализм утратил свою традиционную легитимность, которая была основана на моральной системе вознаграждения, берущей основы в протестантском освящении труда. Он заменил его гедонизмом, который обещает материальную лёгкость и роскошь, но при этом уклоняется от всех исторических последствий, которые подразумевает "система сладострастия" - и вся ее социальная вседозволенность и распущенность. Это связано с более распространенной проблемой, вытекающей из природы индустриального общества. Характерный стиль индустриального общества основан на принципах экономики и экономии: на эффективности, наименьших затратах, максимизации, оптимизации и функциональной рациональности. Однако, именно в этот момент он вступает в острейший конфликт с культурными тенденциями современности, поскольку культура подчеркивает

антикогнитивные и антиинтеллектуальные течения, которые уходят корнями в возврат к инстинктивным режимам. Один из них подчеркивает функциональную рациональность, технократическое принятие решений и меритократические вознаграждения. Другой – апокалиптические настроения и антирациональные способы поведения. Именно эта разобщённость является историческим кризисом западного общества» [1, с.38].

Благодаря поощрению общества потребления и доступным кредитам работники получили возможность приобретать многие продукты, в том числе новинки, которые им навязывает маркетинг, причём сразу же после их выхода. Протестантская этика, которая сдерживала сиюминутные желания потребителей, рухнула, началась эра гедонизма.

Для понимания обстоятельств возникновения постиндустриальной экономики и, как следствие, определения его развития в условиях современной России необходимо назвать причины перехода от индустриального общества к постиндустриальному, который случился в западных странах. Кроме уже описанных выше Дэниэлом Белом увеличенного спроса услуг населением и распространения достижений Научно-технической революции (НТР) и науки в целом, необходимо отметить ещё несколько факторов. К ним относятся: повышение распространения практики международного распределения труда и, как следствие, увеличение дробления смежных профессий, работой которых раньше занимался один человек, распространение интернационализации оказываемых услуг.

В большинстве западных стран уже на момент написания работ Д. Бела был осуществлён переход и частичное «отмирание» нерентабельных производств, которые уступили место другим более прибыльным производствам. В качестве примера здесь можно привести производство шёлка, где в XX веке азиатские производители смогли полностью вытеснить европейских с мирового и внутренних рынков, из-за большей дешевизны и существования более перспективных отраслей в Европе. Именно НТР и применение её достижений в экономике смогли сделать данный перелом.

Стоит отметить важность науки в постиндустриальной экономике. Ещё Карл Маркс обозначал науку как «наиболее основательную форму богатства» и «всеобщее общественное знание», когда стало заметно влияние новой непосредственной производительной силы на деятельность и развитие производств и получения прибыли уже в то время. Он же указывал на то, что очень часто достижения науки недооценивают. «Продукт умственного труда — наука — всегда ценится далеко ниже ее стоимости, потому что рабочее время, необходимое для ее воспроизведения, не идет ни в какое сравнение с тем рабочим временем, которое требуется для того, чтобы первоначально ее произвести» [7, с.355].

Весь XX век прошёл под знаменем достижений НТР и их применением в экономике, окружающем мире, культуре и т.д. На сегодняшний момент влияние науки выросло ещё сильнее, трудно представить сегодняшнюю жизнь без постоянного обновления и совершенствования различных технических устройств, появления новых лекарств, открытия новых элементов и т.д. Её достижения используются повсеместно: начиная от сельского хозяйства и заканчивая космической и молекулярной сферами, что говорит о правильности курса на увеличение научных знаний. Именно благодаря познавательной деятельности, сегодня люди в передовых странах мира могут работать значительно меньше своих предков и раскрывать себя с новых сторон [9]. Используя терминологию кибернетики, можно сказать, что наука является тем пропускным каналом, что соединяет человеческое общество с окружающим нас миром. Чем больше внимания уделяется величине данного канала, тем лучше осуществляется связь, так же и наоборот, если страна испытывает недостаток в технологической и научной области от этого страдают и начинают стагнировать все сферы общества.

Информационную базу исследования представляют статистические данные Росстата, большинство данных из которых представлены в сборнике «Российский статистический ежегодник 2019». Здесь и далее мы будем опираться на предоставляемую информацию от Федеральной службы государственной статистики. Рассуждая о динамике распределения людей по различным экономическим направлениям можно заменить некоторые

закономерности. Перейдём к анализу распределения работников по различным видам экономической деятельности.

Так, при анализе предлагаемой Росстатом статистики, хорошо видно, что на момент 2019 года все регионы смогли преодолеть рубеж в 50% занятых в сфере услуг и полностью перейти в постиндустриальное общество. Это связано с уменьшением задействованных людей в двух других видах экономической деятельности. Особенно хорошо данный факт видно на примере небольших регионов, где увеличение произошло за счёт сельского хозяйства, таких как республика Марий Эл или Курская область, в которых доля занятых упала с 17,41% в 2000 году до 5,84% в 2018 году и с 21,67% в 2005 году до 11,47% в 2018 году. Это позволило регионам увеличить долю занятых с 49,37% в 2000 году до 61,45% в 2018 году в случае республики Марий Эл, и с 54,43% в 2005 году до 62,57% в 2018 году в Курской области, соответственно. Данный факт связан с различными факторами.

Так, если в первом случае снижение, по данным министерства сельского хозяйства республики Марий Эл, было вызвано увеличением механизации и автоматизации, а также увеличением прибыли готовой продукции, то во втором случае это произошло из-за потери плодородных свойств более слабых, в сравнении с чернозёмными, почв Курской области (Удобрение почв было крайне слабым, в некоторых местах возраст последнего минерального удобрения достигал 10 лет.). В связи с ухудшением финансовых результатов и двух произошедших кризисов (2008 и 2014 годов) многие люди предпочли просто сменить вид деятельности, так как это выходило дешевле, чем вкладываться в удобрение и дальнейшее использование почв области. В результате подобной деятельности и падения конкуренции субъекта с другими регионами и странами, число людей занятых в этой области уменьшилось практически в 2 раза.

К сожалению, опыт Курской области имеет большее распространение среди регионов России, которые также смогли значительно уменьшить своё сельское население. Примерно схожая ситуация наблюдается в Омской области, где число занятых в сельском хозяйстве уменьшилось почти в 3 раза с 14,29% в 2000 году, до 4,83% в 2018 году, что связано также с закрытием большого числа прежних предприятий.

Что касается материальной сферы, то здесь наблюдаются 3 тенденции:

- сокращение работников в связи с модернизацией производства
- сокращением работников в связи с закрытием предприятий
- увеличением работников в связи с открытием и расширением старых

Одним из примеров первого случая можно назвать Астраханскую область, в которой уменьшили число занятых на 0,5% с 22% в 2017 году, до 21,5% в 2018 году.

К сожалению, большая часть других регионов развивается по второму сценарию. Одним из ярких примеров здесь можно назвать Брянскую область, в которой с 2005 года численность занятых в материальной сфере упала с 31,81% в 2005 году до 23,63% в 2016 году.

Стоит отметить, что некоторые официальные статистические службы регионов предоставляют не совсем объективную информацию, а иногда даже ложную. Возвращаясь к данной области, первоначально Росстат региона рапортовал об увеличении числа занятых в области, даже в сравнении с 2005 годом, однако, после негодования общественности, а также работников закрытых предприятий, цифры были несколько изменены. Подобная картина наблюдается не только здесь, однако благодаря такому случаю можно предположить, что в некоторых регионах может наблюдаться схожая картина.

В качестве примеров третьего вида изменения доли занятых в материальной сфере, а именно их увеличение, можно привести Амурскую область. В ней произошло увеличение с 17,96% в 2004 году, до 29,44% в 2018 году. А также республику Крым, в которой численность работников увеличилась с 18,19% в 2015 году до 20,76% в 2019 году.

При учёте занятых в научной и технической деятельности, заметно сильное уменьшение как общего числа учёных, так и числа учёных в расчёте на 10000 занятых в сравнении с другими странами. Так, в первом случае с 2000 года численность учёных

уменьшилась с 887729 до 736540 в 2010 году, после же она продолжала уменьшаться до 682580 человек в 2018 году. Уменьшение численности научных работников видно и в регионах, например, в Самарской области число научных работников уменьшилось с 20189 в 2010 году до 9958 в 2018 году.

Стоит отметить, что есть регионы, в которых число научных работников сильно выросло в количественном отношении, однако данные примеры являются скорее исключением из общего правила. Подобным исключением может служить Чувашская республика, в которой с 2010 года число научных работников выросло с 942 до 1687 в 2018 году. В большинстве же регионов ситуация куда драматичнее. Это связано, в первую очередь, с низким удельным весом затрат на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР) в России. В хорошо научно развитых странах в год уходит от 2 и больше процентов от ВВП, тогда как в России всего лишь 1,11 в 2017 году. В 2019 году ситуация ухудшалась ещё сильнее и расход на НИОКР упал до 1,1%, что ниже среднемировых расходов в 2 раза. Более подробно это можно увидеть на Рисунке 1, в котором показана диаграмма из 30 стран, выделяющих больше всего денег на научную сферу.

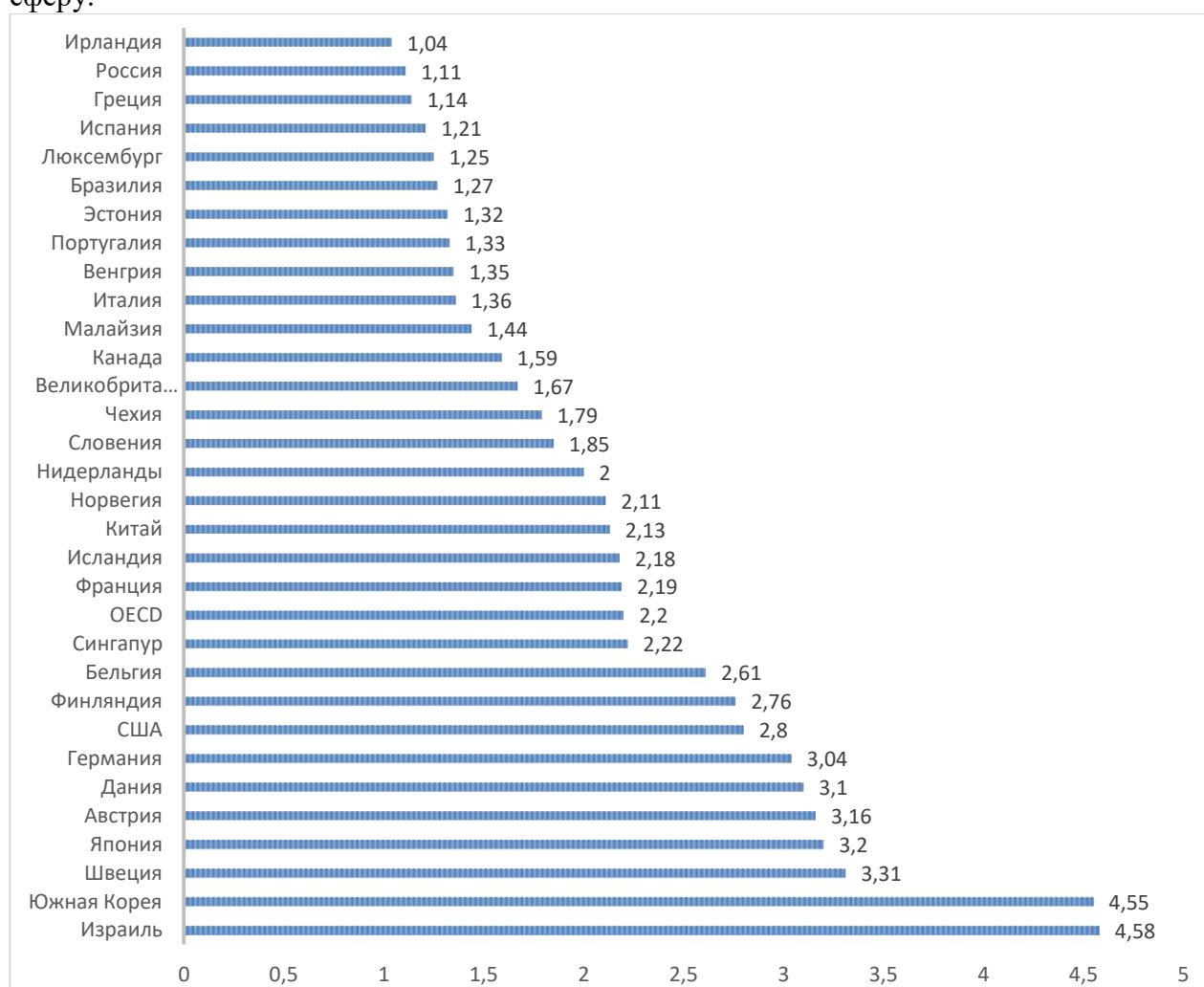


Рисунок 1 – Расходы стран на НИОКР в 2017 году (% от ВВП)

Забота о науке – дело государственное, без обеспечения её потребностей, прочие вложения в другие сферы общества в лучшем случае не приведут к высоким показателям, в худшем, данные средства просто «сгорят». Не смотря на создание различных дополнительных организационных и управленческих мероприятий, связанных с повышением уровня российской науки (например, создание инновационных территориальных кластеров), без должного финансирования на государственном уровне,

данные проекты не смогут принести всей своей пользы. [5] Если ситуация в ближайшее время не изменится, то это будет грозить понижением роста ВВП, техническому отставанию и ухудшению экономической ситуации, особенно на фоне слабой нефти. Данные факторы в купе приведут к ещё большему падению уровня жизни населения.

При работе со статистическими данными занятых по видам экономической деятельности необходимо определить максимальные и минимальные количественные показатели относительно занятости в каждой сфере деятельности регионов России. На Рисунке 2 мы видим десять регионов с самым большим занятым населением в сельском хозяйстве. Больше всего занятых в сельском хозяйстве находится в Республике Калмыкии (20,11%), за ней идут Чеченская республика (20,1%) и Республика Мордовия (20,1%).



Рисунок 2 – Регионы с самым большим занятым населением в сельском хозяйстве

На Рисунке 3 мы видим десять регионов с самым низким занятым в сельском хозяйстве регионов. Большинство регионов находящихся в этой подборке имеют недостаток плодородной земли, которая позволила бы им увеличить занятость в данном виде экономической деятельности.



Рисунок 3 – Регионы с самым низким занятым населением в сельском хозяйстве

На Рисунке 4 мы видим 10 регионов с самым большим занятым в материальной сфере населением. Большинство из представленных здесь регионов имеют слабое промышленное

прошлое, которое позволяет держаться им и сегодня среди лидеров по промышленности среди субъектов России.



Рисунок 4 – Регионы с самым большим занятым населением в материальной сфере

На Рисунке 5 представлены регионы с самым низким занятым населением в материальной сфере. Большинство из представленных здесь регионов имеют либо другую специализацию своего региона (например, Республика Крым), либо плохие территориальные условия, для осуществления и развёртывания в них мощных индустрий.

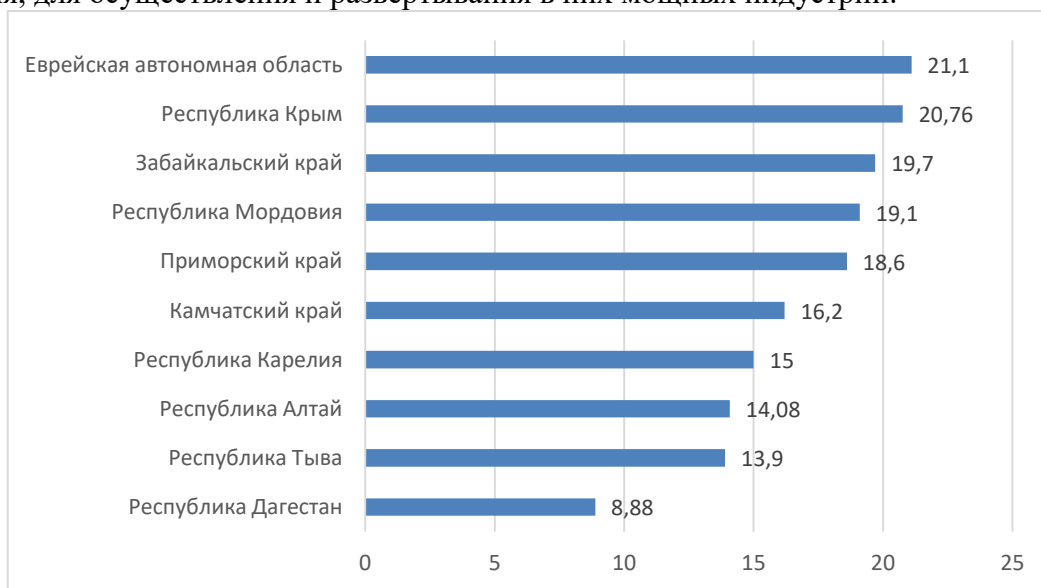


Рисунок 5 – Регионы с самым низким занятым населением в материальной сфере

На Рисунке 6 изображены регионы с самым большим занятым населением в сфере услуг. За исключением трёх городов федерального значения, представленные здесь регионы не могут похвастаться развитым современным сельским хозяйством и промышленностью, из-за этого, население начинает искать себя в прочих профессиях, которые входят в сферу услуг.

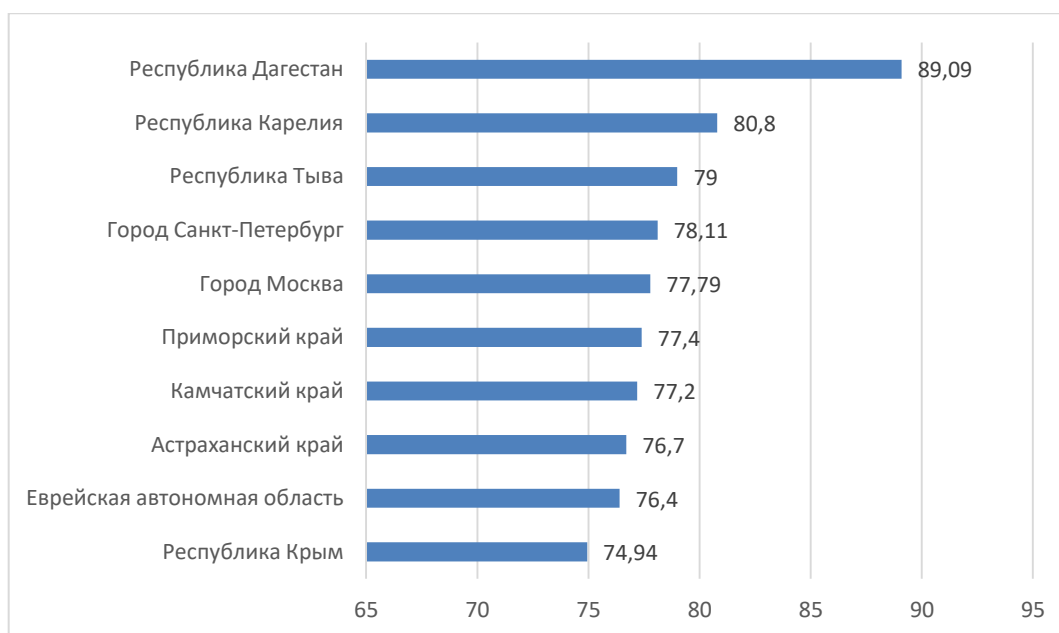


Рисунок 6 – Регионы с самым большим занятым населением в сфере услуг

На Рисунке 7 представлены регионы с самым низким занятым населением в сфере услуг. Во многом это связано со специализацией регионов, а именно с их богатыми недрами или исторически сложившимися производствами, вокруг которых продолжает сегодня собираться население.

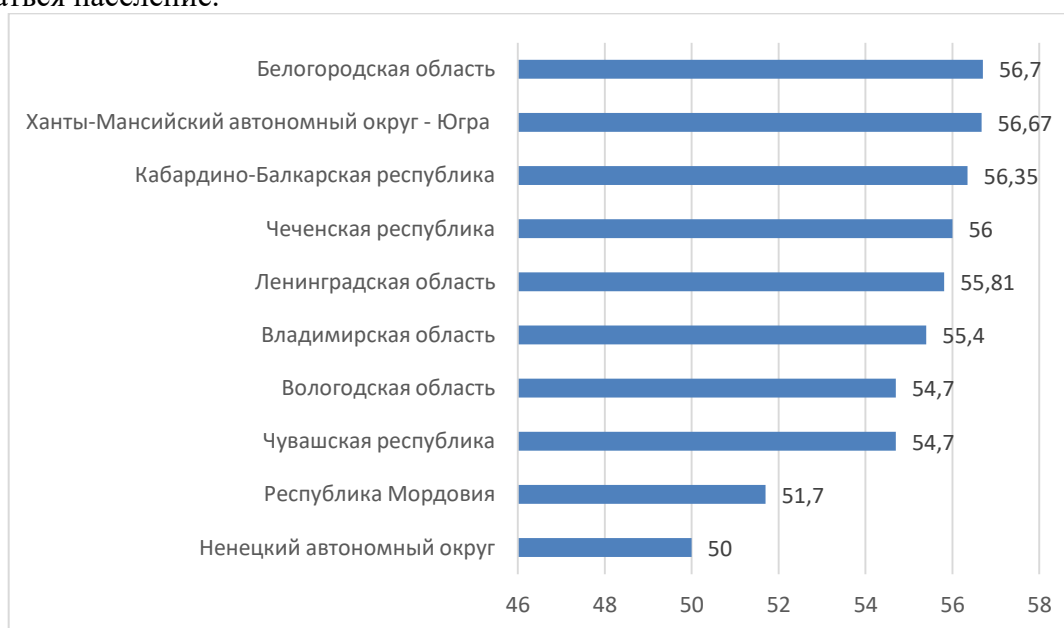


Рисунок 7 – Регионы с самым низким занятым населением в сфере услуг

По результатам анализа статистики регионы удалось разбить на несколько групп по специализации населения в различных видах деятельности. Данных групп получилось всего пять, по степени специализации каждого региона на одном из трёх видов экономической деятельности, с учётом приобретённой или существующей на данный момент специализации, или уже утраченной. Стоит отметить, что данное распределение является справедливым только для учёта занятости именно населения, а не конкретной специализации региона, так как вполне вероятен случай усовершенствовании производства, который смог одновременно принести больше конечного продукта и прибыли с одновременным сокращением персонала на предприятиях. Так, в Таблице 1 видно, что больше всего регионов находятся во второй группе.

Таблица 1.

Распределение регионов России по специализации

	Регионы	Итоговое число регионов
Первая группа (высокий процент занятых в сельском хозяйстве, >15%)	Республика Алтай, Республика Ингушетия, Кабардино-Балкарская республика, Республика Калмыкия, Республика Мордовия, Чеченская республика, Ставропольский край, Вологодская область.	8
Вторая группа (высокий процент занятых в материальной сфере, >30%)	Республика Башкортостан, Республика Марий Эл, Республика Татарстан, Удмуртская республика, Чувашская республика, Архангельская область, Белгородская область, Владимирская область, Ивановская область, Калужская область, Кемеровская область, Кировская область, Костромская область, Ленинградская область, Магаданская область, Нижегородская область, Новгородская область, Пермский край, Рязанская область, Самарская область, Смоленская область, Тульская область, Тюменская область, Ульяновская область, Челябинская область, Ярославская область, Ненецкий автономный округ, Ханты-Мансийский автономный округ-Югра, Чукотский автономный округ, Ямало-Ненецкий автономный округ.	30
Третья группа (раньше в регионе был высокий процент занятых в сельском хозяйстве, >15, но к сегодняшнему дню он снизился)	Республика Адыгея, Республика Башкортостан, Республика Марий Эл, Республика Северная Осетия-Алания, Краснодарский край, Белгородская область, Курская область, Оренбургская область, Смоленская область.	10
Четвёртая группа (раньше в регионе был высокий процент занятых в материальной сфере, >30%, но к сегодняшнему дню он снизился)	Московская область, Оренбургская область, Свердловская область, Тамбовская область, Тверская область.	5
Пятая группа (регионы с высокой долей занятых в сфере услуг, >70%)	Республика Дагестан, Республика Карелия, Республика Тыва, Приморский край, Астраханская область, Брянская область, Камчатский край, Новосибирская область, Сахалинская область, Забайкальский край, Город федерального значения Москва, Город федерального значения Санкт-Петербург, Еврейская автономная область, Республика Крым, город федерального значения Севастополь.	15

Это говорит о том, что не смотря на всё большее влияние глобализации и механизации, во многих регионах остаются на плаву старые предприятия или создаются

новые для обеспечения спроса населения. Очень большое количество регионов во 2 группе имеют ряд стратегических предприятий и производств, которые составляют постоянный костяк промышленности субъектов. Это не означает, что не открываются новые промышленные предприятия. К примеру, в 2014 году в Нижнем Новгороде было открыто современное предприятие «Нижегородские моторы» по производству двигателей и запчастей к автомобилям.

Далее по численности после второй идёт пятая группа, в которой находятся регионы с самым большим числом занятых в сфере услуг. Её можно, в свою очередь, разделить на три части, по причинам столь высоких показателей в данной сфере. К первой относятся города федерального значения, а именно Москва, Санкт-Петербург и Севастополь. В них столь большое число занятых в сфере услуг хорошо объяснимо отсутствием значительного числа людей в сельском хозяйстве, в виду крайне низкого числа обрабатываемых почв в субъекте и высокой концентрации услуг, оказываемых в городах.

Ко второй части можно отнести ряд регионов Дальневосточного федерального округа, в которых существует также достаточно небольшое число плодородных почв и, как следствие, малого числа занятых в сельском хозяйстве, а также более низкое количество промышленных предприятий.

К третьей группе относятся оставшиеся регионы, в которых большая занятость в сфере услуг происходит не из-за больших успехов, а из-за больших неудач, связанных с закрытием старых советских неконкурентоспособных предприятий и созданием крайне слабой альтернативы в виде современных производств. Одной из задач правительств данных субъектов должно быть решение проблемы создания новых рабочих мест, которые бы стимулировали экономику региона.

Если проследить и разделить регионы по отношению к общероссийской занятости населения, то к первой группе можно отнести регионы с сильным отставанием показателя занятости населения от общего показателя (более 3%), ко второй – регионы с примерно схожим показателем и к третьей - регионы, имеющие большую от среднего показателя (более 3%). Несмотря на то, что средний уровень занятости населения Российской Федерации колеблется от 59% до 60% в течении года, в Таблице 2 видно, что большинство регионов попало в третью группу с повышенной занятостью. Это может говорить о неравномерном распределении населения по регионам России. Несмотря на то, что регионов с повышенной занятостью больше других (44 против 41), при конечном подсчёте среднероссийской занятости, из-за большей численности населения регионов первой и второй группы, они снижают общую конечную цифру занятых в стране.

Таблица 2.

Распределение регионов России по отношению к общероссийскому уровню занятости

	Регионы	Итоговое число регионов
Первая группа, уровень занятости меньше общероссийского (<56%)	Республика Адыгея, Республика Бурятия, Республика Дагестан, Республика Ингушетия, Республика Карачаево-Черкесия, Республика Северная Осетия-Алания, Республика Тыва, Кемеровская область, Курганская область.	9
Вторая группа, уровень занятости приблизительно равен общероссийскому	Республика Башкортостан, Республика Алтай, Кабардино-Балкарская республика, Республика Калмыкия, Республика Карелия, Республика Коми, Республика Хакасия, Чеченская республика, Чувашская республика, Алтайский край, Ставропольский край, Архангельская область, Астраханская область, Брянская область, Волгоградская область, Иркутская область, Кировская область, Костромская область, Оренбургская область, Орловская область,	32

	Пензенская область, Пермский край, Псковская область, Ростовская область, Рязанская область, Саратовская область, Свердловская область, Тамбовская область, Ульяновская область, Забайкальский край, Еврейская автономная область, Республика Крым.	
Третья группа, уровень занятости больше общероссийского (>63%)	Республика Марий Эл, Республика Мордовия, Республика Саха (Якутия), Республика Татарстан, Удмуртская республика, Краснодарский край, Красноярский край, Приморский край, Хабаровский край, Амурская область, Белгородская область, Владимирская область, Вологодская область, Воронежская область, Ивановская область, Калининградская область, Калужская область, Камчатский край, Курская область, Ленинградская область, Липецкая область, Магаданская область, Московская область, Мурманская область, Нижегородская область, Новгородская область, Новосибирская область, Омская область, Самарская область, Сахалинская область, Смоленская область, Тверская область, Томская область, Тульская область, Тюменская область, Челябинская область, Ярославская область, Город федерального значения Москва, Город федерального значения Санкт-Петербург, Ненецкий автономный округ, Ханты-Мансийский автономный округ-Югра, Чукотский автономный округ, Ямало-ненецкий автономный округ, город федерального значения Севастополь.	44

Среди регионов с высокой занятостью населения можно выделить Центральный, Северо-Западный и Дальневосточный федеральные округа, большинство субъектов которых перешли рубеж занятости в 63%. Наименее занятым является Северо-Кавказский федеральный округ, в котором 4 из 7 регионов обладают сильно меньшей занятостью относительно среднероссийского уровня. Отдельно стоит выделить Республику Тыву, обладающую наименьшей занятостью в России – 49,7%.

Низкая занятость населения говорит о многих проблемах в экономике, например, о плохой оптимизации рабочей силы, малых вариантах официального трудоустройства, а также большом вопросе российской экономики – «серой» занятости [4]. В процессе ухудшения общей экономической ситуации или отдельного региона, подобные трудовые отношения начинают расти год от года, что приводит к отрицательным последствиям, для государства – в недополученных налогах, для работников – в низких пенсии по старости, пособиях и прочих социальных выплатах. «Серые» трудовые отношения могут наблюдаться при официально маленькой заработной плате и больших «конвертиках», которые уходят из-под регистрации полученных денежных средств. Бороться с «серой» занятостью можно многими способами, одним из которых является ужесточение законодательства для работодателей с реальными сроками в случае правонарушений. В регионах с низкой занятостью необходимо создавать консультационные группы, которые были бы подотчётны напрямую федеральному правительству, с целью разведывания и создания конкурирующих предприятий с использованием текущих и полученных в будущем ресурсов, чтобы обеспечить спрос как региона, так и соседних субъектов.

Заключение. Проведённый анализ, предоставленных Росстатом данных занятости регионов России по видам экономической деятельности с учётом различных факторов, позволил доказать полный переход России к постиндустриальной экономике и получить представление о наиболее острых проблемах, происходящих в регионах страны, которые можно проследить на статистическом уровне. Предложенные пути выхода из возникших проблем направлены на ослабление и дальнейшую ликвидацию возникших трудностей,

многие из которых существенным образом влияют как на обычную жизнь граждан России, так и на её экономическую составляющую. Благодаря этому страна будет активно развиваться и получать максимальное количество преимуществ в современных обстоятельствах. Результаты исследования призваны обеспечить качество и правдивость аналитико-статистических данных, которые должны помочь в принятии руководящих решений в повышении развития российской экономики.

Список литературы:

1. Bell D. The cultural contradictions of capitalism. 20th Anniversary Ed. – N.Y.: Basic Books, 1996. – 363 p
2. Penty A. J., Coomaraswamy A.K. Essays in Post Industrialism: A Symposium of Prophecy Concerning the Future of Society. – London: The New Age, 1914. – 283 p.
3. Riesman D. The Lonely Crowd. – 2-е изд. – N.-Y.: Yale University Press, 1989. – 315 с.
4. Асадулаев А.Б. Социально-экономическая безопасность России. – СПб.: КультИнформПресс, 2020. – 140 с.
5. Алиаскарова Ж.А., Асадулаев А.Б., Пашкус В.Ю. Промышленная политика: концептуализация и модернизация в условиях кризиса // Проблемы современной экономики. – 2020. – №2. – С. 73-76.
6. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. – М.: Академия, 1999. – 783 с.
7. Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. Том 26, ч. I. – 2-е изд. – М.: Государственное издательство политической литературы, 1962. – 509 с.
8. Российский статистический ежегодник. 2019: Стат.сб./Росстат. - Р76 М., 2019 – 708 с.
9. Социально-культурная сфера в новой экономике: от развития образования до арт-рынка. Коллективная монография / Под ред. Н.М. Старобинской. – СПб: КультИнформПресс, 2019. – 164 с.

*К.Д. Айвазян (2 курс, «Экономика», КубГУ филиал в г. Армавире)
Научный руководитель: К. К. Чарахчян, доктор экономических наук, доцент,
профессор кафедры экономики и менеджмента филиала Кубанского государственного
университета в г. Армавире*

ИЗМЕНЕНИЕ СТРУКТУРЫ БЕЗРАБОТИЦЫ В РОССИИ

В современном мире безработица рассматривается государством и обществом как одна из наиболее острых социально-экономических проблем государства, общества и отдельных людей. С каждым новым десятилетием ее актуальность не только не уменьшается, но, наоборот, растет. Безработица, в самом общем виде, обычно трактуется как превышение на рынке труда количества людей, имеющих желание найти работу, по сравнению с количеством свободных рабочих мест. Она приводит к существенным изменениям в экономике и социальной сфере.

Безработица подразумевает огромные потери основной производительной силы, сокращение фактического ВВП по сравнению с потенциальным и национального дохода страны, государственные затраты на пособия по безработице, переподготовку безработных и их трудоустройство.

Анализ состояния безработицы в Российской Федерации в 2019 г. показывает следующее. Число работающих в возрасте 15 лет и старше в январе 2019 г. составила 74,9 млн. человек, из которых 71,2 млн. человек были классифицированы как занятые в экономической сфере и 3,7 млн. человек – как безработные с использованием критериев

Международной организации труда (то есть люди, которые не имели работы или доходного занятия, находились в поисках работы и были готовы начать её на следующей неделе) [1].

Уровень безработицы (отношение количества безработных к числу рабочей силы) в январе 2019 г. составил 4,9 % (без исключения сезонного фактора).

Уровень населения, которое занято в какой-либо сфере деятельности (отношение числа занятого населения к общему количеству населения в возрасте 15 лет и старше) в январе 2019 г. составил 58,8 %, в возрасте 15-72 лет – 64,3 %.

В конце января 2019г. в органах службы занятости населения состояло на учете в качестве безработных 733 тыс. человек, что на 5,8 % больше по сравнению с декабрем 2018г. и на 5,8 % – меньше по сравнению с январем 2018 года [1]. По этим данным можно сделать вывод, что численность безработных по классификации Международной организации труда оказалась в 5 раз выше, чем число зарегистрировавшихся в органах службы занятости населения. Количественные показатели безработицы по федеральным округам РФ представлены в таблице 1.

Таблица 1.

Численность и состав рабочей силы в субъектах Российской Федерации в возрасте 15 лет и старше (по данным выборочных обследований рабочей силы в среднем за ноябрь 2018г. – январь 2019 г.) [1]

	Уровень, в %	
	занятости	безработицы
Российская Федерация	59,5	4,8
Центральный федеральный округ	62,1	2,9
Северо-Западный федеральный округ	61,7	3,8
Южный федеральный округ	56,7	5,5
Северо-Кавказский федеральный округ	54,6	11,3
Приволжский федеральный округ	58,7	4,4
Уральский федеральный округ	60,3	4,8
Сибирский федеральный округ	57,3	6,6
Дальневосточный федеральный округ	60,9	6,0

Таким образом, по данным таблицы 1 наибольший уровень безработицы наблюдался в Северо-Кавказском федеральном округе, а наименьший – в Центральном федеральном округе. Уровень безработицы в Северо-Кавказском федеральном округе в 5 раз выше, чем в Центральном федеральном округе.

Изучая данные за прошлые годы [4], можно сделать вывод о том, что в период с ноября 2016 года по январь 2019 года проявился следующий ряд тенденций.

- 1) в Центральном федеральном округе безработица постепенно снижалась;
- 2) в Северо-Западном федеральном округе в 2017 году было повышение безработицы, а позднее – вновь уменьшение;
- 3) в Северо-Кавказском федеральном округе безработица имеет непостоянный характер, то есть периодически увеличивалась и уменьшалась;
- 4) в Приволжском федеральном округе безработица снижалась;
- 5) в Уральском федеральном округе безработица имела характер понижения;
- 6) в Сибирском федеральном округе количество безработного населения уменьшалось;
- 7) в Южном федеральном округе уровень безработицы имел нестабильный характер;
- 8) в Дальневосточном федеральном округе за исследованный период времени безработица то уменьшалась, то увеличивалась.

Важно отметить, что разрыв уровней безработицы между округами в большинстве случаев оставался стабильным.

Рассмотрим безработицу в Краснодарском крае. Краснодар, являясь одним из крупных городов Российской Федерации, имеет низкий уровень безработицы. Краснодарский край в экономической сфере показывает достаточно хорошие результаты и успешно развивается. В данный момент он является одним из основных поставщиков сельскохозяйственной продукции для всего населения страны. Высокий темп развития наблюдается в туристической отрасли, легкой, пищевой промышленности и в машиностроении.

Уровень безработицы варьируется в зависимости от различных демографических групп. Например, уровень безработицы среди молодежи значительно выше, чем в других возрастных группах. Тенденция к увеличению естественного уровня безработицы в долгосрочной перспективе связана с несколькими факторами: увеличение числа молодежной рабочей силы; увеличение числа работающих женщин; структурные сдвиги в экономике.

Среди безработного населения в возрасте 15 лет и старше доля женщин в январе 2019 г. составила 47,5 %, городских жителей – 62,7 %, молодежи в возрасте до 25 лет – 20,4 %, людей без опыта работы – 23,2 % [1].

На национальном и региональном уровнях наиболее очевидным экономическим последствием безработицы является снижение валового внутреннего продукта (ВВП) и валового регионального продукта (ВРП).

Политика на рынке труда лишь тогда станет эффективной по критерию соответствия структуры предложения и спроса на труд в Российской Федерации, когда она будет ориентироваться на долгосрочную перспективу. Она должна обладать комплексным характером, т.е. охватывать применение моральных, материальных и организационных стимулов к освоению профессий и видов деятельности, которые будут востребованы в ближайшие десятилетия. Особым разделом политики занятости выступают профилактика безработицы и таргетирование её. В качестве дополнительных мер следует рассматривать действия государства по защите от негативных последствий безработицы путём предоставления пособий, грантов на перекалфикацию, поддержку людей, активно ищущих рабочие места в иных регионах проживания. Показатели изменения численности экономически активного населения и безработных в РФ предоставлены в таблице 2.

Таблица 2.

Показатели изменения доли безработных в численности экономически активного населения в Российской Федерации по классификации МОТ [3]

Доля безработных	2005	2010	2014	2015	2016	2017	2018	2019
%	7,1	7,3	5,2	5,6	5,5	5,2	4,8	4,9

Представленные в таблице 2 показатели демонстрируют, что уровень безработицы в данный период времени имеет тенденцию к снижению. Безработица в Российской Федерации за последние три года снижалась. Это означает, что работу стало найти легче для части трудоспособного населения, которая стремится и готова приступить к работе по найму.

Возможно, что на снижение уровня безработицы повлиял переход в теньевую экономику части экономически активного населения. Однако следует учесть, что это относительные показатели, так как не всё безработное население регистрируется в службе занятости. Службы занятости населения являются структурными подразделениями Федеральной службы по труду и занятости. Они осуществляют мониторинг ситуации на рынке труда, оказывают населению государственные услуги в сфере занятости.

К сожалению, население страны пока слабо пользуется своими законными правами. Некоторая часть безработного населения не идёт в центры занятости, не видя в этом смысла, так как вакансий предлагается мало, работа не престижная, зарплаты низкие.

Видимо, настала пора внести изменения в закон о занятости в целях достижения соответствующей современным тенденциям развития рынка труда соотношения между правами и гарантиями занятых и потерявших работу лиц и правами работодателей (нанимателей). Российскому рынку труда требуется усиление конкурентного характера присущих ему отношений в целях поощрения эффективных контрактных связей, но при сохранении достигнутой их гибкости.

В настоящее время нет убедительных данных об изменении естественного уровня безработицы в Российской Федерации. Экспертные оценки [2] характеризуют отклонение фактического ВВП нашей страны по сравнению с потенциальным примерно на 2%. Частично это отношение может быть объяснено превышением фактической безработицы над уровнем естественной безработицы в Российской Федерации. На данный момент можно сделать вывод, что в 2019г. фактическая безработица приблизилась к её естественному уровню.

Список литературы:

1. Федеральная служба государственной статистики: Занятость и безработица в Российской Федерации в январе 2019 года — URL: http://www.gks.ru/bgd/free/b04_03/IssWWW.exe/Stg/d04/34.htm (дата обращения 25.12.2019).
2. Пресса всем - журналы и газеты онлайн. — URL: <https://pressa-vsem.su/zhurnalyi/20872-ekspert-1-3-dekabr-2019-yanvar-2020.html> (дата обращения: 03.01.2020)
3. Турицина М. В. Безработица в РФ и ее причины // Молодой ученый. – 2019. – №52. – С. 416-420. – [Электронный документ] – <https://moluch.ru/archive/290/65862/> (дата обращения: 17.01.2020).
4. Федеральная служба государственной статистики: Уровень безработицы населения в возрасте 15-72 лет по субъектам Российской Федерации. – [Электронный документ] – https://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/trud/tab_trud6.htm (дата обращения: 02.01.2020).

А.В. Кошкин (Студент 3 курса факультета политологии СПбГУ)

ПЕНСИОННАЯ РЕФОРМА В РОССИИ КАК ОБЪЕКТ ПУБЛИЧНОЙ ДИСКУССИИ

Актуальность исследования выбранной темы обоснована недавним характером исследуемых событий и недостаточной степенью изученности механизмов легитимации непопулярных решений институтами власти РФ. Пенсионная реформа 2018 года является ярким примером решения, которое столкнулось с сильным общественным недовольством. При этом наблюдалась яркая поляризация дискурса власти, лояльных власти СМИ и оппозиции. В итоге одними реформа именовалась «совершенствование пенсионного законодательства», а другими «предательством интересов народа России». Фактически, вместе с рядом других факторов, таких например как повышение налога на добавленную стоимость, пенсионная реформа серьезно понизила рейтинг «Единой России». Подтверждением тому могут служить результаты региональных выборов в сентябре 2018 года, где эта партия потеряла контроль над парламентами ряда регионов, а отдельные губернаторы не были переизбраны. При этом эта реформа не является первым масштабным изменением пенсионного законодательства, равно как и первым непопулярным законопроектом, принятым против общественного мнения [1]. Почему же именно события лета 2018 года привели к падению рейтингов правящей партии до исторического минимума в Новейшей истории России?

Предположительно, дискурс власти на время потерял статус доминирующего, а возможность конструировать публичную дискуссию была потеряна лояльными власти СМИ.

Оппозиция смогла убедить общественность в том, что предложенные изменения не являются адекватным решением для обсуждаемой проблемы. В этих обстоятельствах необходимо особенно тщательно подойти к изучению обращения президента В.В. Путина 29 августа, с которого, можно считать, власть вернула себе стратегическую инициативу в формировании повестки дня.

Результаты исследования можно кратко охарактеризовать следующим образом. Контрриторика истерии, используемая федеральными телеканалами против оппозиционных депутатов, наткнулась на апелляции парламентариев к популярным топосам. На фоне крайне низкого уровня поддержки реформы и при общем падении уровня доверия федеральным телеканалам, был сделан вывод, что консолидация оппозиции позволила разрушить существующий дискурс-строй. В свою же очередь, резкое падение уровня протестной активности на фоне обращения президента 28 августа говорит о тактической победе, но стратегическом поражении власти в этом противостоянии с оппозицией. Другими словами, точка, которую поставил президент в дискуссии, остановила обсуждение в невыгодный для власти момент. Те граждане, которые не были удовлетворены озвученными президентом мерами смягчения, действительно во многом потеряли протестную активность, которую имели летом, но вместо политического протеста этими гражданами был избран путь продемонстрировать свое неприятие реформы через так называемое «протестное голосование».

Формирование повестки дня имеет колоссальное значение для публичной дискуссии. Очевидно, для представителей власти будут проблемы, обсуждение которых ей бы хотелось завершить как можно скорее. Другие проблемы наоборот, есть смысл оставлять в повестке как можно дольше.

«Интерес к тем или иным вопросам может быть связан с типом общества и числом групп (сторон), имеющих возможность участвовать в конструировании публичной повестки дня. Так, наличие развитого гражданского общества, независимых СМИ и некоммерческих организаций и т.д. способствует более естественному формированию информационной повестки дня, чем общества с высоким уровнем контроля власти над СМИ. Напротив, монополия власти на формирование списка приоритетных для освещения проблем приводит к существенным искажениям и вытеснению из публичной дискуссии ряда значимых для общества вопросов» [4, с. 97].

Депроблематизирующие стратегии получили название контрриторических. Их использование наиболее часто приписывают власти. Именно она располагает достаточными ресурсами для их осуществления и четко выраженными интересами касательно повестки.

Исследователи [4] выделяют несколько направлений депроблематизирующих стратегий:

- Табуирование и запрет на освещение
- Доказательство несостоятельности предлагаемых альтернатив решения проблемы (сочувствующая контрриторика)
- Опровержение значимости и масштаба проблемы (несочувствующая контрриторика)

При этом различают пять типов сочувствующей контрриторики:

1. *Натурализация* – негативная оценка ситуации принимается, но призыв к ее исправлению отвергается.
2. *Контрриторика затрат, связанных с исправлением ситуации* – необходимо примириться с ситуацией ввиду слишком высокой стоимости её исправления.
3. *Декларация бессилия* – выражение морального сочувствия при отсутствии ресурсов к решению проблемы
4. *Перспективизация* – обозначение конструируемой оппонентом проблемы как лишь его личное мнение и личный взгляд на ситуацию, отличающийся от реального положения дел

5. *Критика тактики* - критик соглашается с предлагаемой характеристикой условия, но возражает против средств, используемых оппонентами.

Несочувствующая контрриторика имеет в свою очередь следующие типы:

1. *Антитипизация* – описание проблемы является не социальной тенденцией, а лишь отдельным инцидентом

2. *Опровергающие истории* – Приведение примеров, которые демонстрируют нерелевантность обобщения в выводах, сделанных оппонентами касательно сути проблемы

3. *Контрриторика неискренности* – выдвигается тезис, что оппонент, конструирующий проблему, имеет свой скрытый интерес в такой повестке дня

4. *Контрриторика истерии* – декларация сомнительности «здоровости» выводов оценки ситуации ввиду иррациональных или эмоциональных факторов.

К исследованию дискурса власти в нашем случае можно подходить именно с этих позиций, понимая намерение тех, кто его артикулирует, поскорее закончить обсуждение непопулярной темы. Вместе с этим разумно будет предположить, что в обращении президента к гражданам от 29 августа мы найдем больше сочувствующей контрриторики, когда как дискурс власти в СМИ на протяжении периода с июня по август отличится скорее несочувствующей контрриторикой. Этому может послужить причиной персональное восприятие гражданами самого президента и относительно обезличенное восприятие партии власти. Сочувствие от депутатов и губернаторов народ может не понять. Однако тезисы против альтернатив изменений пенсионного законодательства, транслируемые СМИ могли получить желаемый эффект.

Из всего спектра методик проведения критического дискурс-анализа самым подходящим представляется дискурсивно-стратегический подход Рут Водак. В традиции КДА рассматривать дискурсивные практики как один из способов удержания власти. Четко разграничиваются доминирующий дискурс и все остальные. Социальное и политическое неравенство находит свое прямое отражение в дискурсе.

Анализ дискурса в ракурсе дискурсивно-стратегического подхода [5] предназначен ответить на такие вопросы:

1) Каким образом личности названы и обозначены лингвистически?

2) Какие черты, характеристики, качества и особенности им приписываются?

3) Посредством каких аргументов и аргументативных схем специфические лица или социальные группы пытаются оправдать и узаконить исключение, дискриминации, угнетение / подавление и эксплуатацию других?

4) В каком аспекте или с какой точки зрения выражаются эти ярлыки, определения и аргументы?

5) Открыто ли провозглашаются подобные высказывания? Они усилены или митигированы?

Большое значение в теории аргументации имеют топосы как части аргументационных схем, принадлежащих к выводным предпосылкам. Таким образом, они позволяют переходить от аргументативной части к выводам.

Топосы – специфические казуальные аргументационные схемы, которые связаны с содержанием основания и соединяют аргумент или аргументы с выводами.

Перечень топосов:

- Польза, преимущество
- Бесплезность, недостаток / вред, отсутствие преимущества
- Определение, интерпретация названия
- Опасность и угроза
- Гуманизм
- Справедливость
- Ответственность
- Бремя, обуза
- Финансы

- Действительность / реальность
- Цифры
- Закон и справедливость
- История
- Культура
- Злоупотребление

К примеру, комбинирование топосы реальности, обузы и финансов они сливаются в единый топос «решение неизбежной финансовой проблемы во избежание её дальнейших осложнений» с любопытной моделью аргументации – принятие непопулярного решения во имя общественного блага

14 июня 2018 года Правительство Российской Федерации объявило о планах Пенсионной реформы. Уже 16 июня правительственный законопроект № 489161-7 внесен в Государственную Думу. В это же время, с 14 июня по 15 июля 2019 года в России проходит Чемпионат Мира по футболу, занимающий значительное внимание в инфополе. При этом в городах, принимавших матчи Мундиаля, вводился особый режим [6], ограничивающий митинги и демонстрации. Намеренно или нет, но Правительство инициировало реформу в крайне неудобный для политического протеста момент. Тем не менее, лидеры всех оппозиционных фракций в нижней палате парламента уже в июне выступили с резкой критикой законопроекта.: ЛДПР (В. В. Жириновский) [7], СР (С. М. Миронов) [8], КПРФ (Г. А. Зюганов) [9]. Большинство непарламентских партий, в частности «Яблоко» [10], официально не одобрили идею о повышении возраста выхода на пенсию.

В ответ в эфире 24 июня в прайм-тайм в новостях федерального канала, финансируемого государством, Д.К. Киселев, говоря про обсуждение законопроекта, заявил: «Понятно, что обсуждение пошло бурно. Некоторые уже и наобзывались и поругались и обиделись. Кто-то из непримиримых либералов, что раньше открыто выступал за повышение пенсионного возраста, успел переменитьсь к коммунистам и заявить, что теперь не согласен и готовит уличные протесты. Кто-то специально запутывает всю историю, наслаждаясь эффектом. В среду дискутировать спокойно и четко призвала Валентина Матвиенко» [11].

Пользуясь заявленной ранее методологией, можем отметить, что проправительственное СМИ использует против оппозиции контрриторику истерии и намекают на популизм противников реформы.

В этот период характерно, что власть сама нуждается в проблематизации кризиса в Пенсионном Фонде [3]. Изменения в пенсионном законодательстве должны быть оправданы. Вместе с этим, в задачу этого «кейса» входит принятие именно предложенного властью решения проблемы. Принципиальной задачей это стало и в связи с участвовавшими случаями нарушения партийной дисциплины в «Единой России». Несмотря на внутренний в партии власти запрет критики пенсионной реформы [12], многие видные партийцы решили высказаться против неё. (Наталья Поклонская [12], Вячеслав Лысаков [13], лишившийся из-за критики поста главы регионального отделения партии Михаил Боровицкий [14] и другие). Эти обстоятельства позволяют искать стратегии депроблематизации и в оппозиционном дискурсе. Перед противниками реформы стоял выбор: либо настаивать, что приведенная статистика искажена, а проблема в Пенсионном фонде преувеличена и не требует таких радикальных средств к решению, либо критиковать сам метод решения проблемы, как неэффективный или ангажированный какими-то непубличными интересами представителей власти.

Так, например, депутат Госдумы Олег Шеин в своем выступлении уже 18 июня высказал свое видение причин этого «национального тупика» и предложил свои меры по выходу из него. «Причин происходящего три, и все эти причины макроэкономические, в том числе – проистекающие из данного зала, ну, и из кабинета министра» [15].

Первой причиной он называет заниженную зарплату по отношению к производительности труда российских работников. Второй – заниженное налогообложение бизнеса. Третьей – принятие нового Трудового Кодекса в 2001 году. «...после чего

работники утратили право на эффективный профсоюз, утратили право на коллективные переговоры и утратили гарантии от увольнения активистам, осуществляющие профсоюзные действия. Результат тот, о чем говорилось в зале – по одним оценкам 25%, по другим – порядка 40% российских работников находится не в серой, а в черной зоне, то есть получают не минималку официально, а официально не получают ровным счетом ничего» [15].

Выходить из тупика депутат призвал путем перераспределения создаваемого национального продукта, прогрессивного налогообложения, отмены регрессивной шкалы социальных взносов, запрет вывода денег в офшоры и, выделяя в качестве ключевого, запрет фирме, использующей неофициальный труд, получать государственные налоговые льготы, заказы и подряды.

Глава фракции КПРФ в парламенте Геннадий Зюганов, в свою очередь, отвечая на вопрос каким образом решать эту проблему отмечал: «Говорят, что денег нет. Это самая большая ложь. Смотрим статистику. За пять лет рост пенсионеров – три процента. Страховые взносы выросли на 31 процент. У вас нет никакого дефолта. Вы обманываете бессовестным образом. Понастроил себе дворцов «Пенсионный фонд». Это деньги народа, а не правительства. Надо распределять эти деньги по-честному. Я взял средний возраст, когда выходят на пенсию в России. Получается, что в среднем до пенсии человек работает 36 лет. 103 зарплаты по нынешнему закону вносит человек в Пенсионный фонд. То есть, на фонд работает восемь лет. Назад пенсионер получает 47 зарплат. Где еще 56 зарплат? На этом богатеют олигархи? Этим воры занимаются? Куда делись эти деньги?» [16].

Депутаты демонстрируют солидарность в топосе ответственности. Они апеллируют к социальным обязательствам государства перед своими гражданами. Анализируя отдельные выступления противников пенсионной реформы в органах власти можно отметить так же топос гуманизма и справедливости (особенно ярко проявляется в интерпретации реформы как «людоедской» и «антинародной») [16], топос вреда (заявление Бюро РОДП «Яблоко» о последствиях принятия повышения пенсионного возраста в современных условиях [17], топос цифр (выступление Олега Шеина [17]) и топос злоупотребления («Понастроил себе дворцов «Пенсионный фонд» [16]).

При общем падении уровня доверия правительственным федеральным телеканалам, консолидация оппозиции (в том числе и несистемной) позволила разрушить существующий дискурс-строй. Стратегическая инициатива в формировании общественного мнения правительством была утеряна. Уровень поддержки предложенных Правительством изменений в пенсионном законодательстве при всех транслируемых аргументах «за» (а именно повышение продолжительности жизни, более высокий пенсионный возраст в развитых странах, обещания о повышении размера самих пенсий и, главное из декларируемого, безальтернативность и необходимая срочность реформы, без которой вся пенсионная система России «рухнет») не повысился на показатели, позволяющие сказать, что россияне реформу приняли.

В Таблице 1 приведены четыре опроса, проведенных в четыре разных этапа легитимации реформы. 14 июня – Первые новости о возможных изменениях в пенсионном законодательстве. 22-26 июня – Приведены основные аргументы власти и контраргументы оппозиции. Новость о намерениях попытаться провести референдум только начинает обсуждаться. 29 июня – Попытка проведения референдума оппозицией входит в публичное обсуждение. 9 сентября – опрос мнение после фактической точки в обсуждении – обращения президента 29 августа.

Как можно видеть, уровень поддержки реформы оставался низким на протяжении всего исследуемого периода. Лишь обращение Владимира Путина смогло обеспечить незначительный рост показателей. Попытку конструировать публичную дискуссию со стороны проправительственных СМИ, в свою очередь, можно назвать провалившейся. Несмотря на обрушившиеся на зрителей федеральных телеканалов аргументы, уровень поддержки не вырос. Помимо очевидной ангажированности новостных передач, для формирования общественного мнения были привлечены популярные неполитические

передачи. К примеру «Прямой эфир» с Андреем Малаховым [22]. Привлеченные певцы, актеры и политики в конкретно этой передаче не строят обсуждение различных точек зрения на этот спорный вопрос, а ограничиваются разъяснением аргументов за реформу. Приглашенные работники разных возрастов декларируют единогласное согласие с предложенными правительством изменениями. В противники реформы в традиции контрриторики истерии были представлены как популисты и противники государства

Таблица 1

Результаты опроса

Дата опроса 2018	Опрос проведен	Кол-во опрошенных	Положительно	Отрицательно	Безразлично или затрудняюсь ответить
14 июня	Ромир [18]	1500	8%	92%	-
22-26 июня	Левада-Центр [19]	1600	7-8%	89-90%	3%
29 июня	ФОМ [20]	1500	6%	80%	13%
9 сентября	ФОМ [21]	1500	11%	75%	14%

Список литературы:

1. Волкова А.В. Управляемость государства в условиях глобализации: проблема формирования публичных ценностей // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС. – 2013. – Т. 9, № 4. – С. 70-82.
2. Казун А.Д. Конструирование публичной дискуссии и стратегии депроблематизации вступления России в ВТО // Journal of institutional studies. – 2015. – Т. 7, №1. – С. 95-111.
3. Социально-культурная сфера в новой экономике: от развития образования до арт-рынка. Коллективная монография / Под ред. Н.М. Старобинской. – СПб: КультИнформПресс, 2019. – 164 с.
4. Ibarra P. R., Kitsuse J. I. Claims-making discourse and vernacular resources // Challenges and Choices: Constructionist Perspectives on Social Problems. – 2003. - pp.17-50.
5. Wodak R. Discourse // In Ph. Essed, D.T. Goldberg, A. Kobayashi // A Companion to Gender Studies. – Oxford, 2005 – 217 p.
6. Указ Президента Российской Федерации от 09.05.2017 № 202 (официальный интернет-портал правовой информации) – [Электронный документ] – <https://goo-gl.ru/5fJT> (дата обращения: 15.02.2020).
7. Владимир Жириновский об отношении ЛДПР к повышению пенсионного возраста (официальный сайт ЛДПР) – [Электронный документ] – <https://goo-gl.ru/5fJU> (дата обращения: 15.02.2020).
8. Сергей Миронов об отношении «Справедливой России» к повышению пенсионного возраста (официальный сайт «Справедливой России») – [Электронный документ] – <https://goo-gl.ru/5fJV> (дата обращения: 15.02.2020).
9. Геннадий Зюганов об отношении КПРФ к повышению пенсионного возраста (официальный сайт КПРФ) – [Электронный документ] – <https://goo-gl.ru/5fJW> (дата обращения: 15.02.2020).
10. Григорий Явлинский о отношении «Яблока» к повышению пенсионного возраста (официальный сайт партии «Яблоко») – [Электронный документ] – <https://goo-gl.ru/5fJX> (дата обращения: 15.02.2020).
11. Отрывок из передачи Дмитрия Киселева о пенсионной реформе (видеозапись хостинга YouTube) – [Электронный документ] – <https://goo-gl.ru/vfcS6> (дата обращения: 15.02.2020).
12. Андрей Турчак о недопустимости критики членами «Единой России» пенсионной реформы (Статья интернет-газеты «Знак» со ссылкой на РБК. Автор: Вера Воробьева) – [Электронный документ] – <https://goo-gl.ru/5ipe> (дата обращения: 15.02.2020).

13. Статья Натальи Башлыковой о поведении депутатов во время голосования по пенсионной реформе (Сетевое издание «Daily Storm») – [Электронный документ] – <https://goo-gl.ru/5ipg> (дата обращения: 15.02.2020).
14. Статья Веры Воробьевой об увольнении секретаря ярославского отделения «Единой России» (Интернет-газета «Знак» со ссылкой на РБК) – [Электронный документ] – <https://goo-gl.ru/5ipi> (дата обращения: 15.02.2020).
15. Выступление Олега Шеина в Государственной Думе (Статья интернет-издания «Правмир») – [Электронный документ] – <https://goo-gl.ru/5fJY> (дата обращения: 15.02.2020).
16. Выступление Геннадия Зюганова в Государственной Думе (Статья на сайте телеканала «Красная Линия») – [Электронный документ] – <https://goo-gl.ru/5fJZ> (дата обращения: 15.02.2020).
17. Заявление Федерального Бюро партии «Яблоко» (официальный сайт партии «Яблоко») – [Электронный документ] – <https://goo-gl.ru/5fK0> (дата обращения: 15.02.2020).
18. Результаты опроса исследовательского холдинга «Ромир» (официальный сайт холдинга «Ромир») URL: <https://goo-gl.ru/5fK1> (дата обращения: 15.02.2020).
19. Результаты опроса аналитического центра «Левада-центр» (официальный сайт аналитического центра «Левада-центр») – [Электронный документ] – <https://goo-gl.ru/5fK2> (дата обращения: 15.02.2020).
20. Результаты опроса ФОМ на 29 июня (официальный сайт ФОМ) – [Электронный документ] – <https://goo-gl.ru/5fK3> (дата обращения: 15.02.2020).
21. Результаты опроса ФОМ на 9 сентября (официальный сайт ФОМ) – [Электронный документ] – <https://goo-gl.ru/5fK4> (дата обращения: 15.02.2020).
22. Запись передачи Андрея Малахова от 29.06.2018 (видеозапись хостинга YouTube) – [Электронный документ] – <https://goo-gl.ru/5hgL> (дата обращения: 15.02.2020).

*В.А. Бурцева (магистрант 1 курса,
Экономического факультета СПбГУ)*

*Научный руководитель: А.А. Кольцова, к.э.н., старший преподаватель каф.
экономической теории и экономической политики СПбГУ*

ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ НАЛОГОВОГО БРЕМЕНИ

Регулирование системы налогообложения на государственном уровне имеет свою определенную специфику из-за принудительного характера уплаты налогов, включая в себя контроль за налогами, налоговое регулирование, а также налоговое прогнозирование и планирование.

Получить максимальный положительный эффект и сократить отрицательное влияние подобного регулирования можно путем постоянного мониторинга эффективности налоговой системы. Специалисты, при определении эффективности налоговой системы определяют показатели тактической и стратегической эффективности: проводят сопоставление налоговых поступлений и затрат на изъятие, рассчитывают показатели эластичности налогов и налогового мультипликатора. Ключевым индикатором эффективного налогового регулирования выступает показатель налоговой нагрузки. При оценке влияния данного показателя, многие экономисты применяют понятие «налоговое бремя», из-за этого определения налогового бремени и налоговой нагрузки часто идентифицируются. Например, И.В. Горский, под налоговой нагрузкой на экономику и ее субъектов считает действие, которое оказывает на них налоговая система, а отношение уплачиваемых налогов к полученному доходу, называет показателем налогового бремени [5]. Однако при этом автор

указывает возникновение схожести в этих понятиях еще на самых ранних этапах упоминания о налогах в исторической литературе.

Поэтому говоря о налоговом бремени, необходимо обратиться к самому определению налога. Налог – обязательный, индивидуально безвозмездный платеж, взимаемый с организаций и физических лиц в форме отчуждения принадлежащих им на праве собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления денежных средств в целях финансового обеспечения деятельности государства и (или) муниципальных образований [8]. Поскольку сегодня налоги носят принудительный (обременительный) характер, то его уровень специалисты в области налогообложения называют «налоговым бременем».

В законодательстве Российской Федерации не содержится понятие «налоговое бремя». Так как данный показатель относится к экономическим категориям, которые характеризуют влияние объемов взимаемых налогов на всех налогоплательщиков, а не конкретных субъектов. Близкое понятие, встречающееся в законодательстве, является налоговая нагрузка на предприятие, характеризующая долю налоговых платежей в объеме полученных доходов. Она применяется органами налоговой службы как основной критерий при выборе предприятий для проведения выездных проверок. Расчет и анализ показателя прописан в Приказе ФНС от 30.05.2007 № ММ-3-06/333@ [12].

Как экономическая категория «налоговое бремя» не имеет единого, базового определения. Так, например, В.Г. Пансков определяет налоговое бремя как отношение уплаченных налогов к созданному ВВП. Экономический смысл данного показателя состоит в оценке доли ВВП, перераспределенной с помощью налогов. И.В. Горский считает, что показателем налогового бремени (довольно грубым) обычно считается отношение выплачиваемых налогов к полученному доходу. А.В. Брызгалин, Д.Г. Черник пишут, что это обобщающий показатель, который характеризует роль налогов для общества и определяется как отношение суммы налоговых сборов к валовому национальному продукту. Также существует понятие избыточного налогового бремени, определяющееся разницей между суммой фактически уплаченных налогов и начисленных и выявляет потери доходов для общества [7].

Исследовав различные труды ученых можно сказать, что в целом налоговое бремя определяется отношением отдельных налогов или их совокупности к выбранному результативному показателю.

Перед тем как перейти к рассмотрению различных методов расчета показателя налогового бремени, рассмотрим наиболее значимые факторы, от которых зависит состояние и уровень налоговой нагрузки, прежде всего в определении базы в отношении налоговых изъятий. Эти факторы можно разделить на четыре группы:

- экономические (накопленные и используемые финансовые, материальные, трудовые ресурсы экономики, инвестиционный климат, инновационный потенциал);
- политические (общая политическая стабильность, устойчивость законодательной системы, адекватность административного влияния и пр.);
- социальные (качество и уровень жизни населения, демографическая ситуация, государственное социальное обеспечение и пр.);
- природно-географические факторы (ресурсно-сырьевой потенциал регионов России, природно-климатические явления, экологическая обстановка и др.).

Существует множество различных методов расчета налогового бремени. Полученные в результате показатели могут значительно различаться. Отдельный экономический субъект, экономическая система в целом, государственные регулирующие органы заинтересованы в детализации и систематизации имеющихся подходов, в точности проведения расчетов для получения достоверной оценки эффективности налоговой системы. Проведем краткий обзор официальных и наиболее популярных методов.

В мировой практике налоговое бремя рассчитывается на макроэкономическом уровне (налогообложение населения в целом) и микроуровне (налоги физических лиц и

организаций) [6]. Показатели налогового бремени для международного сопоставления, например, рассчитывает Всемирный банк вместе с PriceWaterHouseCoopers и публикует в отчете Paying Taxes, который выпускается ежегодно.

Налоговое бремя по методике Всемирного банка рассчитывается как соотношение суммы налоговых платежей (без учета социальных взносов) к ВВП [4]. Данный метод расчёта не дает достоверный результат из-за отсутствия социальных взносов. Между тем, их влияние может быть существенным. Стоит отметить, что в ряде стран бремя по социальным страховым взносам распределяется между работниками и работодателями.

Минфин России данный показатель исчисляет как соотношение суммы налоговых платежей и социальных взносов к ВВП. Нет разделения по видам экономической деятельности. Этот показатель позволяет определить налоговую нагрузку на макроуровне, отследить ее динамику.

Федеральная налоговая служба рассчитывает этот показатель на уровне предприятия как соотношение суммы налоговых платежей к выручке (обороту). Расчет данного показателя по отдельным видам экономической деятельности позволяет увидеть, какая часть выручки расходуется на уплату налогов. Здесь формируется такое понятие, как «эффективная налоговая ставка». [13] Данное понятие отражает скорректированную ставку по налогу с учетом конкретизации налоговой базы (при принятии всех налоговых льгот и использовании в расчетах дифференцированных ставок в отношении различных элементов налоговой базы). Налоговая служба рекомендует такой показатель для самостоятельной оценки хозяйствующими субъектами своей налоговой нагрузки, чтобы не попасть под выездную налоговую проверку. Налоговые службы анализируют и сравнивают налоговую нагрузку по хозяйствующим субъектам со средним уровнем по видам экономической деятельности.

В «Основных направлениях налоговой политики на 2019 год и на плановый период 2020 и 2021 годов» Департамент налоговой и таможенной политики Минфина России для анализа налоговой нагрузки предлагает следующую формулу ее расчета [10]:

$$НН = \frac{НС + ТП + СВ + ПНП}{ВВП},$$

где НС – совокупные поступления налогов и сборов;

ТП – таможенные пошлины;

СВ – страховые взносы на социальное страхование;

ПНП – прочие налоговые платежи за период (не учитывая государственной пошлины);

ВВП – величина внутреннего валового продукта за период

Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП) также высказал мнение о возможной методике расчета налоговой нагрузки на бизнес. РСПП считают, что данный показатель можно рассчитывать так [1]:

$$НН = \frac{НП + ОПС + ОМС + ОСС + ОП - НДС}{\text{Чистая добавленная стоимость}},$$

где НП – сумма налоговых платежей;

ОПС – сумма страховых взносов на пенсионное страхование;

ОМС – сумма страховых взносов на медицинское страхование;

ОСС – сумма страховых взносов на социальное страхование;

ОП – сумма страховых премий на обязательное страхование опасных производственных объектов;

НДС – налог на доходы физических лиц.

Так как данный расчёт предполагает оценку налоговой нагрузки на бизнес, исключён налог, уплачиваемый физическими лицами (НДФЛ). Наряду с этим, необходимо отметить, что НДФЛ учитывается в издержках предприятия в составе начисленной оплаты труда, тем более, учитывая, что страховые платежи предприятий от фонда оплаты труда, включаемые в затраты, присутствуют в числителе формулы со знаком «+». В знаменателе используется

чистая добавленная стоимость: валовая добавленная стоимость минус амортизация и является более точным в расчёте налоговой нагрузки по сравнению с ВВП, который содержит налоги на импорт (НДС, акцизы) и производство и, из-за этого, часть налогов присутствует и в числителе и в знаменателе расчёта налоговой нагрузки. Следовательно, можно рекомендовать считать долю налоговых платежей вместе со страховыми взносами в процентах к чистой добавленной стоимости.

В отношении оценки налогового бремени на населения, как правило, применяются методики Панского и Барулина.

По мнению В.Г. Панскова, уровень налогового бремени населения можно рассчитывать по формуле [2]:

$$БР = \frac{Н : ЧН}{Д : ЧН},$$

где БР – уровень налогового бремени;

Н – все уплаченные населением налоги (включая косвенные);

ЧН – численность населения;

Д – сумма полученных населением доходов.

Данная методика расчета дает лишь приблизительный результат, так как не учитывается возможность применения в стране «серых» зарплатных схем и принимается во внимание вся нагрузка по косвенным налоговым платежам по населению.

С.В. Барулин также предлагает свою формулу для расчета налогового бремени населения [3]:

$$НБн = \frac{(НЛН + НКН \cdot Кд)}{ДДН} * 100 \%,$$

где НЛН – начисленные личные налоги с физических лиц;

НКН – начисленные косвенные налоги;

Кд – коэффициент доли косвенных налогов с населения (для России 0,6–0,7);

ДДН – денежные доходы населения.

Данный вариант можно считать усовершенствованным, поскольку учитывается доля косвенных налогов (в основном, перераспределение по косвенным налогам осуществляется исходя из эластичности/неэластичности спроса по цене на продукцию, облагаемую соответствующим налогом).

Обратимся к расчетным данным, полученным по официальной методике определения налоговой нагрузки.

По данным представленным в "Основных направлениях бюджетной, налоговой и таможенно-тарифной политики на 2020 год и на плановый период 2021 и 2022 годов" [9] (ВВП – по Росстату, данные по состоянию на 02.04.2018, доходы бюджета расширенного правительства – по Федеральному казначейству), уровень налоговых изъятий в 2018 г. составлял 32,72% от ВВП (см. рисунок 1). Показатель ниже большинства стран Организации экономического сотрудничества и развития и среднего для ОЭСР уровня – 34,3%.. Следовательно, налоговое бремя в России ниже, чем во многих развитых европейских странах. На пике кризиса в 2009 году доля налоговых доходов в ВВП составила 30,9%, в 2016 году снизилось до 28,51% после чего начала увеличиваться.

За последние годы был принят ряд решений, которые направлены на существенный рост налоговой нагрузки на население [11]. Значительно влияет на уменьшение реальных доходов населения рост с 1 января 2019 года ставки НДС до 20%. Поэтому, наряду с действием иных факторов, замедлился темп экономического роста.

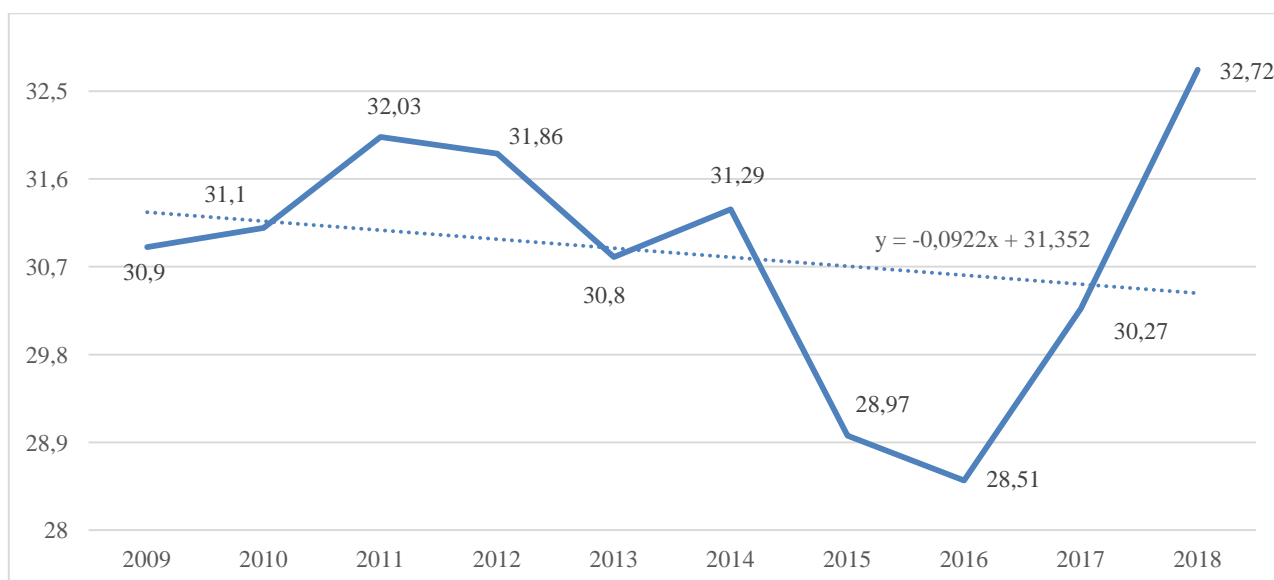


Рисунок 1 –Налоговые доходы и платежи бюджета расширенного правительства РФ в 2009-2018 гг. (% к ВВП)

График составлен автором по материалам источника [9]

Таким образом, несмотря на то, что уровень налогового бремени населения России в целом ниже, чем в других экономически развитых странах, доля бремени в доходах бюджетной системы составляет всего около 10%, в то время как в бюджетах иных развитых стран поступления доходят до 30–50%, необходимость снижения налоговой нагрузки остается, так как после уплаты всех налогов средств на развитие все же оказывается недостаточно.

Основные выводы по результатам проведенного исследования следующие. Динамика экономического развития и совершенствование государственного механизма управления вносят коррективы в базовые теоретические положения определения налогового бремени. Разнообразие применяемых подходов не позволяет получить единый объективный параметр налоговой нагрузки, что определяет необходимость законодательного утверждения методов расчета налоговой нагрузки на экономику в целом, население и предприятия. Разработка общих принципов мониторинга по данной группе показателей позволит получить данные для оценки эффективности налоговой системы.

Список литературы:

1. Аналитическая оценка налоговой нагрузки в российской экономике. Комитет РСПП по налоговой политике. М., 2016. URL: http://www.fbk.ru/upload/docs/nalogovaya_nagruzka.pdf
2. Балтина А. М., Тюрина Ю. Г. Оценка налоговой нагрузки на доходы физических лиц в России // Вестник ОГУ. 2006. №6-2.
3. Барулин С. В. Теория и история налогообложения: учебное пособие - М. Экономистъ, 2006. — 319 с.
4. Гаджиева М.А. Налоговое бремя и факторы его определяющие // УЭПС: управление, экономика, политика, социология. — 2016. — С. 69-74.
5. Горский И.В. К проблеме налоговой нагрузки в России // Экономика. Налоги. Право. 2015. № 1. С. 121–126.
6. Ищук Т.Л. Налоговая нагрузка и ее границы // Сибирская финансовая школа. — 2018. — №2. — С. 45-51.
7. Коростелева В.В. Налоговое бремя как важнейший показатель эффективности налоговой политики государства // Теория и практика мировой науки. —2016. —№ 3. —С. 26-30.

8. Налоговый кодекс РФ (часть первая) от 31.07.1998, №146-ФЗ (редакция от 28.01.2020), ст. 8, п. 1 - http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/fd3039f558e14477ce752eb9789b02a023fbc006/
9. Основные направления бюджетной, налоговой и таможенно-тарифной политики на 2020 год и на плановый период 2021 и 2022 годов (утв. Минфином России) [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс»: Законодательство: Версия Проф. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_334706/52947deb5e4fd99e92aaefcc943198b20fdd75e1/
10. Основные направления налоговой политики на 2019 год и на плановый период 2020 и 2021 годов. Приложение 1. - https://www.minfin.ru/common/upload/library/2019/10/main/Prilozheniya_k_ONBNiTTP_2020-2022.pdf
11. Пансков В.Г. Налоговое регулирование как инструмент подъема экономики // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. — 2019. — С. 87-99.
12. Приказ ФНС России от 30.05.2007 N ММ-3-06/333@ (ред. от 10.05.2012) "Об утверждении Концепции системы планирования выездных налоговых проверок"
13. Экономическая политика / Под ред. А.Н. Лякина. – М.: Юрайт, 2016. – 432 с.

***В.Ю. Быстрова** (аспирант 1 курса,
Институт экономики и управления РГПУ им. А.И. Герцена)
Научный руководитель: Н.А. Пашкус, д.э.н., профессор каф. отраслевой экономики и
финансов РГПУ им. А.И. Герцена)*

О РЫНКЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ТАМОЖЕННЫХ УСЛУГ

Одним из самых значительных явлений рубежа XX и XXI веков, как экономической жизни, так и в целом человеческого развития, является глобальный переход от индустриальной экономики к экономике нового типа, так называемой «постиндустриальной», «сервисной», «инновационной» и пр. экономике. При этом основным признаком трансформации общества от индустриального к постиндустриальному уровню развития является переориентация производства с создания исключительно материальных благ на все больше увеличение доли предоставления услуг. Сферу услуг сегодня можно назвать основой экономического развития государства, уровня и качества жизни населения. За последнее десятилетие деятельность государственных органов исполнительной власти была скорректирована с учётом их непосредственного вовлечения в данную сферу. В России в XXI веке появилось понимание того, что исполнительная власть должна «работать» на общество, а одной из её главных задач является оказание услуг физическим и юридическим лицам.

Одним из видов государственных услуг являются услуги в области таможенного дела или таможенные услуги, которые предоставляются заинтересованным лицам таможенными органами как органами исполнительной власти. Становление принципиально нового института таможенных услуг берет свое начало в рекомендациях Всемирной таможенной организации, изложенных, в том числе в «Рамочных стандартах обеспечения безопасности и содействия торговли». Система услуг в сфере таможенного дела включает в себя государственные таможенные услуги и так называемые «околотаможенные» услуги или «квазитаможенные» услуги [1, с.18]. К последним традиционно относят услуги, предоставляемые коммерческими организациями – таможенными представителями, перевозчиками и т.д., деятельность которых заключается в квалифицированной помощи участникам внешнеэкономической деятельности на возмездной основе в целях соблюдения

таможенных формальностей того или иного государства при осуществлении экспортно-импортных операций.

В свою очередь государственные таможенные услуги входят в общую систему государственных услуг. Определение государственных таможенных услуг отсутствуют в действующем законодательстве Российской Федерации, вместе с тем с 2010 г. в российском законодательстве юридически закреплено общее понятие государственной услуги. Согласно ст. 2 Федерального закона от 27.07.2010 № 210-ФЗ «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» «государственная услуга – деятельность по реализации функций соответственно федерального органа исполнительной власти, государственного внебюджетного фонда, исполнительного органа государственной власти субъекта Российской Федерации, а также органа местного самоуправления при осуществлении отдельных государственных полномочий, переданных федеральными законами и законами субъектов Российской Федерации, которая осуществляется по запросам заявителей в пределах установленных нормативными правовыми актами Российской Федерации и нормативными правовыми актами субъектов Российской Федерации полномочий органов, предоставляющих государственные услуги».

Изучение различных источников по вопросу определения таможенных услуг приводит к пониманию сущности государственных таможенных услуг как отношений, предусматривающих совокупность действий государства, направленных на создание оптимальных условий перемещения товаров через таможенную границу с целью удовлетворения потребностей участников внешнеэкономической деятельности.

В исследованиях многих учёных и практиков возникла некая путаница, касающаяся смешения понятий таких правовых категорий, как услуга и функция органа исполнительной власти [4, с.121]. Некоторые из них государственные услуги приравнивают к функциям органов исполнительной власти, что в контексте нашего исследования означает, что к государственным таможенным услугам следует относить все многообразие операций, выполняемых должностными лицами таможенных органов, в том числе и осуществляемый ими государственный таможенный контроль и таможенное оформление товаров, перемещаемых через государственную границу. Так, Гупановой Ю.Е. отмечается, что «таможенную услугу следует понимать как результат деятельности таможенных органов, имеющий целью, в первую очередь, реализацию государственных функций, а также удовлетворение не нарушающих установленные запреты и ограничения потребностей участников внешнеэкономической деятельности» [2, с.124]. Этой точке зрения придерживаются большинство авторов, работы которых посвящены данной тематике. Таким образом, в качестве главной государственной таможенной услуги рассматривается основной результат деятельности таможенных органов – выпуск товаров, а услуги, оказываемые таможенными органами в соответствии с административными регламентами, носят лишь вспомогательный характер.

Однако в изученной литературе есть и иная позиция, согласно которой проведение аналогии между услугами и функциями государственных органов невозможно. Так, отличительной чертой любой государственные услуги, в том числе таможенной, является её заявительный характер, а поскольку государственный таможенный контроль осуществляется в обязательном нормативно-установленном порядке, то и рассматривать деятельность таможенных органов только как перечень услуг в корне неверно, считает, например, Гречкина О.В. По ее мнению, таможенные услуги выступают скорее как вспомогательный механизм к функция таможенных органов [1, с.23].

Регламент Федеральной таможенной службы России (далее – ФТС России), утвержденный приказом ФТС России от 04.09.2018 года № 1380, закрепляет положение о том, что ФТС России «осуществляет разработку административных регламентов осуществления государственного контроля (надзора) и предоставления государственных услуг». Разработка первого административного регламента ФТС России и утверждение соответствующего вида государственной таможенной услуги начинается с 2006 года. На

сегодняшний день нормативно-правовая база ФТС России включает 12 административных регламентов, последний из которых вступил в силу уже в 2020 году (после очередной редакции), при этом 1 из них посвящен исполнению функции по осуществлению государственного контроля за валютными операциями.

Актуальный перечень государственных услуг в области таможенного дела содержит 11 наименований:

- ведение реестра владельцев магазинов беспошлинной торговли;
- ведение реестра владельцев таможенных складов;
- ведение реестра банков, обладающих правом выдачи банковских гарантий;
- ведение реестра владельцев складов временного хранения;
- ведение реестра таможенных перевозчиков;
- ведение реестра таможенных представителей;
- ведение таможенного реестра объектов интеллектуальной собственности;
- информирование об актах таможенного законодательства и об иных правовых актах Российской Федерации в области таможенного дела и консультирование по вопросам таможенного дела и иным вопросам, входящим в компетенцию таможенных органов;
- принятие предварительного решения о стране происхождения товара;
- принятие предварительных решений по классификации товаров по единой Товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза (далее – ТНВЭД ЕАЭС);
- выдача и отзывы квалификационных аттестатов специалистов по таможенным операциям (до 2018 года).

Ежегодно ФТС России предоставляет в среднем 27 тыс. единиц регламентированных услуг, из них более 60 % предоставляется гражданам (физическим лицам), основная часть которых обращается в таможенные органы в целях оказания им услуги по информированию и консультированию по вопросам таможенного дела. В свою очередь юридические лица в основном пользуются услугами включения их в соответствующие реестры или принятия таможенным органом предварительного решения по классификации товаров по ТНВЭД ЕАЭС [5].

Укрупненная структура объема предоставления вышеуказанных услуг за 2019 год представлена на рисунке 1.

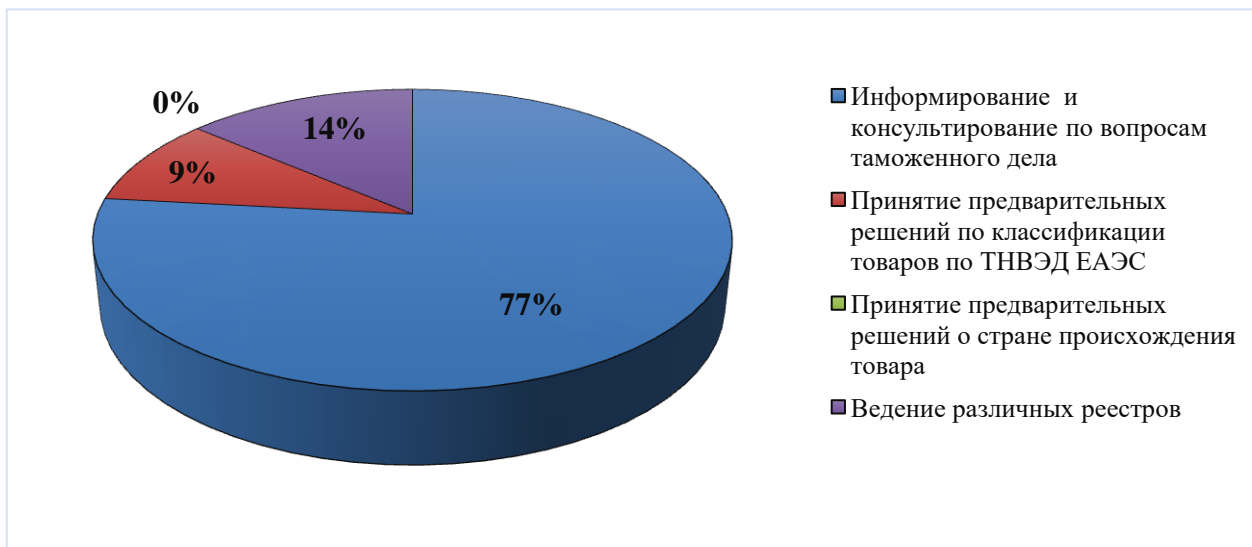


Рисунок 1 – Структура государственных таможенных услуг, предоставленных заинтересованным лицам в 2019 году [5]

Таким образом, государственные таможенные услуги условно можно разделить на 2 основных вида – это регламентированные услуги, перечень которых представлен выше, а

также нерегламентированные таможенные услуги, административные регламенты по которым не разрабатывались, но действия должностных лиц таможенных органов обладают всеми свойствами таких услуг.

Несмотря на возникшие в литературе противоречия относительно понятия государственных таможенных услуг, исследователей, вовлеченных в изучение данного вопроса, объединяет общее признание необходимости оценки их качества [3, с.950]. При этом отмечается двойственность данной оценки, поскольку должны быть учтены, как интересы и мнение участников внешнеэкономической деятельности, так и государства.

К наиболее значимым общим показателям качества таможенной услуги с точки зрения участника внешнеэкономической деятельности относят своевременность, оперативность, доступность и экономичность оказываемых услуг, государство же в первую очередь заинтересовано в правомерности, достижении необходимого уровня результативности и эффективности деятельности таможенных органов.

Немаловажную роль для обеих сторон играет такой показатель, как скорость совершения таможенных операций и проведения таможенного контроля, отражающий по сути время, необходимое участнику внешнеэкономической деятельности для получения той или иной таможенной услуги, связанной с осуществлением таможенных формальностей. Показатели качества таможенных услуг, отражающие сроки осуществления таможенных операций и контроля, лежат в основе формирования международных рейтингов, согласно которым определяется привлекательность и конкурентоспособность национальных экономик [6].

Так, например, одним из показателей Всемирного экономического форума, является «Burden of customs procedures» («Бремя таможенных процедур»), формируемый на основе оценки международных участников внешнеэкономической деятельности. В 2018 году Россия по эффективности организации таможенных процедур заняла 76 место в мировом рейтинге.

Другим мировым ориентиром, позволяющим оценить состояние качества совершения таможенных операций, является индекс эффективности логистики (LPI-index), рассчитываемый Всемирным Банком. В контексте данного исследования нам интересен подпоказатель индекса, отражающий работу таможенных органов (компонент «customs») с точки зрения скорости, простоты, предсказуемости. По данным Всемирного Банка в 2018 году Россия заняла 97-е место в мире по уровню работы таможенных органов.

Отметим, что совершенствование таможенного контроля при декларировании товаров, в том числе в части сокращения времени совершения таможенными операциями является одним из основных направлений деятельности таможенных органов согласно Комплексной программе развития ФТС России до 2020 года. Несмотря на то, что ежегодно ФТС России отмечает положительную динамику в отношении сокращения времени, требуемого на совершение таможенных операций, на международной арене наша страна все еще очень далека от лидеров мировых рейтингов.

Оперативность таможенных операций – далеко не единственный показатель оценки качества предоставления таможенных услуг, их перечень, как и само определение государственной таможенной услуги, не регламентирован. С одной стороны, данный факт создает исследователям простор для осуществления любых экспериментов и высказывания все новых предположений и домыслов, однако отсутствие какого-либо понятийного аппарата и единой установленной системы оценки качества услуг, безусловно, вызывает множество проблемных вопросов. Учитывая значимость ФТС России как главного администратора доходов федерального бюджета Российской Федерации, актуальным представляется рассмотрение и возможное нормативное закрепление вышеперечисленных понятий. В свете подготовки в 2020 году проекта Стратегии развития таможенной службы до 2030 года целесообразным также представляется включение совершенствования качества государственных таможенных услуг как одного из основных направлений развития ФТС России.

Список литературы:

1. Гречкина О.В. Государственные таможенные услуги: понятие, базовые характеристики, виды // Известия ВУЗов. Поволжский регион. Общественные науки. – 2016. №3 (39). – С.17–30.
2. Гупанова Ю. Е. Методический подход к формированию показателей оценки качества таможенных услуг// Вестник Российской таможенной академии. – 2015. – № 2. – С. 123–130.
3. Молчанова Н. П., Антонов А. Ю. Управление экономическими структурами в регионе: эффективность и качество таможенных услуг // Россия: тенденции и перспективы развития. – 2017. – №12-1. – С. 949–953.
4. Смирнова А.А. О соотношении государственных услуг, функций и полномочий органов исполнительной власти // Журнал российского права. – 2015. – №3. – С.120–129.
5. Федеральная таможенная служба России: официальный сайт – [Электронный ресурс] – <http://customs.ru> (дата обращения: 15.02.2020).
6. Экономическая политика / Под ред. А.Н. Лякина. – М.: Юрайт, 2016. – 432 с.

Часть 2

ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА

*Г.О. Бахтин (аспирант 1 курса,
Санкт-Петербургский государственный университет),
В.В. Топорищева (бакалавр 2 курса,
Санкт-Петербургский государственный университет)*

ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА И НЕОЛИБЕРАЛИЗМ: К ВОПРОСУ О РАЗГРАНИЧЕНИИ ПОНЯТИЙ

Цифровизация, придя на смену информатизации и компьютеризации, сформировала собственные технические «среды обитания» для решения класса задач и стала одним из важнейших факторов, определяющих вектор мирового общественного развития [21, с.46].

По мнению Л.Д. Капрановой, развитие цифровой экономики может быть разделено на несколько этапов: с 1960-ых по 1990-ые годы господствовало представление о цифровизации как о процессе автоматизации бизнес-процессов различного характера. Второй этап, начавшийся с середины 1990-ых годов, ассоциируется у большинства учёных и обывателей с проникновением Интернета во все сферы жизнедеятельности человечества [12, с.59]. Предельно быстрое развитие технологической инфраструктуры, появление таких феноменов, как Big Data,¹ Internet of Things² и других привело к оформлению комплексной киберфизической системы, интегрирующей неисчислимо количество разнообразных и разнородных цифровых сервисов [1, с.379-385]. Некоторые аналитики проводят аналогии между современным процессом проникновения цифры и эффектом от него с тем историческим ускорением, которое произошло в период Промышленной революции в Европе [12, с.59].

Четкого определения термина и самой сущности «цифровой экономики» в общемировом научном сообществе не существует. Границы и наполнение данной категории представляются в высшей степени размытыми [20, с.78]. В широком смысле «цифровая экономика» порой трактуется в качестве совокупности социальных, экономических, культурных и иных общественных отношений, которые подразумевают технологии информационно-коммуникационного характера в качестве фундамента их отправления и функционирования [10]. Часто «цифровую экономику» отождествляют с рынками, осуществляющими торговый обмен различными информационными товарами и услугами посредством уже упомянутых ИКТ и Интернета [6].

Стоит отметить, что многие ученые выделяют деятельностную компоненту «цифровой экономики», существенной характеристикой которой является повышенная эффективность и производительность в различных сферах экономики и хозяйства, достигаемые за счёт систематического и упорядоченного использования цифровых данных [20, с.78]. Кроме того, необходимо подчеркнуть, что в архаичном виде цифровая экономика сопоставляется с простым набором различных технологий и сервисов, без идентификации механизмов их функционирования [18, с.7].

Итак, Е.В. Купчишина в обзорном исследовании кратко приводит несколько этапов научного осмысления феноменов цифровой экономики. Во-первых, она предлагает искать

¹ Обобщенная категория для обозначения как структурированных, так и не имеющих чёткой упорядоченности данных громадного масштаба. В качестве простого примера могут приведены хранилища информации с камер наблюдения.

² Интернетом вещей в самом общем виде именуется концепт сложной вычислительной сети, в которую входит множество физических предметов, обладающих технологической возможностью для обеспечения взаимодействия как между самими «вещами», так и для их связи с внешней средой.

истоки современных интерпретаций цифровой экономики в направлении под названием «неоэкономика», которое во второй половине XX века объединило исследования ИКТ и экономической политики [15, с.427]. Во-вторых, автор приводит таблицу теоретико-методологических конструкций, описывающих различные подходы к интерпретации цифровой экономики. Краткий перечень данных интерпретаций имеет следующий вид:

1) Техноцентристский подход, доминировавший в западной науке в 1990-ых годах и самом начале двадцать первого века. Квинтэссенция данного подхода заключается в особой роли Интернета (или технологического прогресса в целом) в деле трансформации существующих экономических секторов. В качестве наиболее видных представителей данного подхода выступают Д. Тапскотт [9] и Н. Негропonte [5].

2) В двухтысячные годы в моду ненадолго вошёл трансформационный подход, который декларировал появление и развитие принципиально новых рынков, отраслей и моделей бизнеса в результате всепроникающего воздействия информационно-коммуникационных технологий. С. Шарма делает акцент на том, что компьютерные технологии, предполагающие создание больших по масштабу сетей, взаимодействуя с бизнес-моделями, приводят к появлению иных субъектов экономики [4, с. 236].

3) В начале десятых годов нового столетия складывается течение экосистемного толка, ведущим теоретиком которого становится М. Скилтон [7, с.159]. Цифровая экономика в рамках данного направления представляется в качестве органичной части цифровой экосистемы и имеет процессуальную сущность (взаимодействие технологий и бизнеса порождает к трансформации потребительской среды).

4) Поскольку в середине десятых тематика цифровой экономики набирает популярность в информационных пространствах и академических кругах Российской Федерации, то Е.В. Купчишина обращает внимание на появление трёх отечественных методологических «школ», изучающих цифровую экономику [15, с. 438-439]. В данном контексте, вслед за автором, необходимо выделить воспроизводственный подход (формирование отношений Machine2machine, примат аспекта производства и распределения благ) [13, с.147; 16, с.9-10], киберсистемное направление (цифровая экономика как обособленная киберсистема, требующая для управления собой осознанного и планомерно направленного развития) [11, с.47] и институциональный подход.

Институциональный подход, которого придерживается Е.В. Купчишина и Е.В. Богомолов, аутентично дополняет механизм методологического основания проводимого исследования, поскольку имеет явные политико-управленческие коннотации. Так, необходимо отметить, что в рамках институционального подхода акцентируется важность роли институтов (сама цифровая экономика интерпретируется в качестве набора институтов) и организаций, способствующих производству, воспроизводству и распределению (цифровых) благ. Кажется очевидным сходство между исходными посылками рассматриваемого подхода и декларативными сентенциями рассмотренных нормативных документов. Купчишина и Богомолов избегают противоречий в собственных рассуждениях, подчеркивая наличие неформальных правил и, соответственно, институтов, которые являются препятствием на пути развития цифровой экономики [14, с. 28].

Однако, дальнейшее рассуждение о возможностях и ограничениях цифровой экономики должен предварять ключевой вопрос: возможно ли ставить обсуждаемый феномен в один ряд с идеологическими аргументационными системами, имеющими ряд функций и обязательных характеристик?

Даже в том случае, если успешной оказывается процедура дистанцирования от кондовых и максимально формализованных критериев, соответствие которым позволяет исследователям вне зависимости от их методологических приоритетов (анализ дискурса ван Дейка [2], деконтекстуация М. Фридана [3] и следующего за ним попятам М. Стегера [8], история идей Кв. Скиннера, история мышления и проблематизаций М.Фуко) называть ту или иную систему аргументации идеологией, у нас возникнет ряд затруднений, вызванных тем, что цифровая экономика настолько же далека от привычного поля политических

исследований, насколько симбиоз экономики и политики, называемый теорией рационального выбора, далек от того, чтобы претендовать на адекватную оценку собственных безрезультатных потуг в деле прироста политического знания.

Пользуясь фукианскими категориями и логикой рассуждения, мы получаем возможность вести речь о цифровой экономике как о стратегии власти, которая одинаково далека от политики и идеологии до того момента, пока она остается объектом якобы беспристрастного научного исследования. В таком случае цифровая экономика имеет право быть проинтерпретирована в качестве доказательства непререкаемого доминирования ультрарадикальной и вездесущей власти в четвертом лице [17, с.123]. Кроме того, помещенная в контекст теоретических анфилад М. Фуко цифровая экономика приобретает набор характеристик, делающих её идеальным средством для дальнейшего подчинения человеческой психики растворенной в воздухе властию.

Тем не менее, необходимо сослаться на то, что идеологические элементы неолиберальной доктрины (или либерального глобализма, о котором ведет речь М. Стегер) удачным образом соотносятся с телеологической посылкой внедрения и развития цифровой экономики повсеместно. Достаточно обратить внимание на то, как часто составители доклада «Цифровая Россия: новая реальность» [22] акцентируются на автоматизации, реформировании рынка рабочих мест и преобразовании социальной парадигмы, чтобы понять: действительная польза цифровизации очевидна, именно она станет ключом к ренессансу увядающего методологического индивидуализма. Сам доклад вполне может быть рассмотрен в качестве программного документа радикального экономического либерализма. Если взглянуть на положение дел именно под таким углом, то поиск ограничений, порождаемых цифровизацией, покажется предельно постироничным.

Таким образом, уместнее вести речь не о новой идеологической доктрине цифры, но пытаться препарировать порождаемые внедрением цифровой экономики смыслы и критически подходить к анализу элементов стратегического расширения власти и освоения ею новых ресурсов (в данном случае электронных), являющихся коннотациями эволюционирующей идеологии неолиберализма.

Несомненно, электронный документооборот, потенциальное уменьшение роли классической бюрократии, выравнивание стартовых условий для тех, кто стремится пойти по пути самосовершенствования, экономическое процветание вкупе с мощным ростом информационного сектора и многие другие блага цифровизации здравомыслящему человеку следует воспринимать в качестве бесспорных преимуществ, попутно трансформирующих политический дискурс и модель взаимоотношения власти и индивида. Тем не менее, невозможно не замечать элементарного подвоха: цифровая экономика требует поддержки и вливания ресурсов, которыми обладает только суверенное государство, все еще остающееся сосредоточением власти и политики, несмотря на опровержения У. Бека и глобалистов. Государство, обуздавшее силу цифры, открывает новые горизонты в использовании изоциренных стратегий, о которых велась речь выше.

Возможно, адаптация цифровой экономики, её успешное внедрение окажут ключевое и сглаживающее воздействие на неиссякаемый идеологический конфликт между индивидом и государством. В таком случае цифровизация станет панацеей, ценность которой не будет подлежать хотя бы малейшему сомнению.

Список литературы:

1. Cagnin C., Havas A., Saritas O. Future-oriented technology analysis: Its potential to address disruptive transformations // *Technological Forecasting and Social Change*. – 2013. – Vol. 80. – P. 379–385.
2. Dijk T. van. *Discourse and Knowledge // A Sociocognitive Approach*. Cambridge: Cambridge Univ. Pr., 2014. – P. 407.
3. Freedon M., Sargent L.T., Stears M. *The Morphological Analysis of Ideology // The Oxford Handbook of Political Ideologies*. - Oxford University Press, 2013. - P. 115-137.

4. McKnight L.W., Bailey J.P. Internet Economics. – Cambridge, MA and London, England: MIT Press, 1998. – P. 525.
5. Negroponte N. Being Digital // New York: Knopf, 1995. – 243 p.
6. OECD Digital Economy Outlook 2015 // OECD – [Электронный ресурс] – http://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/oecd-digital-economy-outlook-2015_9789264232440-en (дата обращения: 27.02.2019).
7. Skilton M. Building the Digital Enterprise: A Guide to Constructing Monetization Models Using Digital Technologies. – Berlin: Springer, 2015. – 230p.
8. Steger M.B., Roy R.K. Neoliberalism: A Very Short Introduction. – Oxford: Oxford University Press, 2010. - 150 p.
9. Tapscott D. The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence. – New York: McGraw-Hill, 1996. – 342 p.
10. The World Bank. 2016 year. World Development Report 2016 Digital dividends // Open Knowledge: – [Электронный ресурс] – <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/23347/210> (дата обращения: 27.02.2019).
11. Ведута Е.Н., Джакубова Т.Н. Стратегии цифровой экономики // Государственное управление. Электронный вестник. – 2017. – № 63. – С. 43–66.
12. Капранова Л.Д. Цифровая экономика в России: состояние и перспективы развития / Л.Д. Капранова // Экономика. Налоги. Право. - 2018. - № 2. - С. 58-59.
13. Кульков В.М. Цифровая экономика: надежды и иллюзии // Философия хозяйства. – 2017. – № 5. – С. 145–156.
14. Купчишина Е.В. Цифровая экономика в контексте современного технологического развития // Ломоносов – 2017: материалы Международного молодежного научного форума. – М.: МАКС Пресс, 2017.
15. Купчишина Е.В. Эволюция концепций цифровой экономики как феномена неэкономии // Государственное управление. Электронный вестник. – 2018. – № 68. – С. 426-444.
16. Лapidус Л.В. BIG DATA, Sharing Economy, интернет вещей, роботизация: взгляд в будущее российского бизнеса // Перспективы развития электронного бизнеса и электронной коммерции. Материалы III Межфакультетской научно-практической конференции молодых ученых: доклады и выступления. – М., 2017. – С. 5–24.
17. Льюкс С. Власть. Радикальный взгляд. – М.: Издательство ВШЭ, 2010. – 240 с.
18. Масленников В. В., Федотова М. А., Сорокин А. Н. Новые финансовые технологии меняют наш мир // Финансы: теория и практика. – 2017. – № 2. – С. 6–11.
19. Матвиенко Р.А. Морфологический подход к анализу идеологий // Власть. – 2015. – № 11. – С. 126-129.
20. Неткачев К.И. Ответ национальной экономики на вызовы «цифры» // Гуманитарные науки. Вестник финансового университета. – 2019. – №1. – С. 77-81.
21. Халин В.Г., Чернова Г.В. Цифровизация и её влияние на российскую экономику и общество: преимущество, вызовы, угрозы и риски // Власть и экономика. Управленческое консультирование. – 2018. - №10. – С. 46-63.
22. Цифровая Россия: новая реальность // Digital|McKinsey: [сайт]. URL: <http://www.tadviser.ru/images/c/c2/Digital-Russia-report.pdf> (дата обращения: 10.03.2019).

«ЦИФРОВАЯ РОССИЯ БУДУЩЕГО» И ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ

Аннотация: В статье рассматривается такой термин и процесс, как цифровизация — новое явление в экономике и управлении. Особое внимание уделяется специфике реализации проекта в России, направлениям развития, текущему состоянию проекта в нашей стране. Показаны проблемы, с которыми сталкиваются субъекты формирования цифрового пространства, среди которых — высокая финансовая доля участия государства в реализации программы «Цифровая экономика РФ». Возникает ситуация, когда государство поддерживает развитие цифровизации и одновременно ограничивает его, что может негативно сказываться на конкурентоспособности российских компаний и правах человека.

Ключевые слова: Цифровизация, цифровая экономика, сквозные технологии, государственное управление, государственное участие.

Цифровые технологии уже давно начали определять траекторию развития экономики и управления, что привело к радикальным изменениям внутри государства. Развитие цифровой экономики становится приоритетным направлением в развитии многих стран. Политика цифровизации давно проводится в государствах — экономических лидерах — США, Япония, Германия, Великобритания. Характерным для этих стран является длительный период реализации «повестки цифрового развития» и преемственность приоритетов — от построения инфраструктуры до формирования скоординированной политики в этой сфере и программ поддержки повсеместного внедрения цифровых технологий.

Переход на цифровизацию означает целенаправленное постоянное стремление на обновление трендов и установку новых приоритетов развития областей общественного пространства. Например, в бизнесе и социальной сфере появляются «сквозные технологии» — искусственный интеллект, робототехника, технологии беспроводной связи и так далее [6, с.4]. В самое ближайшее время использование новых цифровых технологий будет определять конкурентоспособность компаний, стран на международной арене, которые активно участвуют в формировании инфраструктуры и нормативного регулирования цифровизации. [3]

С другой стороны, внедрение цифровизации вызывает некоторые опасения, например, исчезновение традиционных рынков, рост киберпреступности, сокращение рабочих мест, где требуется труд человека, нарушение прав человека. Опасения вызваны сохраняющимся низким уровнем доверия к цифровой среде, а также низким уровнем просвещения населения в области цифровых технологий.

В России начало цифровизации многих сфер государства и цифровизации экономики в частности было положено Указом Президента РФ от 7 мая 2018 г. №204 «О национальных целях и стратегических задачах развития РФ на период до 2024 года» (далее – Указ) [2]. На основании Указа можно выделить следующие направления развития:

- увеличение внутренних затрат на развитие цифровой экономики за счет всех источников не менее чем в 3 раза по сравнению с 2017 г.;
- создание устойчивой и безопасной информационно-телекоммуникационной инфраструктуры высокоскоростной передачи, обработки и хранения больших объемов данных, доступных для всех организаций и домохозяйств;
- использование преимущественно отечественного программного обеспечения государственными органами и органами местного самоуправления.

В Указе можно найти следующее определение цифровой экономики: «цифровая экономика представляет собой хозяйственную деятельность, ключевым фактором

производства в которой являются данные в цифровой форме». Более развернутый вариант данного определения можно найти в «Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы», на которую и опирается правительственная программа цифровизации экономики: цифровая экономика — хозяйственная деятельность, в которой ключевым фактором производства являются данные в цифровом виде, обработка больших объемов и использование результатов анализа которых по сравнению с традиционными формами хозяйствования позволяет существенно повысить эффективность различных видов производства, технологий, оборудования, хранения, продажи, доставки товаров и услуг» [1].

Однако стратегия развития цифровизации находит критику среди ученых. Например, Ю.В. Якутин, скептически относится к самому определению цифровой экономики, заложенному в программу по развитию процесса цифровизации [7, с. 32]. Он обращает внимание на недостатки программы, уделяя внимание некорректности терминов. Например, в определении присутствует лишь одна стадия экономического цикла – производство, – но нет остальных трех; программа подразумевает некий прорыв в экономике, но использует теоретический аппарат, известный научной среде уже долгое время. Важным замечанием Якутина является тезис о том, что цифровая экономика не меняет характер экономики, она лишь использует старые средства в отношении новых объектов.

Однако курс на цифровизацию взят, поэтому для достижения его целей необходимо выполнение нескольких условий [6, с. 5-6]. Во-первых, готовность бизнеса и социальной сферы к трансформации и коренным изменениям в структуре функционирования. Во-вторых, должен существовать зрелый сектор технологического предложения, который будет в силах не только перенять иностранные новации, но и способен разработать собственный продукт. В-третьих, постоянно должен расти спрос населения на цифровые технологии.

С 2019 г. наблюдается рост расходов бюджета на разработку «сквозных» цифровых технологий: до 2024 г. планируется выделить 282 млрд. руб. [6, с. 7]. Однако масштабное финансовое вмешательство государства в высококонкурентную сферу ИКТ может негативно повлиять на рыночное поведение компаний, снизить объем и качество инвестиций. Более того, из-за недостатка российских заделов значительное бюджетное финансирование разработки технологий создает риск попадания в «ловушку» завышенных ожиданий, когда большие бюджетные средства не приводят в короткие сроки к формированию качественного и массового предложения российских цифровых технологий.

Такая проблема сейчас остро стоит в России. Цифровизация стала не просто модным термином, а делом государственной важности, на которое выделяется до 1,1% ВВП из федерального бюджета, а также активно привлекается крупный бизнес (преимущественно государственный) [4, с. 60].

Проекты в цифровой экономике связаны с данными или созданием инфраструктуры для их хранения и передачи. В России уже реализовано несколько проектов по сбору и хранению данных, которые обеспечили приток денежных средств в казну государства: маркировка меховых изделий (шуб) в 2016 году, внедрение программы «Платон», развитие и модернизация Государственной информационной системы ЖКХ. Каждый из этих проектов характеризуется не только масштабным государственным финансированием, но и привлечением активов бизнеса, непосредственно связанным с эшелонами власти. Тот же проект маркировки шуб позволил снизить поток контрафакта и привлечь в бюджет 500 млн. рублей. Право на маркировку товаров было передано компаниям, связанными с властными структурами РФ — от ФНС передали ООО «ЦРПТ» (50% компании принадлежит структуре USM Holdings Алишера Усманова и его партнеров, еще по 25% – госкорпорации «Ростех» и управляющему партнеру Almaz Capital Partners Александру Галицкому).

Стоит отметить, что маркировка товаров не только позволяет увеличить бюджет страны, но и дает уникальную базу данных о покупателях и производителях. Возникает вопрос: кому эти данные принадлежат и есть ли уверенность в надежности их хранения?

Другая программа по цифровизации управления и экономики страны – программа «Платон» — система взимания платы за проезд по автомагистралям с водителей большегрузов. Среди компаний-операторов системы «Платон» есть дочерняя компания «Ростеха», часть активов – у Игоря Ротенберга. То есть, в обслуживании «Платона» участвуют государственные компании.

В дальнейшем может сложиться гигантская экосистема – цифровая платформа, локализуемая в одном месте грузоотправителей, перевозчиков, страховщиков, банки, РЖД, государство, лизинговые компании, складских и логистических операторов. Предполагается, что с помощью этой платформы участники рынка будут коммуницировать, заключать договоры, производить взаиморасчеты, рекламировать свои услуги, анализировать и контролировать друг друга.

Развить и модернизировать Государственную информационную систему ЖКХ (ГИС ЖКХ) невозможно без компетенций ПАО «Интер РАО» (27,63% у «Роснефтегаза»; 29,39% – у АО «Интер РАО Капитал»; 9,24% – у ПАО «ФСК ЕЭС»; 33,7% – в свободном обращении), у которой есть дочерняя компания ООО «Интер РАО ЕИРЦ», развивающая цифровые технологии в сфере ЖКХ. ГИС ЖКХ – это единая централизованная система, содержащая в себе всю информацию о жилищном фонде России, стоимости и перечне услуг по управлению домами, необходимым работам, тарифам, поставщикам услуг ЖКХ, должникам и так далее. Президент РФ лично одобрил и это партнерство своим указом. Как оно будет осуществляться, пока не объявлялось и в деталях даже не обсуждалось, но можно предположить, что его выстроят по схеме «Платона». Один из возможных способов извлечения доходов – создать концессию и брать операторский процент за платежи за коммунальные услуги с людей и коммерческих организаций.

Это лишь несколько ярких примеров, как в России формируется монополия на виды данных со стороны компаний ближнего круга. Сам рынок данных еще не сформировался, но уже монополизирован решением Президента.

В дополнение к этому идет наступление российского законодательства на IT-компании. Больше всего от этого может пострадать «Яндекс», который возглавляет перечень IT-компаний России, успешно конкурирующих с западными на внутреннем рынке. Речь идет о приобретении государством постепенного контроля над Интернетом, который до определенного момента являлся свободным от государственного контроля. Например, недавно Президентом РФ был подписан закон, принятый Госдумой, «О суверенном Рунете»; от депутатов и сенаторов Федерального Собрания РФ исходит инициатива по идентификации электронной почты россиян по номеру телефона с последующим ограничением действий владельца почтового адреса в случае распространения запрещенного константа. Все это приводит к постепенному контролю государства в IT- и Интернет-сфере. Так называемый «Пакет Яровой» также наносит финансовый ущерб развивающейся IT-сфере в России из-за многомиллиардных затрат на хранение данных о пользователях, которые по запросу силовых структур должны быть переданы им незамедлительно.

Вместе с тем, программа цифровизации страны направлена и на решение социальных проблем. Можно выделить несколько направлений деятельности государства в области развития цифровой экономики, направление на улучшение качества предоставления услуг населению. Это, например, подключение к Интернету больниц и образовательных учреждений, обеспечение связи (в том числе, для работы ГЛОНАСС) вдоль федеральных автомобильных и железных дорог, а также реализация проекта по устранению цифрового неравенства в части обеспечения широкополосным Интернетом жителей населенных пунктов с числом проживающих в них от 250 человек к 2021 г. [4, с. 66].

Также запланирована реализация программы цифровой безопасности России. План по реализации данной программы подразумевает создание специальной архитектуры, которая предназначена для взаимодействия граждан с органами управления по передачи данных о противоправных действиях в информационной среде. Также подразумевается создание отечественного программного обеспечения для технического оборудования в рамках

импортозамещения и технологической независимости и безопасности страны. Планируется проведение анализа рисков и угроз системы связи в России и инфраструктуры Рунета, а также совершенствование стандартов безопасности. Отвечает за это направление Минкомсвязи России, центром компетенции данного направления является «Сбербанк».

Еще одно направление – формирование исследовательских компетенций и технологических заделов. Предполагается, что в процессе данного направления должна произойти цифровая трансформация секторов российской экономики, а также должен увеличиться спрос субъектов российской экономики на продукт, разработанный в России. Здесь речь идет об уже упомянутых сквозных технологиях.

Создание среды для функционирования сквозных технологий невозможно без разработанной правовой базы, регулирующей деятельность сквозных технологий. Основной задачей в этом направлении становится создание нормативных документов, регулирующих деятельность в цифровой среде, робототехнике, киберсреде, искусственном интеллекте.

Россия обладает необходимыми предпосылками для реализации и ускорения темпов развития цифровой среды. Цифровая экономика уже показывает активный рост в экономике страны, однако, затрудняется несколькими факторами, среди которых неслаженные действия государства, бизнеса, научной среды.

В то же время, Россия не обладает развитой IT-отраслью, способной конкурировать с западной на международном уровне. Доля российской IT-сферы в мировом объеме составляет не более 1% (хотя и наблюдается тенденция роста), в то время как капитализация западных компаний составляет миллиарды долларов [4, с. 68]. Например, капитализация того же Apple сравнима с ВВП России. Низкая капитализация отечественных компаний приводит к неблагоприятной инвестиционной среде, а активное вмешательство государства в эту сферу снижает стоимость акций компаний. Например, стоимость акций «Яндекса» упала на 20% после рассмотрения Госдумой закона об ограничении владения иностранными компаниями доли в российских IT-компаниях [5].

Наконец, цифровая экономика затрагивает основы политического и экономического существования государства. Усиление цифровой составляющей в этих сферах приводит к тому, что данные могут использоваться для конкретных целей в политической и экономической борьбе. Цифровизация представляет собой не только основу создания новых моделей бизнеса, бизнес-моделей, управляемости, она затрагивает фундаментальные основы цивилизации.

Список литературы:

1. Указ Президента РФ от 09.05.2017 №203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 – 2030 годы» // Собрание законодательства РФ, 2018, №20, ст. 2817
2. Указ Президента РФ от 07.05.2018 №204 «О национальных целях и стратегических задачах развития РФ на период до 2024 года» // Собрание законодательства РФ. – 2018. – №20. – ст. 2901
3. Баландина Д.М., Алиаскарова Ж.А., Игнатова А.М. Цифровая экономика: особенности развития и поведения потребителей // Известия Международной академии аграрного образования. – 2020. – № 52. – С. 59-63.
4. Капранова Л.Д. Цифровая экономика в России: состояние и перспективы развития // Экономика. Налоги. Право. – 2018. – № 2. – С. 58-69.
5. Посыпкина А., Тадтаев Г., Баленко Е. Акции «Яндекса» упали более чем на 16% // РБК. – 2019. – 11 окт. – [Электронный ресурс] – <https://www.rbc.ru/business/11/10/2019/5da08b679a7947ba554d8583> (дата обращения 01.02.2020 г.)
6. Что такое цифровая экономика? Тренды, компетенции, измерение: докл. к XX Апр. между-нар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 9-12 апр. 2019 г. / Г.И. Абдрахманова, К.О. Вишневецкий, Л.М. Гохберг и др.; науч. ред. Л.М. Гохберг;

Нац. ис-след. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2019. – 82 с.

7. Якутин Ю.В. Российская экономика: стратегия цифровой трансформации (к конструктивной критике правительственной программы «Цифровая экономика Российской Федерации») // Менеджмент и бизнес-администрирование. – 2017. – № 4. – С. 27-52.

*Н.Ю. Набатова (магистрант 1 курса,
Института магистратуры
Санкт-Петербургского государственного экономического университета)
А.Ю. Рой (магистрант 1 курса,
Института экономики и управления РГПУ им. А. И. Герцена)*

ФОРМИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ КОМПЕТЕНЦИЙ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Сегодня понятия «цифровизация», «информатизация», «цифровая экономика» широко распространены как в научной и общественной сферах. Данные понятия характеризуют сложившуюся современную экономическую систему.

В целом, развитие экономики ознаменуется структурным переходом системы от одной стадии развития к другой. Так, индустриальная экономическая модель сменила аграрную, а на смену индустриальной приходит постиндустриальная стадия. Каждая из ступеней экономического развития отличается от других качественными характеристиками: ведущим типом экономического ресурса, роль государства в экономике, местом отдельного экономического субъекта в экономической системе и пр. Переход от одной стадии к другой происходит при качественных и количественных изменениях структуры экономики.

В конце 20 века начался переход от индустриального общества к постиндустриальному. В условиях постиндустриального общества национальные экономики стран начинают взаимодействовать между собой, образуя общий рынок. Тенденция к усилению взаимоотношений и взаимозависимости национальных экономик, уменьшение транзакционных издержек сделок, создание общего мирового рынка приводит к трансформации институтов. Локомотивом идей глобализации выступают экономически развитые страны, такие как США, Япония, страны Западной Европы и др.

Ведущим фактором производства в условиях постиндустриального общества являются знания, обработанная информация, поэтому на первый план выходят высокотехнологичные, наукоемкие, информационные отрасли. Развитие цифровых технологий, как способа обработки информации, началось в прошлом столетии, сегодня оно привело к возникновению нового типа экономики – «цифровой экономики». Цифровая экономика позволяет в условиях многозадачности решать возникающие проблемные моменты быстро и эффективно. В рамках цифровой экономики, при помощи информационных, цифровых, технологий возможно повышение уровня производительности, качества товаров и услуг, снижение издержек производства, создание новых рабочих мест и т.д. Внедрение цифровых технологий способствует удовлетворению возрастающих потребностей общества за счет использования информации (в рамках индустриальной стадии развития распространена идея об экспансивном использовании природных ресурсов для удовлетворения потребностей). На сегодняшний момент информационные технологии уже внедрены в многие отрасли и экономические процессы, но перспектив для развития еще очень много [4, с.25].

Развитие информационных и цифровых технологий в Российской Федерации является одной из приоритетных государственных программ, следует отметить, что в структуре ВВП отрасль информации и связи в 2018 году занимала долю, равную 2,5% [1, с.3]. Отследить

изменение данного значения за длительный период времени достаточно сложно, т.к. лишь с 2014 г. данная отрасль занимает отдельное положение в СНС Российской Федерации. В 2014 г. данная доля составляла также 2,5%. Для сравнения, доля сектора информационных технологий в ВВП в 2018 г. в США составил 7,4%, в Японии – 6,9%, в Финляндии – 8,3% [5, с.5].

Для развития цифровой экономики необходимо не только развитие отдельной отрасли, но и изменение существующей институциональной структуры, т.к. цифровая экономика подразумевает модернизацию жизни общества в целом. Немаловажно то, что цифровая трансформация должна произойти не только в экономической структуре, но и в общественной, социальной, поведенческой.

Сегодня общемировой тенденцией развития экономики являются рыночные механизмы, которые неразрывно связаны с институтом предпринимательства. Рыночная экономика – это экономика частной собственности. Предпринимательская деятельность представляет собой самостоятельную, инициативную, рисковую деятельность экономического субъекта, направленную на приращение индивидуальной собственности. Предпринимательство является одним из инструментов экономического развития в рыночных условиях. В условиях структурного перехода к постиндустриальному обществу становится необходимой трансформация и института предпринимательства. Именно предпринимательство становится проводником цифровых технологий в экономическую систему. Как институт, предпринимательство внедряет и распространяет цифровые технологии.

Цифровая трансформация становится важнейшим фактором стратегии развития предпринимательства. Компании-лидеры, сочетая активное внедрение цифровых технологий и эффективные методы управления, совершают переход к трансформации предпринимательства. В этой связи можно говорить о предпринимательстве, которое находится на стыке двух областей, - цифровом предпринимательстве [2, с.34].

Следует отметить, что внедрение цифровых технологий для предпринимательской деятельности, – необходимое стандартное явление для конкурентоспособности предпринимателей. Важную роль играют темпы развития цифровых технологий, которые на данный момент включают в себя технологии работы с большими данными, искусственным интеллектом, машинным обучением, цифровым моделированием и печатью и многое другое.

Цифровая трансформация предпринимательства – это современная реальность, которая предполагает усовершенствование бизнес-процессов, протекающих в компании. Основными задачами цифровизации предпринимательства являются формирование способности быстро адаптироваться к постоянно изменяющимся условиям и оптимизировать работу в кратчайший период времени, ориентируясь и подстраиваясь под ожидания и потребности потребителя. Современные компании испытывают потребность в квалифицированных кадрах, обладающих знаниями и компетенциями, необходимыми для ведения цифрового предпринимательства.

Понимая под предпринимательством определенный тип проактивного человеческого поведения, результатами которого могут быть и товары, и идеи, и институты, следует говорить о необходимости формирования помимо технологических знаний конкретной отрасли, таких компетенций как критическое и аналитическое мышление, умение гибко менять алгоритм своих действий, умение находить и реализовать новые возможности, привлекая недостающие ресурсы, умение устанавливать деловые коммуникации. Одной из причин низкого темпа развития высокотехнологичного предпринимательства в России, отмеченной в современных исследованиях, является недостаточный уровень сформированности предпринимательских компетенций [6, с.250].

Таким образом, формирование соответствующих цифровой экономике компетенций становится на сегодняшний день одним из значимых направлений развития общества. Однако вопрос о подготовке квалифицированных, обладающих необходимыми компетенциями специалистов остается открытым.

В Европейских странах решение данного вопроса нашло свое отражение в национальных стратегиях, целью которых является создание и обеспечение условий для приобретения предпринимательских компетенций обучающимися на всех этапах системы образования [3, с.56].

В России за последние годы сложилась определенная система обучения предпринимательству, предполагающая формирование предпринимательских компетенций. Она представлена различными, в том числе и образовательными, организациями. К сожалению, говорить об эффективности образовательных программ трудно. Зачастую содержание и подходы к образовательному процессу отстают от рыночных запросов на всех этапах и во всех видах (как основного, так и дополнительного) образования. В большинстве случаев, предпринимательское образование носит узкофункциональную направленность, в то время как формирование гибких навыков и компетенций, потребность в которых наиболее актуальна в условиях цифровой трансформации, не осуществляется в рамках образовательной программы. В данных условиях требуется изменение системы и подходов к предпринимательскому образованию.

В связи с острыми потребностями в освоении предпринимательских знаний и навыков, наблюдается постоянное увеличение участников рынка образовательных услуг, а также возникает необходимость разработки методического обеспечения. И если задачу формирования предпринимательских компетенций не обозначить как одно из направлений развития образования на государственном уровне, то эту нишу займет кто-то другой.

Наличие интеллектуальной и научно-технической базы позволяет России реализовывать программы цифровизации. Система образования, выполняя задачу подготовки квалифицированных, соответствующих современным требованиям кадров, может обеспечить успешное внедрение цифровых технологий. Для необходимого структурного перехода требуются изменения всех сфер жизни общества: экономической, культурной, социальной и политической. Изменение подхода к образованию – один из таких инструментов.

Приоритетной государственной задачей является экономическое развитие, что в современных условиях заключается в эффективном переходе от индустриальной системы к постиндустриальной. Внедрение цифровых технологий, в частности, с помощью изменения подхода к образованию, способно аккумулировать и расширить имеющийся потенциал. Цифровая трансформация обеспечит экономическое развитие страны, а также укрепит ее позиции в системе мирового сообщества.

Список литературы:

1. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации» (утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 года №1632-р)
2. Зотова И. В. Влияние цифровой трансформации экономики на предпринимательские компетенции // Современная конкуренция – 2018. – Т.12, № 2-3. – С. 30-40.
3. Коротков А. В., Зобнина М. Р. Предпринимательское образование: определение и классификация // Экономика и предпринимательство - 2016. - № 10-2. – С. 290-295.
4. Что такое цифровая экономика? Тренды, компетенции, измерение Ч-80 [Текст]: докл. к XX Апрель. междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 9–12 апр. 2019 г. / Г. И. Абдрахманова, К. О. Вишневецкий, Л. М. Гохберг и др.; науч. ред. Л. М. Гохберг; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2019. – 82 с.
5. Абдрахманова Г. И., Ковалева Г. Г. Сектор ИКТ в России Экспресс-информация – [Электронный ресурс] – https://issek.hse.ru/data/2018/11/14/1141212573/NTI_N_110_14112018.pdf
6. Чепуренко А. Ю., Как и зачем обучать студентов предпринимательству: полемические заметки – [Электронный ресурс]. – <https://vo.hse.ru/data/2017/10/04/1159488181/Chepurenko.pdf>

ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Современные социально-экономические условия уже вполне можно назвать новой цифровой реальностью, которая неминуемо накладывает свой отпечаток на все аспекты деятельности, как отдельного индивида, так и целых социальных, экономических, политических групп, для которых цифровизация стала привычным процессом. Сложно представить настоящее, а тем более будущее человечества без таких понятий, как блок-чейн, майнинг, онлайн-торговля, крипто валюта. В данном контексте необходим анализ потребительского поведения, определение детерминант, влияющих на действия покупателя в условиях цифровизации экономических процессов.

Цифровые технологии представляют собой не только конкретный технический инструментарий, применяемый для эффективного достижения поставленных задач, но и задают рамки деятельности экономических акторов, в частности, потребителей, превращаясь таким образом в социальные объекты, косвенно или напрямую формирующие новые практики поведения, изменяющие привычные модели действий на экономической площадке. Период активной фазы цифровизации длится относительно недолго, однако уже по итогу нескольких лет мы можем сделать вывод о том, что произошли как количественные изменения, такие, как рост покупателей, совершающих приобретения через сети Интернета, так и качественные, выражающиеся через новые формы мотивации потребителей и трансформацию ежедневных потребительских практик [3]. Здесь стоит обратиться к теоретическим изысканиям, чтобы прояснить, каковы истоки этих изменений.

Известный социолог Жан Бодрийяр в философском труде «Система вещей» ещё за долгое время до массового распространения доступа в Интернет взглянул на потребление как на «виртуальную целостность вещей и сообщений, составляющих отныне более или менее связанный дискурс» [5, с.213]. Через некоторое время после написания этой работы в обществе берёт начало новый вид связи элементов, что соответствует сетевому принципу конструирования социальных структур. Важный аспект сетевых структур – коммуникации, которые поддерживают их открытость и неограниченность с тенденцией неизменного увеличения. По мнению социолога Мануэля Кастельса, такой новый тип общества формируется посредством постоянного действия информационных потоков [6, с.492-506]. В течение этого процесса социальные институты приобретают многочисленные прямые и опосредованные связи между собой – сетевой характер, что приводит к возникновению таких понятий, как «сетевая экономика», «сетевое предприятие». Всё это вместе с инновационными прорывами, качественными изменениями различных видов технологий, в том числе и коммуникативных, созданием не просто локальной или региональной, но мировой сети Интернет, благоприятствует построению иных форм социального поведения, а именно – «виртуального экономического поведения». Однако данный термин согласно существующим условиям является не вполне корректным из-за неактуальности его применения, так как сама реальность уже не делится на, так называемую «виртуальную» и «реальную», но становится неразрывным цифровым пространством, которое невозможно покинуть однажды вступившим в него, на что есть ряд причин. Одна из них заключается в том, что обладатели современных технологий: смартфонов, ноутбуков, смарт часов, - находятся в беспрепятственном процессе обращения информации в Сети. В том случае, если человек входит в фазу «офлайн», многочисленные функции, в том числе пуш-уведомления срабатывают как рычаг возвращения человеческого внимания в зону «онлайн». Ещё одна причина – «виртуальные следы», которые неминуемо оставляет пользователь после посещения сети, чем пользуются специалисты в сфере маркетинга, чтобы привлечь внимание

потребителя к покупкам снова, о чём будет подробнее сказано ниже. Таким образом, дихотомия «виртуального» и «реального» пространства уступает таким понятиям, как «дополненная реальность» или «синхронизированная реальность». [9] Такая парадигма воспринимается как действительность, где человек обеспечивает свою жизнедеятельность через постоянную циркуляцию цифровых данных и обращение к огромному массиву информации.

Как следствие, мы наблюдаем кардинальное разграничение между цифровой действительностью и другими сообществами, которые можно выразить в следующих характеристиках: ускоренный процесс получения посредством поисковых сервисов данных и их передачи, расширенный объём памяти у запоминающих устройств, использующихся для циркуляции знаний, возможность глобального обмена важной социальной и личной информацией. Однако в рамках процесса цифровизации в конкретном случае нас интересуют особенности цифровой экономики и её дифференциация с привычной нам реальной экономикой.

Первое отличие – обусловленность новой экономики цифровыми технологиями и доступом в Интернет-ресурсы, что, с одной стороны, может показаться некоторым ограничением в распространении и востребованности такой экономики, однако, в актуальных условиях такая характеристика является лишь преимуществом: по данным агентств «We are social» и «Hootsuite» в ежегодном отчёте Digital 2020 на 2019 год в Мировом числе активных интернет-пользователей составляет 4,54 миллиардов, при этом активных пользователей социальных сетей насчитывается 3,8 миллиардов [2]. Приведённые показатели доказывают, что цифровые, социальные, мобильные медиа стали неотъемлемой частью повседневной жизни более чем у половины населения человечества.

Следующая особенность цифровой экономики заключается в прямом контакте покупателя с поставщиком услуги или товара, что сокращает «путь» между потребителем и производителем за счёт удаления различных посредников, в частности, институциональных. Третье отличие – процесс персонификации экономики. Это происходит по причине дисбаланса между предложением и спросом, где не работают старые способы привлечения покупателя: экономическое пространство перенасыщается количеством производителей, которые вынуждены в процессе конкуренции использовать индивидуальный подход для привлечения внимания потенциального клиента. Также цифровую экономику отличает высокий темп роста, что обусловлено использованием ресурсов Интернета для распространения предложения и создания более доступной и удобной среды для экономической деятельности всех акторов. Здесь мы можем обратиться к ранее рассмотренной статистике Digital 2020 [2]: в среднем человек в мире проводит в сети более 100 дней в году. На примере России, по данным агентства «Data Insight», мы наблюдаем увеличение на 3 % пользователей интернетом при уменьшении на 9 % количества людей, проводящих время «не онлайн», здесь можно отметить, что ежегодно прирост ранка Интернет-торговли только увеличивается (см. рисунок 1).

На основании вышесказанного, можно предположить, что в условиях цифровой экономики, явным образом отличающейся от, так называемой, «реальной» потребитель ощущает себя иначе и, соответственно, его экономические практики также подвергаются изменениям. Возникают закономерные вопросы: какому влиянию подвержен потребитель и как преобразуется его поведение.

Прежде всего, внимание обращает изменение когнитивных практик и мышления клиента из-за открытого доступа к гигантским массивам данных, с которыми он сталкивается далеко не всегда по собственной инициативе: человек принимает информацию примерно 11,8 часов в день, перерабатывая за это время 100,500 слов и 34 Гбайт аудиовизуальных данных. Важен факт, что ежегодно количество получаемых данных возрастает на 5,4 % [8]. В рассматриваемом случае человек, сталкиваясь с информацией, уделяет ей меньше времени, останавливаясь подробнее на том или ином объекте выборочно. Таким образом, информация как фактор производства утрачивает своё конкурентное

преимущество, и на смену ему приходит внимание. Внимание потребителя – важный элемент цифрового экономического цикла, так как именно оно определяет, заметит ли покупатель предложение производителя.

В связи с этим покупатель становится более привередливым и «труднодоступным», а значит, и менее лояльным. По результатам исследования Global Consumer Pulse Research компании «Accenture», 84% опрошенных россиян меняют компанию, если их потребительские ожидания не будут оправданы. В целом в мире эта цифра составляет 74%.

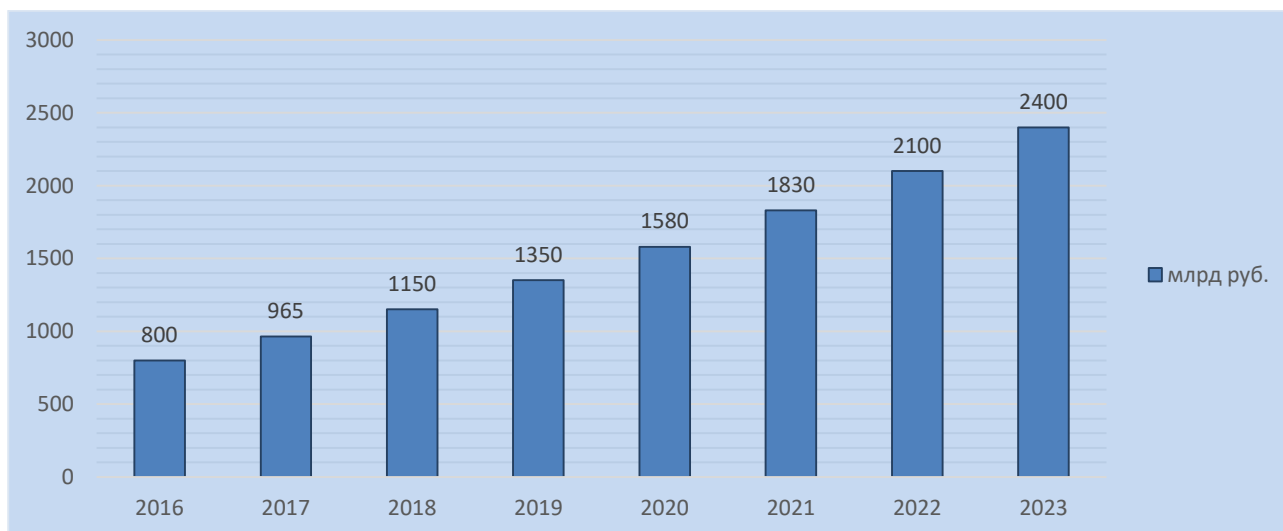


Рисунок 1 – Интернет-торговля в России. Прогноз на 2020-2023

Следующей отличительной чертой современного потребителя является осознанность его выбора, что проявляется в возможности кастомизировать товары и сервисы под собственные интересы, потребности и вкусы. То есть покупатель выбирает не то, что есть на рынке, а то, что может адаптироваться под его запросы. Хорошей иллюстрацией такого поведения можно назвать популярность компании Икеа, одной из услуг которой – возможность детального изучения продуктов и комбинирования разных элементов в одно целое.

Также стоит отметить готовность покупателя моментально «переключаться» с предложения одного продавца на предложение другого, контролируя процесс покупки посредством параллельного взаимодействия в разных каналах связи с разными поставщиками, что открывает возможность сравнивать цены, сами товары и информацию о них.

Цифровая экономика позволила современному потребителю постоянно находиться в процессе покупки товара, обращаться к разным источникам, анализировать и выбирать. Этот факт позволил покупателю делать решения, которые он может изменить: оформить заказ, найти более хороший вариант, передумать, переоформить заказ уже в другом магазине и так далее, при этом человек чувствует себя совершенно свободным в выборе и смене предпочтений. По словам Натальи Колобовой, старшего менеджера компании «Accenture», «потребители хотят получать услуги и продукты, которые в точности соответствуют их ожиданиям, и именно тогда, когда им этого захочется. И одним разом тут не ограничиться: намерения клиентов постоянно меняются, а выбор, который они делают, становится все более динамичным, свободным и непрерывным» [7].

Как было сказано ранее, реальность лишается дихотомии, становится синхронизированной и неотделимой от цифровой сферы. Поэтому и экономическая деятельность индивида лишается разграничением между «онлайн» и «офлайн» потреблением, так как одно обуславливает другое. Вне зависимости от того, была ли совершена покупка виртуально или в привычном магазине, процесс покупки от идеи о необходимости товара или услуги до её приобретения совершается посредством цифровых

медиа. Всё чаще мы наблюдаем, что современному индивиду покупки помогают сделать его гаджеты, предоставляющие возможность беспрепятственно форсировать интернет-пространство в поисках необходимого объекта, а также, находя на основе отсмотренного человеком контента подобных предложений, предлагать иные варианты для возможного приобретения. При этом необходимо также учитывать, что пребывание потребителя в интернет-среде неминуемо оставляет его «цифровой след», который в последствии даёт возможность специалистам – маркетологам и аналитикам – создавать профили потенциальных потребителей, а затем конструировать необходимый инструментарий для привлечения покупателей, предсказывая их потребительское поведение [9]. Однако в цифровой коммерции число импульсивных покупок уступает классическим офлайн магазинами: по данным Retailrocket, доля таких покупок в e-commerce составляет 40% от общего числа. Эти данные позволяют сделать некоторый вывод о том, что человек в цифровой среде не становится автоматизированным потребителем, напротив, его лояльность становится «дороже», а его внимание требует больших затрат со стороны поставщика: необходим индивидуальный подход, разработка наиболее комфортных условий для покупателя, ускорение и облегчение процесса выбора.

Таким образом, цифровизация экономики стала вызовом для производителя и удобной и выгодной средой экономической деятельности потребителя, который сумел переориентироваться, адаптировав своё поведение к новым экономическим вызовам [10]. Мы отчётливо видим произошедшие и всё ещё продолжающиеся изменения с момента начала развития цифровизации. В этих условиях привычный потребитель перестаёт быть «маленьким человеком» в экономической системе, развивается концепция главенства мнения покупателя на рынке товаров и услуг. Принцип агрессивных продаж и давления на клиента утрачивает свою актуальность, так как растёт финансовая грамотность, разборчивость покупателя. Производитель больше не в состоянии формировать потребительские предпочтения, так как клиент способен самостоятельно определить свои потребности. Современные условия перманентного пребывания человека в сети научили его форсировать данные, отбирать необходимое и концентрировать внимание на тех аспектах, которые интересны именно ему.

Список литературы:

1. Data Insight: интернет-торговля в России 2018 [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.shopolog.ru/metodichka/analytics/data-insight-internet-torgovlya-v-rossii-2018/> (Дата обращения 15.02.2020).
2. Digital 2020: global digital overview. 2020 [Электронный ресурс]. – URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview> (Дата обращения 15.02.2020).
3. Алиаскарова Ж.А. Фирма в Новой экономике: теории мотивации и результаты их применения // Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием. - 2017. - Т. 8, Вып. 2. - С. 6-16. (1-2)
4. Асадулаев А.Б. Социально-экономическая безопасность России. – СПб.: КультИнформПресс, 2020. – 140 с.
5. Бодрийяр Ж. Система вещей. М. : Рудомино, 1999. С. 213.
6. Кастельс М. Становление общества сетевых структур // Новая постиндустриальная волна на Западе: антология / под ред. В. Л. Иноземцева. М. : Academia, 1999. – С. 492-506.
7. Коммерсант. Непривычное поведение. Электронный ресурс. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/2371300> (Дата обращения 15.02.2020).
8. Современный человек потребляет 34 ГБ медийного контента в день [Электронный ресурс]. - URL: [HTTPS://НАВР.COM/RU/POST/77801/](https://НАВР.COM/RU/POST/77801/) (Дата обращения 15.02.2020).
9. Панукалин И.А. Влияние новых цифровых технологий на потребительское поведение: региональный аспект. Вестник Саратовского университета. - 2019. - Т. 19. - №1. С. 68-73.

10. Пашкус В.Ю. и др. Промышленная политика: концептуализация и модернизация в условиях кризиса // Проблемы современной экономики. – 2020. – №2. – С. 73-76.

*В.В. Губернский (студент 1 курса магистратуры,
Института экономики и управления РГПУ им. А.И. Герцена)*

РАЗВИТИЕ OFFLINE- И ONLINE-МАГАЗИНОВ: РОССИЙСКАЯ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТЬ

Шоппинг всегда ассоциировался с длинными, затягивающими очередями, проблемами с парковкой и хлопотами по магазинам, пока мы, наконец, не нашли то, что нам нужно; но не больше. Покупки в Интернете дали людям свободу делать покупки дома, надевая только пижаму, и при этом получать то, что они хотят. Хотя это может показаться ответом на молитвы многих людей, интернет-магазины имеют свои недостатки, как и традиционные покупки. Чтобы упростить это решение, мы должны посмотреть, могут ли онлайн-платформы соответствовать покупательской способности традиционных магазинов.

Когда дело доходит до онлайн-шоппинга, идея покупки в комфорте вашего собственного дома очень привлекательна для большинства людей. У вас также есть выбор просмотра различных сайтов, чтобы найти то, что вам нужно вместо того, чтобы тратить бензин и время на поездки по разным магазинам. Интернет-магазин предлагает отступление от этих ситуаций. Еще один большой плюс в онлайн-покупках заключается в том, что практически любые товары легко найти в Интернете. Вы просто вводите в поисковую систему все, что вам нужно, и вы получите множество предложений сайтов по этому пункту. И, пожалуй, лучшая особенность - это снижение цены, предлагаемое онлайн-опцией. Причина этого заключается в том, что при совершении покупок в Интернете налоги на некоторые товары ниже или отсутствуют.

Недостатки покупок в Интернете обычно связаны с надежностью веб-сайтов, риском кражи личных данных и риском мошенничества с кредитными картами, совершенного компьютерными мошенниками. Существует также риск попадания на сайт, который может заразить ваш компьютер различными видами вирусов. Чтение онлайн обзоров об определенных сайтах иногда может помочь в этом вопросе. Качество покупок в Интернете иногда является проблемой, потому что вы физически не видите продукт, не вертите его в руках, прежде чем совершить покупку. Это огромное препятствие для большинства людей, потому что исследования показали, что моторные навыки очень важны, когда речь идет о таких мероприятиях, как покупки, и люди просто и просто хотят увидеть и проверить, что они покупают. Иногда есть определенные вещи, которые люди любят пробовать и физически видеть, как они выглядят на них, но, очевидно, они не могут сделать это онлайн. Другим недостатком онлайн-покупок является тот факт, что вам придется ждать, чтобы получить свой товар. Так что, если вы спешите, вам не повезло. Это, вероятно, означает, что покупка продуктов онлайн не очень хорошая идея. Способ оплаты - это еще один риск. Обычно кредитные карты являются предпочтительным способом, но иногда вы можете использовать PayPal. Но использование кредитных карт в Интернете рискованно, поскольку вы не знаете, кто просматривает вашу информацию. С учетом вышесказанного, вероятно, стоит убедиться, что вы используете хорошую антивирусную программу, прежде чем отправиться за покупками в Интернет-магазины.

Интернет-магазины в России развиваются очень активно. Россия не является лидером в онлайн-покупке товаров и услуг. Тем не менее, объем продаж ежегодно увеличивается, и все больше мелких и «недорогих» игроков пытаются продавать свои товары и услуги через Интернет. Даже такие дискаунтеры, как Дикси и Пятерочка, уже задаются вопросом, не пора ли представить больше брендов в Интернете.

Что говорят цифры об онлайн-трейдинге в России? В группе активных интернет-пользователей доля онлайн-покупателей за последний год увеличилась на три п.п. Согласно опросу OnLife за первую половину 2017 года, 77% респондентов совершали покупки в Интернете не реже одного раза в три месяца. Средние расходы онлайн также растут. Согласно тому же опросу, средняя сумма покупок в Интернете за три месяца составила 12 412 рублей (по сравнению с 11 786 рублей за тот же период в 2016 году). Наиболее популярными категориями товаров, которые приобретаются через Интернет, являются железнодорожные и авиабилеты, билеты на концерты и мероприятия, банковские услуги, книги, детские игрушки, бытовая техника, одежда и обувь [2, с.54].

Фундаментальное значение онлайн-шопинга в России заключается в следующем: «Интернет-магазин решает проблемы современного человека». В современном мире, который наполнен рутинной, нехваткой времени и стресса, необходим выход, который экономит время, деньги, силы, подарит новые эмоции, впечатления и удовлетворение. Такой выход – интернет-магазины. Ключевые факторы продвижения интернет-магазинов подразделяются на рациональные и эмоциональные. Среди рациональных наибольший вес имеют:

- Возможность сэкономить время и деньги;
- Отсутствие влияния со стороны продавца, его давления, которое может привести к ненужной, необоснованной покупке;
- Чаще всего цены в интернет-магазинах ниже, чем в оффлайн-магазинах;
- Есть возможность сравнить много вариантов и предложений одновременно. В это сравнение включены как российские, так и зарубежные интернет-магазины.

Основными эмоциональными драйверами онлайн-покупок являются:

- Умение отвлечься от рутины, погрузиться в свои мечты и желания (например, начать выбирать летнюю одежду зимой, одновременно думая о предстоящем отпуске);
- Возможность почувствовать себя рациональным человеком, который принимает решения взвешенно и вдумчиво. Или, наоборот, сделать бездумный выбор, покупая любимую вещь и ожидая ее доставки из-за границы;
- Получение новых впечатлений, эмоций. Получение новой информации о существующих продуктах и услугах;
- Некий эскапизм, когда есть возможность «сбежать» от реалий окружающего мира, погруженных в мир безграничных возможностей.

Что побеждает – эмоциональное или рациональное? Следует отметить, что в отличие от многих других стран, люди в России более эмоциональная составляющая вовлечения в онлайн-покупки гораздо выше, чем рациональные мотивы. Для нас интернет-магазины – это удовольствие от процесса, получение новых эмоций и впечатлений, в результате чего получается довольно эмоциональный выбор, зачастую приобретение даже не очень необходимых товаров.

Несмотря на постоянный рост онлайн-покупок, 23% активных онлайн-пользователей по-прежнему воздерживаются от покупок в Интернете. Основной причиной является отсутствие необходимости совершать покупки онлайн (43%). Некоторые респонденты (18%) объясняют отказ от онлайн-покупок отсутствием денег, а 14% не покупают товары в Интернете, потому что нет возможности увидеть или протестировать продукт перед покупкой. Примерно каждый десятый не доверяет покупкам в Интернете или боится трудностей с возвратом-обменом [2, с.56].

Также весомый аргумент против покупок в интернете заключается в том, что фотографии и описания товаров в интернет-магазинах не помогают сделать выбор, а только усложняют его. Это одно из самых слабых мест российских интернет-магазинов: фотографии и описания не всегда соответствуют товарам и не помогают в выборе. Это может привести к разочарованию в конкретном интернет-магазине и онлайн-покупкам в целом.

Среди других барьеров для покупок в Интернете являются:

- Невозможность получить совет продавца и отсутствие возможности «почувствовать» товар, примерить его;
- Небезопасность процесса покупки и вероятность утечки персональных данных;
- Длительные сроки доставки при заказе в зарубежных интернет-магазинах;
- Не все интернет-магазины предоставляют возможность приобретать товары в кредит.

В России ухудшение экономической ситуации стало катализатором развития рынка товаров розничными сетями под собственными торговыми марками. Термин «Private Label» (PL) используется для определения этой категории. Это товары, произведенные под руководством розничных сетей и продаваемые исключительно в определенных торговых точках. Большинство крупных розничных сетей используют этот подход. Эта тенденция характерна для большинства развитых стран мира. Россия тоже идет по этому пути. В России PL появились в начале 2000-х годов. Одним из первых российских ритейлеров, представивших такую продукцию, стала торговая сеть «Перекресток», выпустившая свой первый продукт под PL – питьевую воду в пятилитровых бутылках. Затем последовали другие продукты этой марки. Основной отличительной чертой товаров под собственными брендами, как правило, хотя и не всегда, является их дешевизна. Чаще всего цена таких товаров ниже, чем у других брендов, что делает такие бренды популярными. Активное расширение PL было вызвано динамичным докризисным ростом сетей розничной торговли и усилением конкуренции между ними. Ведущие торговые сети начали использовать PL для привлечения покупателей, для которых цена имеет большое значение.

Согласно результатам общероссийского опроса потребителей RusIndex'2017, подавляющее большинство россиян в возрасте 16 лет и старше хотя бы раз пользовались PL. За год этот показатель вырос на 10 п.п. – с 60% во второй половине 2016 года до 70% во второй половине 2017 года. Здесь важно отметить, что не все бренды могут быть легко идентифицированы потребителями как PL, так что на самом деле эта доля еще выше [2, с. 58]. Изменение покупательского поведения россиян также способствует развитию PL. Покупатели все чаще обращают внимание на стоимость товара и ищут специальные цены и скидки в магазинах. Опрос RusIndex в 2017 году показывает, что для почти половины россиян цена является основным фактором при выборе товара.

Индекс проникновения PL отличается в зависимости от категории продукта. Низкая степень проникновения PL отмечается в тех категориях, где покупатель имеет личное отношение к товару, в то время как высокая степень проникновения характерна для потребительских товаров. По данным RusIndex в секторе FMCG (товары повседневного спроса), PL были среди успешных брендов в таких категориях, как бумажная продукция: туалетная бумага, бумажные полотенца и носовые платки (33% населения в возрасте от 16 лет и старше потребляют PL в этой категории), консервированные продукты (22%), молочные и кондитерские изделия (29% и 22% потребителей соответственно). [2, с.61] На сегодняшний день, лидерами среди собственных брендов сетей по доле потребителей являются бренды «Каждый день» (Auchan) и «Красная цена» (X5 Retail Group). Треть россиян потребляли продукцию этих брендов (34% и 28% соответственно) [2, с.61].

Private Labels помогают повысить лояльность клиентов к розничным сетям. Поэтому розничные сети стараются контролировать и поддерживать стабильное качество продукции, выпускаемой под собственными брендами, сохраняя при этом доступную стоимость для конечного потребителя. Более низкие цены позволяют сразу несколько факторов. Такие бренды не рекламируются с использованием традиционных средств массовой информации, а продвигаются непосредственно в процессе выбора товара покупателем уже по месту покупки. Это означает, что расходы на маркетинг и рекламу значительно сокращаются. Также у торговой сети появилась возможность контролировать производство таких товаров и, соответственно, их себестоимость. Значительно снизились для таких брендов и затраты на логистику и дистрибуцию, также снизилась стоимость упаковки товара и его дизайна, сократилось количество посредников между сетью и производителем.

Несомненно, с развитием PL, существующий ландшафт на рынке товаров повседневного спроса изменится. Производители потребительских товаров должны понимать, что доля PL будет расти, а их конкуренция с обычными брендами будет только усиливаться. Поэтому необходимо будет принять меры, чтобы конкурировать. Важно тщательно проанализировать все сильные и слабые стороны PL со стороны розничных компаний. Борьба только на уровне цен не спасает ситуацию. Со временем падение цен паразит самое ценное – веру в качество бренда. Покупатели больше не будут ассоциировать бренд с доверием и узнаваемостью и переключатся на простое сравнение цен, которое часто оказывается в пользу PL. В этой ситуации для независимых брендов важно не допустить, чтобы их втянули в чистую ценовую конкуренцию с PL, и продолжайте удерживать свои позиции на рынке, ища те важные преимущества с добавленной стоимостью, за которые потребитель готов платить больше.

Многие российские магазины в настоящее время сталкиваются с финансовыми трудностями, а многие даже обанкротились в последние годы. Тем не менее, крупные традиционные ритейлеры постепенно инвестируют в открытие и развитие интернет-магазинов. Самые успешные российские интернет-магазины также предлагают своим клиентам решения Omni-channel, чтобы разрушить стену, разделяющую онлайн- и оффлайн покупки и повысить доверие. Они строят пункты выдачи и физические склады/магазины, чтобы привлечь больше клиентов. Более того, многие иностранные интернет-магазины не имеют физических магазинов в стране, поэтому это можно считать конкурентным преимуществом.

Список литературы:

1. Актуальные вопросы экономики и управления в условиях модернизации современной России: монограф, сборник / под ред. В.Д. Годичева. – Выпуск 3. – Смоленск: Смоленская городская типография, 2016. – 384 с.
2. Russia 2019: The time of adjustments. Исследовательский сборник. – Paris: Ipsos editions, November 2018. – 143 с.
3. Сидоренко А. Анатомия прибыльного интернет-магазина. – М.: Издательские решения, 2015. – 681 с.
4. Соловьев Д. С., Писарев А. А. Интернет-магазин без правил. – СПб.: Питер, 2015. – 176 с.

Часть 3

ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА

Г.М. Кудрин (бакалавр 1 курса, факультет политологии СПбГУ)

РОССИЙСКИЕ НЕФТЕГАЗОВЫЕ КОМПАНИИ НА БЛИЖНЕМ ВОСТОКЕ: ПРОЕКТЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ СОТРУДНИЧЕСТВА

Ближний Восток – регион с богатыми запасами углеводородов, имеющий исключительное значение для мировой экономики. По данным ОПЕК, разведанные запасы нефти на Ближнем Востоке в 2018 г. равнялись 803,18 млрд. баррелей, что составляет более половины мировых запасов: 53,62 % от общемировых запасов, составляющих 1497,97 млрд. баррелей. Разведанные запасы природного газа на Ближнем Востоке в 2018 г., согласно статистики ОПЕК, равнялись 80,77 трлн. м³, что составляет 39,75 % от общемировых запасов, составляющих 203,22 трлн. м³ [8]. Богатство запасов углеводородов на Ближнем Востоке создает условия для развития нефтегазового комплекса стран региона, определяя гигантский потенциал их экономического развития.

Ближневосточная нефть отличается высоким качеством. На Ближнем Востоке преобладают легкие и сернистые сорта. Мировым эталоном качества нефти являются маркерные ближневосточной сорта: марка ОАЭ Dubai Crude (плотность 31° API и содержание серы 2 %) и саудовская марка Arab Light (плотность 32.8° API и содержание серы 1.97%), использующийся как эталон в установлении цены на другие марки экспортной нефти в регионе Персидского залива, а также при экспорте в азиатско-тихоокеанский регион; иракская Basra Light, (плотность 30.5° API и содержание серы 2.90%) и другие сорта, входящие в экспортную корзину ОПЕК [7]. Технические характеристики нефтегазовых месторождений, например, незначительная глубина залегания, наряду с высоким качеством углеводородов обуславливает низкую себестоимость добычи. По данным саудовской государственной нефтяной компании Saudi Aramco, себестоимость добычи нефти с учетом налоговых сборов в Саудовской Аравии и Кувейте является самой низкой в мире и составляет 17 долл. США за баррель, в то время как себестоимость российской нефти равняется 40 долл. США за баррель [6]. Низкая себестоимость и высокое качество определяют конкурентоспособность добываемых на Ближнем Востоке углеводородов и рентабельность инвестиционного капитала в нефтегазовом секторе стран – экспортеров энергоносителей.

В соответствии с классификацией Международного валютного фонда ряд стран – экспортеров энергоносителей Ближнего Востока можно охарактеризовать как развивающиеся. Необходимым источником развития и модернизации сырьевой экспортно-ориентированной экономики является импорт технологий и привлечение иностранных инвестиций. Актуальной проблемой нефтегазовых комплексов стран Ближнего Востока является развитие нефтеперерабатывающих и нефтехимических производств, позволяющих создать добавленную стоимость и удовлетворить внутренний спрос на нефтепродукты. НПЗ стран Ближнего Востока составляют 9,1% от мировых мощностей НПЗ. Объемы добычи нефти в Саудовской Аравии составили 10,32 млн. баррелей в сутки, а объемы производства нефтепродуктов всего лишь 2,82 млн. баррелей в сутки. Ирак испытывает нехватку нефтепродуктов и вынужден их импортировать. В 2017 г. импорт нефтепродуктов составил 0,116 млн. баррелей в сутки, а экспорт 0,04 млн. баррелей в сутки при экспорте нефти в 3,86 млн. баррелей в сутки [8]. Для стран, отличающихся меньшим уровнем экономического развития и политической нестабильностью, актуальным направлением экономической политики становится привлечение иностранных инвестиций. Ирак является наиболее перспективным для иностранных компаний рынком: правительство страны, преследуя цели

модернизации и послевоенного восстановления экономики, создает условия для активизации деятельности иностранных нефтегазовых компаний в сфере геологической разведки, разработки и эксплуатации месторождений. Иран также демонстрирует большой экономический потенциал, но санкционное давление со стороны США исключает возможность сотрудничества европейских и российских компаний с данной страной. Саудовская Аравия, Катар и ОАЭ способны обеспечить развитие вторичного сектора экономики за счет диверсификации доходов от нефтегазового комплекса, и они демонстрируют большую финансовую самостоятельность, однако данная категория стран также заинтересована в развитии сотрудничества с иностранными компаниями в нефтегазовой сфере.

Стоит отметить, что Ближний Восток – регион высоких политических рисков. Политической стабильностью отличаются лишь Саудовская Аравия. Многочисленные внутривосточные угрозы стабильности монархий Персидского залива, сохраняющиеся после Арабской весны, частично нивелируются военным присутствием США. Однако отношения Саудовской Аравии с Катаром, шиитским Ираном и йеменскими хуситами характеризуются эскалацией напряженности. В течение второй половины 2019 г. хуситы нанесли несколько ракетных ударов по территории Саудовской Аравии, усиление позиций хуситов в Йемене представляет серьезную угрозу национальной безопасности Королевства. Помимо гражданской войны в Йемене и традиционного для исламского мира противостояния суннитских и шиитских политических сил, угрозу стабильности и безопасности Ближнего Востока представляют экстремистские исламистские организации, сохраняющие свою активность на территории Сирии и Ирака. Одним из факторов риска для иностранных нефтегазовых компаний в Ираке является ситуация в Иракском Курдистане. Согласно Конституции Ирака, Курдистан имеет статус федерального района. Предметом разногласий центрального правительства Ирака и Курдистана являются границы федерального района, режим контроля экспорта нефти со спорных территорий, система распределения доходов от экспорта энергоносителей с месторождений Курдистана. В качестве еще одного дестабилизирующего региона фактора можно выделить выход США из Совместного всеобъемлющего плана действий и их возвращение к политике санкционного давления на Иран. В данных условиях европейские и российские нефтегазовые компании были вынуждены покинуть рынок Ирана, правительство которого в 2014 г. с целью привлечения иностранных инвестиций разработало «новое поколение контрактов». Несмотря на высокую рентабельность инвестиционного капитала, нефтегазовый сектор Ирана остается закрытым для российских инвестиций.

Политические риски и проблемы безопасности снижают инвестиционную привлекательность стран Ближнего Востока, однако даже в условиях политической нестабильности международные нефтегазовые корпорации продолжают проявлять интерес к региону. В настоящее время на ближневосточном рынке широко представлены компании ExxonMobil Corporation (США), Royal Dutch Shell (Великобритания/Нидерланды), корпорации China National Offshore Oil Corporation (Китай), Total S.A. (Франция), British Petroleum (Великобритания), Eni (Италия) и др.

Российские нефтегазовые компании проявляют высокую активность в Ираке и в странах с меньшим развитием нефтегазового комплекса – Ливане, Сирии и Египте. В конце января 2018 г. Минэнерго РФ сообщило, что Москва и Дамаск подписали дорожную карту сотрудничества в энергетике и электроэнергетике на 2018 г. и последующий период, предусматривающую восстановление, модернизацию и строительство новых энергетических объектов в Сирии. Но реализация достигнутых договоренностей зависит от стабильности политической ситуации в Сирии.

В январе 2018 г. ПАО «Новатэк» приступило к геологической разведке и добыче углеводородов на 4-м и 9-м шельфовых блоках ливанского сектора левантийского нефтегазового бассейна, содержащего до 3,5 трлн. м³ природного газа и до 220 млн. тонн нефти. Партнерами российской компании выступили «Total» (Франция) и «Eni» (Италия).

Достиженные соглашения предоставляют компаниям возможность проведения геологоразведки в течение 5-10 лет. В случае обнаружения коммерчески рентабельных запасов углеводородов, консорциум получит право на эксплуатацию месторождений на протяжении 25 лет. Доля «Новатэк» в проекте составляет 20%.

Российские нефтегазовые компании проявляют активность и в разработке египетского сектора левантийского бассейна – в октябре 2017 г. ПАО «Роснефть» приобрело у «Eni» долю в концессионном соглашении на разработку глубоководного шельфового месторождения «Зохран», крупнейшего в Средиземном море. Доля «Роснефти» составила 30%. В сентябре 2018 г. производственные мощности проекта «Зохран» превысили 56,6 млн. м³ природного газа в сутки. Также несколько крупных проектов в Египте реализуются ПАО «Лукойл» (геологоразведочный проект «Мелейя» в Западной пустыне и добывающий проект «West Esh El-Mallaha» (WEEM) в Восточной пустыне). Доля компании в проекте «Мелейя» составляет 24%. В рамках данного проекта были открыты коммерчески рентабельные месторождения Северная Нада и Гавахер (2007 г.), Аркадия (2010 г.), Эмри Дип (2012 г.), Роза Норт (2013 г.) и Мелейя-Уэст (2014 г.). Участниками проекта WEEM стали «Лукойл» (50%, оператор) и египетская нефтегазовая компания Tharwa Petroleum (50%). Пробная эксплуатация началась в 2010 г., тогда же была получена лицензия на разработку сроком на 20 лет.

Приоритетным для российских нефтегазовых компаний также является сотрудничество с Саудовской Аравией, Катаром и Объединенными Арабскими Эмиратами.

Саудовская Аравия – страна с гигантским потенциалом развития нефтегазового комплекса. Разведанные запасы нефти Королевства на 2018 г. составляли 267,03 млрд. баррелей (второй показатель в мире после Венесуэлы), по объемам добычи Саудовская Аравия является мировым лидером – в сутки в стране добывается 10,32 млн. баррелей. Валовой экспорт энергоносителей из Саудовской Аравии в 2018 г. составил 9,34 млн. баррелей в сутки, что также позволяет назвать страну лидером в данной области [8]. Высокая инвестиционная привлекательность Королевства, значимость экспорта углеводородов из Саудовской Аравии для формирования мировых цен на нефть и гигантский потенциал сотрудничества обуславливают интерес российских нефтегазовых компаний к этой стране. С государственной нефтегазовой компанией Саудовской Аравии «Saudi Aramco», являющейся крупнейшей в мире, активно сотрудничают российские корпорации ПАО «Газпром нефть» и ПАО «Лукойл».

В октябре 2017 г. «Газпром нефть» и «Saudi Aramco» подписали меморандум о взаимопонимании в области международного газового сотрудничества. Документ отражает намерение сторон изучить перспективы сотрудничества по всей цепочке создания стоимости — от разведки, добычи, транспортировки и хранения газа до проектов в области СПГ. В апреле 2018 г. состоялось подписание Дополнения к Меморандуму о взаимопонимании, направленное на расширение возможных сфер сотрудничества компаний и создание совместного координационного комитета для реализации программы сотрудничества.

«Лукойл» является первой российской компанией, открывшей сотрудничество с Саудовской Аравией в сфере геологической разведки и разработки месторождений. В 2004 г. «Лукойл» выиграл тендер на разработку месторождения Блок «А» в пустыне Руб аль-Хали. Для реализации проекта было создано совместное предприятие «LUKOIL Saudi Arabia Energy Ltd» (LUKSAR), в котором 80% принадлежало «LUKOIL Overseas Riyadh Ltd» и 20% — государственной нефтяной компании Саудовской Аравии «Saudi Aramco». В 2007 г. LUKSAR объявил об открытии месторождения углеводородного сырья с ресурсами около 100 млн. тонн. Затем было заявлено об открытии газоконденсатного месторождения «Мушаиб» с запасами около 150 млн. тонн. В октябре 2019 г. из-за разногласий по поводу эксплуатации месторождений «Лукойл» был вынужден выйти из проекта. Президент «Лукойла» Вагит Алекперов заявил, что «Saudi Aramco» и правительство Саудовской Аравии «не смогли создать условия для экономически целесообразной разработки». Однако «Лукойл» сохраняет активное сотрудничество с «Saudi Aramco», в частности, в настоящее

время ведутся переговоры по развитию сотрудничества в странах Африки и Центральной Азии.

«Газпром нефть» и «Лукойл» проявляют не меньшую активность в сотрудничестве с Объединенными Арабскими Эмиратами. На 2018 г. разведанные запасы нефти в ОАЭ достигли 97,8 млрд. баррелей, по данному показателю страна занимает восьмое место в мире и пятое в регионе. Объемы добычи нефти в 2018 г. в ОАЭ составил 3,01 млн. баррелей в сутки (четвертое место в ОПЕК и седьмое место в мире) [8]. Нефтегазовый комплекс ОАЭ, как и нефтегазовый комплекс Саудовской Аравии, отличается высоким уровнем технологичности и финансовой самостоятельностью, поэтому акцент в сотрудничестве с иностранными компаниями делается на научно-техническую составляющую.

Во время последнего визита президента РФ В. В. Путина в ОАЭ, который состоялся 15 октября 2019 г., было подписано рамочное соглашение о стратегическом сотрудничестве между «Газпром нефтью» и ADNOC (Abu Dhabi National Oil Company), охватывающее широкий спектр направлений: оценку возможности реализации совместных проектов в геологоразведке, добыче, переработке и сбыте углеводородов, в сфере научно-технического сотрудничества (развитие систем управления, информационных технологий и искусственного интеллекта).

Российские компании участвуют и в совместной с ADNOC реализации проектов разработки месторождений, хотя в целом сотрудничество в данной области остается ограниченным. В 2019 г. «Лукойл» приобрел долю в концессии «Гаша». Концессионная территория может содержать до 141 млрд. м³ природного газа. Планируется, что добыча на проекте начнется в середине 2020-х гг. в объеме более 40 млн. м³ природного газа в сутки, добыча нефти и газового конденсата составит 120 тыс. баррелей в сутки. Помимо ПАО «Лукойл», доля которого составляет 5%, в проекте «Гаша» участвуют Eni (Италия, 25%), Wintershall (Германия, 10%) и OMV (Австрия, 5%).

Наибольшую активность российские нефтегазовые компании проявляют в Ираке. По разведанным запасам нефти Ирак занимает пятое место в мире и четвертое место в ОПЕК (145 млрд. баррелей) [8], что составляет 9 % от общемировых запасов. Объемы добычи нефти в Ираке в 2018 г. составили 4,41 млн. баррелей в сутки [8], по данному показателю Ирак занимает четвертое место в мире после Саудовской Аравии, США и России. Объемы добычи природного газа в Ираке в 2018 г. составили 11,13 млрд. м³ [8]. Актуальной проблемой нефтегазового комплекса Ирака является дефицит инвестиций и слабые государственные ассигнования. Низкий финансовый потенциал иракских банков делает невозможным привлечение внутренних инвестиций, привлечение иностранных инвестиций в данных условиях становится приоритетным направлением государственной политики в нефтегазовой сфере. Качество нефти и низкая стоимость ее добычи способствуют привлечению инвесторов, окупая расходы, связанные с модернизацией нефтегазового комплекса и обеспечением безопасности. Иракские государственные нефтегазовые компании активно сотрудничают с российскими корпорациями ПАО «Лукойл», ПАО «Газпром нефть» и ПАО «НК» Роснефть».

12 декабря 2009 г. «Лукойл» получил право на участие в разработке месторождения Западная Курна-2, начальные извлекаемые запасы которого составляют около 14 млрд. баррелей. Данный проект стал крупнейшим мировым проектом, реализуемым российской компанией. После покупки норвежской доли в 2012 г. участие «Лукойла» в проекте составляет 75%. В 2018 г. Компания приступила к реализации второго этапа разработки месторождения, предусматривающего увеличение добычи до 480 тыс. баррелей в сутки к 2020 г. с последующим выходом на «полку» 800 тыс. баррелей в сутки к 2025 г. В 2019 г. «Лукойл» приступил к бурению новых эксплуатационных скважин в рамках второго этапа разработки месторождения, что позволит увеличить добычу на Западной Курне-2 до 480 в 2020 г.

Второй российской компанией по объему инвестиций в нефтегазовый комплекс Ирака является «Газпром нефть». В 2009 г. Компанией был выигран тендер на разработку

месторождения Бадра, запасы которого оцениваются в 3 млрд. баррелей нефти. Доля участия «Газпром нефти» в проекте составила 30%. «Газпром нефть» в Ираке обладает уникальным статусом среди иностранных компаний, что выражается в реализации совместных проектов, как с Багдадом, так и с Эрбилем. Дочерняя компания ПАО «Газпром нефть» «Gazprom Neft Middle East» занимается разработкой трёх блоков («Шакал», «Халабаджа» и «Гармиан») в Курдском автономном районе. Политические риски данного проекта оцениваются как низкие, так как месторождения расположены на территории самого Курдистана восточнее спорной с Багдадом территории Киркука. «Газпром нефть» сохраняет активность в Курдистане, не подвергаясь санкциям со стороны правительства Ирака. Э.О. Касаев отмечает, что данный статус российской компании объясняется не только мощным лобби со стороны российских государственных структур, но и активной социальной политикой «Газпрома» в Ираке, способствующей формированию заслуженного авторитета как у властей, так и у населения этого государства [4]. Помимо социальной политики, конкурентным преимуществом «Газпрома» является использование новых технологий. Так, в 2017 г. на месторождении Бадра был введен в эксплуатацию газовый завод мощностью 1,6 млрд. м³ в год, основанный на использовании новых технологий улавливания попутного газа, обеспечивающих 95-ый уровень улавливания попутного газа.

Менее прочные позиции на иракском рынке занимает компания «Роснефть», что связано с переходом сотрудничавшей с правительством Курдистана «Башнефти» под контроль «Роснефти». Таким способом «Роснефть» обеспечила себе присутствие в регионе, а заключенные в 2017 г. соглашения сделали ее одной из ведущих энергетических компаний Иракского Курдистана. В частности, «НК Роснефть» заключила ряд договоренностей с Региональным правительством Курдистана по разработке месторождений в спорном с официальным Багдадом Киркуке, освобожденном курдскими военизированными формированиями от боевиков ИГИЛ (ИГИЛ - запрещенная в России организация). Доля дочерних обществ «Роснефти» составляет 80%. Однако последовавшая после курдистанского референдума о независимости операция официального Багдада по восстановлению безопасности и стабильности в провинции Киркук нивелировала этот успех, так как официальный Багдад предоставил возможность разработки данных месторождений «BP», получившей от Багдада права на реализацию данного проекта еще до оккупации провинции ИГИЛ.

Важным аспектом развития сотрудничества российских компаний со странами Ближнего Востока стала покупка суверенным фондом Катара (Qatar Investment Authority) 14,16% акций «Роснефти» в сентябре 2018 г. Эта сделка стала одной из крупнейших в нефтегазовой отрасли. По ее итогам была сформирована оптимальная структура акционерного капитала «Роснефти», сравнимая с другими ведущими компаниями отрасли: контрольный пакет акций (50,01%) был сохранен в собственности государства; 19,75% акций принадлежит «BP» — многолетнему стратегическому технологическому партнеру Роснефти; 19,5% акций находятся во владении созданного на паритетных началах консорциума «Glencore» и «QIA»; 10,75% акций остаются в свободном обращении на мировых фондовых площадках, во владении крупных международных и российских инвесторов.

Ближний Восток – регион с богатыми запасами углеводородов, отличающимися низкой себестоимостью добычи и высоким качеством энергоносителей, что обуславливает их высокую инвестиционную привлекательность. Нефтегазовый комплекс является структурообразующим для экономик ряда стран региона, и его развитие носит стратегическое значение. Одним из главных источников развития нефтегазового комплекса стран региона становится привлечение иностранных инвестиций. Российские нефтегазовые компании «Газпром нефть», «Роснефть» и «Лукойл» проявляют высокую активность в регионе и развивают сотрудничество с государственными компаниями стран Ближнего Востока.

Саудовская Аравия, ОАЭ и Катар, обладающие значительным инвестиционным потенциалом, сотрудничают с российскими компаниями, как в разработки месторождений

углеводородов, так и в научно-технической сфере. Россия заинтересована в привлечении инвестиций из монархий Персидского залива. Данная категория стран стремится к участию в российских нефтегазовых компаниях, в частности уже была реализована продажа миноритарного пакета акций «Роснефти» катарскому суверенному фонду Qatar Investment Authority. Важным аспектом российского сотрудничества с данными странами являются координация действий на мировом рынке энергоносителей и регулирование цен рыночными механизмами, например, посредством квотирования экспорта нефти в рамках соглашений ОПЕК+ [1].

Нефтегазовый комплекс Ирака, на протяжении десятилетий находившийся под санкционным давлением или пагубным влиянием военных действий, нуждается в развитии и модернизации, что обуславливает стремление Багдада привлечь в страну иностранные инвестиции и технологии. Иракский рынок открывает широкие перспективы для России в силу высоких экспортных возможностей продукции российского машиностроения и платежеспособности импортирующей стороны, подкрепляемой значительными резервами энергоносителей. Приоритетным направлением российской энергетической политики в стране является сотрудничество в разработке нефтегазовых месторождений. В настоящее время высокую активность в Ираке проявляют «Лукойл», «НК «Роснефть» и «Газпром нефть». Российские компании, в первую очередь «Газпром нефть», способствуют интеграции инновационных технологий в нефтегазовый сектор Ирака. Российско-иракское сотрудничество в нефтегазовой сфере носит системный характер. Высоким потенциалом также отличаются российские проекты в Египте и Ливане – странах, нуждающихся в развитии нефтегазового комплекса. Геологоразведка и разработка месторождений левантийского нефтегазоносного бассейна становится приоритетным направлением политики российских компаний на Ближнем Востоке.

Высокая активность российских энергетических компаний способствует реализации потенциала российского сотрудничества со странами Ближнего Востока в нефтегазовой сфере, стимулирует экономическое развитие России и стран региона, укрепляет экономические и политические позиции России на Ближнем Востоке. Однако потенциал взаимодействия России со странами региона еще не реализован полностью, и перед российскими нефтегазовыми компаниями открыты широкие перспективы сотрудничества.

Список литературы:

1. Асадулаев А.Б. Социально-экономическая безопасность России. – СПб.: КультИнформПресс, 2020. – 140 с.
2. Иванова Н.М. Текущее состояние и перспективы развития энергетического сотрудничества России с Ближним Востоком // Глобальный научный потенциал. Экономические науки. – 2015. – №6. – С. 79-85.
3. Касаев Э.О. Нефтегаз России: проблемы и перспективы сотрудничества с Ближневосточным регионом // Нефть, Газ и Право. – 2017. – № 3. – С. 39-50.
4. Касаев Э.О. О деятельности российских нефтяных компаний в Ираке. – [Электронный документ] – <http://www.iimes.ru/?p=21984> (дата обращения: 05.02.2019).
5. Экономическая политика / Под ред. А.Н. Лякина. – М.: Юрайт, 2016. – 432 с.
6. Саудовцы оценили российскую нефть – [Электронный документ] – <https://www.rbc.ru/economics/12/11/2019/5dc97f199a79476d28b869cc> (дата обращения 04.02.2019).
7. Сорта нефти. Маркерный стандарт, бенчмарк. – [Электронный документ] – <https://neftegaz.ru/tech-library/energoresursy-toplivo/142128-sorta-nefti-markernyy-standart-benchmark/> (дата обращения 04.02.2019).
8. ОПЕС. Interactive charts – [Электронный ресурс] – <https://asb.opec.org/index.php/interactive-charts> (дата обращения 03.02.2019).

РОССИЙСКАЯ ГАЗОВАЯ ОТРАСЛЬ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА 2020-ГО ГОДА: ФАКТОРЫ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Россия в XXI-м веке является одним из крупнейших экспортёров углеводородов в мире, что во многом определяет её внешнюю и внутреннюю политику как в сфере «чисто» экономической, так и в геополитике. Доходы от нефтегазового сектора имеют значительный вклад в государственный бюджет, а, следовательно, оказывают большое влияние на российскую экономику в целом, поэтому важно регулярно изучать и оценивать как status quo российской энергетики, с её нынешними проблемами и тенденциями, так и анализировать всевозможные варианты развития ситуации в будущем.

Первая половина 2020-го года ознаменовалась серьёзным мировым экономическим кризисом, связанным с напряжённой эпидемиологической ситуацией во многих странах мира. Ввиду ряда введённых ведущими экономиками ограничений была запущена цепочка кризисных последствий, которые ощутила на себе российская нефтегазовая промышленность едва ли не в первую очередь. Что же касается именно газовой отрасли и конкретно «Газпрома», доходы которого в 2018-м, например, составили чуть больше 49 млрд. долларов [7], то кризисные явления, обусловленные как политико-экономическими, так и естественными факторами, коснулись их ещё в конце 2019-го года. Ситуация вокруг второй по доходности экспортно-сырьевой отрасли прямо воздействует на развитие экономики РФ, а потому требует комплексного анализа. Целью данной статьи является изучение факторов, обуславливающих нынешнее и будущее положение российской газовой энергетики, а также перспектив её развития и воздействия на российскую экономику в будущем.

Сложившуюся конъюнктуру газовой отрасли невозможно представить без мер, связанных с пандемией Covid-19, однако для более полного понимания ситуации необходимо учесть предшествующие обстоятельства, а именно – конъюнктуру конца 2019-го года. Тогда некоторые эксперты отмечали, что российский природный газ выиграл конкуренцию у американского сжиженного природного газа в рамках сугубо экономической конкуренции [2, с. 90]. Именно в конце ушедшего года был принят пакет санкций, который позволил США оказать давление на фирму-подрядчика проекта «Северный поток – 2», что сорвало сроки его реализации. Именно с этого момента можно отсчитывать череду потрясений «Газпрома» и всей газовой отрасли РФ.

Тем не менее, до политического вмешательства США в совместный российско-европейский проект перспективы газовой отрасли были относительно неплохими. Так, аналитики ВР предположили, что спрос на природный газ на европейском рынке снижаться в ближайшие 20 лет не будет, в отличие от остальных источников энергии (кроме возобновляемых источников энергии (ВИЭ), само собой) [8]. Это объясняется стремлением к декарбонизации, закреплённой Парижским соглашением 2015-го года (COP-21) и соглашениями в Катовице 2018-го года (COP-24), так как использование природного газа считается более экологичным, а также соответствует новой философии европейского энергопотребления, когда в развитых научных странах потребление энергии оптимизируется, а сам энергетический фактор производства компенсируется трудом через вынос производств в другие регионы (чаще в Юго-Восточную Азию) [2, с. 93].

Это означает, что до пандемии для «Газпрома» речь шла только о доведении проекта «потока» до конца и гарантии дальнейшего подавляющего пребывания на европейском рынке, вопреки политике либерализации рынков ЕС. На этом фоне перспективы российской газовой промышленности склонялись скорее к оптимистичному стабильному росту на относительно большом промежутке времени. Однако, как нам известно, в 2020-м году, помимо «локальных» политических трудностей, газовая отрасль столкнулась с рядом глобальных проблем.

Так, говоря о рынке природного газа в целом, нельзя не отметить, что в I-м квартале 2020-го наблюдалось снижение спроса из-за рекордно тёплой зимы в северном полушарии, и это должно учитываться при анализе конъюнктуры и несколько сглаживать и без того драматичные цифры. При этом отделить «климатические» издержки отрасли от иных достаточно сложно как из-за недоступности статистики, так и из-за определённого «наложения» кризисных факторов друг на друга. И всё-таки непогодные условия выделяют этот год, так как определённые колебания имели место и раньше.

Пандемия Covid-19 привела к целому ряду ограничительных мер по всему миру, что негативно сказалось на экономике. Спрос на энергоносители резко сократился, по некоторым оценкам, к концу 2020-го года он составит от 2,7% до 5,5% [3; 9]. Этому можно найти несколько объяснений.

Во-первых, сокращение производства в некоторых отраслях, требующих большого количества энергии, спровоцированное прямо и косвенно (через воздействие на спрос) ограничительными мерами и самой эпидемиологической ситуацией, вернее её воздействием на поведение как конечных потребителей, так и фирм-производителей, действующих «на упреждение».

Во-вторых, в условиях изменяющейся конъюнктуры использование одних типов источников энергии могло стать менее выгодным по сравнению с другими. Так в Европе отмечается своего рода замещение природного газа на рынке источников электроэнергии на альтернативные (солнечные электростанции, гидро- и ветрогенераторы, а также атомную энергию) [3].

В-третьих, подобное можно объяснить ситуацией на более крупном рынке углеводородов – рынке нефти, где произошло резкое падение цен из-за достижения своеобразного «пика спроса» [1]. Дешёвая нефть однозначно могла частично вытеснить природный газ с рынка энергоресурсов.

В-четвёртых, в феврале-марте произошло описанное ранее «наложение» факторов снижения спроса (климатического и эпидемиологического), чем можно отчасти объяснить столь резкое падение спроса.

Переходя от причин снижения спроса к проблемам, которые оно создаёт для отрасли, начать стоит с того, что на рынке природного газа не существует подобной ОПЕК на рынке нефти организации, которая бы могла продвигать и навязывать свои интересы остальным игрокам. В этих обстоятельствах практически невозможно регулировать глобальное предложение, что было сделано на нефтяном рынке в начале II-го квартала с подписанием очередного договора формата ОПЕК+. Следовательно, газовый сектор может столкнуться с не меньшими трудностями на пути к выходу из кризиса, чем нефтяной. Что, вероятно, скажется на становлении посткризисного рынка и долгосрочных перспективах направления.

Теперь перейдём от глобальных процессов к российским реалиям, а именно к изменениям на европейском рынке, как основном для российской газовой промышленности. Здесь мы можем наблюдать несколько иные процессы, в том числе и носящие политический характер, основанные на интересах и обстоятельствах конкретных акторов, а не глобальных и обезличенных рыночных тенденциях.

Основным экономическим фактором, воздействующим на российский газ на европейском рынке, то есть на наиболее крупном рынке сбыта природного газа для России, является конкуренция долгосрочных российских контрактов на поставку «трубопроводного» природного газа с краткосрочными контрактами на поставку СПГ [4]. Как уже было замечено ранее, СПГ проигрывал конкуренцию российскому газу «на дистанции», однако сейчас его доля на рынке увеличилась именно из-за природы договоров купли-продажи.

Поставляемый крупными партиями по стабильным ценам «трубопроводный» российский газ был значительно ниже по стоимости, чем СПГ из других стран (в том числе и США), при том же объёме закупок. Однако, так как спрос на газ, ввиду ограничительных мер европейских государств, спал, а предложение не сократилось пропорционально спросу, то произошло снижение цен, что сделало краткосрочные контракты по СПГ выгоднее для

потребителей, потому как данный вид сделок способен намного более оперативно реагировать на изменение цен на рынке, нежели долгосрочные контракты, и подстраиваться под новые резко возникшие условия [5].

Не стоит забывать и про предшествовавшие тенденции. Так, ещё в прошлом году аналитики ВР отмечали увеличение присутствия США на рынке СПГ, которое распространилось, в том числе на ЕС [8]. Как следствие, политико-правовой конфликт вокруг этого рынка начал усиливаться.

С этой точки зрения можно выделить как минимум четыре группы интересов: России, «западных» стран-участниц совместных российско-европейских проектов (Германия, Нидерланды, Франция, Австрия и т.д.), восточно-европейских стран и США. Это деление, при всей своей условности, было справедливо до кризиса начала 2020-го года, так и, вероятно, будет справедливо в будущем.

Столкновение данных групп интересов, а также возможность введения точечных и общеотраслевых ограничений со стороны политического руководства разных акторов, продуцирует на выходе сложную для России обстановку, которая обострялась с конца 2019-го года. При этом, нужно помнить о курсе ЕС на либерализацию рынков источников энергии, который может нанести урон перспективам совместных газовых проектов, в частности проекту «Северный поток – 2», рискующему попасть под действие «Третьего энергопакета» [6].

Разумеется, на состояние рынка повлияли и глобальные явления, в особенности рекордно тёплая зима, которая обеспечила снижение доходов российской энергетики ещё до всеобщего кризиса. Так, если говорить в общем о снижении спроса, то снижение выработки энергии (в основном тепловой) обеспечило около 60% всего сокращения потребления, а в Европе падение стало ещё более резким из-за уменьшения спроса на электроэнергию в производственном и коммерческом секторах экономики [9], а также из-за того, что Европа к 2020-му году практически достигла пика спроса на газ [2, с. 89; 8].

Подобные негативные тенденции сопровождаются ростом доли в выработке электричества возобновляемых и не-углеводородных источников энергии в экономически и научно развитой Европе. При том, что эти процессы были очевидны и прогнозировались ещё до кризиса [8], кризис рынка углеводородов в развитых странах может существенно их ускорить за счёт большей стабильности, высокого уровня технологичности и относительной экологичности, что особенно актуально для курса на декарбонизацию ЕС. В целом введение ВИЭ не должно помешать газовому рынку в долгосрочной перспективе [2, с. 90], но в рамках кризиса оказывают своё влияние. К тому же эти изменения вряд ли примут общемировой характер из-за неоднородности моделей и курсов экономического развития, технической оснащённости, наличия ресурсов и т. д., однако для российской газовой промышленности достаточно изменения конъюнктуры европейского рынка, чтобы понести значительные убытки.

Перспективы развития газовой энергетики в мире несколько сложно оценить, так как кризис всё ещё не подошёл к концу, при этом оценки на 2020-й год относительно схожи. Тем не менее, хочется выделить несколько вероятных посткризисных явлений.

Во-первых, в период и какое-то время после кризиса можно будет наблюдать увеличение темпов роста рынка СПГ, ввиду дешевизны СПГ и краткосрочности контрактов купли-продажи. Однако по мере отдаления от кризиса, этот показатель будет всё больше стабилизироваться и вряд ли серьёзно опередит докризисные оценки.

Во-вторых, крайне вероятен пересмотр политики поставщиков относительно заключения долгосрочных контрактов, которые в нынешних условиях продемонстрировали свои проблемы: либо они невыгодны покупателям, либо производителям.

В-третьих, кризис на более крупном рынке нефти и в ряде других секторов экономики, может повлечь за собой кризис финансовый, который заставит компании сократить или вообще отказаться от инвестиций в некоторые перспективные проекты.

Что же касается региональных перспектив, то в Европе «Газпром» может столкнуться с рядом сложностей, часть из которых обусловлены глобальными тенденциями, а отчасти базируются на специфических особенностях рынка.

В первую очередь речь о росте доли СПГ на рынке, это связано с контрактами с нефтепродуктовой индексацией, которые не столь быстро реагируют на изменение конъюнктуры рынка. При этом контракты с привязкой к котировкам хабов, не гарантируют «Газпрому» прежней прибыли, а наоборот приводят к её снижению. Российской газовой промышленности придётся столкнуться с относительно длительным периодом низких цен на газ, пока не восстановится спрос и не снизится предложение, что будет означать сокращение доходов, а как следствие – сокращение ряда инвестиционных программ.

Немаловажную роль также играет развитие не-углеводородной энергетики, которая способна частично вытеснить природный газ из некоторых секторов экономики, что, конечно, ударит не только по перспективам России, но и всех поставщиков газа в ЕС. Если эта тенденция сохранится и после кризиса, то российскому руководству необходимо будет ещё несколько скорректировать стратегию распределения доходов от экспорта газа.

Отдельно нужно проследить за политико-правовыми посылами, ввиду которых могут пострадать перспективы ряда проектов. Судить об окончательном разрешении сложно из-за множества интересов, представленных в этой области, но данный фактор способен серьёзно осложнить положение России уже после кризиса.

Исходя из вышеприведённых обстоятельств и ожиданий, можно оценить значение зависимости российской экономики от экспорта газа сейчас и в будущем. В связи с этим хочется отметить, что, если судить по прогнозам до кризиса, то экспорт газа виделся как источник относительно стабильного дохода, что в целом соответствовало действительности при тех ценах на нефть и той конъюнктуре рынка.

На данный момент, в условиях перенасыщения рынка и низких цен на газ из-за снижения спроса, газовая отрасль вслед за нефтяной погрузилась в кризис, что очевидно не способствует оценке экспорта газа как гаранта экономической безопасности. В действительности перед российской экономикой возникло множество вызовов и трудностей, от разрешения которых зависит будущее этой отрасли. Это говорит о ненадёжности экспорта газа как опоры государственной экономики. Таким образом, чрезмерную зависимость от данного сектора следует воспринимать скорее как угрозу экономической безопасности, нежели её гарантию.

В защиту газовой отрасли стоит заметить, что подобные кризисы затрагивают все рынки, а не только нефтегазовые. И газовый сектор, как и любая другая часть экономики, ощущает на себе влияние экономических колебаний, поэтому частичная опора на экспорт газа не является чем-то критичным. Для России такая стратегия была вполне допустима ранее, но кризис 2020-го года может запустить цепочку процессов, которые уже в обозримом будущем, возможно, изменят структуру рынка невозобновляемых источников энергии, и тогда роль экспорта природного газа в российской экономике должна быть пересмотрена.

Список литературы:

1. Асадулаев А.Б. Социально-экономическая безопасность России. – СПб.: КультИнформПресс, 2020. – 140 с.
2. Конопляник А. А. Когда Америка всегда прежде всего... Попытки выдавливания российского газа из Европы в пользу американского СПГ имеют исключительно прагматическую экономическую подоплеку со стороны США и политический инструментарий реализации // Нефтегазовая вертикаль. – 2019. – № 1. – С. 87–94.
3. Коронакризис: влияние COVID-19 на ТЭК в мире и в России / Т. Митрова, Е. Грушевенко, С. Капитонов, Ю. Мельников, А. Пердеро, Н. Доброславский. – [Электронный ресурс] –: <https://energy.skolkovo.ru/ru/senec/research/covid-19/>

4. Уразгалиев В.Ш., Титков М.В. Газовая составляющая энергетической безопасности России // Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика. – 2018. – Т. 34, № 2. – С. 176-216.
5. Экономическая политика / Под ред. А.Н. Лякина. – М.: Юрайт, 2016. – 432 с.
6. Коммерсантъ – [Электронный ресурс] – <https://www.kommersant.ru/doc/4335713>
7. ТАСС – [Электронный ресурс] – <https://tass.ru/ekonomika/6084490>
8. BP Energy Outlook: 2019 edition – <https://www.bp.com/en/global/corporate/energy-economics/energy-outlook.html>
9. IEA Global Energy Review 2020 The impacts of the Covid-19 crisis on global energy demand and CO2 emissions – [Электронный ресурс] – <https://www.iea.org/reports/global-energy-review-2020>

***В.И. Афанасьев** (магистрант 1 курса,
Института экономики и управления РГПУ им. А.И. Герцена)
Научный руководитель: Н.А. Паикус, доктор экономических наук,
профессор кафедры отраслевой экономики и финансов РГПУ им. А.И. Герцена*

ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЛЕСОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА

Внешнеэкономическая деятельность предприятий лесопромышленного комплекса играет огромную роль в развитии российской экономики. То количество древесины, которое заготавливается в России ежегодно, значительно превышает спрос на нее на внутреннем рынке. В связи с этим, сотрудничество с зарубежными партнерами является необходимым. Оно обеспечивает занятость работников лесной сферы, железных дорог, портов, таможенных органов. Кроме того, международное сотрудничество в сфере лесной промышленности позволяет загружать отечественные производственные мощности по выпуску машин и оборудования, необходимых для развития лесного комплекса России.

Внешнеэкономическая деятельность лесопромышленных предприятий важна также и для субъектов Федерации, входящих в Дальневосточный федеральный округ (ДФО). Такие предприятия зачастую являются градообразующими. На формирование и развитие лесного экспорта влияют такие факторы, как экономико-географическое положение, близкое расположение к странам Северо-Восточной Азии, емкость рынков и дефицит ресурсов сопредельных стран. Успех на внешнем рынке обусловлен грамотным применением знаний правил международной торговли, таможенных процедур, международных торговых контрактов, транспортного обеспечения и др.

Особую актуальность в настоящее время приобретают вопросы развития внешнеэкономической деятельности предприятий лесопромышленного комплекса дальневосточного региона, в связи с проблемами повышения их эффективности.

Несмотря на санкционные меры внешняя торговля дальневосточного региона развивается довольно успешно. Внешнеэкономическую деятельность в 2018 году осуществляли 5 362 участника ВЭД (без учета данных взаимной торговли с государствами – членами ЕАЭС, а также Республики Бурятия и Забайкальского края).

Динамика количества участников ВЭД дальневосточного региона представлена на рисунке 1.

Таким образом, за три последние года количество стран-контрагентов, с которыми осуществляли внешнеэкономическую деятельность участники ВЭД Дальнего Востока, имеет тенденцию к сокращению (см. рисунок 2).

Количество участников ВЭД ДФО

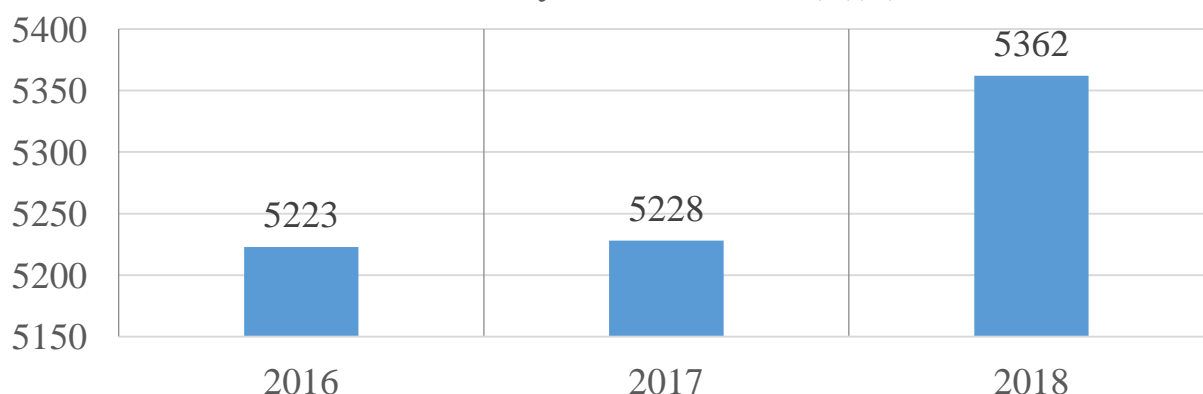


Рисунок 1 – Количество участников ВЭД дальневосточного региона (источник: составлено автором по данным сайта Дальневосточного таможенного управления)



Рисунок 2 – Динамика количества стран-контрагентов

Несмотря на уменьшение количества стран-контрагентов, общие итоги внешней торговли дальневосточного региона в 2016 – 2018 гг. показывают положительную динамику (см. таблицу 1).

Существует определенная двойственность экспорта с точки зрения его участия в обеспечении эффективности деятельности предприятия: он одновременно является как фактором, так и результатом эффективной работы предприятия.

Таблица 1.

Общие итоги внешней торговли дальневосточного региона в 2016 – 2018 гг., млн. долл.

Показатели	Годы			Темп роста, %		
	2016	2017	2018	2017/2016	2018/2017	2018/2016
Экспорт	18618,0	22241,6	28188,7	119,46	126,74	151,41
Импорт	5785,8	6288,1	6286,2	108,68	99,97	108,65
Оборот	24403,8	28529,7	34474,9	116,91	120,84	141,27
Сальдо	12832,2	15953,4	21902,5	124,32	137,29	170,68

Объем внешнеторгового оборота Дальнего Востока распределился на следующие союзы стран (см. таблицу 2).

Таблица 2.

Динамика внешнеторгового оборота по союзам стран, млн. долл. США

Группы стран	Годы			Темп роста, %		
	2016	2017	2018	2017/2016	2018/2017	2018/2016
АТЭС	18678,7	22333,3	28480	119,57	127,52	152,47
ОЭСР	15558,2	16922,1	20584,9	108,77	121,65	132,31
ЕС	3143,0	3083,6	2981,6	98,11	96,69	94,86
ОПЕК	272,9	337,7	513,0	123,74	151,91	187,98
СНГ	323,0	331,1	344,0	102,51	103,90	106,50
ЕАЭС	313,7	299,1	318,4	95,35	106,45	101,50
Прочие	1179,1	1850,9	1517,6	156,98	81,99	128,71

АТЭС – 28 480,2 млн. долларов США, увеличение составило 27,6% к уровню 2017 года; ОЭСР – 20 584,9 млн. долларов США, произошел рост на 21,7%; ЕС – 2 981,6 млн. долларов США, произошло снижение на 3,3%; ОПЕК – 513,0 млн. долларов США, внешнеторговый оборот уменьшился в 1,5 раза.

Мировой экономический кризис 2008-2009 годов и рецессия в экономике России 2014-2016 годов стали причиной значительного снижения экспорта РФ и ДФО. Рецессии 2014–2016 годов оказала более негативное влияние на внешнюю торговлю страны, чем предыдущий кризис, из-за продолжительного падения экспортных цен на энергоресурсы. [6]

Запасы лесного фонда в России – крупнейшие в мире. Около 70% территории страны занимают леса. В связи с этим, лесопромышленный комплекс (ЛПК) обеспечивает около миллиона рабочих мест и является фактором, определяющим состояние десятка монопрофильных городов и сотен поселков.

Несмотря на высокую значимость для экономики страны, отрасль сталкивается с рядом проблем. Наиболее важными из которых являются:

- низкое развитие мощностей по глубокой переработке древесины;
- неразвитость инфраструктуры (в первую очередь отсутствие или низкое качество лесных дорог);
- незаконные вырубki лесов и производство из необработанной древесины материалов с минимальной степенью обработки для уменьшения издержек по экспорту.

Также одной из проблем можно выделить изменение таможенных пошлин после вступления РФ во Всемирную торговую организацию. С одной стороны, это не является проблемой, так как снижение пошлин поможет российским предприятиям в поиски новых рынков сбыта. К сожалению, российский рынок пока не производит товары, надлежащего качества, которые смогли бы заинтересовать иностранных покупателей.

Одним из важнейших результатов присоединения России к ВТО стало снижение пошлин на экспорт круглого леса в рамках квот, размер которых должен определяться ежегодно.

Такие серьезные изменения в таможенном регулировании экспортных и импортных пошлин оказали существенное влияние на состояние российского ЛПК.

Во-первых, из-за снижения импортных пошлин возросла конкуренция со стороны более крупных и развитых иностранных компаний в сегменте готовой продукции.

Во-вторых, мера правительства РФ об увеличении ставок таможенных пошлин на круглый лес в целях защиты отечественного сырьевого рынка и для стимулирования более глубокой обработки леса, наверное, закономерно привела к увеличению экспортных цен и, как следствие, к снижению конкурентоспособности этой продукции на мировом рынке. Круглый лес пользовался наибольшей популярностью у иностранных импортеров и при таких изменениях многие иностранные покупатели начали искать новых поставщиков.

Японии и Китаю пришлось переключиться на поставку круглого леса из Канады, Европы, Индонезии и Австралии. Финляндия, опасаясь потери тысячи рабочих мест из-за

резкого сокращения российского импорта, приняла решение начать наращивать собственную лесозаготовку.

Увеличение ставок таможенных пошлин сказалось не только на изменении политики предприятий-импортеров, но и, конечно же, затронуло интересы экспортеров. В приграничных зонах с Китаем, Японией, Финляндией, практически целые поселения занимались заготовкой леса кругляка для экспортных поставок. И в связи с сокращением продаж, очень многие предприятия были ликвидированы. Часть предприятий попыталось перепрофилировать и начать более глубокую переработку леса, но они столкнулись с множеством других проблем, в частности, связанных с привлечением капитала для приобретения нового оборудования, поиском новых покупателей на новую продукцию и т.д. Пострадали не только экономические, но и социальные показатели этих территорий, так как сотни рабочих этих предприятий вынуждены были заняться поиском новых мест работы. [1]

Неразвитость отечественных предприятий по переработке леса, неконкурентоспособность их продукции приводит к тому, что большая часть заготавливаемой древесины продается на экспорт или подлежит первичной минимальной обработке. По некоторым оценкам, на подобное использование направляется до 80 % заготавливаемой древесины. В развитых государствах ситуация обратная – 80 % древесины направляется на глубокую обработку, и только малая оставшаяся часть по достаточно высоким ценам продается за рубеж.

Государственная политика по стимулированию развития деревообработки заключается в создании условий для инвестиционной привлекательности отрасли. Для этого был внедрен механизм приоритетных инвестиционных проектов в форме постановления Правительства РФ №419 от 30.06.2007 г. «О приоритетных инвестиционных проектах в области освоения лесов»: инвесторам, чьи проекты включены в перечень приоритетных (стоимость проекта должна быть не менее 300 млн. руб.), предоставлены льготы в виде снижения на 50% ставки платы за лесные ресурсы и предоставления лесных участков в пользование без аукциона.

На настоящий момент, через 12 лет из 120 инвестиционных проектов, включенных в общероссийский перечень приоритетных в области освоения лесов с заявленным объемом финансирования в 370 млрд. руб., на Дальнем Востоке заявлено всего 15 с общим объемом 37 млрд. руб., а фактически реализуется всего 9 (пять в Хабаровском крае, три – в Приморье и один – в Амурской области) [2, с.72].

В Хабаровском крае в стадии освоения построенных мощностей находятся четыре производства: завод по производству высококачественных пиломатериалов (ООО «Амур Форест», дочернее предприятие ОАО «Бизнес-маркетинг»); деревообрабатывающий комплекс (ООО СП «Аркаим»); завод по производству пиломатериалов (ООО «Римбунан Хиджау МДФ»); завод по производству лущеного шпона в рамках проекта «Создание Дальневосточного центра глубокой переработки древесины» (ОАО «Дальлеспром», входящий в группу компаний RFPGroup) [3, с.123-124].

В стадии создания мощностей в Хабаровском крае в рамках приоритетных инвестиционных проектов находятся: производство пиломатериалов, плит ДСП и технологической щепы в рамках второй очереди Дальневосточного центра глубокой переработки древесины (ОАО «Дальлеспром»); производство пиломатериалов, в том числе строганных профилированных, а также топливных гранул (ООО «Азия Лес», дочернее предприятие ОАО «Бизнес-маркетинг»); производство пиломатериалов (ООО «Римбунан Хиджау МДФ»).

В реальности вышеперечисленные проекты либо не работают на полную мощность, либо простаивают. Это происходит по разным причинам: недостаток обеспечения сырьем, проблемы с выплатами кредитов, осложняющие финансовое состояние, низкая конкурентоспособность и высокая себестоимость продукции по сравнению с китайскими аналогами, отсутствие у производителя долгосрочных контрактов на поставку готовой продукции, неблагоприятная конъюнктура на внешнем рынке.

Неблагоприятное состояние на китайском рынке, являющимся основным потребителем продукции лесного комплекса ДФО, осложнило реализацию инвестиционных проектов. За этот период, особенно после 2010 г., на китайском рынке сократился импорт российской необработанной древесины, а также существенно упали цены на необработанную древесину и пиломатериалы. Это негативно сказалось на производственно-экономических показателях лесопромышленных предприятий.

Лесной комплекс ДФО попал в кризисную ситуацию, для выхода из которой федеральным правительством был предпринят ряд шагов. Специально для лесного комплекса ДФО были введены отраслевые меры поддержки в виде постановления правительства РФ [4], которое описывает правила предоставления субсидий из федерального бюджета на возмещение части затрат дальневосточным лесопромышленным предприятиям, осуществленных на реализацию инвестиционных проектов. Субсидии выделяются на компенсацию: лизинговых платежей при покупке оборудования, части процентной ставки по кредитам на цели реализации проектов, затрат на перевозку древесины и готовой продукции внутри территории ДФО. Но барьер для получения субсидий высокий: должны быть не менее 1 млрд. рублей, что ограничивает круг их получателей, в 2015 и 2016 г. лишь 4 лесопромышленных предприятия ДФО получали данные субсидии.

В будущем правительство намерено ужесточить механизм приоритетных проектов: рассматривается привязка льготных условий получения лесных участков для реализации инвестиционных проектов к вводу перерабатывающих мощностей, также увеличивается объем инвестиций с 300 до 750 млн. рублей [5].

Проекты, связанные с неглубокой переработкой сырья и производством полуфабрикатов, не требуют значительных инвестиций и предполагают быстрый срок окупаемости, а потому являются наиболее привлекательными для инвесторов на Дальнем Востоке. Проекты создания производств продукции с высокой добавленной стоимостью (целлюлозно-бумажное, лесохимическое производства) пока только декларируются. Данный выбор инвесторов связан с рисками финансовых потерь и желанием максимизировать свою прибыль. Также этому способствует непоследовательность правительства России в проведении лесоэкспортной политики, а именно, сначала невыполнение решения о поднятии экспортных пошлин на необработанную древесину до запретительного уровня, а затем избирательное снижение этих же пошлин для лесоэкспортеров европейской части страны. В результате были дискриминированы интересы лесного бизнеса Дальнего Востока, подорвано его доверие к возможной стабильности и конкурентности условий для предпринимательской деятельности. Поэтому, в первую очередь, существует необходимость создания стабильной институциональной среды для ведения капиталоемкого бизнеса в высокорисковой сфере деятельности, к которой относится лесной комплекс, для привлечения инвестиций в высокотехнологичные проекты.

Осмыслив вышесказанное, можно утверждать, что для развития внешнеэкономической деятельности лесопромышленных предприятий необходимо привлечение иностранных инвестиций.

Доступные ресурсы леса в Хабаровском крае в ближайшем будущем будут исчерпаны. Перемещение лесозаготовок в удаленные малообжитые районы требует значительных инвестиций в инфраструктуру, увеличения среднего расстояния вывозки, что приведет к росту затрат на освоение лесных ресурсов и снижению рентабельности лесопромышленной деятельности.

Финансовые результаты деятельности лесопромышленных предприятий могут улучшиться лишь при увеличении объемов производства при условии ориентирования на экспорт продукции высокой степени переработки. Лесопромышленная продукция дальневосточных предприятий на настоящий момент конкурентоспособна по узкому продуктовому ряду – необработанные лесоматериалы и пиломатериалы. С одной стороны, это обусловлено структурой внешнего спроса китайских потребителей, в которой преобладает необработанная древесина.

В состав основных проблем внешнеэкономической деятельности дальневосточных предприятий-экспортеров лесопродукции входят:

- низкий уровень прямых иностранных инвестиций в деревообрабатывающее производство;
- увеличение затратности лесодобычи, что снижает прибыль от внешнеэкономической деятельности;
- цену реализации лесопродукции диктует потребитель (китайские компании);
- низкий уровень государственной поддержки предприятий-экспортеров лесопродукции высокой степени переработки;
- снижение доли качественной доступной древесины вследствие низкого уровня лесовосстановительных мероприятий лесопользователями.

В соответствии с российским законодательством и практикой его применения внешнеэкономическую деятельность можно определить, как деятельность, направленную на совершение внешнеэкономических сделок.

В условиях экономического современного развития нашего государства, внешнеэкономическая деятельность для лесопромышленных предприятий играет большую роль, так как позволяет получить высокий уровень прибыли.

К особенностям внешнеэкономической деятельности предприятий ЛПК относятся:

- экспорт древесины низкой степени переработки;
- постепенное привлечение иностранных инвестиций в строительство и оснащение лесоперерабатывающих холдингов;
- постепенное снижение объема экспорта необработанной древесины, повышение качества и конкурентоспособности экспортируемой лесопродукции.

Стратегия концентрированного роста (стратегия развития товара) является наиболее целесообразной для предприятий лесопромышленного комплекса Хабаровского края. К ней можно отнести увеличение роста объемов переработки древесины, в т. ч. глубокой, строительство завода по производству шпона, строительство целлюлозно-бумажного комбината, что приведет к расширению ассортимента продукции, выпускаемой лесопромышленными компаниями и освоение новых производств.

Итак, на Дальнем Востоке лесные ресурсы значительно превышают платежеспособный спрос населения региона. Вывоз леса на территорию европейской части РФ невыгоден из-за высоких транспортных тарифов.

Деятельность лесоперерабатывающих предприятий имеет низкий уровень рентабельности из-за высоких тарифов на электроэнергию и перевозку древесины.

Внеэкономическая деятельность предприятий дальневосточного ЛПК позволяет им реализовывать добытую древесину разной степени переработки в страны АТР. Основным потребителем продукции является Китай, который диктует цены на рынке лесопродукции. На мировом рынке лесопродукции очень высокий уровень конкуренции. Необходима государственная поддержка отрасли, особенно в сфере строительства дорог к удаленным лесным массивам, инвестированию в предприятия глубокой переработки древесины.

Список литературы:

1. Асадулаев А.Б. Социально-экономическая безопасность России. – СПб.: КультИнформПресс, 2020. – 140 с.
2. Борисова И. И. Правовое обеспечение внешнеэкономической деятельности: учеб.-метод. пособие. – Нижний Новгород: Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, 2016. – 72 с.
3. Ильина С.В., Сухарников В.В. Обзор предприятий лесопромышленного комплекса, расположенный на территории Хабаровского края // Современные наукоемкие технологии. – 2013. – №8–1. – С.123-124.
4. Комплексная региональная программа «О развитии лесопромышленного комплекса Хабаровского края до 2020 года» (утв. распоряжением Правительства Хабаровского края от

12 декабря 2015 г. № 942-рп). – [Электронный ресурс]. – <http://docs.cntd.ru/document/465328991>.

5. Об утверждении Перечня видов (пород) деревьев и кустарников, заготовка древесины которых не допускается: Приказ Рослесхоза от 05.12.2011 № 513 // Российская газета. – 2012. – № 18. – 30.01.

6. Экономическая политика / Под ред. А.Н. Лякина. – М.: Юрайт, 2016. – 432 с.

*Л.Г. Дмитриева (магистрант 2 курса,
Факультета технологического менеджмента и инноваций Университета ИТМО)
Научный руководитель: А.В. Клочкова, к.э.н., доцент Университета ИТМО*

ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА В РОССИИ

В настоящее время в мировой экономике наблюдается выраженная тенденция к повсеместному внедрению инноваций. Все больше стран склоняется к поддержке и активному использованию различных новшеств, помогающих увеличить объемы производства страны, повысить благосостояние населения и упрочить положение государства в мировом сообществе. Лидирующие позиции в области инноваций в 2019 году занимают (по данным Доклада о Глобальном инновационном индексе): Швейцария, Швеция, Соединенные штаты Америки, Нидерланды и Великобритания.

Российская Федерация стремится занять лидирующие позиции в современном мире. Чтобы добиться этого, необходимо придерживаться инновационного пути развития. Проводятся соответствующие реформы, направленные на развитие в области инноваций. Например, льготы по уплате налогов и сборов, информационная поддержка, соответствующие образовательные услуги, финансовая поддержка, создание и развитие необходимой инфраструктуры и прочее, что дает определенный результат. Однако, пока Россия значительно отстает от лидеров в сфере инноваций. В рейтинге стран мира по индексу инновационного развития она занимает 46-е место [5, с.34]. Динамику роста позиций можно увидеть на Рисунке 1.

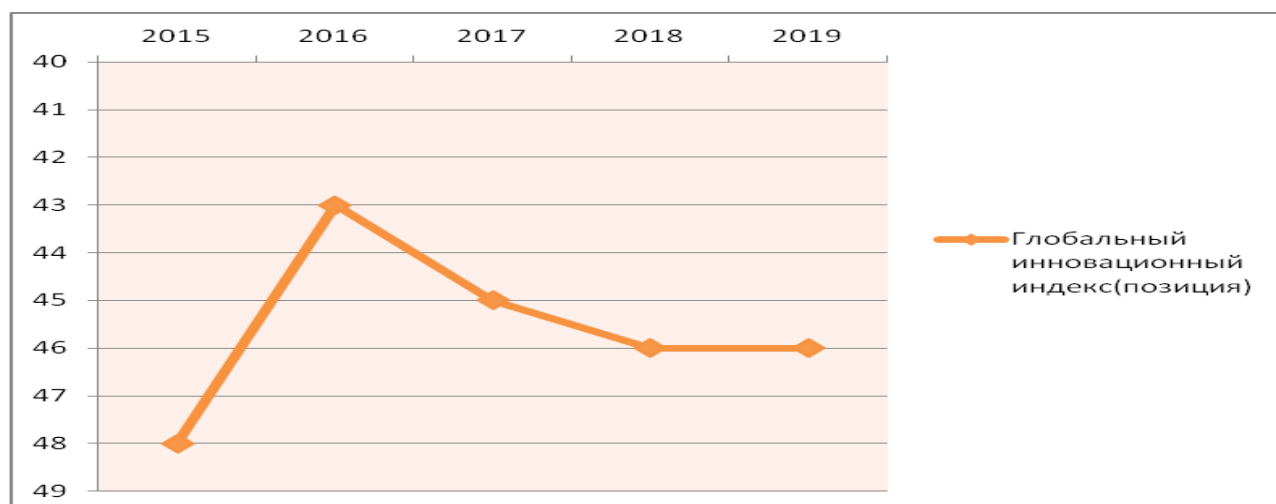


Рисунок 1 – Динамика изменения положения России в рейтинге стран мира по индексу инноваций

Можно увидеть, что за последние пять лет Российская Федерация смогла увеличить своё положение на два пункта. При этом Россия отстает от многих развитых и быстроразвивающихся государств по многим параметрам, показывающим эффективность

использования ресурсов и степень воздействия результатов научно-технической и инновационной деятельности на экономику и общество.

Одним из приоритетных в силу своей рентабельности направлений развития российской экономики является сельское хозяйство. На данный момент Россия в состоянии не только обеспечить свою продовольственную безопасность, но и экспортировать большое количество продукции за границу.

В 2017 году сельское хозяйство составило 4,66% от общего размера валового внутреннего продукта России (Рисунок 2), что составило 3647 млрд. руб. в текущих ценах [3, с.1].



Рисунок 2 – Структура ВВП России в 2017 году, %

Международный опыт экономически развитых стран свидетельствует о том, что степень вовлеченности в инновационный процесс предприятий отрасли сельского хозяйства и результативность их инновационной деятельности во многом определяют успех проникновения на мировой рынок российских предприятий сельского хозяйства и их конкурентоспособность [4, с.27-28].

Государство поддерживает переход сельского хозяйства на инновационный путь развития, в связи с чем, реализуется несколько соответствующих программ:

- «Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 годы»;
- «Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года»;
- «Концепция долгосрочного социально-экономического развития РФ до 2020 года».

Несмотря на предпринимаемые меры, инновационная активность сельского хозяйства в России оставляет желать лучшего. Аграрии не стремятся осваивать новые технологии и значительно отстают от многих своих зарубежных конкурентов.

Инновационное развитие в сельском хозяйстве имеет определенные особенности, отраженные на Рисунке 3.



Рисунок 3 – Особенности инновационного развития в сельском хозяйстве России

Инновационное развитие сельскохозяйственных организаций замедляет ряд факторов, таких как жесткая конкуренция, нестабильность экономической ситуации в стране, высокий уровень инфляции, недостаточный объем финансирования, высокая стоимость нововведений, низкий инновационный потенциал организаций и прочие.

В Таблице 1 представлены показатели состояния инновационных процессов в сельском хозяйстве Российской Федерации.

Таблица 1
Основные показатели инновационного развития сельского хозяйства России в 2017 г. [построено по данным источника 1, с. 12-22]

Наименование показателя	Единицы измерения	Значение	
		2016 год	2017 год
Удельный вес организаций, осуществлявших технологические инновации, в общем числе организаций	%	3,4	3,1
Объем и интенсивность затрат на технологические инновации	%	0,9	1,0
	млн. руб.	15 000,0	15 806,0
Объем и доля инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров, работ, услуг	%	1,4	1,8
	млн. руб.	22 200,0	28 446,0
Совокупный уровень инновационной активности (удельный вес организаций, осуществлявших технологические, маркетинговые, организационные инновации, в общем числе организаций)	%	4,0	3,7

Удельный вес организаций, осуществлявших маркетинговые инновации, в общем числе организаций	%	0,4	0,5
Удельный вес организаций, осуществлявших организационные инновации, в общем числе организаций	%	0,9	0,9
Затраты на технологические, маркетинговые, организационные инновации	млн. руб.	15 073,6	15 942,0

Исходя из представленных выше данных, можно сделать вывод, что инновационные процессы в российском сельском хозяйстве недостаточно динамичны (в некоторых показателях наблюдается даже ухудшение): нет оснований говорить о технологических прорывах, интенсивном освоении результатов исследований и разработок, характерных для экономики инновационного типа.

Сельское хозяйство отстает от других отраслей по уровню инновационного развития. Так, например, удельный вес организаций промышленного производства, осуществлявших технологические инновации, в общем числе организаций составляет 9,6% (что на 6,1% больше, чем в сельском хозяйстве). При этом совокупный уровень его инновационной активности составляет 10,6% (на 6,9% больше). Объем затрат на технологические, маркетинговые, организационные инновации сельского хозяйства в 2017 году была меньше, чем в промышленном производстве, на 840852 млн. руб.

Замедлению темпа инновационного развития также способствует сокращение организаций, осуществляющих исследования в сельском хозяйстве. С 1995 г. до конца 2015 г. их количество сократилось на 17,6%. Количество публикаций российских – авторов в 2017 г. в научных журналах, индексируемых в международных базах данных, составила:

- «Scopus» – 2683 статьи (1904 статьи в области сельского, лесного и рыбного хозяйства, 60 статей в области ветеринарных наук и 719 в области животноводства, молочного хозяйства);
- «Web of Science» – 380 статей (339 статей в области сельского, лесного и рыбного хозяйства, 30 статей в области ветеринарных наук и 11 в области животноводства, молочного хозяйства).

Ни по одной из перечисленных областей науки Россия не входит в десятку лидеров по количеству публикаций.

Финансирование сельскохозяйственных наук происходит, в основном, за счет государства. Наблюдается низкая заинтересованность бизнеса во вложении средств в научные разработки. Объем же бюджетного финансирования настолько мал, что его доля в 2016-2017 гг. составила 0,5% и 0,3% всех источников (для сравнения 18,3% в промышленном производстве, 24,4% - в обрабатывающих производствах).

Однако, в последнее время, все больше представителей сельского хозяйства видят необходимость в инновациях. По данным исследовательского центра компании «Делойт» в 2018 г. представители 89% предприятий и организаций сельского хозяйства заявили, что видят необходимость в повышении экономической эффективности путем автоматизации ключевых процессов [2, с.58]. Самыми популярными направлениями совершенствования являются:

- системы точного земледелия,
- технологии глубокой переработки,
- технология «умная ферма»,
- индивидуализация продуктовой линейки,
- сохранение энергии, биотехнологии (биопестициды, биоудобрения, биотопливо, биопрепараты).

Можно предположить, что на увеличение заинтересованности субъектов сельского хозяйства в инновациях повлияла необходимость импортозамещения. Многие производители сельскохозяйственной продукции получили доступ на крупные рынки, которые раньше были полностью заняты продукцией, поставляемой из других государств.

Также положительное влияние мог оказать ввод системы «Меркурий», который подталкивает организации на путь цифровизации (перехода на электронный документооборот) и улучшения качества производимой продукции, так как возросла степень контроля на каждом участке экономической деятельности – от производителя до потребителя.

В заключение можно сделать вывод о том, что инновационное развитие сельского хозяйства России пока, на данный момент, не находится на высоком уровне, особенно если учесть, что Россия претендует на лидирующие позиции в мире. Множество факторов замедляют процесс инновационного развития сельского хозяйства, и важнейшие из них – недостаточное финансирование сельскохозяйственных наук, низкая заинтересованность в инновациях предпринимателей и потребителей, несовершенная нормативно-правовая база.

Однако, несмотря на влияние негативных факторов, продолжает увеличиваться заинтересованность российских сельскохозяйственных предприятий в использовании нововведений. Для выхода на инновационный путь развития в отрасли государству и бизнесу необходимо объединить свои усилия. Требуется детальная проработка нормативно-правовой базы, создание качественной инновационной инфраструктуры, поиск новых методов стимулирования применения инноваций, а также стимулирование научной деятельности в этом направлении.

Список литературы:

1. Индикаторы инновационной деятельности: 2019: статистический сборник / Л.М. Гохберг, К.А. Дитковский, И.А. Кузнецова и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: НИУ ВШЭ, 2019. – 376 с.
2. Обзор рынка сельского хозяйства. – М.: Исследовательский центр «Делойт», 2018 г. – [Электронный ресурс] – <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/research-center/obzor-rynka-selskogo-hozyajstva.pdf>
3. Отраслевая структура валовой добавленной стоимости субъектов Российской Федерации в 2017 г. – [Электронный ресурс] – http://www.gks.ru/free_doc/new_site/vvp/tab-vp3.htm
4. Резниченко С.С., Андреев С.Ю. Развитие аграрного сектора экономики на основе инноваций // Молодой ученый. – 2016. – № 8. – С. 27-28.
5. Global Innovation Index – 2019 – [Электронный ресурс] – <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2019-report>

*Е.В. Капустина (студент бакалавриата 1 курса,
Института радиотехники, электроники и связи, ГУАП)
Научный руководитель: Филимонова Е.Г., к.э.н., доцент,
доцент кафедры высшей математики и механики ГУАП*

АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ АВИАЦИИ: ПОЧЕМУ СТОИТ ПОДДЕРЖАТЬ РОССИЙСКИЙ АВИАПРОМ

Авиационная промышленность советской России начала своё развитие в 1918 г, после основополагающего документа - декрета о национализации авиазаводов, принятого новым Советским правительством. В дореволюционный период в России было 15 небольших авиационных заводов, на них работало около 10 тыс. человек. Первый рывок советской

авиации произошел во время Великой Отечественной войны с 1941 по 1945 г. Для победы требовались огромные производственные мощности, весь тыл непрерывно работал на фронт, в том числе непосредственно на авиацию. Советские авиаконструкторы создавали самолеты с отличными боевыми характеристиками и вполне конкурентоспособные в боевых условиях, обладающих достаточным для своего времени летно-техническими характеристиками, но по вопросу эффективности и экономичности не придавали значения в стране, строившей коммунизм и живущей в условиях плановой экономики.

Авиаиндустрия является отраслью с высокой степенью капиталоемкости, что определяет ее высокую монополизацию. В СССР, естественно, все авиапредприятия были государственными, многие из них - закрытыми военными «ящиками».

Во времена Советского Союза благодаря огромному госзаказу и запрету на закупку импортных самолетов, советские авиазаводы довольно неплохо существовали, несмотря на низкую экономичность и небольшие объемы производства, но сейчас, в условиях мирового конкурентного рынка, эта задача практически невыполнима. На первый план выходит рентабельность производства, спрос на продукцию, ее ценовые и иные характеристики в сравнении с мировыми производителями. С открытием рынков все «нелучшие» качества наших самолетов стали очевидными и не стимулировали продажи даже на внутреннем российском рынке. В 90-х годах 20-ого века в глубоком кризисе находилось гражданское авиастроение России (см. рис. 1).

Произошло это, прежде всего, из-за снижения количества авиаперевозок и, следовательно, сокращения заказов авиакомпаний на строительство новых воздушных судов. Интеграционные процессы на уровне гражданского авиастроения стали возможны после создания ОАО «Объединенная авиастроительная корпорация». В эту корпорацию вошли все крупнейшие авиапроизводители России, и на условиях кооперации и разработки общей стратегии, решают такие задачи развития как:

- разработка продуктовой линейки воздушных судов;
- учет реальных возможностей производителей;
- удовлетворение пожеланий авиакомпаний;
- требования к летно-техническим характеристикам с учетом современного момента и текущего развития технологий.

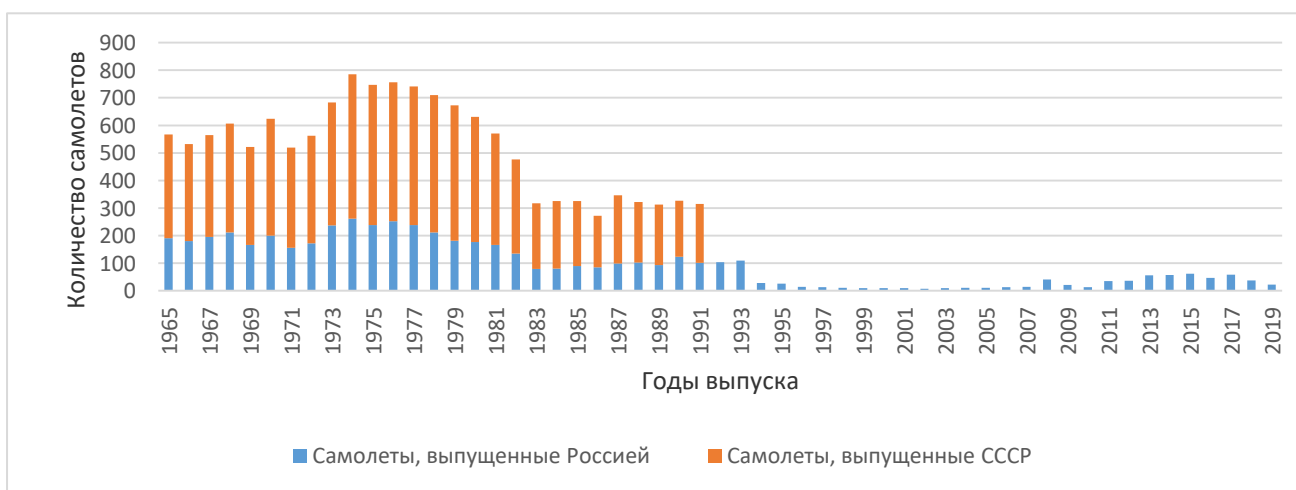


Рисунок 1 – Количество ВС, выпущенных авиазаводами, расположенными на территории РФ и бывш. СССР, по данным (неполным) реестра Росавиации

Необходимость постановки данных задач и решения их в интегральном, объединенном режиме в рамках всей отрасли, было обусловлено рядом причин, а именно:

- ростом объема пассажирских перевозок;
- уменьшение авиапарка в связи с выработкой ресурса и списанием судов;

-закупка бывших в эксплуатации импортных судов также не решает задачи технологичности и работы авиапромышленности на современном уровне нагрузки [4].

Лидерами гражданского самолётостроения в мире в течении последнего полувека являются 2 компании. Американская фирма «Boeing» (Боинг) – лидер в выпуске больших гражданских самолётов для дальних перелётов. Главным её конкурентом является европейская организация «Airbus». Гражданский авиапарк России устарел морально и физически, в его основе лежат конструктивные решения, разработанные в 1970-1980х гг.

На долю отечественных воздушных судов в авиапарке российских авиакомпаний приходится не более 25% от общего объема самолетов, причём доля относительно современных лайнеров (Sukhoi Superjet 100; Ту-204 и Ту-214) составляет менее 10% от этой части (имеется в виду от 25%). Остальная часть – это воздушные суда весьма преклонного возраста, выпущенные ещё в СССР.

Что касается самих авиаперевозок, то лидирующие российские авиалинии имеют в своем парке крайне мало самолетов отечественного производства (см. Таблицу 1). Так, у крупнейшей в России авиакомпании «Аэрофлот», парк воздушных судов которой является одним из самых молодых в мире (в категории авиакомпании, имеющих более 100 ВС), средний возраст самолета на 01.10.2019 составляет 4,8 года. Из 249 самолетов только 49 приходится на Сухой Суперджет, что составляет примерно 20 % от всех самолетов этих авиалиний, собственно говоря, это единственная модель самолета отечественного производства, которой может воспользоваться авиакомпания с таким молодым парком. В период с января по сентябрь 2019 года Аэрофлотом было перевезено 28 433 408 пассажиров (на этот же временной период данный показатель в 2018 году был равен 26 770 202, то есть в этом году пассажиропоток вырос на 6% и, я думаю, еще много лет он будет только расти). Соответственно только 5 686 681 пассажиром, (одной пятой от общего пассажиропотока), которые воспользовались услугами, я повторюсь, крупнейших российских авиалиний, удалось полететь на российских же самолетах. Но авиакомпания осознает эту проблему и по договору с сентября 2018 в течение восьми лет в парк Аэрофлота будет поставлено ещё сто самолетов Sukhoi Superjet 100.

Вторая же по популярности авиакомпания, называемая «S7-Сибирь», которая в выше указанный период перевезла 10 343 264 пассажира, не имеет в своем парке отечественных самолетов и вовсе. Та же ситуация обстоит и с а/к Россия, но её пассажирооборот составил 9 433 506 человек. У «Победы» и «Уральских авиалиний», которые перевезли 7 581 455 и 7 402 383, российских самолетов тоже нет.



Рисунок 2 – Соотношение авиаперевозок на иностранных и отечественных лайнерах

Выходит так, что пять лидирующих авиакомпаний перевезли в сумме 63 194 016 пассажиров (рост по сравнению с показателем прошлого года составил 111%), что

соответствует 63,7% удельного веса этих авиакомпаний от общего объема гражданской авиации в стране, их них на отечественных гражданских самолетах было перевезено 8% [5].

Поскольку самая крупная статья расходов на воздушном транспорте – топливо, которая в большинстве авиакомпаний мира составляет треть всех издержек. В проведенном анализе ведущих моделей самолетов мира и России используется единица измерения – удельный расход топлива, который является отношением грамма к пассажиро-километру (см. таблицу 1). Пассажиро-километр получают путем умножения числа перевезенных пассажиров на расстояние их перевозки, выраженное в километрах.

Таблица 1.

Расход топлива самолетов российского производства и ведущих мировых моделей

Российские модели		Зарубежные аналоги	
Тип ВС:	Удельный расход топлива, г/пкм:	Тип ВС:	Удельный расход топлива, г/пкм:
Ту-204	27	Boeing 737-400	21
Ту-214	19	Airbus-A320	19
SSJ-100	23	Airbus-A321	18

Так, например, у Ту-204 удельный расход топлива - 27 грамм на пассажиро-километр, а у современной разработки SSJ-100 - 23 г/пкм.

У Аэробуса А-320 этот показатель равен 19 г/пкм, в то время как у более молодой модели А-321 -18 г/пкм, а у Боинга 737-400 - 21 г/пкм.

В такой конкурентной среде разве что Ту-214 может соперничать по этому показателю с зарубежными разработками: его удельный расход топлива равен 19 г/пкм [1].

В современных условиях авиакомпании стремятся эффективно расходовать средства и борются за экономию топлива, однако, вероятность того, что кто-то захочет эксплуатировать самолет, который потребляет в полтора раза больше топлива, чем зарубежные аналоги, чрезвычайно мала.

Есть и другие экономические причины, по которым авиакомпании –крупнейшие российские авиаперевозчики, предпочитают иностранные воздушные суда:

1. Такие самолеты как Боинг и Аэробус востребованы по всему миру и им готовы произвести техническое обслуживание в каждом аэропорту, из этого следует, что издержки в расчете на воздушное судно, получаются довольно-таки низкими.

В авиакомпаниях, осуществляющих пассажирские перевозки, общие издержки включают четыре категории расходов:

- Первая группа состоит из административных расходов, таких как бронирование и маркетинг. Они лишь косвенно относятся к авиаперевозкам и каким-либо характеристикам самолетов, но необходимы для существования авиакомпании в конкурентной среде.

- Ко второй группе относят затраты, возникающие при эксплуатации рейса сообщения. Например, амортизация самолета, техническое обслуживание и обслуживание в аэропорту.

- Третья группа затрат связана непосредственно с самим полетом. Их величина зависит от линии сообщения.

- Четвертая группа затрат — переменные издержки — объединяют расходы по обслуживанию пассажиров. Это — затраты на питание, регистрацию, транспортировку багажа.

2. Число членов экипажа. Уже в конце 20-ого века все, за исключением советских самолетов, имеющих в кабине 2 пилотов, бортинженера, а иногда и штурмана, стали летать

только с двумя пилотами. Так случилось, поскольку экономический аспект государство не волновал, и оно могло себе позволить платить дополнительным членам экипажа, в то время как в Европе и США в рамках рыночной экономики каждая копейка была на счету. Более того, основным заказчиком был и является Министерство гражданской авиации (такие самолеты как Ту-204, Ил-96 и Ту-324 были разработаны как раз в тот период). А требования заказчика определялись в первой очереди требованиями летной безопасности и требований к регламентам технического обслуживания, действующими в стране. А регламенты технического обслуживания требовали наличие бортинженера (в крайнем случае техника) в составе экипажа.

А значит, помимо топливных, отечественные самолеты еще и имели более высокие издержки, связанные с необходимостью платить зарплату лишним (в отличие от иностранных самолетов), членам экипажа; в результате, их невозможно было поставлять за границу (никто бы не стал специально ради российских самолетов искать бортинженеров и дополнять каждый экипаж еще двумя сотрудниками).

3. У Airbus и Boeing гораздо шире модельный ряд. Речь идет как о модификациях одной модели, так и количестве моделей в целом. В СССР/России так и не появился конкурент широкофюзеляжным дальнемагистральным лайнерам типа Boeing 777 и Airbus A330. Дело в том, что известные многим Ил-86 и Ил-96 устарели уже на момент создания: на Западе самолеты аналогичной вместимости уже давно делали с двумя, а не четырьмя, двигателями, что дало выигрыш в экономичности. Получается, что Ту-204/214 и Суперджет - это единственные российские самолеты, не уступающие своим западным аналогам по количеству двигателей.

Следует отметить, что в 90-е годы гражданская авиация России, можно сказать, развалилась, как и многие другие отрасли в нашей стране. Огромную роль в этом также сыграло отношение авиакомпаний к отечественным производителям самолетов. Как только открытый рынок позволил, большинство авиаперевозчиков стали закупать и эксплуатировать импортные суда, подразумевая, что в России еще не научились производить качественные пассажирские самолеты. На данный момент на рынке много подержанных зарубежных самолетов моделей Боинг и Аэробус, которые находятся в работоспособном состоянии и надежность их проверена годами работы, а стоят они относительно новых, недорого, поэтому авиакомпании и предпочитают их.

В настоящее время 2015-2019 гг. – пассажиропоток растет с каждым годом, и авиабилеты стоят существенно меньше относительно доли в расходах потребителей. Без запрета на импорт конкурировать с Боингом и Аэробусом в сегодняшнем мире довольно трудно, а при отсутствии разработанной новой модели – по всем характеристикам существенно превосходящих импортные суда – невозможно. Создание и разработка такой, условно превосходящей по всем параметрам модели самолета, потребует неизмеримое на данный момент количество инвестиций, а вопрос её окупаемости остаётся открытым.

Несмотря на бурное развитие отрасли, авиационная промышленность сталкивается с рядом проблем:

1. недостаток финансирования;

В России, как и во многих других странах, региональная авиация существует и развивается благодаря вливаниям из бюджета. Между тем в связи с этими же факторами, перевозки дотируются как пассажирам, так и перевозчикам, зачастую, это единственная возможность сообщения из инфраструктурно неприспособленной местности и, естественно, не обладающей финансовым потенциалом для повышения цены за авиаперевозку. Субсидируются, в итоге все сферы отрасли: и производство, и лизинг самолетов авиапредприятиям, и сами перевозки для пассажиров.

2. проблемы освоения выделяемых денежных средств;

В 2015 году счетная палата России зафиксировала неравномерность исполнения расходов в федеральном агентстве воздушного транспорта (Росавиации) и увеличение дебиторской задолженности. Были выявлены недостатки в планировании и организации

бюджетных инвестиций, недостаточный контроль за предоставлением и использованием субсидий. То есть те средства, что выделяются государством, по мнению внутри отрасли, являются недостаточными, иррационально используются и в части создается переплата или не оказаны услуги, а где-то не оплачены произведенные расходы авиапроизводителей или разработчиков.

3. ослабление кадрового потенциала.

Новое поколение инженеров еще не готово составить конкуренцию своим предшественникам. Передача опыта невозможна в связи с разрывом поколений разработчиков и производственников в 90-е г. XX века, и задержкой в развитии технологий на рубеже 30-40-летней давности, что вынуждает сегодня принимать и создавать принципиально новые технические решения, чтобы не возвращаться к «динозаврам».

Почему же стоит поддержать российский авиапром?

Давайте обратимся, к примеру, к ГАЗели. В России не существовало малотоннажного коммерческого автомобиля, и все перевозчики вынуждены были использовать фургоны иностранного производства.

Да, по сравнительным характеристикам и новейшая ГАЗель-NEXT, и уж тем более первые модели ГАЗели существенно отставали от лидеров мирового рынка. Отражается, в сравнении с иностранными машинами, и неэкономичность – расход топлива 12,5 л/км для новой модели ГАЗель NEXT и до 18 л/км в городском режиме более старых моделей.

Но эти затраты на топливо компенсируются в итоге более низкой стоимостью владения ГАЗелью при работе на территории России. Автозавод ГАЗ озвучивает на своем сайте информацию, подтвержденную испытаниями (см. рис.3).



Рисунок 3 – Окупаемость бортовой ГАЗели NEXT

Срок окупаемости нового Next составляет 25 месяцев, что почти в 1,6 раза меньше, чем у аналогичных европейских автомобилей.

Малый срок окупаемости ГАЗели обеспечивается низкой первоначальной стоимостью автомобиля, низкой стоимостью владения и высоким уровнем доходности при аналогичной функциональности и уровне качества [2].

Признавая, что львиная доля стоимости владения российским коммерческим грузовиком приходится на затраты на топливо: 63% от годовых затрат, это все равно позволяет ГАЗели удерживать лидерство в приведенных затратах на 1 км перевозок, который составляет всего 5,9 руб.

Статистика продаж автопарка малых грузовиков обратна авиапарку гражданской авиации, здесь лидирует российский производитель: начав выпускать эти модели только в

1994 году, на данный момент автопарк данных малых грузовиков составляет почти 1,5 млн. ГАЗелей [3] (без учета моделей Соболь и Баргузин).

На данный момент продажи в год автомобилей ГАЗель составляют почти 50 000 автомобилей в год, а у зарубежного лидера – только около 9 000, но первую тройку лидеров по продажам уверенно держат российские автопроизводители и техническое обслуживание имеют 78% от общего объема проданных автомобилей. Можно сказать, что российский автопроизводитель главенствует на территории, соответственно, России в категории легких коммерческих автомобилей. И низкая первоначальная стоимость обусловлена в большей степени высокими объемами производства данных автомобилей и, таким образом, высокими объемами продаж автомобилей, запчастей и наличия сервисного обслуживания.

Что же, на сегодняшний день главной ошибкой российского самолетостроения является попытка выйти на мировой рынок, так и не захватив гражданский внутрироссийский. Для того, чтобы отпустить ребенка идти самостоятельно в школу, его учат ходить, разговаривать, быть внимательным на дороге и тому подобное. А тем временем наше государство хочет, чтобы его грудничковый младенец, а именно самолеты отечественного производства, предназначенные для гражданской авиации, пошел сразу в первый класс. Таким образом, наши военные самолеты действительно пользуются мировым успехом, но гражданские же разработки во многом уступают иностранным лайнерам. Как же можно решить эту проблему? Надо, чтобы на внутренних рейсах по стране все чаще и чаще летали самолеты отечественного производства, обслуживание внутри страны обойдется авиакомпаниям и страховым компаниям дешевле, а пассажиры наконец-то увидят отечественные самолеты в аэропортах и в небе. К примеру, на авторынке есть поддержка российского автопрома, и потребитель может выбирать между российским автомобилем с наличием запчастей на каждом километре пути или иномаркой. И при общем превосходстве иномарок, российские автомобили выпускаются автозаводами и ездят по дорогам России.

В экономическом же ключе, при таком сценарии, стоит ожидать от этих мер следующего эффекта: больше российских новых лайнеров на внутреннем авиарынке приведет к уменьшению постоянных затрат на ввод новой модели самолета километров и снижению стоимости обслуживания в переменных затратах авиакомпаний, а соответственно, к увеличению пассажиро-километров. Таким образом, стоит интегрированно решать задачу повышения эффективности, и, при достижении сопоставимых и конкурентоспособных экономических показателей с мировыми лидерами, выводить наши новые лайнеры на мировой рынок, например, локально по региону, предлагая авиакомпаниям ближнего зарубежья обширный сервис.

Получается, что для решения озвученных проблем необходимо государственное вмешательство. Правительство России для обеспечения обороны старается вкладывать значительные средства в разработку и производство военной авиатехники и развитие гражданской авиации. Создаются инновационные научно-производственные, испытательные и другие базы, работают школьные, студенческие, молодежные объединения для популяризации авиации и авиатехники, проводятся конкурсы идей и разработок. Возможно, юность и фантазия вместе с опытом и базой знаний, смогут создать российское суперавиасудно, которым мы сможем гордиться уже сейчас.

Список литературы:

1. Airlines Inform - авиакомпании России и авиалинии мира – [Электронный ресурс]. – <https://www.airlines-inform.ru/> (дата обращения 8.01.2020)
2. Информация об окупаемости бортовой модели NEXT – [Электронный ресурс]. – <https://azgaz.ru/models/gazelle-next/payback/> (дата обращения 13.01.2020)
3. Лобода В. (2019) GAZ Gazelle: ключевые цифры и факты к 25-летию модели АВТОСТАТ – [Электронный ресурс] – <https://www.autostat.ru/infographics/40127/> (дата обращения 12.01.2020)

4. Никольская П., Якорева А., Мироненко П., Мязина Е. (2015) Исследование РБК: на чем летает Россия – [Электронный ресурс]. – <https://www.rbc.ru/research/society/27/11/2015/564de81a9a79472dab71463a> (дата обращения 18.01.2020)

5. Федерального агентство воздушного транспорта (2010 – 2020) – [Электронный ресурс] – <https://www.favt.ru/dejatelnost-vozdushnye-perevozki-perevozki-passazhirov/> (дата обращения 12.01.2020)

*Д.А. Федотов (бакалавр 2 курса факультета политологии СПбГУ)
Научный руководитель: Д. И. Гигаури, к. полит. н.,
ассистент каф. теории и философии политики СПбГУ*

КОННЫЙ СПОРТ В РФ: ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПЕРСПЕКТИВЫ И ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ НА ПРИМЕРЕ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА И ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация: В данной статье рассматривается глубокий кризис конного спорта в России на его современном этапе развития. Автор анализирует организации, предоставляющие услуги в спортивно-досуговом направлении конного спорта, выводит основные принципы рационального использования лошадей. На примере Санкт-Петербурга и Ленинградской области анализируются факторы, составляющие итоговую сумму содержания лошади в данных субъектах Российской Федерации. Анализируется эффективность тренерского состава конного спорта. Автор выводит цикл, показывающий процесс усугубления кризиса конного спорта, приводятся возможные пути решения кризисной ситуации. В статье рассмотрена перспектива развития конного тотализатора в России.

Конный спорт в России сегодня вновь начинает своё развитие, однако есть существенные отличия от его предшественника – советского конного спорта. Современный конный спорт имеет совсем другую фундаментальную основу своего существования по сравнению с советским. Если в Советском Союзе основой спорта являлись государственные конюшни, ипподромы, в целом была характерна высокая степень централизации, то сегодня наблюдается совсем другая картина: преобладают частные конноспортивные комплексы, конноспортивные клубы, частные коневладельцы, в то время как государственные конюшни всё чаще распродают или закрываются. Автор проанализировал реестр одного из ключевых для конного спорта информационных сайтов equestrian.ru и пришел к выводу, что на начало 2020 года на территории Санкт-Петербурга и Ленинградской области находятся порядка 347 организаций, предоставляющих платные услуги населению по спортивно-досуговому направлению [2]. Так, по данным Федерации конного спорта на 2005 год, число таких организаций равнялось 120, в то время, как статистика Минсельхоза РФ в том же 2005 году выделяла 13 таких организаций [1].

Рост числа подобных организаций свидетельствует о развитии и расширении рынка спортивно-досугового направления в среде конного спорта. Подобная динамика также может быть обоснована увеличением экономической привлекательности конного спорта. Однако сухая статистика может привести к ложным выводам, поскольку ряд организаций именуя себя конноспортивными клубами на деле не предоставляют услуг, относящихся к спортивной сфере. Бессистемность и отсутствие профессиональных навыков у инструкторов и тренеров подобных организаций приводят к деградации конноспортивной среды и усложнению процесса коммуникации внутри конноспортивного сообщества Санкт-Петербурга и Ленинградской области. Это выражается прежде всего во внесении непрофессионалам расслоения в «тренерскую касту», что порождает недоверие, сильную

конкуренцию и постоянное противостояние профессиональных тренеров и тренеров любительского уровня. Необходимо отметить, что вышеуказанные субъекты Российской Федерации необходимо рассматривать в совокупности, так как они используют единую инфраструктуру и представляют из себя общее конноспортивное пространство, о чём свидетельствует множественное пересечение информационного обеспечения Федераций конного спорта Санкт-Петербурга и Ленинградской области. К тому же, спортивные соревнования за кубки Федерации конного спорта Санкт-Петербурга зачастую проводятся на территории Ленинградской области.

Возвращаясь к рассуждению о качестве предоставляемых конноспортивными клубами услуг, необходимо отметить, что многие коневладельцы в погоне за прибылью пренебрегают основополагающими принципами рационального использования лошадей в качестве основного привлекающего покупателя услуги объекта спортивно-досугового направления, сводя функционал животного к использованию его в качестве спортивного инвентаря, который зачастую доводят до износа или машины для заработка на основе прокатной деятельности, что впоследствии приводит к скорому выводу из строя животного или появлению болезней, которые могут привести к смерти лошади. Данный аспект регулируется статьёй 245 Уголовного кодекса РФ «Жестокое обращение с животными» и Федеральным законом "Об ответственном обращении с животными и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации" от 27.12.2018 N 498-ФЗ. Основополагающими принципами рационального пользования лошадей являются:

- 1) Соблюдение чёткого распределённого по часам в неделю расписания работы лошади.
- 2) Наличие равномерно рассчитанного с учётом физиологических особенностей лошади питания.
- 3) Организация контролируемого выгула лошади.
- 4) Организация плановых ветеринарных мероприятий для лошади (к примеру, сдача крови 2 раза в год для спортивных лошадей, ветеринарные прививки).
- 5) Обеспечение подходящего для конкретного животного снаряжения и экипировки.

Соблюдая данные принципы, добросовестные коневладельцы могут вполне рационально использовать животное в области проката. Данный способ заработка может приносить от 700 до 3000 рублей и более за час катания. В зависимости от места предоставления услуги. В отдалённых от Санкт-Петербурга конных клубах Ленинградской области минимальная цена за час катания – 700 рублей. В центре Санкт-Петербурга данная цена может значительно варьироваться, порой достигая больших сумм, колеблющихся около 5000 за час. К тому же, подобные коневладельцы пренебрегают техникой безопасности, зачастую рискуя жизнью приобретателей услуги. Это выражается в халатном отношении к действиям потребителя в седле, не предоставление экипировки (зачастую шлема и защитного жилета для детей) или предоставление некачественных предметов данного типа. Из всего этого необходимо сделать вывод, что конная сфера находится за рамками контроля, что говорит о низком уровне ответственности коневладельца. Зачастую подобные ситуации приводят к травмированию клиента или летальному исходу.

Содержание лошади для коневладельца состоит из нескольких основополагающих аспектов:

- Постой лошади в конюшне (от 10 000 (в отдалённых районах) до 50 000 рублей в месяц на территории Санкт-Петербурга и Ленинградской области) [5];
- Дополнительное питание лошади;
- Снаряжение и экипировка;
- Лекарства и профилактические, витаминизирующие средства;
- Транспортные расходы;
- Оплата услуг коваля, стоматолога и ветеринара;

- Оплата стартовых взносов на соревнованиях и членства в Федерации конного спорта;
- Оплата дополнительных платных услуг в клубе и т.д.

Итоговая сумма зачастую превышает доход среднестатистических коневладельцев, в связи с чем им приходится прибегать к дополнительным способам привлечения средств. Одним из этих способов является прокат. Зачастую эти средства у коневладельцев, которые не ставят перед собой цель получить максимальную прибыль со своего животного, обеспечиваются путём предоставления тренировок для улучшения качества навыков верховой езды покупателя услуги и как таковых услуг проката они не предоставляют, так как прокат наносит вред качественной стороне выполнения элементов и движения по траектории лошади путём некорректного управления. Для данных коневладельцев характерна особенность: чем выше профессиональная квалификация тренера, тем дороже стоимость занятия. В Санкт-Петербурге и Ленинградской области разовое индивидуальное занятие с тренером варьируется от 500 до 5000 рублей. Квалификация тренера формируется из опыта работы, уровня выступления на соревнованиях, спортивного звания, судейской категории и т.д.

Отдельно необходимо отметить категорию коневладельцев, которые являются «фанатиками», соединяющими профессию и призвание. Данный тип коневладельцев зачастую объединяет очень опытных всадников и одновременно спортивных менеджеров, для которых основная задача – формирование будущих спортивных кадров путём тщательного изучения теоретических основ и оттачивания на практике теории.

Вопрос о тренерстве необходимо затронуть в связи с тем, что введение в российском конном спорте передовых нововведений берейторства и работы с лошадью, основанных на европейском опыте, в том числе на немецкой школе верховой езды способствует представлению российских спортсменов на международных соревнованиях в лучшем свете. На сегодняшний день в российском конном спорте остро стоит вопрос квалифицированных кадров и мастеров спорта, так как зачастую в России звание мастера спорта спортсмен получает не за свои навыки и умения, а за счёт лошади, жизненные ресурсы которой нещадно расходуются путем постоянной гонки за квалификационным разрядом спортсмена, не имеющего достаточного опыта в данной сфере. Такое отношение приводит к «списанию» лошади и продажи на вторичном рынке, где скорее всего её возьмут для обучения молодых всадников. В данном действии наблюдается нерациональное поведение коневладельца, которое негативно сказывается на предложении конного рынка. Всё чаще возникают ситуации, когда качественно выезженные лошади продаются кулуарно, путём связей, что лишает возможности многих спортсменов найти подходящую для них лошадь. Всё это ведёт к деградации конного рынка России. На сегодняшний день на рынке лошадей сложно найти опытную, здоровую лошадь бюджетного плана. В средней ценовой категории преобладают спортивные лошади с травмами, болезнями и прочими физиологическими недостатками. Данная ситуация вводит российский конный спорт в кризис. Так как появляются комплексные проблемы, создающий цикл. Цикл, который заключается в жажде большинства спортсменов приобретения мгновенного результата без получения достаточного опыта в сфере конного спорта, что влечёт за собой сокращение предложения на рынке конного спорта, проявляющееся в нежелании коневладельцев продавать / сдавать в аренду лошадь для априорного использования её исключительно в виде спортивного снаряда для достижения вышеуказанной цели, что чаще всего вредит здоровью лошади, в свою очередь это вызывает упадок конного спорта в России, а он вновь стимулирует спортсмена на фоне общего упадка сделать себе карьеру мастера спорта. Таким образом, мы получаем «порочный круг».

Деградация конного рынка вызвана нехваткой квалифицированных кадров, причиной которой является отсутствие профильных образовательных учреждений, где готовят спортсменов европейского уровня. Нехватка квалифицированных кадров становится причиной низкого качества племенного коневодства и низкого уровня подготовки лошадей в

России, все это впоследствии влечёт за собой низкую активность выступлений спортсменов из России на международном уровне, что приводит к низкой привлекательности конного спорта в России на высоком уровне и влечет желание получения быстрого результата на Внутрirosсийском уровне, рассмотрение конного спорта в качестве прибыльного бизнеса с получением сверхприбыли, не имея возможности получения большого призового фонда на международном уровне (схема 1).

Однако стоит отметить, что на сегодняшний день в России всё чаще появляются информационные обучающие площадки по теории и методике судейства, тренерства, ветеринарной деятельности, конкура, выездки, троеборья и т.д. Некоторые тьюторы организуют постоянные еженедельные/ежемесячные курсы, которые направлены передачу и обмен опытом, в том числе и зарубежным, однако проблемным в данной ситуации остаётся отсутствие системности и фундаментального образования.

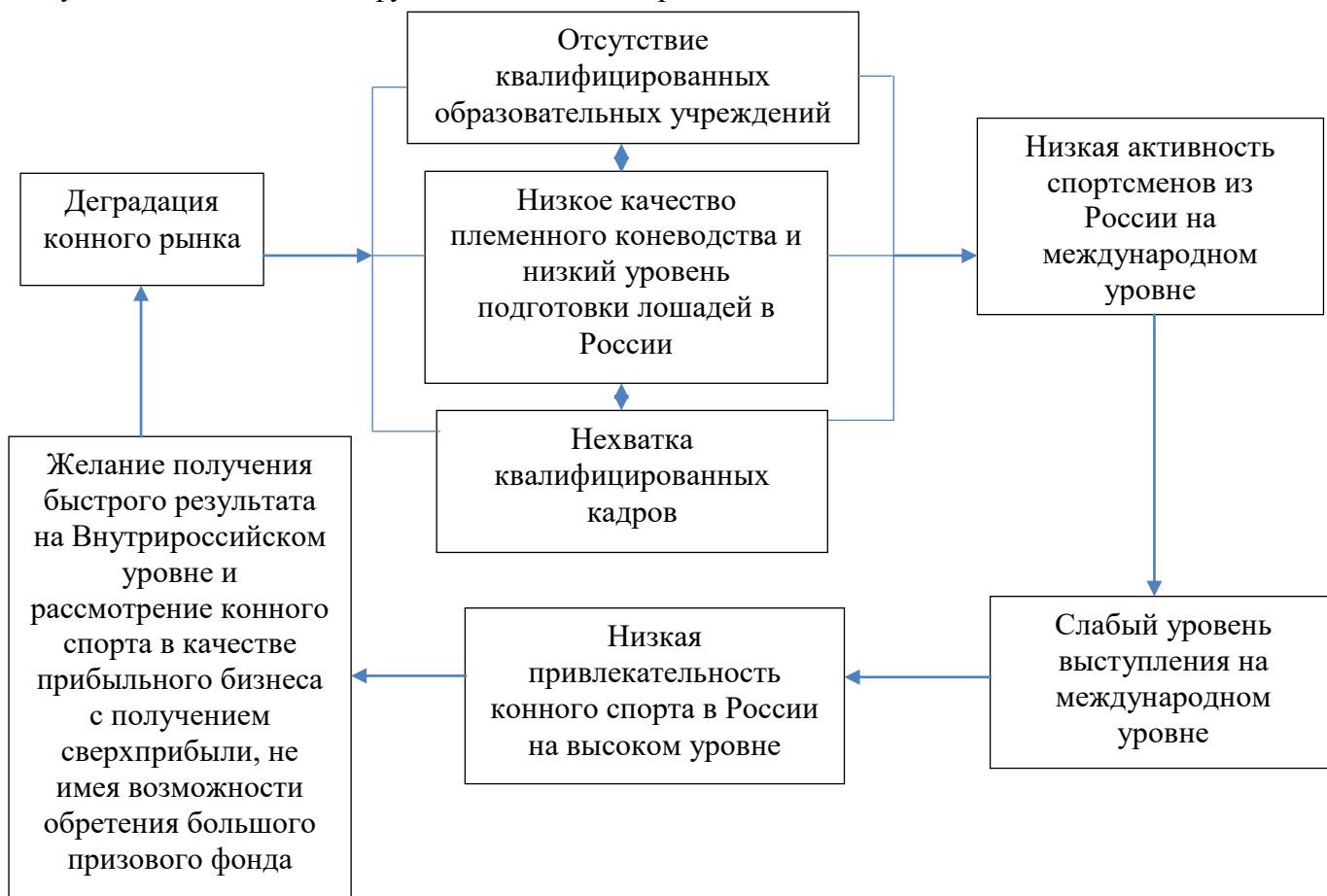


Схема 1. – Кризис конного спорта

Для финансирования конного спорта и привлечения инвестиций в данную сферу Проект Стратегии развития коневодства Российской Федерации на период до 2025 года (далее по тексту Стратегия) предполагает развитие на территории России конного тотализатора [3]. Обратившись к последней представленной на сайте статистике International Federation of Horseracing Authorities за 2017 год, можно проанализировать вклад конного тотализатора в развитие конной индустрии [7] (таблица 1). Из данных таблицы мы можем видеть, что наибольший годовой оборот ставок (betting turnover) у Японии, он составляет почти 24,5 трлн. евро, второе место занимает Гонконг с оборотом почти в 13,3 трлн. евро, третье место традиционно занимают букмекерские конторы Великобритании, оборот которых 12,4 трлн. евро. Отметим, что такой путь приводит не только к повышению конкурентоспособности страны, но и к существенному пополнению государственного бюджета [6]. Интересно то, что в процентном соотношении прибыль в государственный

бюджет от конного тотализатора больше всего в Венгрии, где в 2017 году бюджет получил 33,9% (2,371,378 евро) от общего оборота тотализатора.

Таблица 1.

Вклад конного тотализатора в развитие конной индустрии

Betting & deductions (in Euros)

Country	Betting Turnover	Return to Customers	%	Total Deductions	%
ARGENTINA	154,323,603 €	111,112,994 €	72.0%	43,210,609 €	28.0%
AUSTRALIA - Tote	9,596,826,702 €	8,253,270,964 €	86.0%	1,343,555,738 €	14.0%
AUSTRALIA - Bookmakers	8,148,929,148 €	7,334,036,585 €	90.0%		
BRAZIL	81,514,607 €	47,924,010 €	58.8%	33,590,597 €	0.0%
CANADA	825,267,655 €	0 €	0.0%	0 €	0.0%
CHILE	268,997,637 €	188,298,346 €	70.0%	80,699,291 €	0.0%
CYPRUS - Tote	32,855,999 €	23,225,811 €	70.7%	9,630,188 €	28.9%
CZECH REPUBLIC - Tote	67,032 €	46,726 €	69.7%	20,306 €	30.9%
CZECH REPUBLIC - Bookmakers	927,158 €	651,700 €	70.3%		
FRANCE	9,126,975,214 €	6,708,191,817 €	73.5%	2,418,783,397 €	27.1%
GERMANY - Tote	41,384,072 €	29,796,532 €	72.0%	11,587,540 €	28.0%
GERMANY - Bookmakers	26,071,965 €	0 €	0.0%		0.0%
GREAT BRITAIN - Tote	612,319,617 €	0 €	0.0%	0 €	0.0%
GREAT BRITAIN - Bookmakers	12,444,446,352 €	11,033,317,152 €	88.7%		
GREECE	40,690,382 €	30,144,672 €	74.1%	10,545,710 €	24.6%
HONG KONG	13,260,933,330 €	11,030,921,035 €	83.2%	2,230,012,295 €	16.3%
HUNGARY	6,994,304 €	4,622,926 €	66.1%	2,371,378 €	30.0%
INDIA - Tote	490,572,360 €	206,343,339 €	42.1%	284,229,022 €	16.6%
INDIA - Bookmakers	50,029,339 €	417,785 €	0.8%		
IRELAND - Tote	97,800,354 €	91,602,325 €	93.7%	6,198,029 €	6.7%
IRELAND - Bookmakers	5,113,457,508 €	4,806,650,058 €	94.0%		
ITALY - Tote	431,171,126 €	313,050,535 €	72.6%	118,120,591 €	30.4%
ITALY - Bookmakers	121,915,546 €	100,857,628 €	82.7%		
JAPAN	24,492,237,309 €	18,401,834,469 €	75.1%	6,090,402,840 €	25.1%
KOREA	5,231,136,825 €	3,818,729,882 €	73.0%	1,412,406,943 €	27.0%
LEBANON	5,866 €	4,430 €		1,436 €	16.0%
MACAU	93,102,806 €	78,862,512 €	84.7%	14,240,294 €	20.9%
MALAYSIA	94,470,710 €	70,759,507 €	74.9%	23,711,204 €	25.0%
MAURITIUS - Tote	49,400,795 €	39,510,596 €	80.0%	9,890,199 €	
MAURITIUS - Bookmakers	89,607,148 €	67,205,361 €	75.0%		24.3%
MEXICO	7,963,178 €	5,977,453 €	75.1%	1,985,725 €	30.7%
MOROCCO	600,522,481 €	416,046,075 €	69.3%	184,476,406 €	14.1%
NETHERLANDS	25,122,544 €	0 €		0 €	
NEW ZEALAND	250,519,496 €	215,424,299 €	86.0%	35,095,197 €	32.1%
NEW ZEALAND - Bookmakers	121,624,774 €	104,586,397 €	86.0%		32.0%
NORWAY	391,361,473 €	266,125,802 €	68.0%	125,235,671 €	33.3%
PANAMA	39,054,314 €	12,725,035 €	32.6%	26,329,279 €	26.0%
PERU	21,179,670 €	14,825,769 €	70.0%	6,353,901 €	21.9%
POLAND	2,859,484 €	2,144,613 €	75.0%	714,871 €	35.7%
SINGAPORE	737,062,100 €	574,671,280 €	78.0%	162,390,820 €	
SLOVAKIA - Tote	122,872 €	80,219 €	65.3%	42,653 €	
SOUTH AFRICA	252,893,580 €	184,206,290 €	72.8%	68,687,290 €	
SPAIN - Tote	16,112,000 €	9,404,000 €		6,708,000 €	30.3%
SPAIN - Bookmakers	230,376,000 €	207,338,000 €			25.0%
SWEDEN	1,386,941,600 €	964,184,000 €	69.5%	422,757,600 €	50.0%
SWITZERLAND	104,922,660 €	78,691,568 €	75.0%	26,231,092 €	0.0%
TURKEY	1,102,685,783 €	551,342,891 €	50.0%	551,342,891 €	28.7%
USA	9,095,924,200 €	0 €	0.0%	0 €	62.9%
URUGUAY	21,080,339 €	14,746,320 €	70.0%	6,334,019 €	
TOTAL	105,432,761,018 €				

Betting & deductions (in Euros) (continued)

Country	Received by Government	%	Retained by Wagering Operators & Other Deductions	%	Return to Racing	%
ARGENTINA	3,086,472 €	2.0%	0 €	0.0%	40,124,137 €	26.0%
AUSTRALIA - Tote	383,873,068 €	4.0%	575,809,602 €	6.0%	383,873,068 €	4.0%
AUSTRALIA - Bookmakers	81,489,116 €	1.0%	651,914,332 €	8.0%	81,489,116 €	1.0%
BRAZIL	0 €	0.0%	0 €	0.0%	0 €	0.0%
CANADA	0 €	0.0%	0 €	0.0%	0 €	0.0%
CHILE	8,069,929 €	3.0%	0 €	0.0%	72,629,362 €	27.0%
CYPRUS - Tote	962,778 €	2.9%	0 €	0.0%	8,667,410 €	26.4%
CZECH REPUBLIC - Tote	5,174 €	7.7%	15,131 €	22.6%	0 €	0.0%
CZECH REPUBLIC - Bookmakers	69,894 €	7.5%	205,565 €	22.2%	0 €	0.0%
FRANCE	858,040,163 €	9.4%	768,088,234 €	8.4%	792,655,000 €	8.7%
GERMANY - Tote	413,841 €	1.0%	4,138,407 €	10.0%	7,035,292 €	17.0%
GERMANY - Bookmakers	0 €	0.0%	0 €	0.0%	0 €	0.0%
GREAT BRITAIN - Tote	0 €	0.0%	0 €	0.0%	0 €	0.0%
GREAT BRITAIN - Bookmakers	211,894,800 €	1.7%	1,092,159,900 €	8.8%	107,074,500 €	0.9%
GREECE	638,826 €	1.6%	3,482,465 €	8.6%	2,526,187 €	6.2%
HONG KONG	1,393,111,146 €	10.5%	0 €	0.0%	0 €	0.0%
HUNGARY	2,371,378 €	33.9%	0 €	0.0%	0 €	0.0%
INDIA - Tote	20,761,674 €	4.2%	49,365,235 €	10.1%	214,102,112 €	43.6%
INDIA - Bookmakers	1,484,133 €	3.0%	3,815,049 €	7.6%	44,312,371 €	88.6%
IRELAND - Tote	0 €	0.0%	6,085,191 €	6.2%	112,838 €	0.1%
IRELAND - Bookmakers	52,215,166 €	1.0%	253,270,776 €	5.0%	1,321,508 €	0.0%
ITALY - Tote	20,758,063 €	4.8%	37,301,186 €	8.7%	60,061,342 €	13.9%
ITALY - Bookmakers	4,801,990 €	3.9%	6,306,188 €	5.2%	9,949,740 €	8.2%
JAPAN	2,312,486,033 €	9.4%	2,521,936,044 €	10.3%	1,255,980,764 €	5.1%
KOREA	836,981,892 €	16.0%	209,245,473 €	4.0%	366,179,578 €	7.0%
LEBANON	259 €		332 €		1,517 €	
MACAU	0 €	0.0%	4,075,045 €	4.4%	10,165,249 €	10.9%
MALAYSIA	11,713,423 €	12.4%	11,997,780.31 €	12.7%	0 €	0.0%
MAURITIUS - Tote	4,693,076 €	9.5%	5,187,084 €	10.5%	2,470,040 €	5.0%
MAURITIUS - Bookmakers	8,512,679 €	9.5%	9,408,751 €	10.5%	4,480,357 €	5.0%
MEXICO	163,245 €	2.1%	0 €	0.0%	1,822,480 €	22.9%
MOROCCO	112,374,155 €	18.7%	25,730,013 €	4.3%	19,974,031 €	3.3%
NETHERLANDS	0 €		0 €		0 €	
NEW ZEALAND	6,843,638 €	2.7%	14,249,644 €	5.7%	14,001,915 €	5.6%
NEW ZEALAND - Bookmakers	3,322,520 €	2.7%	6,918,064 €	5.7%	6,797,794 €	5.6%
NORWAY	14,480,374 €	3.7%	1,117,600 €	0.3%	2,692,400 €	0.7%
PANAMA	0 €	0.0%	26,329,279 €	67.4%	0 €	0.0%
PERU	2,541,560 €	12.0%	0 €	0.0%	3,812,341 €	18.0%
POLAND	57,189 €	2.0%	600,492 €	21.0%	57,190 €	2.0%
SINGAPORE	38,506,970 €	5.2%	123,883,850 €	16.8%	0 €	0.0%
SLOVAKIA - Tote	1,229 €	1.0%	37,424 €	30.5%	4,000 €	3.3%
SOUTH AFRICA	68,687,290 €	27.2%	0 €	0.0%	0 €	0.0%
SPAIN - Tote	1,040,000 €		5,668,000 €		0 €	
SPAIN - Bookmakers	3,654,000 €		19,384,000 €		0 €	
SWEDEN	154,025,600 €	11.1%	85,039,200 €	6.1%	178,612,800 €	12.9%
SWITZERLAND	8,973,300 €	8.6%	5,341,250 €	5.1%	2,914,186 €	2.8%
TURKEY	308,752,019 €	28.0%	147,690,460 €	13.4%	94,900,412 €	8.6%
USA	0 €	0.0%	0 €	0.0%	0 €	0.0%
URUGUAY	0 €	0.0%	4,225,985 €	20.0%	2,108,034 €	10.0%

Генеральный директор СРО тотализаторов Сергей Побочий в своём интервью от 6 августа 2019 года для «Betting Business Russia» заявил, что «оборот конного тотализатора в России составляет порядка 150-160 млн. рублей в год, из них, по правилам тотализатора, организатор забирает 20-25%» [4]. То есть, если перевести в евро по среднему на август 2019 года курсу, то оборот конного тотализатора в России составляет 2 – 2,2 млн. евро в год, если

вновь обратиться к вышеуказанной статистике, то показатели России близки к общему обороту конного тотализатора Польши. Сергей Побочий в своём интервью также отметил, что «сейчас только 3 организатора азартных игр постоянно принимают ставки на конный тотализатор. Это АО «Росипподромы», Пятигорский ипподром и Ростовский ипподром». Респондент отмечает, что для развития конного тотализатора в России необходимо:

1. Разрешение рекламировать тотализаторы во всех медиа без ограничений.
2. Создание системы национального тотализатора. Не просто российского, а международного. Чтобы можно было принимать ставки везде и на разные события как внутри страны, так и за рубежом.
3. Снять запрет на размещение ППС тотализатора на ипподромах, принадлежащих государственным организациям федерального, регионального и муниципального уровня. У нас в стране 2 отличных современных ипподрома: уфимский «Акбузат» и Казанский ипподром, где регулярно проходят конные события (более ста беговых и скаковых дней в году). Но эти ипподромы региональные. И там нельзя размещать ППС тотализатора. Мы 2 года добивались разрешения, приезжали представители, инвесторы, но в итоге пока получили отказ.
4. Предусмотреть возможность делать ставки с использованием банковской карты.
5. Отменить необходимость выплаты выигрышей с инкассации. Выигрыш в тотализаторе по закону может выплачиваться только с собранного пула.

Последний пункт связан с тем, что «за 2018 год «Росипподромы» только за инкассацию по Москве заплатили 8,5 млн рублей». Подобный размер оплаты инкассации не просто препятствует стабильному развитию конного тотализатора в России, но и затормаживает его.

Мнение эксперта в ряде пунктов пересекается со Стратегией, в частности, она предусматривает совершенствование нормативной правовой базы, регламентирующей вопросы функционирования конного тотализатора, путем внесения поправок в Федеральные законы от 29.12.2006 № 244-ФЗ «О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации», от 28.03.2017 № 44-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части формирования механизмов увеличения доходов субъектов детско-юношеского спорта и субъектов профессионального спорта» и от 13.03.2016 № 38-ФЗ «О рекламе», а так же организацию формирования механизма и выплаты призовых сумм.

Таким образом, пропадают всяческие сомнения по поводу целесообразности организации конного тотализатора в России. Отрасль находится в стадии, когда артикуляция и агрегация интересов уже проведена и требуется принятие политического решения с опорой на агрегированные интересы.

Однако даже создание необходимой для тотализатора инфраструктуры и реформирование законодательства могут не привести к ожидаемому результату, поскольку на сегодняшний день в России существует комплексный кризис конного спорта.

При попытке решить данную проблему всё чаще можно столкнуться с тем, что заинтересованные в данной сфере лица пытаются решить комплексный кризис и создать эффективно функционирующие передовые КСК при помощи больших капиталовложений, инвестиций, передовых технологий обучения лошадей и привлечения рекламы, однако конный мир представляет собой связанную систему и обновление нескольких автономно существующих КСК не приведёт к развитию конного спорта на территории России. Комплексные проблемы необходимо решать комплексом мер, прежде всего на государственном уровне.

По мнению автора статьи необходимо:

- 1) Ввести строгий государственный контроль сферы спортивно-досугового направления, что должно выражаться в государственной аккредитации конноспортивных клубов (комплексов) и тренеров.
- 2) Стимулировать создание профессиональных образовательных учреждений для обучения всадников и берейторов на основе европейского опыта.
- 3) Создание контроля в области конного рынка, создания обновлённого, удобного государственного реестра спортивных лошадей.
- 4) Стимулирование развития племенного поголовья путём привлечения профессиональных кадров и с учетом передового зарубежного опыта.
- 5) Государственная помощь в стимулировании развития талантливых кадров, не обладающих достаточным количеством средств для развития в области конного спорта.
- 6) Ужесточение контроля в КСК техники безопасности и качества предоставляемых услуг.
- 7) Стимулировать развитие обновления и создания новой конноспортивной инфраструктуры для дальнейшего её привлечения в использовании для организации конного тотализатора.
- 8) Стимулирование государственных конюшен путём предоставления льготных условий содержания земли и помещений.
- 9) Создание центра по сбору статистических данных по стоянию конной индустрии в России.
- 10) Необходимо доработка законодательства для ускорения процесса развития конного тотализатора.

Таким образом, конный спорт в России на сегодняшний день пребывает в глубоком затяжном кризисе, выход из которого возможен только в случае комплексного подхода. Необходимо дополнить Проект Стратегии развития коневодства Российской Федерации на период до 2025 года с целью ускорения процесса выхода из кризисной ситуации. На фоне общего подъёма спорта в Российской Федерации упадок когда-то прославленной российской школы верховой езды выглядит особенно болезненно. Первостепенная задача, которую необходимо решить – кадры, которых катастрофически не хватает конному спорту, поэтому неизбежна координация усилий нескольких профильных министерств и бизнес-сообществ для восстановления конноспортивной индустрии в России.

Список литературы:

1. Гуляев Р.В. Развитие конного спорта в России – [Электронный документ] – <https://www.equestrian.ru/files/razvitie.htm>
2. Конное обозрение. Поиск клуба – [Электронный ресурс] – <https://www.equestrian.ru/clubs/?regionid=spb>
3. Проект Стратегии развития коневодства Российской Федерации на период до 2025 года. – [Электронный документ] – <http://mcx.ru/ministry/departments/departament-zhivotnovodstva-i-plemennogo-dela/industry-information/info-proekt-strategii-razvitiya-konevodstva-rossiyskoj-federatsii-na-period-do-2025-goda/>
4. Сергей Побочий: «У тотализатора нет другого выхода, как начать принимать интерактивные ставки» // Betting Business Russia. – 2019. – 06 августа – [Электронный ресурс] – <https://bettingbusiness.ru/articles/0014102-sergej-pobochij-u-totalizatora-net-drugogo-vyhoda-kak-nachat-prinimat-interaktivnye-stavki>
5. Содержание лошади // Venta-Arena. – [Электронный ресурс] – <http://venta-arena.ru/uslugi/soderzhanie-loshadej>
6. Экономическая политика / Под ред. А.Н. Лякина. – М.: Юрайт, 2016. – 432 с.
7. Fédération Internationale des Autorités Hippiques de Courses au Galop Annual Report 2017 – [Электронный документ] – https://www.ifhaonline.org/resources/Annual_Report_2017.pdf

Часть 4

ГОРОДСКОЕ И РЕГИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ

*М.В. Кольцова (ученица 9 класса ГБОУ гимназии № 11
Василеостровского района Санкт-Петербурга)*

Научный руководитель: Е. Г. Максимова, учитель географии и экономики гимназии

СОТРУДНИЧЕСТВО СТРАН В РЕШЕНИИ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ БАЛТИЙСКОГО МОРЯ

Экологические проблемы XXI века – изменение климата, перенаселение, сокращение биологического разнообразия, вырубка лесов, загрязнение воздуха и водных ресурсов, стали очевидными не только для специалистов. Расширение объемов производства, активная добыча полезных ископаемых, в целом, применение экстенсивных способов экономического развития последнего столетия, характеризовалось значительным отрицательным внешним эффектом.

Балтийское море также пострадало. Сейчас Балтийское море – одно из наиболее используемых в разных сферах жизни людей водных резервуаров и одно из самых загрязненных. При этом, оно также является уникальной экосистемой. Балтийское море соединяется с океаном тонкими Датскими проливами, что затрудняет обмен воды и, как следствие, очищение моря. Именно по этой причине Балтийское море, в отличие от других, обладает очень низким процентом соли.

Важно найти баланс между охраной экосистемы Балтийского моря и его различным экономическим использованием. Проблема не может решаться силами одного государства, необходимо определить основные виды осуществления международной деятельности для обеспечения экологической безопасности Балтийского моря. В рамках проводимого исследования мы проанализируем различные варианты сотрудничества стран в указанном направлении. Основные задачи исследования:

1. Определить экономическую и геополитическую ценность Балтийского моря.
2. Выявить основные экологические проблемы Балтийского моря.
3. Определить направления совместной реализации природоохранных программ стран, имеющих выход к Балтийскому морю.

Информационной базой исследования являются данные официальной статистики, тексты государственных программ и статьи экспертов по выбранной тематике.

В древности Балтийское море было известно как «Варяжское море» - внутриконтинентальное окраинное море, глубоко вписывающееся в материк и принадлежащее внутриконтинентальному бассейну Атлантического океана.

Площадь Балтийского моря составляет примерно 386 тыс. квадратных километров. Из-за большой протяженности отдельные районы Балтийского моря размещаются в различных географических и климатических зонах [8].

Государственные границы девяти стран (РФ, Германии, Польши, Дании, Швеции, Финляндии, Эстонии, Латвии, Литвы) проходят по естественному разделу вод Балтийского моря и суши [4, с. 40]. Границей Балтийского региона применительно к настоящему исследованию следует считать границы водосборного бассейна Балтийского моря. Так, площадь дренажа с территории стран Балтийского региона в четыре раза больше площади Балтийского моря, занимающего около 420 000 км².

Экономическое значение указанных территорий велико. Традиционно, водная поверхность используется для морского транспортного пути, соединяющего не только данные государства, но также позволяющего наладить транзитные перевозки в Европу и из европейских государств в РФ. По данным Федеральной службы государственной статистики,

за 2018 год на экспорт в Германию, Финляндию и Польшу приходилось 13,8 % совокупных внешнеторговых поставок, импорт составил – более 14 % [9]. Российские порты Балтийского моря – Большой порт Санкт-Петербург, Пассажирский порт Санкт-Петербург, Усть-Луга, Приморск, Высоцк, Выборг, Калининград.

Согласно положениям ФЦП РФ «Развитие транспортной системы России (2010-2020 гг.)», в нашей стране активно проводилась интеграция в систему международных транспортных коридоров «Север-юг» и «Трансиб». Стратегическое значение данных действий, прежде всего, определяло возможность за счет экспорта транспортных услуг сократить привязку российской экономики к нефтегазовому экспорту, получить дополнительный источник роста национального валового продукта. Направление «Север-юг» предполагает связать побережье Балтийского моря и Персидский залив, расширить торговые потоки Европа – Азия [7].

Вторым по значению экономическим фактором выступает туристический бизнес. Валовая добавленная стоимость туристской индустрии РФ возросла с 2011 по 2016 гг.: 1533,1 -2610,5 млрд. рублей [10]. Для активного привлечения отдыхающих, как российских, так и иностранных граждан необходимо создание соответствующей инфраструктуры, развитие курортных зон. Берег Балтийского моря высоко оценивается специалистами с позиции продвижения услуг курортного отдыха и лечения. РФ и другие страны Балтийского региона последовательно развивают культурно-познавательный, экологический, водный, санаторно-курортный туризм.

Активизация хозяйственного использования исследуемого региона приносит не только существенную экономическую отдачу, но также оказывает неблагоприятное экологическое воздействие. При этом, разнонаправленность базовых видов деятельности (морские перевозки и туризм) сама определяет необходимость решения проблем загрязнения морских и земельных ресурсов. [1] Среди основных экологических угроз, специалисты выделяют: эвтрофикацию вод, сток ядовитых химических веществ, загрязнение бытовым мусором побережья и снижение запасов биологических ресурсов.

Разберем указанные проблемы. В ходе эвтрофикации массово размножаться начинает нодулярия (фотосинтезирующая бактерия, относится к сине-зелёным и является одним из самых древних живых организмов). Это размножение приводит к цветению воды. Что, в дальнейшем приводит к сокращению кислорода, растворенного в воде и гибели промысловых видов рыб (камбалы и трески). Причиной эвтрофикации выступает загрязнение вод фосфором и азотом. По данным State of the Baltic Sea 2018, отчета подготовленного Хельсинской комиссии (ХЕЛКОМ): по меньшей мере, 97% Балтийского региона было оценено как ниже хорошего состояния эвтрофикации, включая всю территория открытого моря и 86% прибрежной зоны воды [2].

Согласно данным этого документа море сильно подвержено влиянию опасных веществ, таких как ртуть, полибромированные дифенил эфиры (ПБДЭ) и радиоактивный изотоп цезий-137 [3]. ПБДЭ активно производятся и применяются в промышленности. Это вещества, снижающие горючесть материалов, придающие им огнеупорные свойства. В рыбе и морепродуктах обнаруживается их высокая концентрация.

Согласно проведенной оценке биологических ресурсов, только три из девяти видов основных промысловых видов рыб находятся в хорошем состоянии. Охота на морских млекопитающих и птиц не значительна, разрешается только в случае превышения популяции установленных пределов.

В совокупности, мене одного процента морского дна было оценено как утраченное вследствие деятельности человека, около 40% – с нарушениями нормального состояния [2].

В РФ реализуются различные государственные программы, нацеленные на решение экологических проблем. Примером могут служить: ФЦП «Мировой океан», ФЦП «Внутренние водные пути России на 1996-2000 гг.», ГП РФ «Охрана окружающей среды». Работа проведена масштабная. Но не все проблемы смогли решить. По данным Росстата, можно судить о небольшом сокращении таких тревожных показателей как «удельный вес

населения, обеспеченного недоброкачественной питьевой водой» и «сброс загрязненных сточных вод» за период 2016-2018 гг. (см. таблицу 1.).

Таблица 1.

Основные показатели по водным загрязнениям

	2016	2017	2018
Удельный вес населения, обеспеченного недоброкачественной питьевой водой, в общей численности населения, %	5,8	5,2	4,8
Сброс загрязненных сточных вод, млрд. м ³	14,7	13,6	13,1

Источник: Основные показатели охраны окружающей среды 2019 – https://gks.ru/bgd/regl/b_oxr19/Main.htm

При этом мы можем предположить, что с расширением хозяйственной деятельности, с наращиванием темпов экономического роста, данные показатели, без серьезных регулирующих воздействий со стороны государства, могут возрасти. По показателям сброса загрязненных сточных вод в отраслевом разрезе за 2018 гг.: на долю добывающих предприятий приходится 784 мл. кубических метров, на сельское, лесное хозяйство, охоту и рыболовство – 748,8, на долю обрабатывающего производства – 2257,5, а на транспортировку и хранение – всего 34,7. Среди обрабатывающих предприятий самые плохие данные у производства бумаги и бумажных изделий, металлургического и химического производства [5].

Отрицательное влияние на воды Балтийского моря оказывают российские организации, размещенные не только на территориях, имеющих непосредственный выход к морю (Санкт-Петербург, Ленинградская, Калининградская области), но и на большей части территорий Псковской, Новгородской, Тверской, Ярославской, Вологодской областей, Республики Карелия. Так как экономическое положение данных субъектов существенно различается, есть вероятность реализации различных по масштабам и влиянию экологических программ, что требует обязательной федеральной корректировки.

Помимо национальных программ экологической направленности, важно уделять внимание межгосударственной координации. Загрязнение вод Балтийского моря, допущенное в одной стране, безусловно, негативно скажется на экологической обстановке других стран данного региона.

РФ, Германия, Польша, Дания, Швеция, Финляндия еще в 70-е гг. прошлого века заключили ряд международных соглашений о совместной работе в рамках природоохранной деятельности: 1973 г. – Конвенция о рыболовстве и сохранении живых ресурсов в Балтийском море (Гданьская), 1974 г. – Конвенция по охране морской среды района Балтийского моря (Хельсинская) – руководящий орган ХЕЛКОМ [6, с. 101]. Среди реализованных общих программ: EnviSum – экологические эффекты судоходства с низкими уровнями выбросов, Проект «Улучшение защиты Балтийского моря от основных угроз со стороны наземных источников загрязнения- BALTAZAR, Гидрохимический мониторинг в бассейне р. Луга, Проект «Выполнение плана действий ХЕЛКОМ по балтийскому морю» – BASE.

Сегодня возможна совместная масштабная деятельность при реализации комплексного управления прибрежными зонами (КУПЗ) и морского пространственного планирования (МПП). Данные программы позволяют государствам (членам ЕС, РФ) разграничить сферы своего хозяйственного влияния, договориться о размещении предприятий в прибрежных зонах таким образом, чтобы не ущемлять интересы всех участников. Значительную роль в координации стран исполняет организация VASAB (создана в 1992 году, штаб-квартира в Риге). Среди значимых проектов: 2001 г. – программа действий по пространственному планированию VASAB 2010 PLUS, 2009 г. – BaltSeaPlan – планирование будущего Балтийского моря, 2010 г. – МПП в Балтийском море «План

Ботния». Для России МПП – достаточно новое направление и при его реализации наша страна согласует свои проекты с документами ЕС, подготовленными на уровне VASAB, учитывает опыт других государств.

Экологические проблемы Балтийского моря находятся также в зоне внимания Северного измерения – интегральной политики РФ, ЕС, Норвегии и Исландии, нацеленной на тесное сотрудничество стран Северной Европы. Экологическое партнерство Северного измерения (ЭПСИ) стартовало в 2001 году. Было реализовано несколько совместно финансируемых программ на территории РФ: 2010 г. – модернизация 10-ти пригородных станций очистки сточных вод в СПб, 2011 г. – очистка сточных вод в Выборге, 2012 г. – очистка сточных вод в Гатчине и пр. [11].

К сожалению, иногда политические разногласия препятствуют совместной экологически направленной работе. С 2014 года многие программы ЭПСИ проводятся без участия РФ.

В качестве заключения представим основные выводы, сформированные в рамках проводимого исследования:

1. Стоит отметить высокое экономическое значение Балтийского моря. Дальнейшее активное использование вод и прибрежных территорий приведет к ухудшению сложившейся неблагоприятной экологической ситуации.

2. Экологические угрозы региона (эвтрофикация, стоки химических веществ и пр.) невозможно устранить усилиями одного государства. А отклонение от совместной деятельности автоматически перекладывает проблему на других участников.

3. РФ и страны ЕС имеют значительный положительный опыт реализации совместных природоохранных программ. Следует развивать работу в данном направлении.

4. Осознание проблемы – первый шаг к ее решению. Важно, чтобы вопросы бережного хозяйствования, предотвращения и сокращения экологических загрязнений обсуждались не только на государственном и межправительственном уровнях, необходимо общественное понимание сложившейся ситуации. Поэтому результаты данного исследования легли в основу методических материалов для проведения тематических уроков в школе.

Список литературы:

1. Rogov M., Rozenblat C. Urban Resilience Discourse Analysis: Towards a Multi-Level Approach to Cities // Sustainability. – 2018. – Vol. 10(12). – P. 4431.
2. State of the Baltic Sea 2018 – <http://stateofthebalticsea.helcom.fi/pressures-and-their-status/eutrophication/>
3. Thematic assessment of hazardous substances 2011-2016. Supplementary report to the HELCOM 'State of the Baltic Sea' report – [Электронный документ] – <http://stateofthebalticsea.helcom.fi/pressures-and-their-status/hazardous-substances/>
4. Волчецкая Т. С., Холопова Е.Н., Григорьев А.Г. «Функциональная характеристика модели правовой защиты экологических интересов Российской Федерации в Балтийском регионе»// Балтийский регион. – 2018. – Т. 10, №4. – С. 39-59.
5. Основные показатели охраны окружающей среды - 2019 г. Информационно-аналитические материалы Росстата – [Электронный документ] – https://gks.ru/bgd/regl/b_oxr19/Main.htm
6. Пальмовский Т., Тарковский М. «Сотрудничество стран региона Балтийского моря в области морского пространственного планирования»// Балтийский регион. – 2018. – Т. 10, №2. – С. 100—113.
7. Постановление Правительства РФ о ФЦП «Развитие транспортной системы России (2010-2020)» – [Электронный документ] – <http://www.morflot.ru/files/files/%D0%A4%D0%A6%D0%9F%20%D0%A0%D0%A2%D0%A1.pdf>
8. Большая российская энциклопедия – [Электронный ресурс] – <https://bigenc.ru/geography/text/4343809>

9. Федеральная служба государственной статистики. Официальный сайт. Раздел «Официальная статистика», подраздел «Внешняя торговля» – [Электронный ресурс] – <https://www.gks.ru/folder/11193>
10. Сайт Федеральной службы государственной статистики. Раздел «Официальная статистика», подраздел «Туризм» – [Электронный ресурс] – <https://www.gks.ru/folder/23457>
11. Сайт ЭПСИ – [Электронный ресурс] – <https://ndep.org/ru/projects/>

И.В. Сайферт (студентка 2 курса,
Института экономики и управления РГПУ им. А.И. Герцена)
Научный руководитель: А.М. Тихонова, старший преподаватель
каф. экономической теории и экономического образования РГПУ им. А.И. Герцена

СОВМЕСТНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЯПОНИИ И РОССИИ НА КУРИЛЬСКИХ ОСТРОВАХ

Южные Курильские острова – условное обозначение группы островов Итуруп, Кунашир, Шикотан и архипелага Хабомаи, которая является предметом территориального спора между Японией и Россией. Позиция Японии по данному вопросу основывается на Симодском трактате – договоре между Россией и Японией 1855 года, по которому острова были отданы Японии в обмен на Сахалин, тогда как российская сторона приводит в качестве главного аргумента итоги Второй мировой войны, по которым острова стали территорией Советского Союза [2, с. 49-53].

Основными природными ресурсами южных Курильских островов являются запасы редких и драгоценных металлов, геотермальные ресурсы, а также морские биологические ресурсы. В силу своего географического положения острова имеют военно-стратегическое значение, так как территориальная принадлежность островов определяет доступ к проливам, соединяющим Охотское море и Тихий океан [8].

Острова Кунашир и Шикотан, а также архипелаг Хабомаи относятся к Южно-Курильскому городскому округу Сахалинской области. С января по сентябрь 2019 года оборот розничной торговли в округе составил 1191,9 млн. рублей [4]. Остров Итуруп относится к Курильскому городскому округу. За аналогичный период оборот розничной торговли составил 1222,1 млн. рублей [5]. Сравнив данные показатели с соседним округом Южно-Сахалинск, где за 2019 год объем оборота розничной торговли составил 96452,6 млн рублей [1], можно сделать вывод, что экономика южных Курильских островов остаётся слаборазвитой. В то же время отдельные виды природных ресурсов на данной территории потенциально являются перспективными для разработки. Среди запасов полезных ископаемых на территории южных Курильских островов наибольшее значение имеет месторождение рения и сопутствующих металлов, запасы полиметаллических руд. Острова располагают запасами термоминеральных вод, характеризуются благоприятными гидробиологическими условиями для воспроизводства рыбы [8].

Экономика южных Курильских островов в основном связана с рыболовством и переработкой рыбы. Структура объема отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами по чистым видам экономической деятельности за январь-сентябрь 2019 года в Южно-Курильском городском округе распределилась следующим образом: 78,8% - обрабатывающее производство (переработка и консервирование рыбы, ракообразных и моллюсков), 11,9% - обеспечение электрической энергией и паром (тепловой энергией), 3,0% - водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, 2,9% - рыболовство, 3,4% - добыча полезных ископаемых [4].

23 августа 2017 года постановлением Правительства Российской Федерации в пределах муниципальных образований Южно-Курильского городского округа была создана

территория опережающего социально-экономического развития «Курилы» (ТОР «Курилы»). Территория опережающего социально-экономического развития представляет собой экономическую зону, в которой действуют льготные налоговые условия, упрощённые административные процедуры и прочие льготы. ТОР создаются для привлечения инвестиций, ускоренного развития экономики и улучшения жизни населения. Специализацией ТОР «Курилы» является рыболовство и рыбоводство, но также заявлены проекты в сфере туризма, судостроения и пр. [6].

Проблема территориальной принадлежности южных Курильских островов препятствует заключению мирного договора между Японией и Россией, тем самым осложняя развитие дипломатических, экономических и культурных отношений. Тем не менее, страны ведут постоянный диалог на высшем уровне, находя новые сферы сотрудничества. В сфере экономических отношений примером двустороннего сотрудничества являются планы по совместной экономической деятельности Японии и России на Курильских островах.

В декабре 2016 года на встречах президента России Владимира Путина и премьер-министра Японии Синдзо Абэ в префектуре Ямагути и в городе Токио впервые состоялись переговоры о начале совместной экономической деятельности на Курильских островах в сфере рыболовства, марикультуры, туризма, здравоохранения, окружающей среды и пр. Согласно договоренностям, совместная экономическая деятельность на южных Курильских островах не должна нарушать юридические позиции обеих стран. Обе стороны отмечали, что начало обсуждений совместной экономической деятельности является важным шагом на пути к заключению мирного договора [7].

7 февраля 2017 года был создан Совет по вопросам совместной экономической деятельности при Министерстве иностранных дел Японии, председателем которого стал министр иностранных дел Японии Фумио Кисида. В обязанности Совета, помимо реализации совместной экономической деятельности, входило тесное сотрудничество с различными министерствами и ведомствами, префектурой Хоккайдо, населёнными пунктами на южных Курильских островах и в их окрестностях и с прочими заинтересованными организациями, ведение переговоров с российской стороной [3].

3 апреля 2017 года при Министерстве иностранных дел Японии был создан Японо-российский совет по содействию совместной экономической деятельности. Перед Советом были поставлены следующие задачи:

1. Разработка проектов совместной экономической деятельности Японии и России на южных Курильских островах, изучение правовых основ совместной экономической деятельности, координация действий с министерствами, ведение переговоров с российской стороной;
2. Установление связей и обмен делегациями с южными Курильскими островами;
3. Содействие сотрудничеству с префектурой Хоккайдо и другими заинтересованными организациями [3].

Совместная экономическая деятельность на Южных Курильских островах развивалась следующим образом:

30 мая – 01 июня 2017 г.: на остров Сахалин была направлена рабочая группа во главе со специальным помощником премьер-министра Японии Эйити Хасэгава, состоящая из 30 специалистов в области рыболовства, туризма, здравоохранения и других областях. Ознакомительная поездка на Курильские острова позволила специалистам собрать информацию о России.

27 июня – 01 июля 2017 г.: на Курильские острова была направлена рабочая группа во главе со специальным помощником премьер-министра Японии Эйити Хасэгава, состоящая из 60 представителей правительственных и бизнес-кругов Японии. Группа осуществила осмотр местности и обменялась мнениями с российской стороной. Делегация поделилась на 4 подгруппы и посетила в общей сложности 64 места на южных Курильских островах: 17 мест на острове Кунашир, 28 мест на острове Итуруп и 19 мест на острове Шикотан;

7 сентября 2017 г.: на встрече глав Японии и России были определены 5 проектов совместной экономической деятельности:

- Проект по совместному разведению морских продуктов;
- Проект по совместному тепличному хозяйству;
- Разработка туров в соответствии с характеристиками южных Курильских островов;
- Внедрение ветроэнергетики;
- Меры по сокращению объемов мусора.

Лидеры двух стран договорились выработать правовые основы совместной экономической деятельности, учитывающие позиции обеих стран. Также обсуждалась возможность реализации других проектов;

26 октября – 31 октября 2017 г.: на Курильские острова была направлена рабочая группа во главе со специальным помощником премьер-министра Японии Эйити Хасэгава, состоящая из 55 представителей правительственных и бизнес-кругов Японии. Группа осуществила осмотр мест, выбранных для осуществления 5 проектов, и обменялась мнениями с экспертной группой с острова Сахалин, в состав которой входили представители областной и муниципальной властей и местного бизнеса. Делегация поделилась на группы и посетила в общей сложности 57 мест на южных Курильских островах (22 из них уже посещались ранее): 20 мест на острове Кунашир, 27 мест на острове Итуруп и 10 мест на острове Шикотан;

10 сентября 2018 г.: на встрече глав Японии и России были утверждены «дорожные карты» для реализации 5 выбранных проектов:

- Совместное разведение морских продуктов: определение нескольких видов рыб и морских ежей, которых будут разводить, обсуждение возможности разведения других видов рыб в перспективе;
- Совместное тепличное хозяйство: определение сортов клубники и мест её выращивания;
- Разработка туров с учетом особенностей островов: разработка пакетных туров;
- Внедрение ветроэнергетики: определение мест, где будут проводиться исследования ветра;
- Меры по сокращению объёмов мусора: определение местоположения пилотного проекта по сокращению мусора.

3 октября – 5 октября 2018 г.: была направлена «деловая миссия» по совместной экономической деятельности на Курильских островах. Группа во главе со специальным помощником премьер-министра Японии Эйити Хасэгава состояла из 49 человек. «Деловая миссия» посетила острова Итуруп и Кунашир (из-за плохих погодных условий было решено отложить посещение острова Шикотан, но были проведены обсуждения реализации проектов на этом острове). По вопросам, касающимся 5 проектов в рамках совместной экономической деятельности на Курильских островах, обе стороны обменялись конструктивными мнениями и осмотрели места предполагаемой реализации проектов;

29 июня 2019 г.: на встрече глав Японии и России была согласована реализация пилотных проектов по совместной экономической деятельности на южных Курильских островах. Были согласованы бизнес-модели проектов в сфере туризма и переработки мусора. Стороны договорились, что осенью 2019 года будет представлен пилотный тур на Курильские острова, а также будут осуществляться консультации между специалистами по переработке мусора из Японии и России;

19 августа – 23 августа 2019 г.: изучение переработки отходов российскими специалистами. С 19 по 23 августа российские специалисты по переработке отходов осматривали соответствующие объекты в Японии. С японской стороны принимали участие представители местных органов власти, такие как Министерство экономики, торговли и промышленности Японии, Министерство иностранных дел, правительство префектуры Хоккайдо, частные эксперты. Был произведен осмотр мест захоронения бытовых отходов в

городе Немуро (о. Хоккайдо). Состоялся обмен мнениями между специалистами по вопросам, связанным с переработкой мусора на южных Курильских островах, были проведены консультации по вопросу посещения южных Курильских островов японскими специалистами;

13 сентября – 16 сентября 2019 г.: изучение переработки отходов японскими специалистами. С 13 по 16 сентября японские специалисты посетили остров Кунашир и осмотрели объекты, осуществляющие переработку мусора. Делегация состояла из представителей Министерства экономики, торговли и промышленности Японии, Министерства иностранных дел Японии, администрации города Немуро (о. Хоккайдо) и других заинтересованных лиц;

27 октября – 3 ноября 2019 г.: состоялось проведение пилотных туров на Южные Курильские острова (с 27 по 29 октября – тур по южным Курильским островам и прилегающим к ним территориям, с 30 по 31 октября – тур по острову Кунашир, 1 ноября – тур на остров Итуруп). Туры осуществляла японская туристическая фирма «World Air-Sea Service Co., Ltd». В туре приняли участие 44 человека, среди которых были, как обычные туристы, так и японские государственные служащие [7].

Анализируя темпы выполнения плана совместной экономической деятельности Японии и России на южных Курильских островах, можно сказать, что реализация проектов происходит весьма медленно: за 3 года планы совместной экономической деятельности не продвинулись дальше обсуждений, визитов рабочих групп на острова и реализации одного тура. Главной проблемой представляются правовые основы совместной экономической деятельности. Страны имеют принципиально разные позиции насчёт принадлежности южных Курильских островов, и углубление дискуссий пока не помогает решить юридические проблемы.

Тем не менее, у проектов по совместной экономической деятельности есть потенциал. Южные Курильские острова обладают различными ресурсами, но экономическое развитие этого региона остаётся слабым. Экономическое сотрудничество с Японией и осуществление совместных проектов может благоприятно повлиять на развитие экономики южных Курильских островов.

Список литературы:

1. Информация о социально-экономическом развитии городского округа «Город Южно-Сахалинск» за 2019 год // Официальный сайт администрации г. Южно-Сахалинск. – [Электронный ресурс] – <https://yuzhno-sakh.ru/dirs/53> (дата обращения: 29.01.2020).
2. Костенков А.В. Территориальные споры с вовлечением Японии: опыт историко-географического изучения // Региональные исследования. – 2008. – №4. – С. 48-60
3. 日露共同経済活動推進室の設置 (Нитиро кё:до: кэйдай катсудо: суисинсицу-но сэйти; Учреждение японо-российского совета по содействию совместной экономической деятельности) // 外務省 (Гаймусё; Министерство иностранных дел Японии). 2017. 30 марта. – [Электронный документ] – https://www.mofa.go.jp/mofaj/press/release/press4_004450.html (дата обращения: 29.01.2020).
4. Социально-экономическое положение МО «Южно-Курильский городской округ» // Сайт муниципального образования "Южно-Курильский городской округ". 2019. URL: http://www.yuzhnokurilsk.ru/da_str.php?id_blok1_levelpages1=10&id_position=25&blok=adm&ra_zdel=free (дата обращения: 29.01.2020).
5. Социально-экономическое развитие муниципального образования «Курильский городской округ» (2019) // Сайт муниципального образования «Курильский городской округ». – [Электронный ресурс] – <http://admkurilsk.tnweb.ru/otdel-ehkonomiki-i-prognozirovanija/socialno-ehkonomicheskoe-razvitie-municipalnogo-obrazovaniya/> (дата обращения: 29.01.2020).

6. TOP "Курилы" прирастет четырьмя проектами (2019) // Электронное периодическое издание: Sakhalin.info. – [Электронный документ] – <https://sakhalin.info/news/170541> (дата обращения: 29.01.2020).
7. 北方四島における共同経済活動 (Хоппо:ёнто:-ни окэру кё:до: кэйдзай катсудо;; Совместная экономическая деятельность на южных Курильских островах) // 北海道ポータルサイト (Хоккайдо: по:тарусайто; Сайт префектуры Хоккайдо). 2019. 21 ноября. – [Электронный документ] – <http://www.pref.hokkaido.lg.jp/sm/hrn/kyoudoukeizaikatsudou.htm> (дата обращения: 29.01.2020).
8. Экономика южных Курильских островов // Сайт Института комплексных стратегических исследований (ИКСИ). 2016. 15 декабря. – <https://icss.ru/otrasli-i-ryinki/drugoe/ekonomika-yuzhnyix-kurilskix-ostrovov> (дата обращения: 29.01.2020).

*Д.Д. Артищева (магистрант 2 курса по профилю «Прикладная макроэкономика, экономическая политика и государственное регулирование» СПбГУ)
Научный руководитель: Н.П. Голубецкая, д.э.н., профессор кафедры менеджмента и государственного и муниципального управления СПбГУ*

КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА: СУЩНОСТЬ И СПОСОБ ЕЕ ИЗМЕРЕНИЯ

В течение довольно долгого периода на рынке наблюдается тенденция снижения цены на сырье. Обращает на себя внимание и утверждение на глобальном рынке таких гигантов, как Facebook, Apple, Google. Суммарная капитализация этих корпораций сравнима с годовым ВВП Южной Кореи. На фоне этого практически не остается никаких сомнений, что дальнейшие перспективы мировой экономики напрямую зависят от инновационных и креативных проектов. Не менее важным значением обладает способность регионов и городов к созданию благоприятной среды для практической реализации таких инициатив. В настоящее время наблюдается повышение числа креативных людей, обладающих уникальными навыками и талантами. Это стимулирует культурное и технологическое развитие, а также позволяет создать импульс, питающий прогресс в сфере экономики.

Важность сферы инноваций в экономике уже давно стала общим местом в трудах ученых. Такие экономисты, как Филипп Агийон и Питер Ховитт [4, с.51] смогли первыми создать модель долгосрочного экономического роста, основанную на инновациях. Они показали, что развитие экономики происходит прежде за счет технологического прогресса, который уничтожает старые компании и способы производства, в результате чего им на смену приходят более прибыльные и эффективные методы и бизнесы. Расходы на технологии во всем мире в 2016 году превысили 6,3 триллиона долларов, что делает его «третьей по величине экономической «силой» точки зрения ВВП после США и Китая согласно отчету State of Global Technology [1], опубликованному в 2018 году.

Переход к использованию возобновляемых топливных ресурсов возможен именно благодаря креативной экономике. Кроме того, благодаря ей обеспечивается отход от сырьевых ориентиров, повышение качества жизни и эффективности производства.

До 2000 года понятие «креативная экономика» не было известно. Первым, кто его использовал, был профессор Джон Хокинс. Он утверждал, что традиционная экономика устарела, а на смену ей должна прийти креативная. Чем быстрее мир сможет перестроиться, тем более быстрым и безопасным будет выход из кризиса. Джон Хокинс обращал внимание на тесную связь креативной экономики с креативным бизнесом. По его словам, специфика креативной экономики выражается в особых экономических и социальных отношениях, складывающихся между самой экономикой и творческим подходом к ее совершенствованию. В настоящее время сформирован новый креативный сектор постиндустриальной экономики, основанный на использовании интеллектуального и творческого потенциала [5, с.34].

Ричард Флорида привнес несколько другое толкование в понятие «креативная экономика». В основу определения особенностей креативной экономики исследователь заложил признак рода занятий и профессий работников креативного сектора [3, с.61].

Термин «креативная экономика» часто отождествляют с категорией «экономика знаний». Причем, имеется в виду особый сектор экономики, основывающийся на разных видах интеллектуальной деятельности [2].

В качестве механизма функционирования экономики, в т.ч. креативной, выступает система определенных экономико-социальных отношений.

В связи с формированием и развитием новых потребностей возникает необходимость в поиске более совершенных и эффективных механизмов их удовлетворения. Такие потребности могут удовлетворяться разными способами – традиционными и креативными (нестандартными).

Креативная экономика базируется на принятии нетрадиционных, оригинальных, нестандартных управленческих решений в целях дальнейшего стратегического развития, а также с целью преодоления периодически возникающих кризисных и чрезвычайных ситуаций, когда возникает необходимость в поиске и реализации качественно новых путей выживания, развития, повышения конкурентоспособности в условиях рынка, а также обеспечения успеха в конкурентной борьбе.

В 2014 году такие компании, как Calvert 22 и PWC разработали свой Индекс креативного капитала, представляющий из себя особенности социального климата, институциональной инфраструктуры, образовательного и культурного сектора, информационного пространства, способствующие привлечению представителей креативных профессий и реализации их возможностей с учетом, как глобальных трендов, так и региональной специфики. В фокусе Индекса находятся креативные индустрии, а также их взаимосвязь со сферой технологических инноваций, что позволяет говорить о едином инновационно-креативном секторе.

Кроме того, Индекс не ограничивается использованием официальной статистики, которая не всегда отражает действительное положение дел. Источниками информации являются результаты собственных кабинетных и полевых исследований (анкетирования креативных специалистов и экспертных опросов), данные геолокационных сервисов, социальных сетей и других интернет-платформ. Сочетание различных типов данных позволяет достигнуть большей достоверности в столь плохо формализованной и изученной сфере как новая экономика.

Структура Индекса креативного капитала представлена на рисунке 1.



Рисунок 1 – Структура индекса креативного капитала

Индекс креативного капитала учитывает все актуальные теории новой экономики и разделен на пять структурных блоков.

Блок “Люди” определяет характеристики креативного сообщества в городе и включает в себя показатели, оценивающие социально-демографические характеристики креативного сообщества, и в то же время показатели, отражающие характер их взаимодействия внутри

Блок “Город” определяет характеристики креативного сообщества в городе и включает в себя показатели, оценивающие социально-демографические характеристики креативного сообщества, и в то же время показатели, отражающие характер их взаимодействия внутри города (культурная жизнь, городское окружение, экономическое положение).

Блок “Власть” содержит совокупность показателей, отражающих уровень заинтересованности местных органов власти в развитии креативного сектора, а также степень его открытости и доступности.

Блок “Бизнес” определяет возможности коммерциализации талантов представителей креативного сообщества с позиции наличия соответствующей инфраструктуры и её доступности.

Блок “Бренды” отражает восприятие города во внешней среде и базируется на экспертных опросах.

Каждый блок состоит из 2-4 подгрупп, включающие в себя от 3 до 5 индикаторов. Все индикаторы условно поделены на 2 типа: качественные и количественные. К количественным данным отнесли все данные, полученные из органов официальной статистики, профессиональных обзоров и интернет-сервисов, а к качественным — данные анкетирования местных креативных специалистов о том или ином аспекте развития города. На каждый блок в среднем приходится по 10-20 количественных индикаторов и 1-2 качественных. В совокупности Индекс насчитывает более 200 индикаторов.

В качестве основных источников используются данные Росстата, отдельных органов власти (региональных и муниципальных), министерств, ведомств, аналитические отчеты и статистические сборники консалтинговых компаний, профильных ассоциаций и рейтинги, подготовленные российскими и зарубежными аналитическими агентствами. Индекс дополняется данными популярных геолокационных, краудфандинг, видео и фото-сервисов, которые позволили измерить креативную активность, не фиксируемую официальной статистикой.

Такая структура позволяет не только корректно оценить текущее состояние новой экономики, но и обозначить потенциальные источники роста города. Используя свои сильные и слабые стороны, город может значительно повысить уровень развития креативной среды и темпы экономического роста.

Как показывает практика, государства уже начинают ориентироваться на развитие креативной экономики. Некоторыми развитыми странами уже составлена стратегия развития креативной экономики и сформирована необходимая креативная база. Представляется, что именно те государства, которые смогут создать условия, необходимые для развития креативной экономики, и привлечь креативных специалистов, станут в будущем лидерами по уровню экономического развития.

Список литературы:

1. The Global Information Technology Report, 2018
2. Самородова Д. Креативность: мифы и реальность // Смена. – 2008. – Январь. – С. 44-51
3. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. – М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2011. – 430 с.
4. Aghion, P. and Howitt, P. (). A Model of Growth Through Creative Destruction // *Econometrica*. – 1992. – Vol. 60(2). – Pp. 323–351.
5. Хокинс Дж. Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги. – М.: Финансовая корпорация Открытие: Классика-XXI, 2011. – 253 с.

*М.И. Рогов (аспирант 3 года Института географии и устойчивого развития,
Университета Лозанны, Швейцария)
Научный руководитель: С. Розенблат, PhD, Профессор Института географии и
устойчивого развития Университета Лозанны, Швейцария*

РУССКИЕ ГОРОДА: ОСОБЕННОСТИ ГОРОДСКОГО КОНТЕКСТА

Традиционно города в России определяются в соответствии с политическими границами и рассматриваются как административная единица. Город в России – это правовой статус, присваиваемый правительством поселению, который может быть получен или потерян в зависимости от различных контекстуальных факторов. Интересно, что население не является основным критерием для статуса города: например, Высоцк в Ленинградской области, который имеет статус «города», имеет всего 1094 жителей, тогда как в Москве более 12,68 миллионов человек [12]. История и стратегическое положение города является основным фактором для рассмотрения поселений в качестве города, но для российских городов эти факторы действуют не всегда. Поэтому из-за огромного размера России города невозможно сравнить как между собой, так и с другими городами мирового масштаба.

Изучая российские города, важно представить некоторые существенные факты из их истории, которые характеризуют городской контекст. Россия считает своим суверенитет с IX века, когда Рюрик был избран князем в Новгороде в 862 году. Двадцать лет спустя, в 882 году, в связи с расширением на юг, столица была перенесена в Киев, который стал центральным городом Киевской Руси до конца XIII века. Мы ясно видим, что с самого начала российской государственности страна охватывала огромное пространство, и, следовательно, одной из главных особенностей были огромные расстояния между поселениями. Поэтому, начиная со средних веков, большая часть русских городов была основана как часть сети пограничной оборонительной системы [1;3;14], и до XIX века города были созданы, прежде всего, как крепости. Гарнизоны (и необходимость их обслуживания) являются источником российской системы городов: изначально многие российские города были военными форпостами [3]. Около 270 городов в современной России были созданы как крепости или гарнизоны [10]: Торжок, Порхов, Ивангород, Кола, Псков.

Другие факторы также влияли на российские города на протяжении всей их долгой истории. Огромное влияние на развитие городов оказал так называемый торговый путь «из варяг в греки», который активно функционировал с X по XIII века. Этот торговый маршрут начинался в Стокгольме через Финский залив, Ладожское озеро, Ильменское озеро, а затем шел через Днепр к Черному морю и заканчивался византийской столицей Константинополем. Этот торговый путь, соединяющий древнейшие русские города, такие как Ладога, Новгород и Киев, и был стержнем Киевской Руси, играющим решающую роль в объединении всей страны.

Поскольку начиная с XIII века торговые потоки между Севером и Югом переместились на Запад, частично из-за вторжения татаро-монголов в Киевскую Русь, или так называемого «татаро-монгольского ига», которое продолжалось до XV века нанесло значительный ущерб развитию российских городов. Приблизительно две трети всех городов Киевской Руси были разорены, а около трети городов так и не были восстановлены и исчезли [9]. «Татаро-монгольское иго» было проверкой устойчивости для российских городов. Москва, благодаря своему экономико-географическому положению, смогла централизовать власть и стала лидером движения против татаро-монгольского ига, она становится центральным узлом в системе русских городов.

Пространственная экспансия Руси также привела к созданию новых городов. В конце XV-го и в XVI-м веке началось освоение Сибири и были основаны новые города, наиболее значительными из которых являются Тюмень (1586 г.), Тобольск (1587 г.), Пелим (1592 г.),

Обдорск (1594 г.), Красноярск (1628), Якутск (1632) и Иркутск (1686). Эти города были основаны как остроги, представляющие собой крепость, окруженную деревянным забором, построенным для защиты поселений от диких животных. Таким образом, российская система городов расширилась на восток, продолжая традицию города как крепости, ориентированной на защиту границ страны.

В начале XVIII века расширение русской городской системы продолжалось в том же оборонительном контексте на севере (Санкт-Петербург (1703 г.), Петрозаводск (1703 г.)) и до Урала (Екатеринбург (1723) и Оренбург (1735)). Позже, в конце XVIII века, когда Кавказ вошел в состав Российской империи, была образована оборонительная линия крепостей вдоль южной границы Империи, которая шла от Черного моря (Фанагория) до Каспийского моря (крепость Святого Креста). В 1775-1785 годах Екатерина Великая начала одну из своих административных реформ – Губернскую, которая предопределила развитие городов в России до настоящего времени. Страна была разделена на 51 наместничество (50 наместничеств и губерний плюс одна область). Все наместничества были разделены на уезды, которые имели самый низкий административный уровень, и которых насчитывалось 483 (в каждом должен быть как минимум один город). Реформировав административное деление в России, Екатерина Великая создала иерархию городов [5], которая просуществовала до революции 1917 года [1]. Основываясь на этом новом подходе, многие деревни были преобразованы в города, и термин «город» стал скорее юридическим статусом, назначенным правительством. В результате данной реформы 165 новых деревень и поселков получили статус города, и поэтому общее количество городов в России увеличилось в 1,5 раза с 282 городов до 447 городов. Эти города появились, прежде всего, как центры новых административных делений, но не из-за экономических потребностей или исторического пути. Тем не менее, они быстро стали драйверами экономического развития этих административных единиц и их центральных узлов для всей окружающей территории. Правовой статус города, данный этой реформой, определил основные экономические узлы России и ее внутреннюю структуру. Те города, которые впоследствии стали экономически слабыми, были преобразованы обратно в деревни и утратили свои административные функции и политическую власть над прилегающими территориями. Такой подход к городу, как к правовому статусу, все еще используется в современной России, и большинство городов, установленных Екатериной Великой в качестве региональных политических центров, теперь стали столицами субъектов Федерации.

Во второй половине XIX века в России шло быстрое развитие железнодорожных сетей, которые стали новым стержнем русской системы городов. В 1916 году было завершено строительство Транссибирской магистрали, соединяющей Москву с Владивостоком, что значительно способствовало росту и развитию городов вдоль этой железной дороги на Урале, в Сибири и на Дальнем Востоке. В течение первого десятилетия советского государства (1917-1926) 182 населенных пункта получили правовой статус города. Однако в то же время некоторые города были лишены своего правового статуса и снова стали селами (например, Березово в Сибири, Александров и Кола на севере и многие другие) [9].

Великая Отечественная война (с 1941 по 1945 годы) оказала разрушительное воздействие на развитие городов в Советском Союзе: сотни городов в европейской части СССР были буквально разрушены войной, которая была очень драматичной для всей советской городской системы, потому что более 80% всех городов были расположены в европейских частях страны. Во время войны многие заводы и крупные промышленные предприятия были переведены на Урал и в Сибирь, что способствовало развитию города. [13] Наряду с развитием уже существующих городов на Урале и в Сибири, с 1942 по 1945 год было создано 55 новых городов, в основном на Урале (31), в Западной Сибири (6), Восточной Сибири (5), Волго-Вятском регионе (5), Европейский Север (4), Поволжье (2), Центральный регион (1) и Дальний Восток (1) [9]. Большинство новых городов было основано из-за открытия новых мест для добычи полезных ископаемых, а также для добычи

газа и бензина. Следовательно, во время войны происходил процесс реиерархизации российских городов из-за роста городов на Востоке и упадка городов на Западе.

«Холодная война» также имела конкретные последствия для динамики всей системы городов в СССР. Прежде всего, система городов стала внутреннеориентированной, что означает, что подавляющее большинство связей между городами в СССР оставалась внутри границ страны. Во-вторых, вследствие гонки вооружений «закрытые города» (ЗАТО), сосредоточили в себе практически все исследования и разработки как в области «мирного атома и космических программ, так и военно-промышленного комплекса, касающихся производства оружия, разнообразных ядерных и химических экспериментов, а также изготовления космических спутников. [8] Эти города никогда не были перечислены в официальной статистике, и, следовательно, они никогда не упоминались на картах, и въезд был запрещен нерезидентам. Чаще всего они были спутниками более крупного промышленного города и имели то же имя, но с добавлением кодового номера (например, Красноярск-45 был закрытым городом-спутником большого города Красноярска). После частичного раскрытия этих городов в 1994 году более 1 миллиона человек проживало в закрытых городах только в Российской Федерации [11]. Другим специфическим типом спутников больших городов были так называемые «научные города» (наукограды), которые были центрами фундаментальной науки. Эти города были специализированы в различных исследованиях и передовых разработках, таких как ядерная физика (Дубна, Московская область), биотехнология (Кольцово, Новосибирская область), ракетно-космическая промышленность (Королев, Московская область) и некоторые другие области. Наукограды были разделены на две разные группы: закрытые (ЗАТО), со строжайшим пропускным режимом (например, Арзамас-26), и открытые, которую могли посещать все граждане России (например, Дубна).

Сегодня в России существует 13 научных городов. После распада СССР советская городская система претерпела огромные изменения: многие традиционные связи между городами были нарушены из-за строительства новых независимых государств и появления ограничивающих международных границ. Большинство городов, которые находились в центре СССР, оказались на краю независимой России и полностью изменили свое экономическое и географическое положение. В условиях огромного экономического спада в России в 1990-х годах многих городов были резко депопулированы, и большинство людей переехали в Москву, чтобы найти работу, и, чтобы получить доступ к лучшей жизни. В то же время после распада Советского Союза все постсоветские города начали интеграцию в глобализацию и мировую систему городов [2]. Однако из-за глубокого экономического спада года было более выгодно жить в деревнях, потому что там люди могли не только прокормить себя, но и получать определенные льготы по налогообложению и оплате коммунальных услуг, также отдельные группы работников имели особую финансовую поддержку со стороны правительства (например, сельские учителя и врачи). Таким образом, в 1990-х годах произошло так называемое «административное сельское обустройство» [6], когда некоторые города, имеющие правовой статус города, были понижены до категории деревень, чтобы получить большую государственную поддержку (например, только в Оренбургской области в течение 1990-х годов 16 городов получили статус села).

Это специфическое развитие городов в России и особенности определения городов составляют набор ключевых характеристик городов в современной России. Несмотря на то, что 75% населения России считается городским населением [12], поскольку город является юридическим статусом, многие российские поселения являются лишь официально «городами», тогда как по функциям и образу жизни они все еще остаются довольно в сельской местности. В этих условиях некоторые деревни в Европейском союзе являются «более городскими», чем некоторые города в России. Помимо этого, как следствие распада СССР и интеграции российских городов в глобальную экономику, происходит существенные изменения «центральности» городов, экономико-географического положения и разнородных

потоков между ними, возникают вопросы, связанные их конкурентным статусом и имиджем на глобальном рынке [4].

Еще одна важная особенность, которая берет свое начало в глубоком экономическом спаде 1990-х годов, – это невероятный рост Москвы, вызвавший сокращение, стагнацию или редко очень незначительный рост других городов в России [7].

Во времена СССР и современной России было разработано несколько различных методов разграничения города в зависимости от целей географического анализа. Эти инициативы были нацелены на последовательное измерение роста городов, в то время как правовой статус поселения мог быть получен или потерян во времени, и на протяжении многих лет критерии получения этого городского статуса значительно варьировались от переписи к переписи, что сделало городские сравнительные исследования более время довольно сложное. Поэтому большинство предлагаемых альтернативных городских определений имеют различную терминологию для этих пространственных городских образований, тогда как понятие города всегда относится исключительно к правовому статусу.

Заключение. Российский контекст исследования был выбран потому, что Россия в настоящее время рассматривается как развивающаяся экономика, которая давно стала частью мирового рынка, причем города являются центрами экономической активности и, следовательно, и основными агентами глобализации, что требует новых сравнительных исследований.

В статье показано, что исторически в России город рассматривается, прежде всего, с точки зрения правового статуса, который может быть, как приобретен, так и потерян, что численность населения не является чрезвычайно важной для этого статуса, в отличие от стратегического положения поселения или его истории.

Список литературы:

1. French R.A. Plans, pragmatism and people. The legacy of Soviet planning for today's cities. – London, UCL Press, 1995. – 233 p.
2. Makarychev A., Islands of globalization: regional Russia and the outside world. Working Paper No. 2, ETH Zurich, August 2000. – Pp. 1-56.
3. Medvedkov O. Soviet Urbanization. – London, Routledge. 1990. – 168 p.
4. Pashkus V.Yu., Pashkus N.A., Pashkus M.V. Strong Cultural Brand Formation in the Global Economy of the Basis of Russian Art Market (On the Example of St. Petersburg) // Ekonomicko-Manažérske Spektrum. – 2016. – № 2. – С. 49-61.
5. Slepukhina I. Russian Cities at the Crossroads: getting lost in transition or moving towards regeneration. PhD dissertation, Department of Architecture and urban studies Politecnico di Milano, 2014. – 226 p.
6. Алексеев А.И., Зубаревич Н.В. Кризис урбанизации и сельская местность России // Миграции и урбанизация в СНГ и Балтии в 90 е годы. – М., 1999. – С. 83–94.
7. Алексеев А.И., Колосов В. А. Россия: социально-экономическая география: учеб. пособие. – М.: Новый хронограф, 2013. – 708 с.
8. Асадулаев А.Б. Социально-экономическая безопасность России. – СПб.: КультИнформПресс, 2020. – 140 с.
9. Лаппо Г. География Городов. Учебное пособие для геогрф. факультетов вузов. М.: Владос, 1997. – 480 с.
10. Лаппо Г. Формирование сети городов на территории России. // Проблемы урбанизации на рубеже веков / Под ред. А.Г. Махрова. – Смоленск: Ойкумена, 2002. – С. 19-33.
11. Лаппо Г., Полян П., Селиванова Т. Агломерации в России в XXI веке. // Вестник фонда регионального развития Иркутской области. – 2007. – №1. – С. 45-52.

12. Российский статистический ежегодник 2019. Росстат. Федеральная служба государственной статистики – [Электронный документ] – <https://www.gks.ru/folder/210/document/12994>
13. Рыбаков Ф.Ф. Генезис и эволюция промышленности Санкт-Петербурга. – СПб.: Санкт-Петербургский государственный университет, 2008. – 216 с.
14. Тверской Л.М. Русское градостроительство до конца XVII века. Планировка и застройка русских городов / Под ред. Н. Б. Бакланова. – Л.; М.: Гос. изд-во литературы по строительству и архитектуре, 1953. – 215 с.

*А.А. Волкова (магистрант 2 курса, факультета культурологии,
Мюнхенского университета Людвига-Максимилиана)
Научный руководитель: В.Ю. Пакус, д.э.н.
профессор каф. экономической теории и экономической политики СПбГУ*

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ БРЕНДА ТЕРРИТОРИЙ (НА ПРИМЕРЕ Г. ВЕЛИКИЙ УСТЮГ)

В современном мире, мире неощутимых активов и жесткой конкуренции, возникает настоятельная необходимость развития бренда территории (места) [1]. Интегрируя в себе деловую и культурную репутацию места и эмоционально-образную составляющую производимой на этой территории (или связанной с ней) продукции и услуг, бренд является тем базисом продвижения, на котором строятся дальнейшие маркетинговые коммуникации.

Жестокая конкуренция на рынке заставляет территории концентрировать усилия на создании репутаций брендов, создания своих специфических потребителей и формировании их лояльности [10]. Отметим, что все это требует и скоординированных решений, направленных на создание и развитие ценностей [3; 7], так и на разработку экономической политики и принятие необходимых управленческих решений, направленных на формирование индивидуальности места, его имиджа и соответствующей репутации [5; 8]. Все компоненты «репутации бренда связаны между собой и только в комплексе могут обеспечить адекватное впечатление о брендируемом продукте» [12]. Отметим, что необходимо четкое представление о финансовых возможностях создания бренда и помощь финансовых институтов в этом процессе [2; 9].

Помимо всего перечисленного в состав бренда территории (места) входят:

- некие устойчивые представления о самой территории (месте);
- комплиментарные к территории товары или услуги со всеми присущими свойствами;
- ряд эмоционально-образных ассоциаций, соотносимых с территорией (brand-image);
- характеристики целевых потребителей территории, их ценностные ориентиры;
- обещанные преимущества, отличающие данную территорию от других (с точки зрения целевой аудитории).

Таким образом, помимо материальных символов, бренд включает в себя смысл, вложенный создателями. При этом восприятие бренда создателями и целевой аудиторией зачастую существенно различается (отмечаемое, например, В.Ю. Пакусом противоречие между идентичностью и индивидуальностью места). «При построении бренда территории действуют те же принципы, что и в бизнесе – найти и усилить региональные преимущества, ретушировать недостатки» [12] и выявить ключевые факторы успеха, которые позволят сформировать стержневую компетенцию территории.

На сегодняшний день тема продвижения брендов территорий и формирования лояльности потребителей широко разработана зарубежными исследователями, однако,

отечественные ученые пока уделяют недостаточно внимания проблематике управления лояльностью и репутацией.

Проблемы продвижения брендов мест (территорий) раскрываются в работах следующих авторов: Д. Аакера, Ф. Котлера, А.-В. Антироккьо, С. Анхольта, К. Динни [10]. Более того, вышеуказанные авторы утверждают, что продвижение бренда в глобальной экономике должно использовать самые разные инструменты комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций [6]. Соответственно, можно говорить о смешивании, перетекании друг в друга в рамках коммуникативного пространства таких дисциплин познания и сфер человеческой деятельности как журналистика, пропаганда, реклама, имиджелогия, паблик рилейшнз и многих других.

«В такой ситуации всем маркетологам следует рассматривать расширение базы активных лояльных потребителей для мест (территорий) как приоритетную задачу, при решении которой расходы должны быть сконцентрированы на новых точках контакта. Это не просто инвестиции в Интернет сайты, но и усилия по управлению слухами, и приверженность делу удовлетворения потребителя, что требует использование концептуально нового маркетингового подхода» [4]. В итоге объединения усилий по созданию и поддержанию репутации и управления лояльностью потребителей руководству территории удастся непрерывно взаимодействовать с потенциальными и существующими потребителями.

На чем же может территория получить свою индивидуальность, реализуемую в виде ее ключевых факторов успеха? Зачастую здесь мы вступаем в пространство мифов: так, один из самых успешных региональных брендов России, запущенный 21 год назад бренд-менеджерами Вологодской области связан с любимейшим сказочным персонажем (и не менее любимым праздником россиян) – Дедом Морозом (проект "Великий Устюг – родина Деда Мороза").

Заметим, что для успешного бренда одной «удачной» идеи не хватает, для того, чтобы она стала прорывной необходим правильный бренд-менеджмент и ориентация на закрытие так называемого SET-разрыва: необходима актуальная потребность социума, новые технологии и явная экономическая выгода. В этом смысле, пока этот разрыв не преодолен, отличного результата ждать не приходится. Показателен пример Костромы. Костромская индивидуальность связана с чудесным фильмом «Жестокий романс» (по пьесе Островского «Бесприданница») из которого у города возник неформальный гимн на стихи сэра Редьярда Киплинга («Мохнатый шмель на душистый хмель...»), с Иваном Сусаниным (вплоть до отождествления Ивана Сусанина как «первого русского гида поляков»). Однако, проект «Кострома и Берендеево царство – родина Снегурочки» в смысле развития бренда «не выстрелила». «Примерно в то же время, когда Устюг был объявлен родиной Деда Мороза, Кострома объявила себя родиной Снегурочки. И не без основания – в имени Щельково Костромской области Римский-Корсаков написал оперу "Снегурочка". Однако проект со Снегурочкой до сих пор известен гораздо меньше. Пока же в регионе выпускаются водка и минеральная вода под названием "Костромская Снегурочка" и проводится конкурс "Русская краса – Костромская Снегурочка"» [11].

Сегодня как использование, так и развитие регионального бренда «Великий Устюг» как бренда места сопровождается рядом проблем. Так, с самого же начала в слогане «Великий Устюг – родина Деда Мороза» были допущены, как минимум, пара ошибок. Во-первых, ошибка состоит в отождествлении Великого Устюга с родиной Деда Мороза, а вторая заключается в использовании термина «родина». Если это родина, то возникает как минимум два вопроса. Кто родители у дедушки? Он родился сразу дедушкой, а если не сразу, чем занимался в молодости? Поэтому логичнее было бы назвать Устюг не родиной, а домом (резиденцией, столицей).

Во-вторых, столицей Деда Мороза должен быть не город, а деревня, которую уже построили в 15 километрах от г. Великий Устюг. И тогда уже возможно нормальное развитие города и нормальное развитие проекта «Дед Мороз». В этом случае славная

история города не будет противоречить, а наоборот, дополняться новогодне-столичными функциями рядом стоящей деревушки. Такой шаг позволит развивать туристический бренд Великого Устюга в разные времена года, а не только в «жесткой привязке» к слову «мороз».

Одно из ключевых направлений, требующих немедленного развития – инфраструктура. До Великого Устюга можно доехать на автобусе или на автомобиле. Расстояние от Петербурга до Великого Устюга составляет 1150 километров. До Тотьмы (880 километров) дорога содержится в хорошем состоянии, затем же на 270-километровом пути: лес, несколько деревень, одна заправка и чередование ровных участков асфальта с волнами и выбоинами. Необходимая туристу инфраструктура практически отсутствует, что негативно сказывается на туристическом потоке. Зимой дорога содержится «под снежным накатом». На карте отмечен аэродром, к нему есть даже указатель. Но рейсов там нет – он сейчас на реконструкции, поскольку не соответствует современным требованиям.

Для того, чтобы добраться поездом, необходимо доехать до Котласа, а потом осуществить трансфер до Великого Устюга. Это не очень удобно, особенно с детьми, особенно в зимнее время (а в какое же еще время еще посещать Деда Мороза?). Правда, есть зимние туристические спецпоезда «к Деду Морозу». Значит, нужны гостиницы и базы отдыха, и они есть, но совершенно не в том объеме, как требуется, поскольку туристический поток характеризуется сезонностью, и большинство туристов приезжает на Новый год, зимой, а в остальное время все это будет простаивать. Власти Великого Устюга понимают эту проблему и пытаются раскручивать «летнего Деда Мороза». Но эта идея категорически не работает. Для нас нет летнего Деда Мороза, мы не в Калифорнии. Скажем, Дед Мороз как символ олимпиады в Сочи – над этим в свое время не посмеялся только ленивый. Действительно, мешковатый «возрастной» персонаж, добрый, но неповоротливый, мало ассоциируется со спортивными состязаниями. Сама идея «летнего Деда Мороза» сейчас кажется оксюмороном и ждет своих креативных маркетологов.

Только за первые десять дней января 2020 года Великий Устюг посетили около 100 тыс. туристов [13]. Годовой поток туристов превысил 300 тыс. человек еще в 2018 году, поэтому весьма своевременным выглядит реконструкция аэропорта к августу 2020 года. Для обслуживания растущего туристического потока планируется реконструировать аэропорт и создать современную, отвечающую европейским стандартам, транспортную инфраструктуру. Тем более, что за последнее время в Великом Устюге уже построен ряд новых туристических объектов (например, "Мороз-Арена" (2017)). Уже готов проект новой резиденции Деда Мороза (создававшийся более 6 лет), так как «существующий уже не справляется с потоком посетителей особенно в новогодний период» [11]. Возможно, туристический поток в будущем еще увеличится в свете пандемии коронавируса и переориентации на внутренний туризм. Но для этого требуется еще огромная работа, ведь потенциальные конкуренты при высоких потенциальных возможностях рынка не будут долго ждать.

Список литературы:

1. Алиаскарова Ж.А. Новая экономика: неощутимые активы и новые возможности развития // Арт-рынок в Новой экономике: границы, инвестирование, управление / Под ред. А.В. Волковой. – СПб.: КультИнформПресс, 2019. – С. 5-9.
2. Белозеров С.А. Мотовилов О.В. Банковское дело: учебник. – М.: Проспект, 2012. – 408 с.
3. Волкова А. В. Управляемость государства в условиях глобализации: проблема формирования публичных ценностей // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС. – 2013. – Т. 9, № 4. – С. 70-82.
4. Красникова Т.С. Маркетинг мест: специфика целевой ориентации в туристическом потоке // Известия Международной академии аграрного образования. – 2016. – №26. – С. 62-65.

5. Кузнецов Н. В., Кулакова Т. А. Координационные стратегии современного государства в условиях неопределенности // Конфликтология. – 2013. – № 4. – С. 62-73.
6. Пашкус В.Ю., Булина А.О. Экономика и культура: креативная экономика, государственное регулирование и подходы к оценке бренда территории // Региональная экономика: теория и практика. – 2014. – №35. – С. 39-47.
7. Пашкус В.Ю., Пашкус Н.А. Ценностные изменения профессиональных приоритетов в России под воздействием внедрения инструмента образовательного кредитования // Проблемы современной экономики. Евразийский экономический журнал. – 2010. – №3. – С. 395-398.
8. Пашкус Н.А., Пашкус В.Ю. Разработка управленческих решений: теория, математические модели и программная реализация. – СПб.: НИИХ СПбГУ, 2000. – 220 с.
9. Социально-культурная сфера в новой экономике: от развития образования до арт-рынка. Коллективная монография / К.Алмакучуков, Г.Е.Алпатов, А.В.Белов и др.; Под ред. Н.М. Старобинской. – СПб.: КультИнформПресс, 2019. – 164 с.
10. Pashkus V., Pashkus N., Pashkus M. Building a Strong Cultural Brand of Saint-Petersburg in the Global Economy: Breakthrough Positioning and Approaches to the Assessment // Proceedings of the 15th International Scientific Conference on Globalization and its Socio-Economic Consequences. – Zilina, Slovakia, 2015. – P. 559-571.
11. Масленников Д. "Великий Устюг – родина Деда Мороза" - самый успешно-развивающийся туристический бренд России – [Электронный документ] – <https://www.votpusk.ru/story/fototext.asp?ID=7118>
12. Ханафиева С. Как корабль вы назовете // Эксперт Урал. 2006 №6 – [Электронный документ] – <http://www.acexpert.ru/archive/6-223/kak-korabl-vi-nazovete.html>
13. Вологдастат – [Электронный ресурс] – <https://vologdastat.gks.ru/>

*А. А. Тернуцак (студентка 1 курса магистратуры,
Института экономики и управления РГПУ им. А.И. Герцена)
Научный руководитель: Н.А. Пашкус, д.э.н., профессор каф. отраслевой экономики и
финансов РГПУ им А.И. Герцена*

БРЕНД САНКТ-ПЕТЕРБУРГА С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ ТЕРРИТОРИИ

В последние годы города ищут новые способы продвижения. Из-за быстрых изменений в технологии и перехода от местной к глобализированной среде города вынуждены конкурировать друг с другом, чтобы стать привлекательным туристическим направлением, местом работы, культурным богатым местом и многим другим. Растущая конкуренция между городами может рассматриваться как один из последствий глобализации, которая проявляется в различных формах и сферах деятельности. Современный город должен постоянно обновляться. В этом смысле города разрабатывают стратегии поддержки, «продают» и рекламируют себя на мировом рынке. На сегодняшний день в большинстве российских городов выявляется потребность создания и поддержания нового имиджа (бренда) города. Ключом к успешному брендингу является создание отношений между брендом и потребителем, чтобы «функции и ценности бренда отвечали потребностям потребителя».

Бренд представляет собой гармоничное сочетание социальной и культурной жизни, современной инфраструктуры, власти и деловой активности, привлекательного инвестиционного климата и исторического наследия. В современном мире формирование бренда и его успешная интеграция является ключевым аспектом в обеспечении благополучия и развития общества. Географическая мобильность возрастает и влияет на благосостояние

территорий. Комплекс мероприятий по брендингу обеспечивает устойчивое место на рынке для территории. Брендинг территории - стратегия повышения конкурентоспособности отдельных территорий, ориентированная на различные целевые группы клиентов: туристов, инвесторов, высококвалифицированных рабочих-мигрантов. Основная цель стратегии - продвижение материальных и нематериальных ресурсов территории в результате распространения информации о ее уникальности среди широкой аудитории потенциальных клиентов. Территориальный бренд является инструментом реализации стратегии регионального развития. Он представляет собой особый товар, и его потребительская ценность заключается в раскрытии и использовании своего потенциала. Сегодня территории вынуждены конкурировать на внешнем и внутреннем рынке. Города и страны участвуют в высококонкурентной борьбе за инвестиции, профессионалов, туристов, и поэтому важной задачей областей является предоставление «чего-то выдающегося или уникального» на рынке [5]. Что-то «уникальное» должно помочь обеспечить уникальную позицию на рынке и позитивный имидж среди других областей.

Особенностью брендинга мест является интегрированный, диверсифицированный подход, в отличие от фокусировки только на одном из аспектов (например, участие туристов). Автором этого подхода является Саймон Анхолт - один из ведущих специалистов в области брендинга в мире. Согласно его концепции, конкурентная идентичность территории может быть представлена в форме шестиугольника, показывающего шесть компонентов бренда: туризм, экспортируемые бренды, международная и внутренняя политика, инвестиции и иммиграция, культура и историческое наследие, люди.

Популярность брендинга мест в России и мире возрастает из года в год. Власти все чаще понимают, что трудно эффективно решать возникающие социальные, экономические и политические проблемы без грамотного позиционирования и продвижения региона. Кроме того, популярности способствуют яркость и выразительность проектов, успешно реализованных в мире, их кажущаяся простота и быстрая скорость реализации. Тем не менее, несмотря на то, что методология развития бренда территории хорошо известна, в мировой и российской практике она не всегда используется.

Основной ошибкой при разработке бренда территории является уникальность, созданная искусственно вдали от ценностей, стереотипов и ощущений жителей, а также ее корректировка в соответствии с действующей стратегией развития территории. Таким образом, в то время как внешние условия меняются, стратегия теряет свою актуальность, то же самое произойдет и с брендом. Однако даже если бренд был создан до стратегии, он остается и может стать основой для разработки новой стратегии. Суть в том, что хороший бренд территории основан на его подлинности, которая чрезвычайно консервативна и идет в ногу с поколениями. Таким образом, стратегия развития города или региона должна учитывать эти территории как бренд, а не наоборот.

Также часто случается, что местный брендинг не подкрепляется реальными действиями по инвестиционному климату, улучшению инфраструктуры, повышению уровня жизни со стороны местных властей. В таком случае речь идет о рекламе территории.

Качественный брендинг территории – длительный, дорогой и сложный процесс, требующий привлечения серьезных исследовательских, аналитических и экспертных ресурсов, профессиональных команд разработчиков. Анализ значительного массива данных, сбор социологической информации, специалисты в области маркетинга, брендинга, дизайна, рекламы и связей с общественностью необходимы для эффективного развития бренда территории. Хорошие образовательные учреждения подчеркиваются в стратегиях брендинга города либо напрямую (акцент делается на качестве образовательных учреждений и предлагаемых программ), либо косвенно (когда акцент делается на возможностях развития людей, качестве жизни, технологии и инновации). Высшее образование создает предпосылки для второстепенного фактора конкурентоспособности, инноваций. Как следствие, включение образования в качестве основы стратегии брендинга города позиционирует его как место для привлечения талантов, инновационных компаний и прямых иностранных инвестиций,

выходящих за рамки развития туризма или экспорта. «Университеты и города одновременно восхищаются, не доверяют и не понимают друг друга. В зависимости от времени, места, экономических условий связь между местностью и университетом может колебаться между осторожной доброй волей и прямой враждебностью, и это отражает принципиально разные организационные структуры и институциональные цели» [3, с. 118].

Наряду с Парижем, Римом и Венецией Санкт-Петербург включен в список объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО, а в Список всемирного наследия ЮНЕСКО входит около 4000 выдающихся архитектурных, исторических и культурных памятников Санкт-Петербурга.

Однако Санкт-Петербург - не просто музей под открытым небом, но и один из крупнейших научных и образовательных центров России. Именно в Санкт-Петербурге по указу императора Петра Великого была создана Российская академия наук, и было открыто первое светское высшее учебное заведение России - Академический университет. Высшее образование и науку Северной столицы прославили такие великие ученые, как Даниэль Бернулли, Леонард Эйлер, Мориц Герман (Борис) фон Якоби, Альфред Бернхард Нобель, Михаил Ломоносов, Дмитрий Менделеев, Иван Павлов, Александр Попов, Жорес Алферов и многие другие. ученые, чьи имена находятся в глобальном зале славы научной мысли.

Санкт-Петербург – признанный научный центр России, сосредоточивший более 10% научного потенциала страны, а также центр академических, отраслевых и университетских исследований, способный генерировать научно-технические достижения в приоритетных направлениях развития науки, техники и технологий. Сильная система профессионального образования была и остается важным конкурентным преимуществом Санкт-Петербурга, еще более значимым в контексте перехода к экономике знаний. Это крупнейшая отрасль социального сектора города, обеспечивающая работой более 86 000 учителей и других специалистов, а также обучение и социализация более 408 000 студентов и аспирантов. 16% экономически активного населения Санкт-Петербурга (более 470 000 человек) работают или обучаются в системе профессионального образования, которая готовит высококвалифицированных специалистов не только для Санкт-Петербурга, но и для всех регионов России, а также для других стран мира.

В целях привлечения молодежи к науке, популяризации среди них инновационной деятельности и привлечения молодых талантов в компании ежегодно проводится ряд конкурсов для студентов и аспирантов, присуждаются премии Правительства Санкт-Петербурга. Эффективная система грантов и конкурсов доказывает, что в Санкт-Петербурге создана уникальная среда для получения университетского диплома и последующего применения вновь приобретенных профессиональных навыков и талантов. Комитет по науке и высшему образованию является государственным органом, отвечающим за разработку политики Санкт-Петербурга в области науки и высшего образования.

Санкт-Петербург по праву можно назвать образовательной столицей России. Являясь одним из важнейших российских центров образования и научных исследований, город Санкт-Петербург занимает второе место по концентрации вузов в России. Здесь можно найти десятки государственных и частных университетов разных областей и типов. Большинство этих российских вузов соответствуют европейским и международным стандартам образования и высоко ценятся по всей стране. Это иллюстрируется большим количеством молодых людей, поступающих в один из более чем 120 университетов, институтов или академий в Санкт-Петербурге, после окончания средней школы.

Один из лучших университетов, который выделяется выдающимся образованием, – это старейшее и крупнейшее в России высшее учебное заведение – Санкт-Петербургский государственный университет – один из старейших, крупнейших и ведущих классических университетов и один из важнейших центров науки, образования и культуры в России, основанный в 1724 году. Ежегодно в этом университете обучается около 32 000 студентов. Кроме того, вторым по величине негосударственным высшим учебным заведением является Институт международных экономических отношений, экономики и права. Другие

соответствующие университеты включают в себя также Санкт-Петербургский государственный политехнический университет, Государственный педагогический университет им. Герцена и Санкт-Петербургский военно-технический университет, и это лишь некоторые из них. Три петербургских университета входят в топ-10 университетов с самым высоким средним значением ЕГЭ в 2018 году: Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики (Университет ИТМО) и Университет НИУ ВШЭ - Санкт-Петербург.

Таблица 1.

Рейтинг университетов России по среднему проходному баллу ЕГЭ по одному предмету [1]

№ п/п	Название высшего учебного учреждения	Балл
1	Московский физико-технический институт (государственный университет)	96,4
2	Национальный проектный институт	95,6
3	МГИМО, университет	95,3
4	Высшая школа экономики (г. Москва)	94,6
5	Санкт-Петербургский государственный университет	91,8
6	Пушкинский государственный институт русского языка	90,8
7	Университет НИУ ВШЭ - Санкт-Петербург	90,5
8	Национальный исследовательский ядерный университет "МИФИ" (Московский инженерно-физический институт)	90,3
9	Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики (Университет ИТМО)	90,2
10	Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ	89,7

В 2018/2019 учебном году в высших учебных заведениях Санкт-Петербурга обучается более 314,3 тыс. студентов: более 278,8 тыс. студентов – в государственных вузах и около 22,7 тыс. студентов – в частных вузах.

Число иностранных граждан, обучающихся по программам бакалавриата, специалиста и магистратуры в вузах Санкт-Петербурга, значительно увеличилось за последние годы и составило 28,2 тыс. человек в 2018 году. Доля студентов-нерезидентов, обучающихся на очной форме обучения в государственных университетах, увеличилась с 38% в 2002 году до 70,5%.

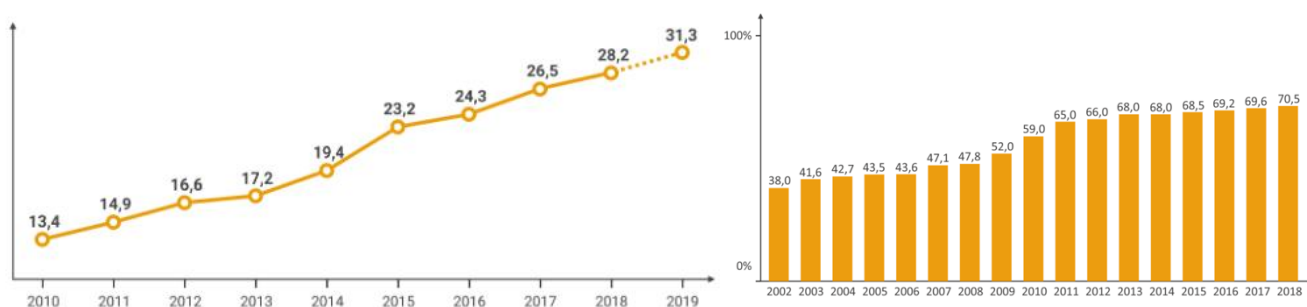


Рисунок 1. – Слева – количество иностранных граждан в высших учебных заведениях Санкт-Петербурга в тыс. человек, справа – количество студентов – нерезидентов в государственных ВУЗах, в процентах [1]

Более 90,3 тысячи студентов получают государственную академическую стипендию в 2018/2019 учебном году.

Прием в вузы Санкт-Петербурга по программам высшего образования (бакалавриат, специальность и магистратура) по всем формам обучения в 2018/2019 учебном году составил более 92,9 тыс. человек, что выше, чем в предыдущие годы – 87,7 тыс. в 2016/2017 учебном году 90,2 тыс. человек в 2017/2018 учебном году.

Система среднего профессионального образования (СПО) в 2019 году включала в себя 114 образовательных организаций, которые реализуют программы обучения полуквалифицированных рабочих и программы обучения квалифицированных рабочих и специалистов (Рис. 2).

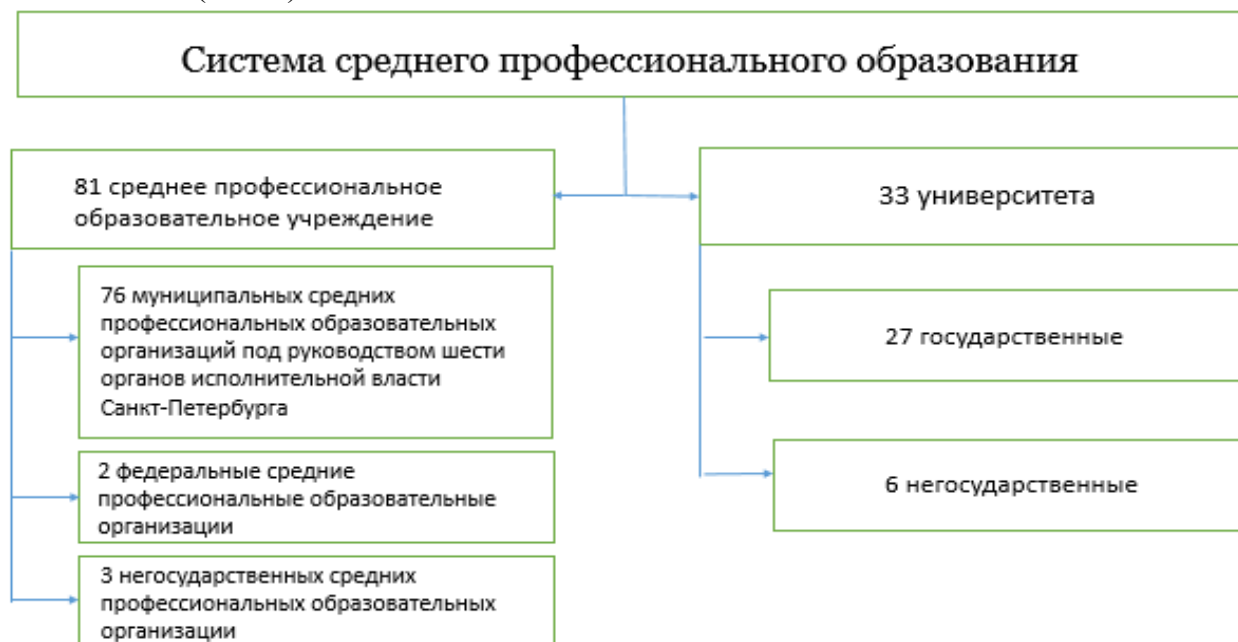


Рисунок 2. – Структура системы среднего профессионального образования [1]

Помимо высших учебных заведений, в Санкт-Петербурге очень большое количество учреждений общего среднего образования – школы и гимназии – с уклонами в стороны технических или гуманитарных наук. Нельзя оставить без внимания такие заведения, как Физико-математический Лицей №239, Губернаторский Физико-Математический лицей № 30, Академическая гимназия имени Д.К. Фаддеева СПбГУ, Школа № 1529 имени А.С. Грибоедова, Санкт-Петербургская классическая гимназия № 610, Лицей «Физико-техническая школа» (ФТШ – единственная в России школа, входящая в систему Российской академии наук) и т.д. Также стоит отметить, что в Санкт-Петербурге получило большое распространение дополнительное образование – различные кружки для детей с первого по одиннадцатый классы, также имеющие уклоны в одну или несколько дисциплин. Наиболее известные из них: кружок олимпиадной математики «1-2-3!», система кружков олимпиадной математики «Фрактал», в котором помимо основной дисциплины преподают еще физику и программирование, есть секция «Литературный клуб «ПриОткрытие»» и «Петербургведение», РобоТрек, Центр Европейский языков LEXICA и т.д.

Высшие учебные заведения, профессиональные образовательные организации и научные организации Санкт-Петербурга заключили и реализуют более 4600 соглашений с партнерами из зарубежных стран и регионов Российской Федерации, в том числе более 3800 международных соглашений и более 800 межрегиональных соглашений. В рамках партнерских соглашений образовательные и научные организации Санкт-Петербурга сотрудничают в области реализации совместных научно-образовательных программ и проектов, обмена научно-технической информацией и литературой, участия в совместных конгрессах в области профессионального образования и науки, совместная публикация результатов научных исследований и др.

Для развития и укрепления образовательного и научного потенциала Санкт-Петербурга Правительство Санкт-Петербурга регулярно проводит ряд крупных

национальных и международных мероприятий в области науки и образования, в том числе Неделю науки и профессионального образования Санкт-Петербурга, которая включает в себя Санкт-Петербургскую международную выставку науки и образования и Санкт-Петербургский конгресс «Профессиональное образование, наука и инновации в XXI веке», Санкт-Петербургский международный инновационный форум и другие мероприятия [4].

Брендинг территории дает большие возможности при правильной подаче, это связано с созданием идентичности места, не лишенной смысла и идеи, и ее интеграцией в систему коммуникаций. На начальном этапе развития бренда задача сводится к идентификации стереотипов, представлений и ассоциаций, которые затем составляют основу идентичности. Предпосылки для выделения территориальной идентичности можно найти на любой территории, даже если на первый взгляд кажется, что они отсутствуют.

Список литературы:

1. Комитет по науке и высшему образованию. – [Электронный ресурс] – http://studyinspb.ru/present/education_and_science/ (Дата обращения: 15.02.2020)
2. Луговая О.А., Фролов Д.П. Территориальный маркетинг в преддверии чемпионата мира по футболу 2018 г. в России: мировой опыт // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2014. – No01(109). – С. 32-43.
3. Паршин П.Б. Территория как бренд: маркетинговая метафора, идентичность и конкуренция. – М.: МГИМО-Университет, 2015. – 195 с.
4. Пашкус Н.А. и др. Бизнес-сопровождение инновационных проектов: Малые инновационные предприятия вуза: Учебно-методические материалы / Под ред. Н.А. Пашкус, Н.М. Старобинской. – СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2013. – 179 с.
5. Pashkus V.Yu., Pashkus N.A., Pashkus M.V. Building a Strong Cultural Brand of Saint-Petersburg in the Global Economy: Breakthrough Positioning and Approaches to the Assessment // Globalization and its Socio-Economic Consequences. Proceedings 15th International Scientific Conference. – Zilina: University of Zilina, 2015. – Pp. 559-571.

Часть 5

ПРОБЛЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ И ВОЗМОЖНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИХ РЕШЕНИЯ

М.В. Рудак (магистрант 1 курса, Института экономики и управления РГПУ им. А.И. Герцена)

Научный руководитель: О.И. Смирнова, к.э.н., доцент, доцент кафедры экономической теории и экономического образования РГПУ им. А.И. Герцена

ОСНОВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ БЮДЖЕТНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Аннотация: Статья посвящена особенностям бюджетного финансирования современной сферы образования РФ. Рассмотрены принципы и модели бюджетного финансирования образовательных учреждений. Проанализированы расходы консолидированного бюджета и государственные расходы на образование по различным классификациям. Выделены проблемные зоны и направления совершенствования финансирования сферы образования РФ.

Образование занимает важное место в жизни социума, так как на развитие государства, несомненно, оказывают влияние уровень и качество предоставляемого образования. В настоящее время Россия находится впереди большинства стран Восточной Европы и некоторых западноевропейских стран с относительно низким уровнем экономического развития, но отстает от большинства стран Западной Европы, в основном по показателю ВВП на душу населения и уровню жизни.

Образовательная сфера в настоящее время включена в состав опорных отраслей России. Основным предназначением образования выступает обеспечение квалифицированными кадрами других отраслей хозяйственной деятельности, разработка новых видов технологий, реализация масштабных научных исследований. Помимо этого, образовательной сфере требуется приспособляться к происходящим изменениям в экономике, обществе и государстве (изменения в развитии производственных сил общества, спроса на рабочую силу, ожиданий потребителей). Особое значение в рамках успешного функционирования образовательной сферы принадлежит ее финансовому обеспечению [6].

Образовательные услуги являются одним из первостепенных векторов направления деятельности государства и требуют выделения значительных финансовых средств. Финансовая деятельность, которая разворачивается в сфере образования, является процессом планового формирования, распределения и использования денежных средств для практического воплощения образовательной функции в государстве. Недостаточное финансирование образовательных учреждений может отрицательно сказаться на материальной базе и уровне подготовки работников. Нехватка финансовых ресурсов также может вызвать отток квалифицированных кадров научно-педагогического персонала, снизить социально-экономический уровень развития страны и ее конкурентоспособность на мировом рынке [2].

Бюджетное учреждение – это некоммерческая организация, созданная Российской Федерацией, субъектом РФ или муниципалитетом для выполнения работ, оказания услуг в сфере образования, здравоохранения, науки, культуры, социальной защиты, трудоустройства, физической культуры и спорта. Бюджетное учреждение использует бюджетные средства пропорционально утвержденному бюджету на расходы и доходы, который отражает общую доходность учреждения в виде бюджетных средств, а также средств от коммерческой и другой деятельности. При реализации сметы расходов и доходов

учреждение имеет право самостоятельно расходовать средства, поступающие из внебюджетных источников. Учреждение не имеет права устанавливать денежные отношения с кредитными организациями, другими юридическими и физическими лицами.

Бюджетные образовательные учреждения являются одной из наиболее многочисленных групп образовательных учреждений, которые функционируют в нашей стране. Их содержание обеспечивается средствами федерального, регионального и местного бюджета.

Важным условием эффективного функционирования экономики страны является организация и эффективное использование бюджетных средств государства, которые направляются на содержание бюджетных образовательных учреждений. Величина средств, которая предоставляется бюджетной системой этим учреждениям, как и эффективность их использования, влияет на разрешение и выполнение тех социальных задач, которые стоят перед обществом. Организация финансирования бюджетных образовательных учреждений представляет собой процесс денежного обеспечения, которое предоставлено в безвозвратном порядке, выделения денежных средств из государственного бюджета на расходы, связанные с выполнением государственных заданий, осуществлением государственных программ и поддержанием жизнеспособности государственных бюджетных учреждений.

Бюджетное финансирование основано на единых принципах. В дополнение к безвозвратности, акцент также делается на целенаправленности финансирования выполнения работ, услуг и соблюдения финансовой дисциплины. Принципы бюджетного финансирования включают в себя:

1) Максимальный эффект с минимальными затратами. Бюджетные ресурсы могут и должны предоставляться при условии максимального использования. Этот эффект может быть выражен двумя способами. Во-первых, решением максимального количества задач социально-экономического развития страны при заданном объеме денежных средств. Во-вторых, увеличением поступлений бюджетных средств за счет роста доходов получателей средств;

2) Целевой характер использования. Это обеспечивается путем выделения бюджетных ресурсов определенным получателям. Соблюдение этого принципа предотвращает неэффективное использование бюджетных ассигнований;

3) Предоставление бюджетных ресурсов только по мере использования ранее выделенных средств. С одной стороны, это позволяет налоговым органам эффективно и действенно контролировать деятельность компаний, организаций и учреждений. С другой стороны, более рационально распоряжаться ограниченным бюджетом;

4) Безвозвратность бюджетных средств. Бюджетные ассигнования предоставляются без условия их обязательного возврата в государственный бюджет;

5) Бесплатное распределение означает, что получатели бюджетных ассигнований не обязаны выплачивать государству никакие средства в виде процентов, части доходов и т.д.

Организация финансирования бюджетных образовательных учреждений предусматривает определение целей, на которые выделяют финансовые средства, размера денежных средств, срок их поступления, порядок расходования и отчетность о произведенных затратах. На основе сформированного учредителем бюджетного образовательного учреждения государственного задания выделяются бюджетные средства в форме субсидий на выполнение государственного задания и в форме субсидий на иные цели.

Модель финансирования образовательных учреждений представляет собой систему денежных потоков, разграниченную по доходам и расходам, которые осуществляет данное образовательное учреждение.

В настоящее время существует несколько моделей бюджетного финансирования образования. Основными из которых являются сметное и нормативно-подушевое финансирование.

Сметное финансирование. Государство выделяет образовательным организациям бюджетные средства, разграничивая их по видам затрат. Органы управления образованием

утверждают подведомственным им образовательным учреждениям смету доходов и расходов. Финансовые средства планируются и выделяются их получателю по статьям экономической классификации бюджетных расходов. Размер финансовых средств рассчитывается в зависимости от категории и пропускной способности образовательного учреждения. Планирование выделяемых средств по каждой статье производится на основе фактических затрат прошлого периода и нормативов (нормативов штатного расписания и оплаты труда, расходов на учебное оборудование и инвентарь и т.д.), которые устанавливаются в расчете на показатели пропускной способности и дифференцируются по видам и категориям учреждений. Учреждения не вправе использовать бюджетные средства для расходов, не предусмотренных сметой, или превышать расходы по тем или иным статьям без санкции вышестоящего органа управления. Смета бюджетного учреждения – документ, определяющий объем и поквартальное распределение бюджетных ассигнований на все расходы данного учреждения, составленный в разрезе статей бюджетной классификации и в соответствии с установленными требованиями.

Нормативно-подушевое финансирование. Данный механизм финансирования является формой реализации принципа «деньги следуют за учеником». Объем финансирования, выделяемого образовательному учреждению из бюджета, зависит от численности учащихся и стоимости образовательной услуги (норматив финансирования), им предоставляемой, в расчете на одного ученика. Все образовательные учреждения (предоставляющие аналогичные образовательные услуги) получают одинаковую сумму на каждого учащегося. В результате образовательные учреждения заинтересованы в максимизации числа учащихся. Между образовательными учреждениями возникает конкуренция за учеников, что является стимулом для повышения качества предоставляемых образовательных услуг. Конкуренция заставляет образовательные учреждения быть гибкими, стимулирует их инновационную активность [7].

Основными целями перехода к нормативно-подушевому финансированию в образовании являются:

- повышение обоснованности пользования региональными финансовыми ресурсами при реализации образовательных программ;
- расчет реальных затрат на реализацию образовательной программы;
- переход от финансирования содержания образовательных учреждений к финансированию востребованных образовательных программ;
- оптимизация региональной сети образовательных учреждений.

Важным преимуществом системы нормативного бюджетного финансирования является возможность определения нежизнеспособных образовательных учреждений в рамках программы реструктуризации их сети.

К преимуществам нормативного финансирования относят повышение экономической защищенности образовательных учреждений, существенное снижение влияния субъективных факторов при распределении финансовых ресурсов, повышение самостоятельности образовательных учреждений и их заинтересованности в эффективном и законном использовании выделенных средств и др.

Государственные расходы на сферу образования являются важным показателем социального развития, который отражает степень заинтересованности государства в качестве образования граждан.

Результаты анализа показателей государственного финансирования образования в России в 2014–2018 годы позволяют сделать вывод, что в общем сохраняется положительная динамика в росте государственных затрат (см. табл. 1).

Таблица 1

Расходы консолидированного бюджета РФ в сфере образования в период 2014–2018 гг.

Год	Расходы, всего	Расходы на образование	
		Образование	% к общим расходам
2014	27 611,7	3 037,3	11,0
2015	29 741,5	3 034,6	10,2
2016	31 323,7	3 103,1	9,9
2017	32 395,7	3 264,2	10,1
2018	34 284,7	3 668,6	10,7

Источник: [5]

Также необходимо проанализировать государственные расходы на образование по различным классификациям.

Таблица 2

Государственные расходы на образование по отдельным уровням бюджетной системы (млрд. руб.)

	2016	2017	2018
Федеральный бюджет	597.8	615.0	722.6
Консолидированные бюджеты субъектов РФ	2 546.9	2 690.1	3 015.6

Источник: [3]

Государственные расходы федерального бюджета на образование по отдельным уровням бюджетной системы в течение 2016-2018 гг. постоянно увеличивались. В 2018 г. по сравнению с 2016 г. они увеличились на 124,8 млрд. руб. Расходы консолидированного бюджета субъектов РФ имели такую же динамику, как и расходы федерального бюджета, и увеличились в течение анализируемого периода на 468,7 млрд. руб.

Таблица 3

Государственные расходы на образование по подразделам классификации расходов бюджетов (млрд. руб.)

	2016	2017	2018
Консолидированный бюджет РФ и бюджеты государственных внебюджетных фондов	3 103.1	3 264.2	3 668.6
Дошкольное образование	679.0	722.5	841.4
Общее образование	1 488.4	1 329.5	1 471.7
Дополнительное образование детей*	–	237.7	251.0
Среднее профессиональное образование	199.8	212.0	251.6
Профессиональная подготовка, переподготовка и повышение квалификации	21.0	23.9	33.0
Высшее образование	505.3	511.0	554.2
Молодежная политика и оздоровление детей	65.1	68.5	72.8
Прикладные научные исследования в области образования	11.8	12.9	14.6
Прочие расходы в области образования	132.9	146.3	178.4

* До 2017 г. учитывалось по подразделу «Общее образование». Источник: [3]

Государственные расходы консолидированного бюджета РФ на образование по разделам классификации расходов бюджетов за 2016-2018 гг. увеличились на 565,5 млрд. руб. В составе консолидированного бюджета в большей степени выросли расходы на дошкольное образование (на 162,4 млрд. руб.), на СПО (на 51,8 млрд. руб.), и на высшее

образование (на 48,9 млрд. руб.). Расходы на общее образование имели иную динамику, в 2017 г. по сравнению с 2016 г. данная статья снизилась на 158,9 млрд. руб. и, несмотря на увеличение в 2018 г. по сравнению с 2017 г. на 142,2 млрд. руб. уровень 2016 г. не был достигнут.

Несмотря на то, что система образования в РФ относительно стабильна, в последние годы все же сокращаются средства, выделяемые государством на ремонт и реконструкцию образовательных учреждений, которые нуждаются в новом оборудовании, так как старые порой достигают критического уровня. Некоторые общеобразовательные учреждения сталкиваются с острой нехваткой средств, которые выделяются из государственных и муниципальных бюджетов на самые необходимые нужды – заработная плата педагогам, закупка учебной и методической литературы, коммунальное обслуживание и поддержка надлежащего состояния зданий [8].

В рамках функционирования и финансового обеспечения образовательной сферы России могут быть выделены различные проблемы:

1. Ориентированность вузов на результативность финансового обеспечения. Финансирование деятельности вузов в настоящее время осуществляется в соответствии с государственным заданием. В конце финансового года подводят итоги и формируют оценку достижения параметров результативности вузов, что оказывает прямое влияние на объемы финансирования в следующем году [1].

Несмотря на объемы выделяемых средств механизм субсидирования программ развития высших учебных заведений, распространяется только на 1% вузов, что, безусловно, является отрицательным моментом и многие вузы недофинансируются. При этом большое количество вузов России не получают требуемых объемов субсидий, что приводит к формированию некачественных параметров результативности бюджетного финансирования высших учебных заведений.

2. Механизм распределения финансовых ресурсов, реализуемый между вузами, деятельность которых направлена на подготовку кадров по разным специальностям и направлениям. Результаты анализа финансового обеспечения высших учебных заведений свидетельствует о наличии существенного разброса финансовых средств в зависимости от направлений подготовки. Подтверждением этого является то, что вузы творческой направленности характеризуются меньшим уровнем финансирования в сравнении с вузами медицинской направленности;

3. Не сформированные качественные показатели финансового управления в рамках функционирования высших учебных заведений. Наиболее проблемными являются такие моменты, как:

- имеющиеся пробелы в рамках финансового планирования;
- нарушения, которые имеются в сфере разработки и исполнения государственного задания, возникающие при выполнении вузами государственного задания;
- возникновение разрывов в исполнении кассовых расходов по суммам субсидий и наличие остатка неосвоенных средств на счетах вузов.

4. Недостаток внебюджетных финансовых ресурсов, слабая включенность данных ресурсов в сравнении с мировой практикой. Практически полное отсутствие спонсорства, пожертвований, вложений в фонды целевого капитала, а отдельные примеры остаются единичными (менее 0,6% бюджетных расходов на образование).

Представленные проблемы, связанные с финансированием высших учебных заведений, не являются исчерпывающими и включают в себя другие проблемные зоны. Особое внимание в данном случае необходимо акцентировать на устранение имеющихся проблем и реализовать мероприятия, направленные на совершенствование финансирования деятельности высших учебных заведений. Соответственно, в состав основных направлений совершенствования механизма финансирования высших учебных заведений в России на современном этапе требуется включить следующие компоненты [4]:

- организационные, результатом которых будут выступать расширение автономии вузов;
- финансовые, которые предполагают, что процесс распределения бюджетных средств должен быть реализован в соответствии с результатами деятельности, что будет являться дополнительным стимулом для развития вузов, повышения уровня ответственности руководителей вузов, а также реализации оптимального финансового планирования, внедрения системы материального стимулирования сотрудников в случае реализации успешных проектов с привлечением дополнительных финансовых средств;
- стимулирование внебюджетного финансирования, которое предполагает, что в рамках функционирования высших учебных заведений необходимо заниматься привлечением внебюджетных источников, таких как: организация корпоративной связи вуза с работодателями; привлечение частного сектора в качестве полноправного участника образовательного процесса [1].

Таким образом, представленные компоненты механизма финансирования высших учебных заведений будут способствовать совершенствованию деятельности сектора высшего образования. Кроме того, будет наблюдаться расширение возможностей, как высших учебных заведений, так и потребителей образовательных услуг. При этом особое внимание требуется акцентировать на повышение эффективности использования имеющихся средств. Выработка более эффективной и оптимальной системы финансирования деятельности высших учебных заведений будет способствовать решению проблемы качества финансирования за счет: повышения объемов возвратных средств, обеспечения прозрачности финансовых потоков, формирования солидарной ответственности участников процесса образования.

Список литературы:

1. Макарычев В. А. Проблемы бюджетного финансирования высших учебных заведений: совершенствование нормативно-подушевого механизма // Бизнес. Образование. Право. – 2018. – № 2 (43). – С. 250-254.
2. Мудрова Л.И., Дикая О.А. Проблемы бюджетного финансирования расходов на образование // Научные исследования: векторы развития. – Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2019. – С.157-159.
3. Образование в цифрах: 2019: краткий статистический сборник. – М.: НИУ ВШЭ, 2019. – 96 с. – [Электронный документ] – <https://www.hse.ru/primarydata/oc2019>
4. Официальный сайт Министерства образования Российской Федерации – [Электронный ресурс] – <https://minobrnauki.gov.ru/> (дата обращения: 18.01.2020)
5. Официальный сайт Министерства финансов РФ – [Электронный ресурс]. – <https://www.minfin.ru/ru/>
6. Семеко Г. В. Финансовое обеспечение системы образования: глобальные тенденции и особенности России // Россия и современный мир. – 2019. – №3. – С. 89-107.
7. Филинов В.А. Финансирование системы образования. Маркетинг образования. – Смоленск: ГАУ ДПОС «СОИРО», 2015. – 32 с.
8. Шиляева, М.И. Финансирование бюджетных организаций учреждений в современных условиях // Проблемы и пути социально-экономического развития: город, регион, страна, мир. – СПб.: ЛГУ им. А.С.Пушкина, 2016. – С.322-325.

*Д.А. Торопенко (магистрант 1 курса,
Института экономики и управления РГПУ им. А.И.Герцена)*
*Научный руководитель: С.В. Пузийчук, к.э.н. доцент, доцент кафедры экономической
теории и экономического образования РГПУ им. А.И.Герцена*

ОБРАЗОВАНИЕ – ФУНДАМЕНТАЛЬНАЯ ИНВЕСТИЦИЯ В ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ

Аннотация: В инновационной экономике одним из направлений, которое обеспечивает рост накопления и развития человеческого капитала, является образование. В данной статье рассматривается значение инвестиций в человеческий капитал, описываются методы его оценки. Также, были проанализированы статистические данные Глобального индекса развития человеческого капитала за 2017 год и мировой индекс человеческого развития, дана характеристика развитию человеческого капитала в России.

В ходе научного исследования было установлено, что инвестиции в образование являются фундаментальными при формировании человеческого капитала, при этом не стоит забывать о том, что необходимо не только вкладывать в него, но и правильно применять.

Образование обеспечивает и подготавливает кадры для каждой из сфер общественного воспроизводства. Конкурентоспособность среди современных компаний в большей степени определяется уровнем внедрения и использования достижений научно-технического прогресса, умением внедрять управленческие и технологические инновации, источником которых выступает воплощённый в сотрудниках человеческий капитал. Человеческий капитал накапливается и формируется за счёт инвестиций, к которым относятся затраты в любых своих проявлениях. Исходя из этого, возникают проблемы в организациях с оценкой эффективности и целесообразности вложений в человеческий капитал сотрудников компании.

Инвестиции в человеческий капитал способны повлиять как на развитие человека, так и на социально-экономическое развитие государства. Современные руководители активно поддерживают теорию человеческого капитала и одобряют все расходы, которые связаны с повышением качества жизни населения.

Удивительно, что сегодня в России экономическая система страны находится в кризисе. Кризис вызван не только ухудшением производственной деятельности, но, и растущим уровнем деградации накопленного экономического и научно-технического потенциала. В связи с этим, возникает проблема грамотного применения человеческого капитала. Большинство высококвалифицированных сотрудников не могут применить свои знания и умения, так как экономическое развитие страны развивается не так стремительно, как хотелось бы. Человеческий капитал является фундаментом успешного развития экономики России. Обеспечение благоприятными условиями, которые помогут полностью использовать накопленный интеллектуальный и профессиональный потенциал, поможет реализовать успешные российские реформы.

Остановимся более конкретно на исследовательской деятельности, здесь необходимо оценить общее состояние, динамики и структуры человеческого капитала в условиях проведения экономических реформ. Возникает вопрос о проблемах, которые, возможно, могут возникнуть в сам момент инвестирования в человеческий капитал на любом этапе его накопления и главная цель – проанализировать количественные характеристики человеческого капитала и оценить нормы отдачи от инвестиций в человеческий капитал.

Объект исследования – социально-экономические процессы социально-экономические процессы инвестирования в человеческий капитал и методологические подходы к его оценке формированию, сохранению и использованию в современных условиях.

Предмет исследования – выступают количественные и качественные характеристики человеческого капитала, а также принципы и сами источники инвестирования в человеческий капитал.

Существует два показателя эффективности от инвестиций в человеческий капитал:

1) Потребительский эффект – получает полезность из самого процесса инвестирования.

2) Инвестиционный эффект – выгоды, которые могут получить человек, фирмы, общество после окончания процесса инвестирования.

Чем образованней человек, тем больше вероятность того, что он освоит новые технологии и продукты, сможет внедрять данные инструменты в свою деятельность, а значит, существенно повышает свою конкурентоспособность на рынке труда. Накопленный человеческий капитал способствует быстрому созданию и распространению научно-технических открытий и изобретений.

Исходя из этого, актуальным направлением в исследовании будет являться изучение подходов, необходимых для управления человеческим капиталом как фактором роста в условиях инновационной экономики. Именно этот фактор обеспечивает реализацию задач любой сложности. Проанализировав различные подходы авторов к понятию «Человеческий капитал» [1], было выявлено, что они опираются на модифицированное определение, который предложил Васильев: человеческий капитал – знания и навыки, которые были накоплены человеком в результате непрерывного обучения и профессиональной деятельности, влияющие на возможность трудоустройства для человека и уровень заработной платы. Согласно Всемирному Экономическому Форуму (WEF), человеческий капитал – это люди, обладающие знаниями и навыками, которые позволяют создавать ценность в глобальной экономической системе [2].

Также, хотелось бы представить структуру человеческого капитала, которую можно будет учитывать при изучении теории. Основные компоненты, составляющие структуру: человеческие компетенции, знания и умения, профессиональные навыки, способности, состояние здоровья, культурно-нравственный капитал и социальная идентичность (Рис. 1.).

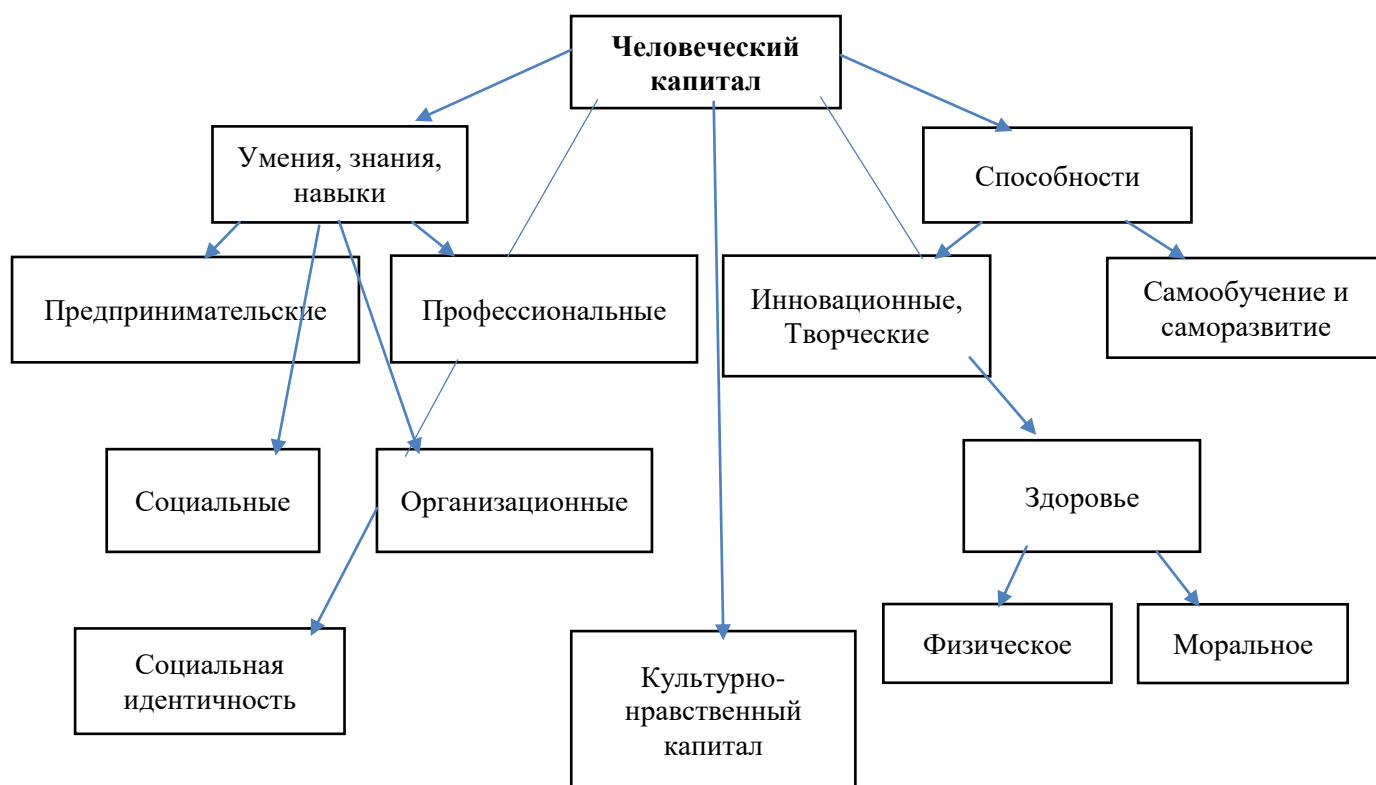


Рисунок 1 – Структура человеческого капитала

Один из важнейших аспектов, составляющих человеческий капитал – образование. Это связано с оказываемым влиянием на дальнейшую деятельность человека на рынке труда и на сам человеческий капитал.

Ещё в 2000-х приём в высшие учебные заведения страны стал в значительной мере превышать количество выпускников средних школ. Образование стало более доступно и в ВУЗы потянулись не только выпускники школ, но и уже достаточно состоявшиеся взрослые люди, которые в своё время не смогли получить высшее образование и в лучшем случае, смогли окончить средне-профессиональное учреждение. Приём осуществлялся как на бюджетные места, так и на платные, изначально, он распределялся равномерно, но, в последующие года количество студентов, обучающихся на платных образовательных программах стало увеличиваться.

Повышенный интерес к высшему образованию возник из-за нескольких факторов:

- Обесценивание человеческого капитала в предшествующий период;
- Появление новых рабочих мест и стремление работодателей занять их специалистами, имеющих высшее образование.

Возникла беспрецедентная ситуация, зарплата работников среднего возраста стала превышать доходы молодёжи всего лишь на 30-40%. Всеобщее стремление к получению высшего образования сократилось уже через 5-7 лет, люди начали разочаровываться в предоставляемых образовательных услугах. По их мнению, знания, получаемые в высших учебных заведениях, не удовлетворяли спрос на рынке труда. В этот момент появился новый всплеск – массовый интерес к самообразованию и дополнительному образованию. Сначала сам человек начал инвестировать в своё развитие, а затем и работодатель стал вкладывать в развитие своего сотрудника.

В зависимости от экономического благополучия и устройства промышленной структуры в стране, уровень человеческого капитала может варьироваться. На рынке труда существенно увеличился процент работников, имеющих высшее образование и это, показывает, как быстро изменился спрос на квалифицированную рабочую силу. Человеку для поддержания своей конкурентоспособности на рынке труда необходимо постоянно повышать свою квалификацию и заниматься дополнительным непрерывным образованием. Формированию человеческого капитала способствуют различные инвестиции, рассмотрим их содержательный признак (Рис. 2.).



Рисунок 2 – Содержательный признак инвестиций в образование

Благодаря полученному образованию и специальному обучению, возможно повысить качество рабочей силы. Чем больше у человека развит человеческий капитал, тем больше оплачивается его труд на производстве. Для решения проблемы можно предложить

инвестиционное решение, исходя из которого, возникнет решение о поступлении в высшее и средне-профессиональные учебные заведения. В момент принятия решения будет правильным оценить всевозможные выгоды и издержки. Исследуя образование с точки зрения инвестиций в человеческий капитал, Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. определили, что чем больший доход приносит диплом об образовании, тем привлекательнее выглядит колледж или вуз, и тем больше студентов или их родителей решают инвестировать в них [7]. При этом, если повысить стоимость образовательных услуг или иных прямых издержек, то значительно уменьшится количество желающих поступить в образовательное учреждение. И, таким образом, возможно сокращение притока людей с высшим или средним специальным образованием в ближайшем будущем.

Для того, чтобы выявить критерии и дать оценку человеческому капиталу в работе следует применять составляющие глобальных мировых рейтингов. С помощью них возможно определить скрытые тенденции в его развитии и установить взаимосвязи с ключевыми и комплексными индикаторами. Во многих странах, в большинстве – развивающихся, беря за основу использование дешевой рабочей силы, пытаются создать экономические ценности. Данная стратегия может не сработать из-за технологических изменений, которые были вызваны четвертой промышленной революцией. Существует и обратная ситуация, среди стран с развитой экономикой создание экономических ценностей основывается на внедрении инноваций. Но, при этом рабочие места и сектора в значительной мере рискуют остаться без притока трудовых ресурсов. «Мы нуждаемся в формировании совершенно нового мышления для более эффективной адаптации наших образовательных систем к образованию, которое необходимо для рабочей силы» – цитируется в отчете Клаус Шваб, основатель и исполнительный глава Всемирного Экономического Форума. Инвестиции в развивающийся талант, через образование и занятость, способствуют формированию человеческого капитала.

Любая страна должна быть заинтересована в улучшении качества человеческого капитала, так как он может существенно увеличить производительность каждого из индивидов, сделать их более гибкими и подготовить их к внедрению инноваций. В результате большого скачка в развитии технического прогресса изменяется и характер труда, в этот момент повышается значимость инвестиций в человеческий капитал. Обратившись к Докладу о мировом развитии (ДМР) за 2019 «Изменения на рынке труда», можно отметить, что на рынке возросла ценность работников с более высоким уровнем человеческого капитала. Особенно, ценятся кадры, обладающие развитыми когнитивными и социально – поведенческими навыками [3].

Одной из важнейших движущих сил устойчивого экономического роста и сокращения уровня бедности является – человеческий капитал. Но, несмотря на это, зачастую, бывает сложно объяснить значимость инвестиций. Основная проблема заключается в том, что результат и эффективность потраченных ресурсов возможно отследить только через несколько лет. Если же рассмотреть, строительство мостов или дорог, то с точки зрения результативности инвестиций можно сразу дать им оценку с экономической и политической стороны. А что касается инвестиций в человеческий капитал детей, здесь результат будет заметен только тогда, когда дети вырастут и начнут его применять. Соответственно, большинство стран не спешит инвестировать достаточно средств в человеческий капитал. Они теряют возможность обеспечить прочную взаимосвязь между физическим и человеческим капиталом, с одной стороны, экономическим ростом и сокращением бедности – с другой.

К.Макконелл и С.Брю в своем учебнике экономики выделяют три вида инвестиций в человеческий капитал:

- расходы на образование, включая общее и специальное, формальное и неформальное, подготовку по месту работы,

- расходы на здравоохранение, складывающиеся из расходов на профилактику заболеваний, медицинское обслуживание, диетическое питание, улучшение жилищных условий;
- расходы на мобильность, благодаря которым работники мигрируют из мест с относительно низкой производительностью в места с относительно высокой производительностью [6, с. 171.].

Помимо перечисленных видов, инвестициями в человеческий капитал выступают расходы на фундаментальные научные разработки. В современном информационном обществе наука выступает своеобразным генератором человеческого капитала.

Ко всем рассмотренным выше видам инвестиций в человеческий капитал, относятся также и потерянные заработки студентов, посещающих занятия в университете, и работников, проходящих переподготовку по месту работы. Потерянные заработки – это, те возможные доходы, которые рассматриваются как отвлечение рабочей силы от экономической деятельности [4]. Однако, эта статья в системе национального учета отсутствует.

Статистические данные Глобального индекса развития человеческого капитала за 2017 год:



Рисунок 3 – Резерв развития человеческого капитала в различных регионах, данные за 2017 г.

Глобальный индекс охватил 130 разных экономических систем в Мире. Для того, чтобы дать характеристику успехам той или иной страны в развитии человеческого капитала пришлось выявить свыше 50 показателей и объединить их в 4 общие группы, такие как: образование и профессиональная подготовка; здоровье, физическое и психологическое благополучие; социальная мобильность, инфраструктура, правовая защита; трудоустройство и занятость.

В среднем мир развил только 62 % своего человеческого капитала, как измерено данным индексом, страны пренебрегают или тратят впустую, в среднем, 38 % своего таланта (Рисунок 4). В Северной Америке и Западной Европе недоиспользуют человеческий капитал на 26 и 29 % соответственно, а в странах Африки резерв составляет 47 %. Как правило, лидируют в Индексе, страны с высоким уровнем дохода и многолетней приверженностью образовательным достижениям своих людей. Первенство в развитии кадрового потенциала и человеческого капитала удерживают Норвегия, Финляндия, Швейцария, США, Дания, Германия и Новая Зеландия. Они получили более 70 баллов из 100 возможных. Пять последних позиций в рейтинге распределились между Мали, Эфиопией, Сенегалом, Мавританией и Йеменом. Россия в рейтинге развития человеческого капитала заняла 16 место. Среди стран СНГ и Балтии позиции

распределились следующим образом: Латвия – 28 место, Армения – 49, Молдова – 62, Украина в рейтинге заняла 24-ю позицию из 130 стран, обогнав всех соседей, кроме России, которая оказалась выше на 8 позиций. При этом разница в оценке – менее 1 балла (у Украины 71,31, у РФ – 72,16). Крупнейшие экономики мира расположились на разных местах в рейтинге: Япония занимает 17 место, Соединенные Штаты – 4, Китай – 34.

Индекс человеческого развития в странах мира, 1990-2017

Место	Страна	1990	2000	2010	2014	2016	2017
1	Норвегия	0,850	0,917	0,942	0,946	0,951	0,953
3	Австралия	0,866	0,898	0,923	0,933	0,938	0,939
5	Германия	0,801	0,868	0,921	0,930	0,934	0,936
12	Канада	0,849	0,867	0,902	0,918	0,922	0,926
13	США	0,860	0,885	0,914	0,918	0,922	0,924
14	Великобритания	0,775	0,867	0,905	0,919	0,920	0,922
19	Япония	0,816	0,855	0,885	0,903	0,907	0,909
22	Республика Корея	0,728	0,817	0,884	0,896	0,900	0,903
24	Франция	0,779	0,849	0,882	0,894	0,899	0,901
28	Италия	0,769	0,830	0,870	0,874	0,878	0,880
39	Саудовская Аравия	0,697	0,743	0,808	0,852	0,854	0,853
47	Аргентина	0,704	0,771	0,813	0,820	0,822	0,825
49	Россия	0,734	0,720	0,780	0,807	0,815	0,816
64	Турция	0,579	0,655	0,734	0,778	0,787	0,791
74	Мексика	0,650	0,702	0,743	0,761	0,772	0,774
79	Бразилия	0,611	0,684	0,727	0,752	0,758	0,759
86	Китай	0,502	0,594	0,706	0,738	0,748	0,752
113	ЮАР	0,618	0,630	0,649	0,685	0,696	0,699
116	Индонезия	0,528	0,606	0,661	0,683	0,691	0,694
130	Индия	0,427	0,493	0,581	0,618	0,636	0,640
189	Нигер	0,210	0,252	0,318	0,345	0,351	0,354
–	Мир	0,598	0,642	0,698	0,718	0,726	0,728

Рисунок 4 – Индекс человеческого развития в странах мира, 1990-2017гг.

Если рассматривать индекс человеческого развития на примере России, то можно отследить минимальную динамику роста, сопровождающегося временным спадом в период экономического кризиса. Опираясь на данные, представленные на Рисунке 2, можно сделать вывод, что рост человеческого капитала за двадцать семь лет повысился на незначительный процент, этого явно недостаточно для того, чтобы повысить экономический рост в стране. Экономическая структура населения России находится на одном уровне. Около 57% населения страны являются трудоспособными, экономически активными являются чуть меньше половины общей численности и 85% трудовых ресурсов. Падение объема производства, начиная с 1990 года почти вдвое, существенно не повлиял на уровень безработицы в стране. В малых городах увеличивается процент безработных и существенно отличается от средних показателей по стране, но в целом, находится на уровне среднеевропейских показателей. Здесь стоит учитывать разницу в доходах между Россией и любой европейской страной, именно поэтому, для России это является достаточно серьезной проблемой, которая требует срочного решения.

Сравнительный анализ демонстрирует отставание России по многочисленным метрикам по сравнению с развитыми странами, многими быстроразвивающимися государствами.

Чтобы понизить уровень безработицы в стране, необходимо грамотно распределять человеческий потенциал, грамотно инвестировать в него и достойно оценивать результат.

Человеческий капитал в нашей стране развит достаточно слабо!

Большинство граждан нашей страны, закончив университет, находят работу не по специальности. Данный фактор критично сказывается на экономике страны.

Чтобы поднять уровень человеческого капитала в стране, необходимо:

1) Создать такую систему управления человеческими ресурсами, которая будет ими управлять на всех уровнях. Синхронизировать работу всех ведомств;

2) Необходимо более серьезное инвестирование в развитие человеческого капитала в России.

Государство в данный момент является главным инвестором образования в РФ, но, при этом, выступает не только как партнёр, с помощью которого можно получить значительную долю ресурсов, но и принимает участие как организатор, который способен регулировать институциональную основу инновационных взаимодействий. Приоритетной задачей государства выступает приведение структуры, содержания и в том числе организация образовательной деятельности, ориентируясь на требования общества.

Не стоит забывать, что каждый человек индивидуален и имеет различные природные данные. Поэтому, при рассмотрении содержания накопленного человеческого капитала, стоит обратить внимание не только на длительность обучения, но, и на сопутствующие издержки в том числе. Необходимо уметь ориентироваться на индивидуальные возможности освоения практических навыков и способность мыслить творчески, уметь обоснованно принимать решения, непосредственно связанных с риском. Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что развитие способностей к обучению является ключевым условием успешного функционирования личности, организации и государства в целом.

В законе Российской Федерации «Об образовании» подчеркивается гуманистический характер образования, приоритет общечеловеческих ценностей, жизни и здоровья человека, свободного развития личности. Образование актуализирует идеи гуманистического образования, где главной для человека является установка на его саморазвитие, самореализацию. Процесс реформирования российского образования меняет отношение к человеку, ведет к переосмыслению и перестройке основ традиционного образовательного процесса путем поиска его новых концептуальных моделей.

Список литературы:

1. Васильев Д.А. (2015) Словарь экономических терминов Васильева. – [Электронный ресурс] – <https://slovar.cc/ekon/vasilev.html> (Дата обращения 17.02.2020)
2. Всемирный экономический форум 2018: The Global Competitiveness Report, 2018 – [Электронный ресурс] – http://www.cdi.org.pe/pdf/IGC/2018/The_Global_Competitiveness_Report_2018.pdf (Дата обращения 17.02.2020).
3. Горелов Н.А., Круглов Д.В., Мельников О.Н. Управление человеческими ресурсами: современный подход: учебник и практикум для академического бакалавриата / Под ред. Н.А. Горелова. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 270 с.
4. Доклад о мировом развитии (ДМР), 2019 – [Электронный ресурс] – <https://www.vsemirnyjbank.org/ru/publication/wdr2019> (Дата обращения 18.02.2020)
5. Кендрик Дж. Совокупный капитал США и его формирование. – М.: Прогресс, 1978. – 275 с.
6. Макконелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. – Т. 2. – М.: Республика, 1992. – 400 с.,
7. Фишер С. Экономика / Пер. с англ. – 2-е изд. – М.: «Дело ЛТД», 1993. – 864с.

*Ю.В. Айдарова (аспирант 4 курса
института экономики и управления РГПУ им. А.И. Герцена)
Научный руководитель: Н.А. Паикус, д.э.н., профессор,
Профессор каф. отраслевой экономики и финансов РГПУ им А.И. Герцена*

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ СПО В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

Современные условия хозяйствования отличаются высокой степенью динамизма во всех сферах деятельности общества. В свою очередь цель сферы образования состоит в интеллектуальном, духовно-нравственном, творческом, физическом и (или) профессиональном развитии человека (в соответствии со ст. 2 ФЗ №272-ФЗ). В свою очередь цель среднего профессионального образования (далее – СПО) состоит в решении задач интеллектуального, культурного и профессионального развития человека и имеет целью подготовку квалифицированных рабочих или служащих и специалистов среднего звена по всем основным направлениям общественно полезной деятельности в соответствии с потребностями общества и государства, а также удовлетворение потребностей личности в углублении и расширении образования (в соответствии с п. 1 ст. 68 названного нормативного документа). Возникает необходимость в поиске инструментов и методов, повышающих актуальность содержания учебных программ и планов, учебно-методических разработок и проч., а также приводящих его в соответствие современному этапу социально-экономического и научно-технического развития общества.

Научная проблема данного исследования состоит в господстве в системе образования общеизвестного феномена состоящего в несоответствии содержания образовательных программ и иных документов (в том числе ФГОС) современным достижениям научно-технического прогресса, актуальным особенностям современного этапа социально-экономического развития общества, в том числе содержанию действующих нормативно-правовых законодательных актов. В качестве практического примера присутствия названного несоответствия следует обозначить, что отмена Единого социального налога, а также одновременное внедрение системы страховых взносов, осуществленное в 2011 году, нашло свое отражение в ФГОС по одной из специальностей СПО лишь в 2018 году [4].

Характеризуя современные условия хозяйствования, следует отметить, что, несмотря на действующие международные экономические ограничения (санкции и эмбарго), наличие международных политических, в том числе военно-политических конфликтов, процессы межгосударственной интеграции не утрачивают свою актуальность. Обозначенные обстоятельства формируют необходимость формирования у специалистов компетенций, позволяющих осуществлять профессиональную деятельность в международной (в том числе межкультурной) среде. Одновременно, в современных условиях становятся особенно актуальными проблемы организации опережающего и непрерывного образования. Проблема опережающего образования значима ввиду того, что достижения научно-технического прогресса, реализованные в практической (производственной) деятельности недостаточно оперативно находят своё отражение в образовательных программах, ФГОС, учебно-методическом обеспечении и проч.

Проблема непрерывного образования связана с тем же обстоятельством, и состоит в том, что в современных условиях возникает необходимость в непрерывной актуализации компетенций, полученных в рамках получения профессионального образования. Реализация непрерывного образования может быть осуществлена в рамках различного рода курсов повышения квалификации. Немаловажную роль играет проблема гибкости образования, которая предполагает возможность смены сферы профессиональной деятельности индивидуума, в том числе кардинальной. Актуальность рассматриваемой проблемы связана с

тем, что в современных условиях наблюдается устранение ряда специальностей СПО, внедрение новых. В нашей стране обозначенное реформирование системы СПО осуществляется в том числе посредством опубликования проекта соответствующего приказа Министерства Просвещения Российской Федерации [8]. В проекте приказа перечислен широкий спектр направлений подготовки, как в части подготовки высококвалифицированных рабочих и служащих, так и в части подготовки специалистов среднего звена. Ожидается, что направления профессиональной подготовки, представленные в проекте приказа, будут актуализированы посредством дальнейшего внедрения специальностей СПО, наибольшим образом соответствующим современным требованиям социально-экономического развития общества, достижениям научно-технического прогресса. Характеризуя содержание названного проекта документа, следует отметить, что часть специальностей, подлежащих устранению, совпадает со специальностями, отнесенными к ТОП-50 в соответствии с нормативным документом [3]. К специальностям СПО, отнесенным к ТОП-50 в соответствии с [3], и при этом утратившим свою актуальность в соответствии с положениями Приказа [8], следует отнести: Автомеханик, Метролог, Оптик-механик, Парикмахер, Токарь-универсал, и иные. Принимая во внимание выявленное соответствие, следует заключить, что в срок от издания Приказа Минтруда [3] (2015 г.) до издания Приказа Минпросвещения (2019 г.) ситуация на рынке труда и в сфере образования значительно изменилась.

Развивая проблемы реформирования российской системы среднего профессионального образования в части актуализации содержания ФГОС СПО следует представить сравнительную характеристику отдельных положений соответствующих нормативных документов. В качестве объекта для сравнительного анализа возьмем действующую [2] и предыдущую [1] редакцию ФГОС по специальности «Металловедение и термическая обработка металлов». В качестве существенного отличия последняя редакция рассматриваемого нормативного документа дополнена положениями об организации обучения лиц с ограниченными возможностями, что является значимым для достижения социально-экономического развития страны, обеспечения доступности образования для отдельных групп населения.

Оба рассматриваемых стандарта предполагают осуществление подготовки как по базовой программе с присвоением квалификации «Техник», так и по углубленной с присвоением квалификации «Специалист по термической обработке металлов». Требования рассматриваемых редакций нормативного документа к сроку реализации образовательных программ остались без изменения.

Рассматривая содержание компетенций, установленных анализируемыми нормативными документами, следует заключить, что перечень профессиональных компетенций не подвергался изменениям.

Анализируя содержание общекультурных компетенций, следует обозначить, что они соответствуют современным условиям технологического и социально-экономического развития общества и требуют от обучающихся и выпускников самостоятельного определения задач профессионального и личностного развития, осуществления самообразования, осознанного планирования повышения квалификации (ОК-8) [1, 2]. Также общекультурные компетенции, установленные рассматриваемыми стандартами, предполагают освоение обучающимися навыков ориентации в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности (ОК-9). Однако, перечень компетенций следует расширить положениями, предполагающими освоение и возможность осуществления образовательной и трудовой деятельности в международной среде, что предполагает достаточно глубокие знания иностранного языка (иностраных языков). Последней версией ФГОС [4] по рассматриваемой специальности уделяется 180 часов обязательных учебных занятий по дисциплине «Иностранный язык», при этом предыдущая версия стандарта [1] уделяла названной учебной дисциплине 246 часов. В статье [7], а также иных источниках рассматриваются практические примеры осуществления международной

коммуникации, в том числе рядовыми работниками организаций. Для работников технических специальностей обозначенный аспект трудовой деятельности не утрачивает актуальность ввиду наблюдаемой международной интеграции, в том числе в рамках осуществления международного трансфера технологий. Таким образом, следует заключить, что наблюдаемое реформирование российской системы образования несет в себе как положительные результаты, так и результаты несоответствующие современным условиям хозяйствования и жизнедеятельности.

В статье рассмотрены основные проблемы развития российской системы СПО, выделены отдельные аспекты реформирования несоответствующие современным условиям хозяйствования. По результатам обзора нормативных документов сделан ряд выводов о результативности и предпосылках реформирования российской системы СПО. Обоснована значимость включения в перечень общекультурных компетенций, устанавливаемых ФГОС, требований по осуществлению международной коммуникации.

Список литературы:

1. Приказ Минобрнауки РФ от 17.11.2009 N 610 «Об утверждении и введении в действие федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 150408 Металловедение и термическая обработка металлов» (Зарегистрировано в Минюсте РФ 10.12.2009 N 15510)
2. Приказ Минобрнауки России от 21.04.2014 N 358 (ред. от 17.03.2015) «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 22.02.04 Металловедение и термическая обработка металлов» (Зарегистрировано в Минюсте России 28.05.2014 N 32475)
3. Приказ Минтруда России от 02.11.2015 N 831 «Об утверждении списка 50 наиболее востребованных на рынке труда, новых и перспективных профессий, требующих среднего профессионального образования»
4. Айдарова Ю.В. Современное состояние и перспективы развития среднего профессионального образования в России // Проблемы современной экономики. – 2018. – №4. – С.213-215.
5. Бизнес-сопровождение инновационных проектов: Малые инновационные предприятия вуза: Учебно-методические материалы / Под ред. Н.А. Пашкус, Н.М. Старобинской. – СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2013. – 179 с.
6. Пашкус В.Ю., Пашкус Н.А. Модернизация российского образования: проблемы, направления, возможности внедрения в ВУЗах // Общество: политика, экономика, право. – 2014. – № 3. – С. 16-21.
7. Поликарпов К.И., Ткаченко Е.А. Влияние личностных, национальных, культурных и иных особенностей работников предприятия на условия реализации международных сделок реорганизации бизнеса // Вестник НГИЭИ. – 2018. – № 8. – С. 79-91.
8. Федеральный портал проектов нормативно-правовых актов – [Электронный документ] – <https://regulation.gov.ru/projects/List/AdvancedSearch#npa=94630> (дата обращения 15.11.2019).

*К.Е. Козлова (магистрант 1 курса,
Института экономики и управления РГПУ им. А.И. Герцена)
Научный руководитель: Л.Р. Вахитова, к.э.н., доцент каф. экономической теории и
экономического образования РГПУ им. А.И. Герцена*

ЭЛЕКТРОННАЯ ИНФОРМАЦИОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ СРЕДА КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Исследование роли электронной информационно-образовательной среды (ЭИОС) в повышении конкурентоспособности образовательного учреждения среднего профессионального образования (ОУ СПО) является на сегодняшний день приоритетной задачей государственной политики в сфере образовательных услуг [5]. Современные тенденции цифровизации экономики и образования влекут за собой качественные изменения системы управления ОУ СПО, что подтверждает актуальность данной работы.

Реформация кадрового, финансового, материально-технического, организационного, ресурсного и методического обеспечения является проблемой, решение которой открывает возможности для повышения конкурентоспособности ОУ СПО.

ОУ СПО являются и субъектом и объектом таких изменений, что требует усилий для реорганизации образовательного процесса. ЭИОС, внедряемая в ОУ СПО, является обязательным требованием к современной образовательной системе, регламентируемым последними федеральными образовательными стандартами (ФГОС) СПО и, кроме того, по нашему мнению, является фактором конкурентоспособности организаций, реализующих образовательные услуги [5]. К тому же, на современном этапе развития рыночной экономики, перед ОУ СПО должна ставиться цель разработки критериев оценки конкурентоспособности. Мы считаем, что внедрение в ОУ СПО элементов ЭИОС может повлиять на эти критерии положительно. Также, можно предположить, что это повлияет и на финансовые результаты деятельности ОУ СПО.

Универсальной модели такой реформации на данный момент не существует, так же как и нет возможности разработать ее для любого ОУ, т.к. в данном случае необходимо ориентироваться на внутренние возможности и внешние факторы, индивидуальные для каждой организации данной сферы.

Итак, целью данной статьи является обоснование влияния ЭИОС на конкурентоспособность ОУ СПО.

Для этого необходимо решить следующие задачи:

- 1) охарактеризовать проблемы влияния ЭИОС на конкурентоспособность ОУ СПО;
- 2) рассмотреть факторы и методы оценки конкурентоспособности ОУ СПО;
- 3) проанализировать особенности и проблемы внедрения ЭИОС в ОУ СПО;
- 4) сделать выводы по результатам комплексного анализа влияния ЭИОС на показатели (критерии) конкурентоспособности ОУ СПО.

Проблема конкурентоспособности интересовала еще А. Смита, Л. Вальраса, А. Маршалла и других известных исследователей. Но их концепции конкурентоспособности включали, в основном, ценовые факторы. В данной статье мы постараемся показать, что на конкурентоспособность ОУ СПО влияют самые разнообразные факторы, в том числе и элементы ЭИОС. К тому же, маркетинг, методы которого активно используют современные организации, требует смещения акцента организаций на постоянный и комплексный анализ не столько конкурентного рынка, сколько потребителей. Большое значение также оказывают политические, экономические и научно-технические факторы. Последние, в свою очередь, могут оказывать на конкурентоспособность ключевое влияние. Адаптация рынка ОУ к технологическим изменениям – является необходимым условием качественного оказания

образовательных услуг. Например, дистанционное обучение, образовательные платформы (Moodle) могут положительно повлиять на спрос на данном рынке. Современные потребители образовательных услуг требуют мобильности, гибкости той системы, участниками которой являются.

В актуальной литературе приведено множество примеров того, с помощью каких методов и показателей можно оценить влияние различных факторов на конкурентоспособность ОУ СПО.

Повышение конкурентоспособности через неценовые факторы может происходить двумя путями:

- 1) через совершенствование технических характеристик услуг;
- 2) через улучшение приспособляемости услуг к нуждам потребителей [4].

Залозная Д.В. определяет конкурентоспособность организации как относительную характеристику, которая выражает степень отличия развития данной организации от конкурентов по степени удовлетворения своими услугами потребности людей [2]. Если ЭИОС позволяет улучшить воспринимаемость услуги как качественной или наиболее удовлетворяющей потребности, то она является и фактором конкурентоспособности.

Поднимаемая нами проблема характеризуется следующими аспектами:

- 1) понятие ЭИОС на сегодняшний момент отражено в различных реферируемых источниках информации, но качественного, обоснованного анализа проблемы развития ЭИОС в ОУ СПО не приведено;
- 2) в большинстве доступных источников информации рассматривается конкурентоспособность ОУ ВО, а на уровне СПО проблема конкурентоспособности отражена в недостаточной для решения проблемы степени;
- 3) состояние рынка услуг СПО отличается нестабильностью, из-за влияния географических, демографических, культурных, экономических, научно-технологических и прочих факторов внешней среды;
- 4) большое количество отличных между собой, с точки зрения особенностей управления и финансового состояния ОУ СПО, не дает возможности для создания для них единой системы внедрения и развития ЭИОС, другими словами, стратегия внедрения ЭИОС с целью повышения конкурентоспособности должна разрабатываться для каждого учреждения отдельно, с учетом его специфики и индивидуальных факторов;
- 5) на данный момент не существует универсальной модели или критериев оценки конкурентоспособности ОУ СПО, с учетом внедрения ЭИОС в структуру учреждения;
- 6) влияние ЭИОС на конкурентоспособность ОУ СПО комплексно не исследовано в доступных источниках информации;
- 7) анализ, расчет показателей результативности внедрения ЭИОС в ОУ СПО с целью повышения конкурентоспособности, а также рекомендации по повышению конкурентоспособности за счет ЭИОС в доступных источниках информации не приведены.

Среди совокупности моделей, с помощью которых возможно оценить конкурентоспособность ОУ СПО, можно выделить:

1. Аналитические методы:

- 1) рейтинговая оценка (сравнение прямых конкурентов с помощью балльно-рейтинговой системы);
- 2) оценка на основе доли рынка (рассчитываются и оцениваются относительные доли рынка основных конкурентов);
- 3) оценка на основе конкурентоспособности образовательных услуг (происходит оценка качества и других свойств реализуемых услуг в сравнении с конкурентами);
- 4) оценка на основе теории эффективной конкуренции;
- 5) SWOT-анализ;
- 6) интегральный подход и другие методы.

2. Графические методы:

- 1) методика сравнительного анализа конкурентов (используя конкурентный профиль рынка или услуги);
- 2) матричные методы;
- 3) модели привлекательности рынка;
- 4) модель Портера и пр. [3].

Рассмотрим составляющие конкурентоспособности, определяющие управление конкурентоспособностью ОУ СПО:

1) финансово-экономическая (финансовое обеспечение студентов и преподавателей, эффективность оплаты труда, источники финансирования, например, среднегодовое количество студентов бюджетных групп);

2) кадровая (уровень квалификации преподавателей, их цифровой и компьютерной грамотности, выполнение требований аттестации педагогических работников);

3) содержательно-образовательная (реализуемые образовательные программы, программы дополнительного образования и повышения квалификации преподавателей и методистов);

4) конкурентоспособность выпускников (успеваемость, участие в конкурсах, система портфолио студента);

5) имиджевая (деятельность структурных подразделений колледжа в различных информационных источниках, средствах массовой информации, на сайте и т.д.);

6) технологическая (определяет использование на занятиях различных педагогических и информационных технологий, а на практических занятиях – использование современных отраслевых технологий для различных специальностей);

7) интеллектуальная (инновационный, творческий, научный, методический потенциал учреждения);

8) материально-техническая (фондовооруженность педагогических сотрудников необходимыми информационно-коммуникативными технологиями, корпоративными сетями, оборудованием, методическими и прочими ресурсами);

9) маркетинговая (оценка деятельности педагогических работников и управленческого персонала на рынке образовательных услуг, востребованность рассматриваемой организации, ценовая политика, проведение исследований и пр.).

Таким образом, можно вывести показатель конкурентоспособности ОУ:

$$K = KM + KK + KI + KT + \dots + Kn, \text{ где}$$

KM – коэффициент эффективности маркетинговой составляющей;

KK – коэффициент эффективности кадровой составляющей;

KI – коэффициент эффективности интеллектуальной составляющей;

KT – коэффициент эффективности технологической составляющей и т.д.;

Kn – коэффициент эффективности n-составляющей;

n – число компонентов конкурентоспособности [1].

При систематичном расчёте и анализе данного показателя появляется возможность выявить проблемы эффективности отдельных составляющих конкурентоспособности ОУ и своевременно их устранить, что позволит ОУ более качественно осуществлять планирование и организацию процесса реализации образовательных услуг.

Рассмотрим проблемы внедрения ЭИОС в ОУ СПО. Согласно требованиям ФГОС, реализация образовательных услуг должна включать:

а) эффективное управление образовательной организацией с использованием современных цифровых инструментов;

б) информационно-библиотечные центры;

в) проектирование индивидуальной, групповой, дистанционной деятельности с использованием ИКТ и специализированных платформ;

г) размещение продуктов деятельности ОУ на сайте и других публичных средствах информации;

д) обеспечение доступа студентов к учебно-методическим материалам и другой информации;

е) фиксация учебных результатов, формирование портфолио студентов [5].

Перечисленные требования ведут к изменению структурных компонентов образовательной среды, а именно технического обеспечения, программных инструментов, обеспечение методической поддержки педагогического состава, поиск источников финансирования и пр.

Важным критерием успешной интеграции информационных технологий в процесс обучения является активное участие в этом процессе преподавательского состава, его заинтересованность. Это можно осуществить, например, через определение критериев эффективного контракта с преподавателями.

Таким образом, можно сделать вывод, что важными элементами ЭИОС являются электронное обучение, дистанционные образовательные технологии, электронные образовательные ресурсы, совокупность информационных технологий [6]. А анализ факторов и показателей конкурентоспособности ОУ СПО показал, что наличие и развитие в ОУ СПО ЭИОС положительно влияет на результаты данной оценки.

Список литературы:

1. Жуков Г.Н., Заболотская Е.М., Прянишева Н.А. Управление конкурентоспособностью профессионального образовательного учреждения // Образование. Карьера. Общество. – 2011. – №3. – С. 59-63.
2. Залозная Д.В., Тарадина М.В. Учебное пособие по дисциплине «Управление конкурентоспособностью предприятия»: учебное пособие. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2017. – 327 с.
3. Кучина Е.В., Баева Д.А. Методические основы оценки конкурентоспособности предприятия в условиях нестабильной экономической среды // Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. – 2016. – №4. – С. 149-159
4. Мокронос А. Г., Маврина И. Н. Конкуренция и конкурентоспособность: учебное пособие. – Екатеринбург: Изд-во Урал ун-та, 2014. – 194 с.
5. Федеральные государственные образовательные стандарты среднего профессионального образования
6. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»

***А.Ю. Рой** (магистрант 1 курса,*

Института экономики и управления РГПУ им. А. И. Герцена)

Научный руководитель: Ю. Г. Тулупенко, к.э.н., доцент, доцент каф. экономической теории и экономического образования РГПУ им. А. И. Герцена

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Одним из актуальных направлений развития современного российского общества является переход к новым образовательным технологиям, реализующим инновационные практико-ориентированные подходы в образовании.

В условиях цифровизации экономики и образовательного пространства, развития социального партнерства, новых подходов к процессу обучения возрастает значимость предпринимательского образования и формирования предпринимательских компетенций.

Развитие предпринимательского образования предполагает положительное влияние на экономическую ситуацию в стране – снижение безработицы, увеличение количества самозанятых граждан, повышение инновационной активности, формирование

предпринимательской культуры, институционализация предпринимательства, повышение эффективности деятельности предпринимателей. Для общества предпринимательское образование создает условия для самореализации, способствует формированию предпринимательских компетенций, необходимых в любых сферах профессиональной деятельности, повышает конкурентоспособность работника на рынке труда.

В настоящее время под влиянием изучения предпринимательских практик в различных сферах деятельности предпринимательство понимают как определенный тип проактивного человеческого поведения, результатами которого могут быть и товары, и идеи, и институты. Предпринимательство определяют как ключевую компетенцию во всех сферах жизни, охватывающую знания, навыки и отношения [1, с.12].

Существуют различные определения предпринимательского образования, которые используются в государственных стратегиях по развитию предпринимательского образования, в различных исследованиях и отчетах международных организаций. Например, определение Юго-Восточного европейского центра предпринимательского образования (South East European Centre for Entrepreneurial Learning): «Предпринимательское образование – концепция образования и подготовки, которая поддерживает предпринимательский стиль мышления и основана на развитии отдельных личных качеств, включая базовые принципы эффективности в ежедневной жизни без специального фокуса на запуске бизнеса – все, что ведёт к повышению предпринимательской грамотности общества в целом» [2, с.7]. Европейский Фонд Образования (European Training Foundation) определяет предпринимательское образование как «все формы образования и подготовки, которые способствуют развитию предпринимательского духа и поведения, направленного или не направленного на достижение коммерческих целей» [3, с.4]. В отчете Европейской комиссии по результатам исследований предпринимательского образования: «Предпринимательское образование (entrepreneurship education) – все образовательные активности, которые нацелены на подготовку людей быть ответственными, предприимчивыми людьми, у которых есть навыки, знания и взгляды, необходимые им для достижения целей, которые они установили для себя, чтобы жить полноценной жизнью» [4, с.5].

Европейские страны отмечают значимость предпринимательского образования. Работа в этой области находит отражение в национальных стратегиях обучения предпринимательству, целью которых является создание и обеспечение условий для приобретения предпринимательских компетенций обучающимися на всех этапах системы образования.

Анализ образовательного опыта европейских стран позволяет сформировать представление о реализации системы предпринимательского образования в России, которая бы охватывала как профессиональное, так и общее образование.

На данный момент существует три подхода к предпринимательскому образованию [5, с.20].

1. Содержательный теоретический подход, имеющий целью сформировать знание о предпринимательстве (about). Данный подход наиболее распространён в вузах.

2. Профессионально-ориентированный подход, направленный на получение обучающимися необходимых знаний и навыков для предпринимателя (for).

3. Процессный подход, при котором обучающиеся проходят через предпринимательский процесс обучения.

Значимость формирования предпринимательских компетенций у обучающихся школьного возраста отмечена многими современными исследователями.

Начиная со школьного уровня следует формировать предпринимательское мышление, прививать нравственные ценности российского предпринимательства, объяснять значение предпринимательства в современной экономике, тем самым формировать новую предпринимательскую культуру в российском обществе, используя при этом процессный подход к предпринимательскому обучению. Именно этот подход представляет наибольший интерес для дальнейших исследований.

Обучение через предпринимательство означает формирование предпринимательских компетенций с тем, чтобы обучающиеся использовали их в процессе обучения любым другим дисциплинам.

Предпринимательское обучение представляет собой индивидуализированный, активный, групповой, практико-ориентированный, междисциплинарный подход, значительно отличающийся от стандартизированной, ориентированной на содержание, пассивной и основанной на одном предмете учебной программы в традиционном обучении.

Исходя из концепции «обучения через предпринимательство» может сложиться мнение о его схожести с проблемным обучением, проектным обучением и другими современными педагогическими технологиями. Однако, уникальные особенности предпринимательского обучения, такие как акцент не только на проблемах, но и на возможностях, итеративные эксперименты в сотрудничестве с внешними заинтересованными сторонами и особое внимание на новизне или инновационности создания результата или ценности для общества, позволяют достичь более высокого уровня мотивации, вовлеченности и глубокого обучения (deep learning), чем другие педагогические подходы.

«Обучение через предпринимательство» включает в себя развитие «предпринимательского мышления» (entrepreneurial mindset). Формировать предпринимательское мышление означает учиться «думать» как предприниматель – находчиво, гибко, креативно, глобально. Это способ мышления и действия, который перенимает обучающийся для процесса обучения.

На сегодняшний день предпринимательское образование стало широко распространенной темой не только международных научных исследований и государственных стратегий европейских стран, но и российских научных исследований. А. И. Парамонов ввёл термин «предпринимательская педагогика» и сформулировал несколько рабочих определений. Одно из них: «предпринимательская педагогика – область научно-практической деятельности, ориентированная на передачу способа организации жизни и деятельности предпринимателя через педагогический процесс в условиях «предпринимательской среды»» [9, с.57]. Целью предпринимательской педагогики является не изучение предпринимательства как профессиональной деятельности, а формирование навыков организации деятельности, присущих предпринимателю.

В современном мире на первый план выходят гибкие навыки и компетенции человека, его способность к постоянному обучению и самообразованию. В данных условиях обучение через предпринимательство может стать перспективной областью для дальнейшего исследования и внедрения в образовательный процесс.

Развитие предпринимательской педагогики как подхода к организации образовательного процесса может привести к новым результатам не только в сфере педагогики, но и экономики и предпринимательства.

Список литературы:

1. Entrepreneurship 2020 Action Plan. Reigniting the entrepreneurial spirit in Europe. European Commission, 2016.
2. European Commission. A Charter for Entrepreneurial Learning: the Keystone for Growth and Jobs. / European Commission, 2012.
3. Entrepreneurial Learning. European Training Foundation, 2011.
4. European Commission. Entrepreneurship Education: a road to success. / European Commission. Publications Office of the European Union, 2015.
5. Entrepreneurship in education: what, why, when, how – Entrepreneurship360 Background Paper, Local Economic and Employment Development Division of the OECD. Paris: OESD Publishing, 2015.
6. Аксенова Э. А. Как реализуется обучение через предпринимательство в шведских школах // Школьные технологии. – 2015. – № 3. – С. 66-78

7. Коротков А. В., Зобнина М. Р. Предпринимательское образование: определение и классификация // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 10-2. – С. 290-295.
8. Мусарский М. М., Платонова Е. Д., Игумнов О. А. Европейский опыт и перспективы развития предпринимательского образования в российских школах // Современная конкуренция. – 2018. – Т.12, № 1. – С. 62-75.
9. Парамонов А. И. Предпринимательская педагогика: обучение через предпринимательство // Экономика в школе. – 2011. – № 2. – С.56-66.

Е.А. Гамаюн (магистрант 2 курса Института экономики и управления РГПУ им. А.И. Герцена)

Научный руководитель: Ю.Г. Тулупенко, к.э.н., доцент, доцент каф. экономической теории и экономического образования РГПУ им. А.И. Герцена

КОНКУРЕНЦИЯ БИЗНЕС-ШКОЛ В УСЛОВИЯХ ОТКРЫТОСТИ РЫНКА

В качестве исследовательской задачи выбран анализ вызовов, встающих перед российскими бизнес-школами (БШ) в условиях конкуренции со стороны международных БШ. Рассматриваются конкурентные стратегии и инструменты маркетинга, которые могли бы способствовать росту конкурентоспособности отечественных БШ.

Ключевые слова: бизнес-образование, конкуренция, аккредитация, рейтинг, международное сотрудничество.

Двадцать-тридцать лет назад безоговорочным лидером на рынке бизнес-образования были Соединённые Штаты Америки. В последние 10–15 лет американские бизнес-школы (БШ) начали испытывать конкуренцию на растущих рынках Азии и Восточной Европы со стороны местных БШ, предлагающих свои программы MBA. Будущие слушатели получили большую свободу выбора, в какой стране обучаться, какую программу выбрать, сколько платить за образование. Эксперты отмечают: российское бизнес-образование получило международное признание.

Если задаться вопросом есть ли в России достойное качественное бизнес-образование, то ответ будет положительным. Это можно проиллюстрировать с помощью важного показателя – аккредитации «Triplecrown», или — в переводе на русский — «Тройная корона». «Тройная корона» — международная аккредитация AMBA, EFMD и AACSB, свидетельствующая о комплексной оценке качества учебного учреждения, содержания и практической направленности образовательных программ.

Получение аккредитации — довольно дорогая и трудоёмкая процедура. Однако престижные бизнес-школы готовы к подобным сложностям. Дело в том, что получение даже одной из трёх аккредитаций даёт сильнейшее конкурентное преимущество и международное признание бизнес-школе. Для внутренней структуры бизнес-школы аккредитация позволяет дать полноценную и развёрнутую картину её деятельности: оценить преимущества, выявить недостатки и рекомендации по их устранению. Каждая из трёх аккредитационных структур предъявляет свои требования и имеет свою специфику. Так AMBA — ассоциация MBA (Англия) имеет наиболее узкую направленность и аккредитует программы MBA, MBM и DBA, срок действия аккредитации 3–5 лет. EFMD — Европейский фонд развития менеджмента (Бельгия) — делает акцент на качественных показателях программ. Оценка проводится через опросы преподавателей, студентов, руководства, учитываются международные связи школы, а также настроенность образовательного процесса на международный уровень. AACSB — Ассоциация по развитию университетских школ бизнеса (США) — обладает наиболее широкой областью и аккредитует не отдельные программы, а весь университет в целом, аккредитация действует в течение 10 лет, после 5 лет

проводится повторная упрощенная аккредитация, делается упор на количественные показатели (количество преподавателей с ученой степенью, количество студентов и т.п.).

Получение сразу трёх аккредитаций бизнес-школой — ситуация крайне редкая. На сегодняшний день менее 1% бизнес-школ во всем мире владеет «Тройной короной». В России же таких организаций вовсе нет.

По итогам исследования АЦ Эксперт прослеживается следующая динамика количества российских бизнес-школ (программ), имеющих одну из аккредитаций «Тройной короны» (см. таблицу 1):

Таблица 1

Количество БШ, имеющих аккредитацию «Тройная корона»

Аккредитации, входящие в «Тройную корону»	2017	2018	2019
АМБА	10	12	14
EFMD	3	2	3
AACSB	0	0	2

Источник: [1].

В 2018 году аккредитацию АМБА получили Школа бизнеса и международных компетенций МГИМО и институт общественных наук ИОН РАНХиГС. Таким образом, число школ, имеющих аккредитацию АМБА, возросло до 12. Далее, в 2019 году, были аккредитованы ещё две программы Института государственной службы и управления РАНХиГС.

Аккредитацию EFMD в 2018 году прошли только две школы: Институт государственного управления и предпринимательства Уральского федерального университета имени первого Президента России Б.Н. Ельцина и Высшая школа бизнеса МГУ. А вот что касается аккредитации AACSB, то 2019 год стал прорывом сразу для двух бизнес-школ: Институт бизнеса и делового администрирования РАНХиГС и Московская школа управления СКОЛКОВО. В данном случае аккредитацию получают не отдельные программы, а все учреждение целиком.

Несмотря на отсутствие у большинства БШ этих аккредитаций, многие из них все же можно назвать востребованными. Стоит отметить, что действующий закон об образовании не предъявляет к БШ требований к аккредитации. Тем не менее, многие престижные БШ аккредитуются национальными структурами, например, Министерством образования, НАСДОБР, РАБО.

Вместе с тем полное пренебрежение стандартами размывает понятия о бизнес-образовании, что может привести к формированию небольших организаций, предлагающих псевдоМВА (junk MBA). Отсюда и появляется вопрос о качестве образовательных услуг. Качество услуг бизнес-школ складывается из следующих факторов:

1. *Практикоориентированность.* Еще в 90-е годы, когда бизнес-школы только начинали появляться, происходило обучение регулярному менеджменту по американскому образцу. Со временем стало понятно, что этот подход совершенно не учитывает специфику России. Сейчас это понимают и требуют менеджеры (целевая аудитория БШ) от образовательных учреждений, предоставляющих услуги в бизнес-образовании. Интерес слушателя фокусируется на прикладных знаниях, которые можно и необходимо использовать каждый день, включая конкретные инструменты. Теория отходит на задний план, слушатели могут самостоятельно изучить её из различных источников, а ценность заключается в инструментарии как эти теоретические знания использовать сегодня в конкретном бизнесе.

2. *Преподаватели.* Особую ценность представляю преподаватели, которые не просто передают знания, но ещё и создают их, ведут научную работу, прикладные проекты и за счёт этого могут передать не только свой личный опыт, который они получили, работая в какой-либо отдельно взятой организации, а опыт обобщения бизнес практики на этой территории. Профессор университета и профессор бизнес-школы в этом смысле существенно отличаются

друг от друга. Первый — человек науки, второй – практикующий деятель в сфере бизнеса. На сегодняшний день БШ России испытывают дефицит практиков, что делает слушателя программы не развивающимся специалистом в своем бизнесе, а студентом академического университета.

3. *Выбор слушателя.* Потенциальный слушатель должен пойти в аудиторию, где будут находиться люди подобные ему, такие от которых он может многому научиться. Лучше, если эта аудитория, представляющая разные отрасли, разные типы компаний, разные географические зоны. Это позволяет более эффективно выстроить систему общения. А также должно учитываться желание слушателя работать в российской компании, либо же в международной.

Качество образовательных услуг складывается из вышеперечисленных факторов. Однако даже если бизнес-школам удастся улучшить ситуацию, перед ними встает следующая проблема — маркетинговая политика. Свои услуги необходимо эффективно продвигать на рынок. Немаловажным остается имидж, бренд, привлекательность бизнес-школы для потенциального потребителя. Потенциальными потребителями в данном случае являются как корпоративные клиенты, так частные лица.

На имидж БШ оказывают влияние следующие данные, доступные потенциальным потребителям:

1. *Рейтинги.* Рейтинги профессиональных сообществ составляются на основе определенной комбинации: наличие международной аккредитации у школы (школа вписана в глобальную систему бизнес-образования, у неё есть внешнее подтверждение критериев её успеха). Особое значение имеют рейтинги со стороны слушателя. Исследования, проводимые среди поступающих в бизнес-школы, свидетельствуют о том, что порядка 60-70% из них обращают внимание на рейтинги. Они являются важным источником информации, позволяющим сравнивать бизнес-школы между собой по различным критериям. Рейтинги являются отправной точкой начала исследования рыночной ситуации.

2. *Интернационализация школы* - насколько она известна в мире, в какой степени её студенты участвуют в обменных программах. Для потенциального потребителя это свидетельство о том, что БШ вписана в международную бизнес-среду и принята там как профессиональный игрок.

3. *Рост доходов выпускников БШ.* Рейтинги западных БШ фокусируют своё внимание на несколько других показателях: количество зарубежных профессоров читает на программе, доля иностранных студентов. Российские же БШ более ориентированы на российский рынок и могут быть интересны тем иностранным слушателям, которые планируют реализацию бизнеса именно в России.

4. *Отзывы и рекомендации выпускников.* Когда происходит опрос выпускников, как правило, подобные отзывы о БШ оставляют не усреднённая аудитория, а самые успешные выпускники, те которые достигли положительных результатов в своём бизнесе.

Рассмотрим конкурентные стратегии, которые могли бы способствовать росту конкурентоспособности отечественных бизнес-школ.

1. *Ценовая стратегия.* Бизнес-образование по своей специфике можно отнести к «элитному образованию», так как зачастую цены на образовательные услуги БШ в разы превосходят цены на обучение в вузах («образование для всех»). Однако многие отечественные БШ, занимающие лидирующие позиции в рейтингах, предлагают широкий ассортимент программ именно по средним ценам. Отечественное образование имеет ценовое преимущество перед западным. К тому же, как утверждают представители предпринимательских кругов, в отечественных школах больше учитывают специфику работы именно в российской экономике. По оценкам представителей российских бизнес-школ сейчас подавляющее большинство слушателей курсов МВА оплачивают обучение из собственного бюджета, лишь 30% слушателей обучаются за счёт своих компаний. И лишь единицы решаются взять кредит на обучение в банке, так как слишком велики проценты по их выплате. Сопоставим цены отечественных и зарубежных бизнес-школ (см. таблицу 2).

Стоимость программ MBA отечественных и зарубежных БШ

Российские бизнес-школы	Зарубежные бизнес-школы
Институт бизнеса и делового администрирования РАНХиГС 15 545 USD	Harvard Business School 127 350 USD
Московская школа управления СКОЛКОВО 98 516 USD	Stanford Graduate School of Business 133 080 USD
Московская международная высшая школа бизнеса МИРБИС 11 225 USD	The Wharton School of the University of Pennsylvania 147 268 USD

Составлено по: [3].

2. *Стратегия повышения качества образовательных услуг.* Данная стратегия требует комплексного, долгосрочного планирования, изучения всех закономерностей, поставленных задач, которые обеспечивают эффективность деятельности бизнес-школы, её внешних и внутренних факторов. Для привлечения потенциальных потребителей (слушателей) необходимо создать *информационную открытость и прозрачность бизнес-школы*. Это обеспечит доступность к информации, касающуюся прав и обязанностей потенциальных потребителей, позволит более ответственно подойти к выбору программы и учебного заведения в целом. Также одним из важнейших показателей является *рост доходов выпускников* (см. таблицу 3). Бизнес-школа становится более привлекательной для потенциальных потребителей при опубликовании данных показателей или при участии в рейтингах, что позволяет оценить результаты деятельности бизнес-школы.

Таблица 3

**Средний рост дохода выпускников MBA и EMBA 2015-2017 гг.
(опрос MBA.SU, 2019 г.)**

Санкт-Петербург	
Высшая школа менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета	88%
Бизнес-школа ИМИСП	64%
Балтийский государственный технический университет им. Устинова («Военмех»)	55%
Бизнес-школа АМІ	45%
Открытая школа бизнеса	32%
Высшая экономическая школа Санкт-Петербургского государственного экономического университета (результат опроса 2018 г.)	31%

Источник: [2].

3. Безусловно, имидж бизнес-школы создают и *преподаватели*. Особым интересом пользуются известные и успешные предприниматели. Также учитывается количество иностранных преподавателей. Как правило, зарубежные преподаватели преподают на совместных программах MBA, где обучение ведется на английском языке. И в конце выпускники получают два диплома MBA: российский и бизнес школы-партнера. Сотрудничество с зарубежными бизнес-школами и участие в совместных мероприятиях также влияют на имидж БШ. К их числу относятся:

7. Факультет международных программ MBA Института общественных наук (ИОН) РАНХиГС. Предлагаются международные программы MBA и EMBA, разработанные РАНХиГС совместно с университетом Кингстона (Великобритания). Это одни из первых программ в России, предоставляющие британский диплом в соответствии с Болонским соглашением).

8. Московская школа управления СКОЛКОВО. Executive MBA for Eurasia совместно с Hong Kong University of Science and Technology (HKUST) Business School, Гонконг.

9. Экономический факультет МГУ имени М.В.Ломоносова. Executive MBA SMBS – International Management (совместно с Зальцбургской школой бизнеса).

В заключение отметим, что российские бизнес-школы уже продемонстрировали на международном рынке некоторые свои преимущества. Однако на пути их развития встает ряд сложностей, которые необходимо решить. Это позволит сохранить и усилить конкурентоспособность бизнес-школ как на внутреннем, так и на внешнем рынках.

Список литературы:

1. Карта интернационализации бизнес-школ России и стран СНГ (2019) / Аналитический центр «Эксперт» – [Электронный документ] – <http://www.acexpert.ru/analytics/rating/>
2. Карьера и рост доходов после MBA (2019) // MBA в Москве и России. – [Электронный документ] – https://www.mba.su/income_after/
3. Магистр делового администрирования // Образование за рубежом с UNIPAGE. – [Электронный документ] – https://www.unipage.net/ru/programs_mba
4. Оценка качества бизнес-образования в России – 2019 / РАНХиГС при президенте РФ – [Электронный ресурс] – <http://executive.ranepa.ru/news/interfax-19>
5. Как устроено бизнес-образование и кому управлять наукой (2018) / Российская ассоциация бизнес-образования «РАБО». – [Электронный документ] – <http://www.rabe.ru/news/kak-ustroeno-biznes-obrazovanie-v-rossii-i-komu-upravlyat-naukoy.htm>
6. Тарасова Е.Е., Шеин Е.А. Принципы и инструменты продвижения образовательных услуг на образовательном портале региона // Управленческое консультирование – 2017. – №12. – С. 147-156.

К.В. Королев (студент 4 курса факультета Технологического менеджмента и инноваций университета ИТМО)

А.К. Раскопина (студент 4 курса факультета психологии университета ЛГУ им. Пушкина)

Научный руководитель : Л.А. Королева, к.э.н., доцент, доцент кафедры экономической теории и экономического образования РГПУ им. А.И.Герцена

ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ И ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ ФОРМИРОВАНИЯ ОСНОВ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ЗНАНИЯ УЧАЩИХСЯ НАЧАЛЬНОЙ ШКОЛЫ

«Экономика», как термин, в переводе с греческого означает «домоводство, законы ведения быта, хозяйства» («ойкос» – домохозяйство, «номос» – закон). Позднее значение этого термина было достаточно расширено и в наше время под экономикой подразумевают управление хозяйством не только семьи, но и отрасли, фирмы, государства и мира в целом. Именно экономические знания являются основой знания об обществе, важной составляющей междисциплинарной системы гуманитарных наук. Эти знания имеют не только значение теоретическое, но практическое. Для человека – участника экономических процессов, важно знать о выборе между эффективностью и равенством, о достоинствах и недочетах экономических систем, о деятельности фирм и об организации отраслевых рынков, о рынке труда, о маркетинге и менеджменте, о рынках капитала и денег, о семейной экономике и поведении потребителей, о национальной и мировой экономике и т.д..

Несомненно, экономически безграмотному человеку предстоит более сложный жизненный путь, так как его решения в различных сферах жизни общества нередко будут ошибочными. Во всех сферах деятельности большое значение имеет экономическое мышление, под которым следует понимать систему устойчивых взглядов и представлений об экономических процессах, сложившуюся на основе практического опыта граждан, их участия в социально-экономической сфере, а также связей, в которые они интегрируются в

повседневном мире [1, с.56]. Экономическое мышление – это понимание того, как в наше время «работают» деньги, как функционирует бизнес и осознание ценностей, на котором основывается современное капиталистическое и демократическое общество.

Жизнь вне экономических отношений в современном мире невозможна, и чем раньше человек начнет приобретать основы экономического знания и мышления, необходимые практические умения, тем скорее и успешнее он интегрируется в процессы общественной жизни и рыночные процессы, получая преимущества во многих сферах жизни. Именно эти качества человека необходимы для целей перехода к высшему этапу развития постиндустриальной и инновационной экономики [3, с.89].

На сегодняшний день экономика охватывает многие сферы нашей деятельности, поэтому потребность в обучении младших школьников основам экономических знаний и представлений не подлежит сомнению, так как уже в этом возрасте начинается активная социализация детей, и они знакомятся с различными экономическими понятиями в семье и окружающем мире. Именно поэтому необходимо развивать финансовую грамотность и культуру, способность принимать самостоятельные, обдуманые решения, а также, формировать такие качества, как бережливость, ответственность, инициативность и предприимчивость.

Актуальность выбранной темы состоит в том, что в обществе формируется осознание того, что гражданам не хватает экономических знаний и представления о том, как функционирует экономика. А ведь уже после школы человек вступает в экономическую жизнь, и зачастую, оказывается совершенно не подготовленным к ней. Это ведет к серьезным ошибкам, начиная от неумения формировать собственный бюджет, заканчивая полной потерей денежных средств. Поскольку азы экономического знания должны закладываться в начальных классах, возросла важность экономического воспитания младших школьников.

Цель исследования – изучить возможности получения экономических знаний младшими школьниками, выявить недостатки системы обучения и сформировать направление ее совершенствования.

Формирование основ экономических знаний младших школьников могут происходить в форме урочной деятельности (на уроках) и внеурочной деятельности, а также в рамках дополнительного образования во время летнего отдыха и каникул. Наибольшего эффекта можно достичь при взаимодействии различных видов обучения и пространственно-организационных форм досуга школьников.

Разнообразие методических продуктов и форм, в которых может быть реализовано формирование экономических знаний говорит о расширении структуры привлекаемых институциональных ресурсов.

При анализе Федерального государственного стандарта начального общего образования, было выявлено, что в реестре основных учебных предметов, такая дисциплина, как «Экономика», отсутствует. Тем не менее, определенные аспекты экономического воспитания содержатся в учебных предметах «Окружающий мир», «Математика», «Технология». В предметных результатах данных дисциплин указаны такие умения:

1. различать доходы и расходы семейного бюджета;
2. извлекать и использовать в целях выполнения заданий и решения задач информацию, представленную в предметах повседневной жизни (например, счет, прайс-лист, ценник);
3. иметь общие представления о мире профессий, важности труда в жизни общества и человека, разнообразии предметов материальной культуры.

Кроме того, указанный в основе Стандарта системно-деятельностный подход подразумевает развитие и воспитание таких качеств личности, которые отвечают требованиям инновационной экономики [5].

В учебно-методическом комплексе по системе развивающего обучения Л.В. Занкова существует отдельный предмет «Экономика», который включен во внеурочную

деятельность. Занятия по данному курсу, помимо того, что решают основные задачи экономического образования, еще и формируют интеллектуальный и творческий потенциал каждого ребенка. По мнению авторов курса Т.В. Смирновой и Т.Н. Просняковой, решение экономических, а также, нравственных проблем может помочь детям узнать и развить свои способности и возможности, формирует условия для проявления гибкости мышления, предприимчивости и изобретательности. В целом, курс экономики направлен на то, чтобы помочь ребенку более полно представить значение, необходимость и роль использования экономических знаний в окружающей среде. Для удобного восприятия используется экономическая сказка для детей «Дом в Обычном переулке».

Кроме того, для учащихся начальной школы существует программа внеурочной деятельности, соответствующая ФГОС – «Школа юного экономиста», срок реализации которой 4 года. Цель программы – развитие у младших школьников экономического мышления и формирование культуры поведения в условиях рыночного общества. Для этого ставится определенный ряд задач, который включает в себя:

- достичь осмысления учениками элементарных сведений об экономике, объяснить экономические термины и понятия, часто встречающиеся в повседневной жизни;
- воспитать у учащихся умение действовать экономически грамотно в повседневной жизни;
- объяснить некоторые доступные для данного возраста экономические взаимосвязи, складывающиеся в непосредственном окружении учеников, основные экономические принципы и законы и т.д.;
- сформировать базу для дальнейшего углубленного изучения экономики в старших классах.

В данном курсе обучение учеников начальных классов экономике нацелено на активное применение деятельностного подхода в обучении. При этом, основой обучения является не механическое запоминание учениками информации, которую педагог предоставляет сам, а участие самих школьников в активном процессе ее получения. Соответственно, ребенок сам участвует во всех направлениях учебной деятельности, а не выступает как объект обучения [2, с.147].

Характерно то, что в курсе «Школа юных экономистов» осуществляются межпредметные связи с развитием речи, математикой, информатикой, изобразительной деятельностью, историей и окружающим миром, включающие в себя решение математических задач с экономическим содержанием, знакомство с природными ресурсами, рисование объектов экономической деятельности и рекламы, создание рекламных роликов и презентаций. Работа педагога осуществляется с помощью методических материалов – М. М. Воронина «Занятия в школе юного экономиста. ФГОС», «Дидактические материалы к занятиям по экономике в начальной школе».

Касательно институциональных ресурсов, в России существуют школы финансовой грамотности и бизнеса для детей «Kids MBA», «Kinder MBA» и др., в рамках которых развиваются начальные умения организовать бизнес, финансовая грамотность и так называемые гибкие навыки(soft skills) – личные качества человека, которые позволяют ему эффективно и гармонично находить взаимодействие с другими людьми. Программа «Kids MBA» состоит из 3-х курсов: «Все о деньгах» (6-10 лет), «Инвестиции» (10-14 лет), «Как сделать бизнес»(14-17 лет).

Рассмотрим курс для младших школьников «Все о деньгах», в который входит развитие предпринимательского и финансового мышления, креативности, умения ставить цели, а также, проектная деятельность и разбор кейсов. Обучение построено на основе игровой техники. В процессе обучения изучаются следующие темы.

1. История денег» (ученики получают представления о том, как появились деньги, как ими можно пользоваться, учатся находить фальшивые деньги, узнают про современные типы денег, в том числе и криптовалюту),

2. «Как экономить деньги?» (дети учатся использовать деньги по назначению, повторяют счет и основу математики, используя деньги как реальный пример),

3. «Искусство презентации» (учащиеся осваивают презентации и защищают их).

Кроме того, в программу входит посещение офисов и фабрик крупных предприятий, банков. Используя технику ТРИЗ, дети научатся решать задачи, связанные с изобретательской деятельностью, а также придумают свой проект, который впоследствии защищают.

На сегодняшний день, азы финансовой грамотности дети могут получить также в детских лагерях. В рамках проекта Минфина РФ «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации» ведется подготовка вожатых и педагогов для проведения мероприятий по финансовой грамотности в загородных лагерях и детских центрах. Целью данного мероприятия является совершенствование профессиональных компетенций педагогических работников по обучению детей финансовой грамотности в условиях Детских центров с использованием интерактивных и проектных форм обучения, а также игровых технологий.

Еще одной формой внешкольного обучения можно считать экскурсии, которые способствуют эффективному усвоению теоретических знаний, закрепляя их на практике. Примером этому служит опыт экскурсий как сегмент экономического образования для школьников в Научно-образовательном центре экономики и информационных технологий ИСЭРТ РАН (НОЦ ИСЭРТ РАН). При организации учебного процесса, для освоения теоретических основ экономики, применяются беседы, лекции, дискуссии и др.; для практических – встречи с учеными-экономистами, деловые игры, и др. Важным направлением образовательной деятельности в НОЦ ИСЭРТ РАН является проведение экскурсий в учреждениях и на предприятиях. Цель данных экскурсий – углубление и расширение знаний об особенностях социального и экономического развития региона, анализ полученных теоретических знаний путём наблюдения, применения их на практике. Каждая экскурсия решает комплекс задач: воспитательных, образовательных и развивающих. Важным является то, что программа экскурсий имеет системность (охватывает весь учебный год), обеспечивая комплексное усвоение знаний.

Федеральный государственный стандарт начального общего образования (ФГОС НОО) не выделяет формирование экономических знаний и представлений в отдельную дисциплину или содержательную линию, что снижает эффективность экономического воспитания. Тем не менее, в ходе исследования было выявлено, что в ряде учебных предметов эти представления формируются косвенно, с помощью дидактического материала. Но педагоги не вкладывают экономический смысл во многие задания, используя их только в рамках одной дисциплины (см. таблицу 1.).

Из приведенных данных можно сделать вывод, что потенциал экономических основ в заданиях по разным учебным предметам, не раскрывается должным образом. Тем не менее, выше нами были перечислены возможности получения экономических знаний младшими школьниками посредством внеурочной деятельности, но не всегда она проходит систематизировано. Следовательно, в учебную программу рекомендуется ввести отдельный предмет «Экономика», либо повышать квалификацию учителей в экономической сфере, чтобы каждый педагог смог логично, доступно и интересно донести до каждого ребенка экономические знания.

Список заданий, имеющих экономическую составляющую, решаемых в других предметных областях

Предмет	Задание	Комментарии (с экономической точки зрения)
Математика	Дима пошел в супермаркет и купил молоко за 7 рублей, конфет на 3 рубля. Сколько денег потратил Дима?	В данной задаче важно обратить внимание на то, что Дима, покупая молоко и конфеты, думал о том, какой продукт нужно купить, чтобы он был выгоден и по цене, и по качеству. К тому же, оценить, насколько можно соотнести с реальной жизнью цены, указанные в задаче.
	Глеб Семенович решил выяснить, сколько у него денег. Он выложил на стол 3 купюры по 100 рублей, 4 купюры по 1000 рублей и 6 монет по 5 рублей. Сколько денег у Глеба Семеновича?	Это задание направлено на умение понимать смысл десятичного состава числа и объяснять значение цифры в позиционной записи числа, но также оно имеет экономический смысл, который включает в себя представления о вещественных видах денег (купюры, монеты), валюте (рубли), номинальной стоимости (1000 рублей, 100 рублей, 5 рублей)
Окружающий мир	Волк спрашивает: «Каким видом транспорта можно добраться до домов Наф-Нафа, Ниф-Нифа и Нуф-Нуфа?»	Данная задача требует комплексного рассмотрения явления, описанного в ней. Можно выбрать более экономичный маршрут, например, по стоимости или по затратам времени, можно оценить пользу пешей прогулки, вместо поездки на общественном транспорте.
Технология	Класс готовится к встрече с известными спортсменами. Дети решили изготовить для них карманные записные книжки. Из какого материала лучше всего сделать листы и обложку карманной записной книжки? Каким должен быть ее размер? Как лучше всего украсить обложку?	Это задание ориентировано на проверку таких навыков как планирование и выполнение практического задания с опорой на инструкционную карту. Но одним из критериев выбора материалов будет служить экономическая выгодность использования того или иного материала: стоимость (определяющий фактор), коэффициент износа (или износостойкость), удовлетворение эстетических потребностей с учетом возраста конечного потребителя.

Заключение. В данной статье нами были рассмотрены различные возможности получения экономических знаний и основ финансовой грамотности в младшей школе. Из полученных данных, можно сделать вывод, что основную часть экономических понятий дети узнают с помощью внеклассной деятельности, где учебно-воспитательный процесс, реализуется во внеурочное время сверх учебного плана и обязательной программы коллективом учителей и учеников на добровольных началах, обязательно с учетом интересов всех ее участников.

Соответственно, не каждый учащийся получает необходимый объем знаний по экономике, так как многие по различным причинам во внеклассной деятельности не участвует. Именно поэтому, наибольшее внимание нужно уделить обучению основам

экономики во время учебной деятельности конкретно на уроке, вводить в школьные программы.

Следует заметить, что необходимость развития современных игровых методов экономического образования школьников, разработок новых интерактивных технологий обучения приобретает большое значение из-за особенностей обучения детей младшего возраста, и поэтому относится не только к формам внеурочной деятельности, но и к практике обучения на уроках.

Список литературы:

1. Азрилян А.Н. Экономический и юридический словарь. – М.: Институт новой экономики, 2004. – 1088с.
2. Воронина М.М. Занятия в школе юного экономиста. ФГОС. – М.: Учитель, 2020. – 121 с.
3. Калмычков Е.Н, Чаплыгин И.Г. Экономическое мышление: философские предпосылки: учебное пособие. – М.: Инфра-М, 2005. – 272 с.
4. Официальный сайт «Бизнес-школы для детей «Kids-MBA» – [Электронный ресурс] – <https://kids-mba.ru/>
5. Федеральный государственный образовательный стандарт начального общего образования – [Электронный ресурс] – <https://fgos.ru/>

А.И. Бочковская (магистрант 1 курса, Института экономики и управления РГПУ им. А.И. Герцена)

Научный руководитель: О. Л. Рубцова, к.э.н., доцент, доцент каф. экономической теории и экономического образования РГПУ им. А.И. Герцена

СПЕЦИФИКА ОРГАНИЗАЦИИ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ ПЛАТНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В ШКОЛЕ

Сегодня каждая общеобразовательная организации напрямую зависит от государства, подчиняясь и выполняя его законы, постановления и указы. Ввиду современной образовательной политики, а именно постоянного снижения бюджетных средств и недофинансирования отрасли в целом подталкивают школы к поиску дополнительных доходов. Это представляется возможным благодаря дополнительным платным услугам.

Увеличение спроса со стороны родителей (законных представителей), которые готовы оплачивать дополнительные образовательные услуги, чтобы их ребенок развивался в различных направлениях, также говорит об актуальности данного вопроса.

В настоящее время практически каждое образовательное учреждение имеет перечень дополнительных платных услуг и все сталкиваются с трудностями их организации. Целью данного исследования является анализ и систематизация особенностей предоставления платных образовательных услуг. Внедрение рыночных принципов в работу образовательных организаций позволяет снижать бюджетные расходы по их содержанию, обеспечивать развитие качества и объема оказываемых услуг [4].

Можно выделить сложности при организации таких услуг, которые связаны с правовой, экономической и содержательно – организационной стороной. Необходимо подробнее рассмотреть требования текущего законодательства, экономическую среду в сфере образования, особенности и условия конкретно в бюджетных образовательных учреждениях.

Что же такое платные образовательные услуги? Ими можно считать вид деятельности образовательной организации, который приносит доход от ее реализации, выступающий источником внебюджетных средств, полученных вознаграждений (платы) учреждением от

потребителя за образовательную услугу. В постановлении Правительства РФ под «Платными образовательными услугами» понимается осуществление образовательной деятельности по заданиям и за счет средств физических и (или) юридических лиц по договорам об образовании, заключаемым при приеме на обучение (далее – договор). [3]

Актуальную законодательную базу сферы оказания платных образовательных услуг на сегодняшний день составляют такие юридические документы как:

- Конституция РФ;
- Федеральный закон "Об образовании в Российской Федерации" от 29.12.2012 №273-ФЗ;
- Федеральный закон "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием правового положения государственных (муниципальных) учреждений" от 08.05.2010 №83-ФЗ;
- Закон РФ от 07.02.1992 №2300-1 (ред. от 18.07.2019) "О защите прав потребителей"
- Гражданский кодекс РФ от 30.11.1994 г. №51 – ФЗ;
- Правила оказания платных образовательных услуг, Утвержденных Постановлением Правительства РФ 15.08.2013 г. №706 (вступившим в силу 1.09.2013г.);
- Федеральные государственные образовательные стандарты (ФГОС).

Согласно ФЗ №273, образовательная деятельность, которая финансируется за счет бюджетных субсидий, не может быть реализована в виде платных образовательных услуг. Эти услуги должны быть строго дополнительными и не входить в перечень заданий, финансовым источником которых, выступает государственный бюджет.

Руководитель образовательного учреждения привлекается к уголовной ответственности, если в ходе проверки уполномоченным органам выявится факт получения средств за оказание услуг, которые финансируются из государственного бюджета и должны быть бесплатными для школьников. Помимо уголовной ответственности на руководителя будет наложен штраф в размере полной стоимости этой услуги, для возвращения в бюджет.

В Конституции РФ говорится о праве бесплатного основного общего образования в школе для всех граждан страны. Эти нормы подкрепляются Федеральными Государственными Образовательными Стандартами (ФГОС). В данном разрезе, касательно платных образовательных услуг, ключевое значение должно иметь четкое определение рамок, за которые нельзя выходить.

Весь образовательный процесс и его наполненность строится исходя из образовательных стандартов (ФГОС). Если рассматривать образование сверх этой нормы, будет уместным организация дополнительных платных образовательных услуг. Примером может служить расширенный курс по общеобразовательному предмету. Досуговые услуги могут иметь чисто коммерческую направленность. Необходимо обратить внимание на то, что и полнота внеурочной деятельности реализуется по ФГОС в обязательном порядке, а что выходит за ее пределы можно воплощать в жизнь посредством платных образовательных услуг, если такое не является государственным заданием, ведь все платные услуги автоматически становятся внеурочными.

Документальное сопровождение платных образовательных услуг берет свое начало с устава, в котором должны обозначаться пункты раскрывающие вид и особенности оказываемых платных услуг. Второй по значимости документ – это лицензии на образовательную деятельность. Образовательные программы дополнительных платных образовательных услуг прикрепляются к ней в приложении. Деятельность, которая не преследует выдачу документов об образовании или итоговую аттестацию может быть не лицензирована.

Обязательным условием при реализации платной образовательной услуги считается предоставление полной информации о ней (стоимость, сроки реализации и т.д.) на сайте школы в сети – интернет и на информационном стенде, непосредственно, в образовательной организации.

Портфель документального сопровождения платных образовательных услуг состоит из:

- Положения об организации дополнительных платных услуг;
- Образовательной программы и учебного плана по организации дополнительных платных услуг;
- Договора между учреждением и потребителем на оказание дополнительных платных образовательных услуг (форма представлена и утверждена постановлением правительства и имеется в свободном доступе в сети – интернет);
- Штатного расписания по дополнительным платным услугам;
- Сметы расходов и доходов для каждой дополнительной платной образовательной услуги в отдельности;
- Положения о расходах денежных средств об оказании дополнительных платных услуг, также оно может включаться в «Положение об организации дополнительных платных услуг»;
- Отчёта о расходовании средств полученных от оказания платных образовательных услуг.

При соблюдении вышеперечисленных правовых нюансов, дополнительные образовательные услуги будут организованы успешно, если они будут иметь ценность для потребителей (родителей/законных представителей или обучающихся старше 14-ти лет) и соответствовать критериям, о которых пойдет речь далее.

Образовательное учреждение обязательно должно соответствовать всем требованиям охраны труда, противопожарного, санитарно-эпидемиологического режимов, для того, чтобы осуществлять дополнительные платные образовательные услуги.

Следующим моментом, который необходимо учитывать при организации дополнительных платных образовательных услуг, является наличие материально-технической базы, которая будет соответствовать специфике оказываемой услуги. Так, например, для организации углубленного курса по предмету «Химия», школа должна иметь соответствующую оборудованную лабораторию для проведения опытов. Для того чтобы оказывать качественные услуги нужно учитывать спрос на рынке образовательных услуг в условиях конкуренции и принимать рациональное решение в дооснащении или обновлении оборудования.

Полученную прибыль от реализации услуг, после уплаты налогов, образовательное учреждение вправе потратить на расходы связанные с её уставными целями (на хозяйственную деятельность, заработную плату работникам, приобретение учебных пособий, мебели, оборудования и т.п.).

Оказывая платные образовательные услуги, общеобразовательная организация может считать такую деятельность, как приносящую доход, а выручка от услуг – это плата за услуги. Она в свою очередь включается в налогооблагаемую базу.

Что касается налогообложения, то общеобразовательная организация, имея лицензию на образовательную деятельность, вправе не платить налог на добавленную стоимость. Можно освободиться от налога на прибыль посредством чёткого распределения средств от оказания данных услуг при отсутствии иной деятельности приносящей доход и соблюдении правил указанных в Налоговом кодексе [2, ст. 284.1.].

Для каждого вида платных образовательных услуг составляется смета доходов и расходов самой образовательной организацией, впоследствии она согласуется с муниципальным органом власти в сфере образования.

Необходимо затронуть очень значимый вопрос ценообразования. Установление стоимости образовательных услуг должно соответствовать регламенту региональных документов. Из себестоимости и прибыли рассчитывается цена услуги, которая также согласуется с муниципальным органом управления образованием. При ценообразовании нужно учитывать цены конкурентов на похожие услуги, спрос на них, себестоимость [6, с. 96] и уникальность услуг. Запрещено увеличивать стоимость платных образовательных

услуг по договору выше уровня инфляции. Снижение стоимости разрешено, но оно не должно быть ниже установленной муниципальным органом цены.

Трудовые отношения при реализации платных образовательных услуг регулируются различными видами трудовых договоров с сотрудниками. Так, например, для оказания непродолжительной по времени услуги (мероприятие, выставка, мастер-класс и т.п.) составляется «договор подряда». Если сотрудник уже работает в организации, заключается «дополнительное соглашение к трудовому договору». При приеме на работу нового сотрудника на продолжительное время – это «трудовой договор». Также имеется форма «гражданско - правового договора». Все трудовые отношения при реализации платных образовательных услуг должны четко подчиняться Трудовому кодексу РФ.

Сверх государственного задания в рамках платных образовательных услуг в образовательном учреждении может оказываться множество видов, которые в любом случае должны соответствовать уставным целям организации. Если рассматривать опыт реализации таких услуг, можно систематизировать по видам и привести примеры из практики образовательных учреждений (Таблица 1).

Таблица 1

Виды дополнительных платных образовательных услуг и практические примеры их реализации

Вид услуги	Пример на практике
Обучение детей до 6 лет по развивающим и общеобразовательным программам.	Развивающие занятия по различным направлениям; Танцевальные, музыкальные занятия; Подготовка к школе.
Обучение детей от 6 до 18 лет сверх основной программы по общеобразовательным предметам.	Индивидуальные занятия, которые не входят в учебный план (подготовка к конференциям, конкурсам); Специальные курсы по предметам, которые не входят в общеобразовательную программу.
Обучение взрослых от 18 лет по основным общеобразовательным программам и краткосрочным курсам.	Работа клубов для родителей; Обучение компьютерной грамотности; Спортивные занятия; Иностранный язык.
Занятия с углубленным изучением предметов, репетиторство.	Подготовка к поступлению в ВУЗ или колледж; Подготовка к сдаче ОГЭ, ЕГЭ.
Обучение по общеобразовательным программам различной направленности, которые реализуются на внебюджетной основе сверх государственного задания.	Общественное объединение в школе на внебюджетной основе.
Консультации психолого-педагогического характера в виде семинаров, лекций, тренингов и индивидуальных занятий.	Профориентация и диагностика детей; Психология для всех; Ребенок и дитя; Клубы для родителей.
Мастер – классы по различным направлениям исходя из интересов взрослых и детей.	Робототехника; Основы приготовления паназиатской кухни; Фотография; Декупаж и т.п.
Проведение и организация досуговых и образовательных мероприятий.	Игра-квест; Походы для детей и родителей; Организация дня рождения; Организация выезда для класса.
Проведение и организация турниров, конкурсов, фестивалей, которые не входят в перечень государственных заданий.	Конкурс таланта и красоты; Турнир по разным видам деятельности и т.п.

Рынок образовательных услуг за последние годы очень сильно изменился, произошло увеличение в потребности на получение образования не только в соответствии с ФГОС и заданиями государства, но и в дополнительном образовании, выходящем за бюджетное финансирование. Ввиду этого возросла роль и образовательных организаций, как самостоятельного образовательного учреждения.

Можно сделать вывод о том, что появляются все новые и новые дополнительные платные образовательные услуги, это без сомнения положительно влияет как на развитие детей, так и общество в целом. Создание и реализация интересных общеобразовательных программ по дополнительным платным услугам в образовательных учреждениях приносит не только положительный социальный эффект, но и помогает улучшить материально-техническую базу образовательной организации, повышает уровень заработной платы работников, способствует более скорому проведению капитального ремонта и т.п. Но главная ценность в том, что повышается качество образования, оно направляется на индивидуальность ребенка в обществе. Таким образом, перед образовательными учреждениями стоит задача в решении трудностей по организации платных образовательных услуг, которые вполне решаемы, благодаря соблюдению правовых, экономических и содержательно - организационных аспектов.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 29.12.12 №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».
2. Налоговый кодекс РФ. Часть вторая от 5 августа 2000 г. №117-ФЗ.
3. Постановление Правительства Российской Федерации от 15 августа 2013 г. №706. «Об утверждении Правил оказания платных образовательных услуг».
4. Рубцова О.Л. Особенности предпринимательской деятельности в сфере образования // Проблемы современной экономики. – 2017. – №3. – С. 219-221.
5. Сальникова Т.С. Проблемы предпринимательства в сфере образования: монография / Под ред. И.К. Ларионова. – М.: Дашков и К, 2017. – 199 с.
6. Международный бизнес: Учебник для вузов. / Н. Трифонова, И. Максимцев, А. Майзель, И. Пивоваров и др. – СПб: Питер, 2018. – 704 с.

*П.П. Иванова, Ю.Л. Свиридова (бакалавры 4 курса,
Института экономики и управления РГПУ им. А.И. Герцена)
Научный руководитель: М.В. Пертая, к.э.н., доцент, доцент каф. экономической теории и
экономического образования РГПУ им. А.И. Герцена*

МЕТОДИКА РАБОТЫ С ИНТЕРНЕТ-МЕМАМИ ПРИ ОБУЧЕНИИ ШКОЛЬНИКОВ ЭКОНОМИКЕ

Аннотация. В статье рассматривается применение Интернет-мемов как метода обучения на уроках экономики в рамках школьного образования. Обосновывается актуальность данного метода в условиях развития современных информационных технологий, рассматривается понятие и структура Интернет-мема. Приводятся примеры использования Интернет-мемов для достижения различных целей и задач, сформулированных педагогом в рамках урока.

Ключевые слова. Интернет-мем, экономика, урок, метод обучения, информационные технологии.

XXI век – время активной цифровизации большинства социально-экономических процессов и структур, в том числе и системы школьного образования. Внедрение

информационных технологий (ИТ) и овладение ими начинается с отдельно взятого человека, которого на сегодняшний день уже невозможно представить без смартфона и ПК, затем продолжается на уровне разнообразных компаний, организаций и учреждений, в том числе государственных, – а заканчивается областью государственной политикой, которая связана с системным и повсеместным внедрением ИТ в различные сферы нашей жизни [1, с.1-5]. Прогресс, связанный с внедрением новых технологий, заставляет нас учиться непрерывно и не дает возможности отставать – об этом говорит и популярная в наше время концепция *lifelong learning*. Именно поэтому любой человек, желающий идти в ногу со временем или же делающий это естественным образом (как, например, школьники), должен непременно владеть многочисленными современными инструментами взаимодействия и коммуникации, главным из которых выступает Интернет.

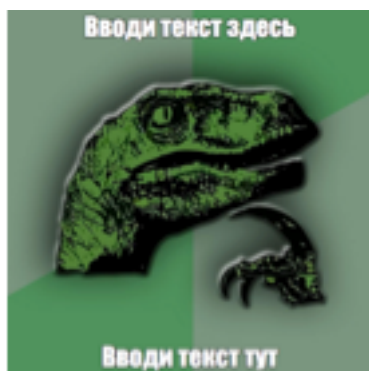
Каковы же особенности текущего столетия, как можно охарактеризовать тот информационный поток, который окружает нас сегодня? Прежде всего – это значительный массив данных, который представлен по самым разнообразным темам, в различных стилях и формах, доступен в многочисленных источниках и в любое время. Подобные особенности современного мира открывают человеку огромное поле для творческой и познавательной деятельности. Однако следует учесть, что реальные возможности людей по восприятию любого рода информации в определенный момент времени – ограничены. Многочисленные исследования указывают на то, что люди в конкретный момент фиксируют, запоминают и воспроизводят определенные, не безграничные объемы данных [4, с.8]. В связи с этим перед любым человеком (особенно – перед педагогом) стоит сложная задача: нужно не только отобрать важную и полезную информацию по рассматриваемому вопросу, но и представить ее собеседнику в концентрированной и интересной форме, передав при этом главную, ключевую идею. Здесь на помощь преподавателям и учителям, ориентированным на применение информационных технологий и интересующимся молодежной культурой, приходит Интернет-мем.

В широком смысле под словом "мем" (от англ. *meme*) понимают единицу значимой для культуры информации [2, с.135-136]. Ввел в научный оборот данный термин английский этолог и эволюционный биолог Ричард Докинз в работе «Эгоистичный ген» (1976 г.), позволив таким образом одним словом описывать крайне широкий круг понятий. В частности, с началом становления Интернета, а также развития прототипов социальных сетей стало формироваться такое явление как Интернет-мем. Под ним могут пониматься различные формы передачи «вирусной» информации – например, ссылка, текст, видео и так далее. Однако, в большинстве случаев, под Интернет-мемом понимают популяризированную, растиражированную картинку и текстовую шутку к ней, построенную по определенной схеме. Согласно интерпретации Ю.В. Щуриной, Интернет-мем – это «единица информации, объект, который получил популярность – как правило, спонтанно – в среде, обслуживаемой информационными технологиями» [3, с.162].

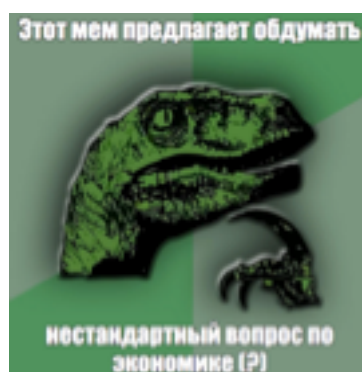
Именно в связи с популяризацией мемов и возрастающим интересом к ним молодых людей, ученые и специалисты в области педагогики и методики преподавания отдельных дисциплин стали активно заниматься изучением данного вопроса. Так, группа исследователей из Туринского университета (Италия), в том числе их представитель - Орнелла Робутти, рассмотрели возможность преподавания и изучения математики в высшей школе с применением мемов. На сегодняшний день, опираясь на результаты данного исследования, специалисты из области педагогики, в том числе учителя и методисты, активно изучают возможность применения подобного метода при обучении студентов и другим дисциплинам. Учителя в российских школах также оценили достоинства применения Интернет-мемов при проведении уроков по таким предметам, как: математика, география, история, литература, русский и иностранные языки и др. Однако, несмотря на значительное внимание к Интернет-мемам со стороны педагогов, возможность применения такого метода при обучении школьников *экономике* еще не была рассмотрена. В связи с этим, актуальным

будет перенесение результатов исследования ученых Туринского университета на курс школьного экономического образования.

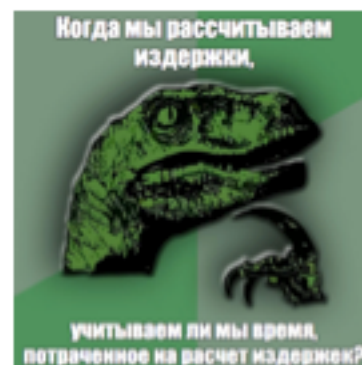
Согласно их мнению, "шуточный" мем создается по определенной модели: он выстроен в соответствии с четкой структурой – «структурный блок» (а), содержит «социальный блок» - отсылку к некой области знания (b) и некоторую конкретную информацию – «специализированный блок» (с) [5, с.2].



(a)



(b)



(c)

Но действительно ли целесообразным является применение мемов в школьном образовании? Стоит ли учителям обращаться к такому способу подачи информации? Для того чтобы ответить на данные вопросы, вспомним, что учащиеся в сегодняшней школе являют собой так называемое цифровое "поколение Z", согласно широко известной Теории поколений, разработанной У. Штраусом и Н. Хоувом. Молодые люди данного возраста активно используют мемы – "схематично построенные" шутки, появляющиеся в Интернет-среде, но зачастую перетекающие и в офлайн. Таким образом среди школьников развивается собственная культура взаимодействия, что позволяет им обнаруживать общие, понятные способы коммуникации, получения и передачи информации. Сегодня мем-культура настолько популярна среди подрастающего поколения, так ценится им, что педагог, настроенный на продуктивную работу со школьниками, не в праве игнорировать такую форму подачи материала на уроках.

Таким образом, школьники, являясь представителями нового поколения, которое непосредственно вовлечено в сферу IT, как правило, сразу «считывают» структуру и социальный блок мема. И даже при недостаточных знаниях по изучаемой на уроке теме, они сразу понимают, что в меме содержится шутка. При этом стремление понять ее может повысить мотивацию учащихся, побудить их к изучению материала по данной теме. В связи с этим задача педагога сводится к тому, чтобы передать учащимся предметные знания, позволить им осознать шутку, заложенную в Интернет-меме, в полной мере. Особого внимания заслуживает тот факт, что зачастую сама структура мема (с которой учащиеся – активные участники Интернет-пространства – как правило, уже знакомы) упрощает понимание и запоминание информации из «специализированного блока», делая при этом процесс обучения более красочным и интересным для школьников.

Исходя из вышесказанного, многие положительные аспекты использования мемов в процессе обучения становятся очевидными. Во-первых, Интернет-мем – это визуализация учебного материала, способствующая лучшему пониманию и запоминанию пройденного. Во-вторых, подобная форма передачи информации позволяет кратко и емко изложить рассматриваемую проблему и четко донести ее до учащихся. В-третьих, мем выступает сегодня одним из популярных способов общения между подростками, сама культура Интернет-мемов интересует и захватывает школьников, привлекает их внимание. Благодаря этому педагог также становится ближе с обучаемыми, говорит на понятном им языке, существуя с ними в рамках одного – современного – культурного кода. И, кроме того, сама структура построения определенной шутки (мема), которую школьники уже знают, сможет

натолкнуть их на правильный ответ – если в меме содержится вопрос по теме урока, или в целом на понимание проблемной ситуации, положенной в основу шутки.

Рассмотрим несколько примеров использования мемов на уроках экономики для старших школьников.



Рисунок 1 – Спрос

1. Мем как способ закрепления основных моментов урока. В первом случае рассматриваемый мем (см. рисунок 1) является графическим изображением, отображающим одну из главных мыслей, которую учащийся должен усвоить после изучения первых тем по разделу «Спрос и предложение». Данная картинка поможет ученикам зафиксировать, запомнить и правильно употреблять понятия «спрос» и «величина спроса», что в последующем поспособствует более легкому усвоению тем уроков и решению задач.

2. Мем как элемент разнообразия учебного материала может представлять собой картинку, которая не несет особой смысловой нагрузки (см. рисунок 2), но позволяет создать благоприятную эмоциональную атмосферу на уроке.

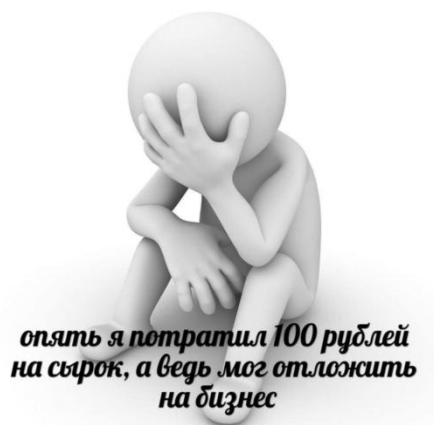


Рисунок 2 – Бизнес

Использование данного мема на уроке является шуткой, которая при правильном применении располагает к лучшему усвоению материала. Представить такую картинку можно, изучая раздел «Бизнес», тему «Факторные доходы».

3. Мем как эффективный способ введения и постановки темы урока. Часто учителя начинают свои занятия с красивых цитат, загадочных мыслей, открытых вопросов. Вариант, который поможет разнообразить занятия - использование картинки, которая сразу привлечет внимание к теме урока (см. рисунок 3).



Рисунок 3 – Экономические системы.

Например, ученикам предстоит изучить тему «Понятие, виды экономических систем» раздела «Экономические системы, собственность, рациональность и стимулы». Можно показать эту картинку перед объявлением темы урока, дать 3 минуты на обсуждение и попросить назвать тему. Смысл и юмор данного мема в том, что герои мультфильма «Шрек» спорят об эффективности одной из экономических систем. «Осел» - персонаж, которому присуща болтливость и неуместность высказываний; стремясь показаться умным и обратить на себя внимание, он предлагает рассмотреть теневую экономику, как одну из систем экономики, хотя она таковой не является.

4. Мем для развития креативности и творческого мышления учащихся. Эффективная работа на уроке также может быть достигнута при условии самостоятельного создания мема учениками. Это покажет глубину понимания материала, потребует более серьезной подготовки к уроку. Подобный вид работы вдохновляет ребят на создание оригинальных картинок, развивает их творческий потенциал. Создание стоящей, умной шутки по теме урока, которую оценит весь класс, мотивирует учеников на работу с большим количеством учебного материала.

Таким образом, можно выделить следующие преимущества использования мемов на уроках экономики в старшей школе - это простота, образность, быстрое донесение информации. Правильно подобранный мем к соответствующей теме урока вызывает интерес к ней и способствует эвристической активности учащихся, побуждает к осознанному осмыслению информации на уроках, более глубокому пониманию и запоминанию учебного материала. Кроме того, стоит добавить, что мемы являются хорошим инструментом установления и поддержания благоприятной атмосферы, которая способствует плодотворной работе на занятиях.

Список литературы:

1. Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы. – [Электронный документ] – <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71570570/>
2. Докинз Р. Эгоистичный ген / Пер. с англ. Н.О. Фоминой. – М.: Мир, 1993. – 317 с.;
3. Щурина Ю.В. Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации // Научный диалог, №3. – 2012. – 13 с.;
4. Miller G.A. The Magical Number Seven, Plus or Minus Two Some Limits on Our Capacity for Processing Information George // *Psychological Review*. – 1956. –Vol. 63(2). – Pp. 81–97.
5. Bini G., Robutti O. Yo Math Is So Arty: Inspiring Creative Learning with Mathematical Internet Memes // BRIDGES 2019 Conference Proceedings, 2019 (Linz, Austria). – https://www.researchgate.net/publication/334605537_YO_MATH_IS_SO_ARTY_INSPIRING_CREATIVE_LEARNING_WITH_MATHEMATICAL_INTERNET_MEMES

*А.С. Хомутильников (магистрант 1 курса,
Института экономики и управления РГПУ им. А. И. Герцена)
Научный руководитель: М. В. Пертая, к.э.н., доцент кафедры экономической теории и
экономического образования РГПУ им. А. И. Герцена*

НАВЫК ИМПРОВИЗАЦИИ КАК ЭЛЕМЕНТ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

В современном обществе коммуникация между людьми происходит в основном с помощью социальных сетей. Особенно ярко это выражено у учащихся средних и высших образовательных учреждениях. С появлением интернета изменился формат информации, теперь у каждого пользователя сети «клиповое» мышление, которое характеризуется быстрым и поверхностным вниманием. С технологическим прогрессом необходимо модернизировать социальные коммуникации. Многие пользователи социальных сетей могут быть интересными собеседниками, остроумно шутить и располагать к себе, а в реальной жизни из этих же людей бывает не вытянуть и пары слов. Чтобы решить эту проблему, стало появляться множество компаний, которые занимаются обучением современным навыкам общения. Одним из направлений обучения популярным на 2017-2019 год являются курсы по импровизации, которые предлагают обучиться остроумию, быстрой реакции и навыку «storytelling».

Процесс образования в средней школе и в ВУЗе включает в себя множество важных наук, однако недостаточное внимание уделяется современным тенденциям, так как образование всегда характеризуется своей консервативностью. Вследствие этого появляется необходимость внедрения занятий по коммуникативному развитию среди молодежи на каждом этапе образования. Новизна и уникальность данных курсов заключается в приобретении междисциплинарного опыта слияния образования с театральным искусством, результатом которого стал проект нового вида дополнительного образования.

«Новое содержание, создаваемое как результат творческой деятельности, рождается из свободы. Это закон искусства»: так писал В. Б. Храмов в своей статье «Импровизация как форма творческой деятельности» [3]. Еще автор считал, что импровизация – это чистое воплощение искусства, когда фиксация материала не мешает творить. В повседневной жизни мы часто принимаем вызовы общества: конфликтные ситуации, спорные моменты, кухонные дебаты. Однако далеко не все люди способны высказаться так, как им хотелось бы. Мешает стеснение, долгий подбор слов. Храмов считает, что обучение импровизации – это нонсенс, поэтому и написал о несостоятельности джазовых школ, основной которых являлось обучение импровизации игры данного жанра музыки. Повседневная жизнь – это не искусство, но такое же творчество. Правильный выбор является основополагающим

аспектом успеха. Научиться импровизировать в разговорном жанре можно. Тому доказательство успешное телевизионное шоу на телеканале ТНТ «Импровизация». Около 149 выпусков начиная с февраля 2016 года по декабрь 2019. Каждый год команда импровизации приезжает в города давать сольные выступления.

Курсы по импровизации популярны среди молодых людей 18-35 лет и действуют по определенной технологии: открывается набор в группу, участники занимаются несколько месяцев, происходит отчетное выступление перед другими группами. Во время обучения участникам предлагают не только получить навык импровизации, но и применить его на практике, позволяя сделать целое шоу. Обучением занимаются актеры театра и кино, а также преподаватели сценических направлений в высших учебных заведениях. Как утверждает Л. В. Калинина (Вятский государственный университет), формат импровизации является ярким примером лингвокреативной деятельности, так как используются аллюзивные (преступозия, прецедентность, каламбуры) и имитативные принципы [2]. Все элементы являются ключом к успешной коммуникации.

В Санкт-Петербурге существует несколько курсов по импровизации:

1. Биг Импров Студио. Данные курсы предлагают 4 вида образовательной программы, которые по наполнению отличаются друг от друга. Курс идет два месяца, цена низкая, 6000 рублей для студентов. Миссия данной фирмы: Обеспечить людей новым, прогрессивным творческим образованием и воспитать сильнейших актеров и деятелей искусства современности. В студии занимаются преимущественно молодые люди (18-35) лет, однако появляются люди пожилого возраста. За несколько лет существования фирмы там прошли обучение около тысячи человек.

2. Точка импро. Имеет 2 вида услуг: базовый и продвинутый. Курсы по одинаковой цене в 5000 рублей за месяц. Более молодые преподаватели, интересный и яркий сайт, который привлекает внимание и направлен на молодую аудиторию. Данная фирма активно действует на просторах Instagram. Целевая аудитория все так же состоит из молодых людей (18-35).

Другие организации, организующие свою деятельность в сфере импровизации:

1. Шоу «Импровизация» на ТНТ;
2. Тур по городам России от участников шоу «Импровизации на ТНТ»;
3. Импровизационное шоу «Веди или Умри» (г. Санкт-Петербург). Соревнование для ведущих Санкт-Петербурга всех возрастов;
4. ImprovStudio (г. Москва);
5. ЯИмпроверт (г. Москва). Московские фирмы похожи по предложению с описанными выше, каждая фирма выделяется направленностью обучения. Так, «ЯИмпроверт» делает большую ставку на развитие актерского мастерства, а «Точка импров» (СПб) на теоретический материал.

Анализируя предложения данных фирм, становится понятно, что курсы по импровизации направлены на молодежь и предлагают раскрепоститься. За основу продвижения берут социальную потребность людей, предлагая завести новых друзей, попробовать себя на сцене в жанре импровизации и раскрепоститься в общении.

Человеку хочется так же просто общаться, как и ставить «лайк» под фотографией, но, чтобы достичь этого, необходимо получить соответствующие навыки. Развития навыка общения – большая проблема современного общества. Из-за переходов на тестовый формат обучения и социальных сетей человек, который умеет говорить понятно и интересно, становится на ступень выше для окружающих.

Список литературы:

1. Гридина Т. А. Языковая игра в художественном тексте: монография. 2-е изд. – Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2008. – 165 с.

2. Калинина Л. В. Импровизация как лингвокреативная деятельность (на примере комедийного шоу «импровизация») // Уральский филологический вестник. Серия: Язык. Система. Личность: лингвистика креатива. – 2018. – №2. – С. 241-247.

3. Храмов В. Б. Импровизация как форма творческой работы // Культурная жизнь юга России. – 2011. – №4. – С. 10-13.

*М.В. Цыганок (магистрант 1 курса,
Института экономики и управления РГПУ им. А.И. Герцена)
Научный руководитель: М.П. Соловейкина, к.э.н., доцент, доцент кафедры
экономической теории и экономического образования РГПУ им. А.И. Герцена*

ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ В ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТЫ С ТРУДНЫМИ ДЕТЬМИ

В условиях текущей ситуации в современном российском обществе наглядно обнаруживаются неблагоприятные факторы жизни детей, определяющие приобретение ими статуса «трудных». Среди подобных факторов следует выделить наличие высокого уровня дифференциации населения, большую долю малообеспеченных семей, распространенность неблагоприятных и вредных социальных привычек (аморальный образ жизни), высокий уровень безработицы и пр. Выделенные выше проблемы непосредственно связаны с понижением уровня внимания к детям, с распространением практики педагогической запущенности, безнадзорности детей, что непосредственно становится результатом для формирования разнообразных отклонений в поведении.

Понятие «трудный ребенок» содержит в своей основе явление «трудность», которое следует понимать как наличие препятствия, повышающего воздействие какого-либо неблагоприятного происшествия, которое существует в непосредственной действительности [1, с. 14]. Риск с позиций социальной педагогики и работы связан с наличием такого поведения, активности личности, которые заведомо влекут ее к пагубным, неблагоприятным последствиям. Словарь социального работника определяет трудность в поведении как ситуативную характеристику деятельности, которая состоит в высокой неопределенности исхода поведения, в наступлении вероятных неблагоприятных последствий.

Явление «трудности» среди детей и подростков широко распространено в исследованиях психолого-педагогического, социально-педагогического характера, однако существующие подходу к определению данного явления все еще недостаточно четки. В соответствии с тем, какие именно факторы, проявления личности составляют причину рискованного поведения, можно выделить и различные группы «трудных» детей. В частности, в советский период под воздействием значимости общественных интересов социума группа трудных детей определялась как категория, в которую входили дети, чье поведение было антиобщественным, либо противоречило тем социальным нормам, которые уже были установлены в советском пространстве [4, с. 126]. В современной России под категорией трудных детей следует понимать категорию, в которую входят дети, имеющие в жизни все возможные неблагоприятные обстоятельства, которые влияют на уровень их социальной адаптации, нервно-психическое и физическое развитие, ставя под сомнение сохранность жизни, здоровья, а также нормальных условий для последующего личностного и общественного развития.

Как правило, к категории трудных относят детей с применением поведенчески-ориентированного подхода, который определяет наличие рискованного поведения в жизнедеятельности данных лиц. Среди детей подобной типологии следует выделить:

- детей с имеющимися социализированными формами антиобщественного поведения. Для них не характерно наличие выраженных эмоциональных расстройств, при изменении

социальной обстановки они довольно быстро адаптируются, но также способны и к быстрой адаптации в условиях антиобщественных группировок;

- дети с несоциализированным антиобщественным поведением, имеющим агрессивные черты. Для детей данной категории характерно наличие выраженных и устойчивых трудностей в установлении взаимоотношений с окружающими, для них типичны эмоциональные расстройства, негативизм, агрессивность, дерзость и мстительность [2, с. 21].

При применении педагогического подхода к определению содержания детей в группе трудных, следует отметить, что с такими детьми нередко возникают сложности при их обучении и воспитании. В таком случае к категории трудных будут отнесены следующие категории детей [2, с.22]:

1. Дети, нуждающиеся в медицинской помощи.

Потеря здоровья ребенка непосредственно связана с его постановкой на инвалидность. Дети, отнесенные к данной группе риска, нуждаются в наличии условий, в соответствии с которыми они могли бы развиваться на том же уровне, что и другие дети, а также в присутствии мер по низведению вероятных отрицательных воздействий имеющегося состояния здоровья на личностное, психическое развитие ребенка. Дети, имеющие проблемы со здоровьем, более обидчивы, склонны к неадекватной реакции в определенных ситуациях, имеют гипертрофированную чувствительность к реакциям окружающих, довольно депрессивны. Социальная работа в отношении детей данной группы состоит как в оптимизации самоотношения ребенка, так и в коррекции отношения к таким детям в социуме, в обучении сверстников взаимодействию с ребенком с ОВЗ.

2. Педагогически запущенные дети, имеющие признаки социальной дезадаптации, склонные к предпреступному поведению (поведение детей, как правило, нарушает социальные нормы, они сопротивляются воспитательному воздействию со стороны педагогов, а также родителей).

Риск поведения детей выделенной группы состоит в том, что они склонны к деликвентному поведению, но самостоятельно инициировать преступление не могут, поэтому легко попадают под влияние преступных группировок. Зачастую причины подобного поведения детей выделенной категории состоят в семейном неблагополучии, в негативном воздействии подростковой, либо молодежной субкультуры, в негативном влиянии средств массовой информации. Достаточно часто ввиду трудности проблем в социализации и коррекции поведения ребенка данной категории происходит его «выпадение» из школьной и социальной жизни.

3. Дети, имеющие выраженные проблемы с успеваемостью.

В структуру группы детей данного типа трудности относятся обучающиеся, чьи успехи в образовательной деятельности поверхностны, некачественны, они слабо ориентируются в школьных предметах. Результаты исследований причин неуспеваемости детей состоят в несформированной способности организовывать анализ, сравнивать факты между собой, обнаруживать характерные признаки, подменять одни формы логического мышления другими. Такие причины как недостаточный, скудный уровень исходной информации, а также недостаток вербального опыта нередко становятся причинами для дальнейшего разрешения возрастных задач социокультурного уровня, стоящих на пути приобретения необходимых социальных знаний и навыков.

4. Недисциплинированные дети, чье поведение получает негативные характеристики взрослых (педагоги, родители) несмотря на то, что содержание поведения детей данной группы нередко связано с наличием уникальных причин, особенных комбинаций.

В большинстве случаев дисциплинированность говорит о недостаточной адаптации обучающихся к реальной жизни, о неспособности производить анализ и понимание текущей ситуации, определять те или иные цели в структуре взросления. Неуверенность в своих силах, недостаточная ориентация на те или иные социально-бытовые обстоятельства предрасполагают их к повышенной внушаемости и зависимости [2, с. 56].

Выделяя специфику подходов к организации государственно-частного взаимодействия в организации работы с трудными детьми в деятельности социального работника, следует начать с выделения содержания взаимодействия, которое обнаруживается в целеполагании и методологии большинства технологий по работе с детьми данной социальной категории. Взаимодействие в психологическом и педагогическом научном знании представляет собой комплексное явление, подразумевающее объединение нескольких участников для достижения единой цели, в процессе чего взаимодействие обеспечивает личностное самораскрытие каждого из участников, а также создает базис для развития межличностного общения. Характерными признаками взаимодействия в социальной сфере являются: наличие единой цели, факт личного вклада каждого из участников, наличие руководителя или лидера, объединение субъектов взаимодействия на основании общности интересов, целей, профессиональной занятости, половозрастных особенностей и т.д. [5, с. 9]. Взаимодействие реализуется за счет общих законов и правил социальной психологии, а также этапов коммуникативного взаимодействия.

Субъектами государственно-частного взаимодействия в вопросах раннего выявления неблагополучия трудных детей и оказания помощи несовершеннолетним, находящимся в социально опасном положении, в разных субъектах РФ являются:

- учреждения образования (проводят социальные расследования, определяют основные проблемы и потребности ребенка, оказывают помощь в оформлении различных документов, оказывают детям психолого-педагогическую помощь, осуществляют психологическое просвещение родителей, проводят групповые и индивидуальные занятия, тренинги для несовершеннолетних по выявленным проблемам);
- комиссия по делам несовершеннолетних (рассматривает вопросы по воспитанию трудных детей в семье, организует участие всех заинтересованных структур в акциях и рейдах);
- учреждения здравоохранения (отслеживает банк данных несовершеннолетних, состоящих на учете по беременности и родам, участвует в обследовании условий проживания трудных детей, оказывает медицинскую помощь и проводит профилактические мероприятия с участием врача-нарколога);
- организации жилищно-коммунального хозяйства (уведомляют о возникновении задолженности по коммунальным платежам в жилых помещениях, где проживают трудные дети);
- отдел записи актов гражданского состояния (оказывает помощь в восстановлении документов трудных детей, их родителей);
- отдел по чрезвычайным ситуациям (проводит профилактические и разъяснительные мероприятия по пожарной безопасности);
- управление по труду, занятости и социальной защите населения (оказывает содействие в трудоустройстве родителей, постановке на учет в службе занятости, оформляет адресную помощь среди тех, у кого в семье были обнаружены трудные дети);
- органы УСПН (оказывает гуманитарную помощь, оформляет бесплатное питание для детей до 2-х лет, консультирует родителей и родственников по всем видам социальной помощи и услуг, осуществляет социальный патронаж семей, воспитывающих трудных детей);
- отдел внутренних дел (проводит индивидуально-профилактическую и разъяснительную работу с родителями трудных детей, оказывает содействие в оформлении паспортов, осуществляет розыск родителей несовершеннолетних, отнесенных к категории трудных);
- учреждения внешкольного образования, культуры (привлекают трудных детей к занятиям в кружках, секциях, клубах, к участию в культурно-массовых мероприятиях, выставках) [3, с. 12].

В качестве приоритетных направлений методической деятельности организации в вопросах установления государственно-частного взаимодействия можно выделить следующие виды организационной деятельности:

1. Адекватное целеполагание, подчиненное общей идее и содержанию нормативно-правовой базы социальной защиты детства, которое выражается в определении таких ценностей как конкурентоспособность учреждения наряду с другими, расположенными в указанной местности, компетентность кадров и управляющего персонала, от деятельности которого зависит общее качество предоставляемых услуг по социально-педагогическому сопровождению трудных детей.

2. В качестве приоритетного направления в управляющей деятельности методической службы учреждения является совершенствование и модернизация социально-педагогического пространства посредством совершенствования совместной деятельности специалистов государственно-частных организаций [2, с. 49].

Ключевыми средствами для реализации указанных приоритетных направлений и достижения поставленных управленческих задач в сфере сопровождения трудных детей при установлении государственно-частного взаимодействия, являются следующие меры:

- достижение конкурентоспособности организации социальной работы через обеспечение материальной, технической и образовательной базы учреждения новейшими социально-педагогическими, медицинскими, профилактическими и иными технологиями, применение вариативных программ социально-педагогического сопровождения трудных детей, целесообразность которых определяется конкретными запросами субъектов различного возраста и их родителей;

- осуществление мониторинга социально-педагогической деятельности кадров государственных и частных организаций, привлеченных к работе с трудными детьми, а также состояние системы социального обеспечения в регионе и стране, применение полученных данных для проектирования модели совместной деятельности специалистов;

- для того, чтобы специалисты при работе с трудными детьми разрабатывали новые подходы к сотрудничеству, руководитель социального учреждения материально и морально стимулирует их инновационную деятельность в направлении совместной деятельности [5, с. 10].

Таким образом, в методической службе социальной организации должны содержаться следующие органы самоуправления, которые будут способствовать повышению эффективности государственно-частного взаимодействия при организации работы с трудными детьми:

1. Совет организации.

Данный орган самоуправления состоит не только из руководителя основного учреждения и сотрудников, но также включает в себя заведующего, а также приглашает к участию сотрудников других организаций-партнеров, которые могли бы внести вклад в социально-педагогическое сопровождение трудных детей.

2. Педагогический совет.

Данный орган самоуправления учреждения социальной работы в условиях государственно-частного взаимодействия также является одним из наиболее важных в структуре управления совместной деятельностью сотрудников в условиях сопровождения трудных детей. Он включает в себя активное участие руководителя социальной организации, членов коллективов государственных и частных партнеров, а также приглашает к участию работников психолого-медицинской службы (педагогов-специалистов по работе с воспитанниками, имеющими отклонения в развитии, логопедов, психологов и пр.).

3. Общее собрание рабочего коллектива.

Данный орган самоуправления организуется и управляется непосредственно коллективом социальной организации. Здесь освещаются вопросы социальной защиты работников, привлеченных к работе с трудными детьми, происходит ознакомление и утверждение договоров по охране труда, техники безопасности жизнедеятельности на основании ключевых представлений о совместной деятельности и взаимодействии специалистов.

4. Собрание родительского комитета.

Подобный орган организуется и управляется руководством социальной организации при непосредственном участии родителей трудных детей, находящихся в рамках социально-педагогического сопровождения. На собраниях данного органа происходит мониторинг потребностей заказчиков социальной услуги, ознакомление с практическим применением целей и задач социально-педагогического процесса в деятельности учреждений, а также доносятся сведения о предстоящих массовых мероприятиях: экскурсиях, походах, праздниках, проводимых при поддержке государственных и частных партнеров, что может послужить основой для активизации совместной деятельности сотрудников сопровождения с опорой на интересы заказчиков социальных услуг [3, с. 8].

Информационная база также является неотъемлемым средством в управлении государственно-частным взаимодействием в организации работы с трудными детьми. Аналитическая деятельность, сбор и анализ передового отечественного и зарубежного опыта в сфере управления взаимодействием организаций в вопросах кураторства трудных детей, развитием и переподготовкой привлеченных кадров, входят в основной функционал большинства руководителей социальных учреждений, которые мы анализировали в данной статье.

Таким образом, в ходе анализа теоретического материала было определено, что государственно-частное взаимодействие в организации работы с трудными детьми подразумевает создание комплексного процесса социально-педагогического сопровождения трудного ребенка, его семьи, при освещении и совершенствовании следующих аспектов: материально-технических, медико-оздоровительных, социально-педагогических, психологических, рекреационных особенностей жизни трудного ребенка и т.д. В вопросах оптимизации государственно-частного взаимодействия наиболее эффективными служат органы самоуправления, которые комплектуются за счет сотрудников государственных и частных организаций, привлеченных для формирования комплексной среды сопровождения трудного ребенка и его семьи.

Список литературы:

1. Беличева С. А. Основы превентивной психологии. – М.: Консорциум «Социальное здоровье России», 2003. – 346 с.
2. Вяткина О. В. Социально-педагогическое сопровождение эффективной адаптации пятиклассников к условиям средней школы // Актуальные проблемы социальной работы и социально-педагогической деятельности: теория и практика: материалы II краевой студ. науч.-практ. конф. (29 апреля 2010 г., Пермь). – Пермь, 2010. – 98 с.
3. Житяева Е. С., Гусева М. С. Современные тенденции развития государственно-частного партнерства в социальной сфере самарской области // Региональное развитие: электронный научно-практический журнал. – 2016. – №4. – С. 4.
4. Казакова О. А. К вопросам проблемы употребления алкоголя в среде подростков // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2012. – №1. – С. 125-127.
5. Шаймухаметова Ю. Р. Условия эффективного взаимодействия государства и бизнеса в социальной сфере // Государственное управление. Электронный вестник. – 2015. – №51. – С. 124-137.

Часть 6

УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ И МАРКЕТИНГ

Виктория Бонноно (Цюрих, Швейцария)

Ж.А. Алиаскарова (магистрант 1 курса, экономический ф-т СПбГУ)

А.С. Дорошко (магистрант 2 курса, ф-т политологии СПбГУ)

Научный руководитель: В.Ю. Паикус, д.э.н., проф. кафедры экономической теории и экономической политики СПбГУ

АНТИРЕКЛАМА VS ЧЁРНЫЙ PR: ПОНЯТИЕ, ПРИМЕНИМОСТЬ, ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В ПОЛИТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССАХ

Viktoria Bonnono (Zurich, Switzerland)

*Zh.A. Aliaskarova (1st year master's student, Faculty of Economics,
St. Petersburg State University)*

*A.S. Doroshko (2nd year master's student, Faculty of Political Science,
St. Petersburg State University)*

*Scientific adviser: V.Yu. Pashkus, Doctor of Economics,
Prof. Department of Economic Theory and Economic Policy, St. Petersburg State University*

ANTI-ADVERTISING VS BLACK PR: CONCEPT, APPLICABILITY, USAGE IN POLITICAL PROCESSES

Information has become the main driving force in the contemporary world, and most processes move from the real world to the world of symbolic space. Thus, gradually, traditional wars are transformed into information wars, and all the "battles" of political struggle are reflected in the media space, becoming news headlines. In such conditions, "the marketization of politics takes place, in which competent information strategies become one of the most productive ways to fight for power" [3, p. 9].

Anti-advertising and PR have become one of these methods of fighting. Based on this, the purpose of our study is to identify the possibilities of anti-advertising and PR technologies in the political process. The need for such research is dictated by the desire to gain knowledge about all the intricacies of the competent application of these technologies.

Anti-advertising and PR: delineation of concepts and its characteristic. The most comprehensive definition of anti-advertising is offered by Kyle Mattes and David P. Redlawsk. In their work "Positive argument in favor of negative agitation", he defines the concept under consideration as "advertising that takes the opposite position to any previously appeared advertising message, and which aims either to demonstrate the negative side of the controversial issue, or to eliminate the impression made on the consumer by the advertising of competitors" [10].

The concept of "anti-advertising" is poorly defined in a Russian-language special literature, theoretical research is replaced by work with numerous examples. O. Bogomolova in her paper "Commercial and political anti-advertising: models and methods" emphasizes that the purpose of anti-advertising is to discredit "another market entity for its own benefit" [2].

However, anti-advertising often acts as a demarketing tool that allows to reduce the oversupply of demand for your own or dangerous goods for society (for example, anti-advertising of alcohol). Moreover, advertising that repels the consumer often appears due to the fault of the advertiser himself, due to ignorance of his own target audience, the use of incorrect methods of influence and other mistakes of the creators of advertising.

A textbook example of our own anti-advertising is an unsuccessful photograph of M. Douglas, in which the 1988 US presidential candidate, depicted on a tank in the image of the commander-in-chief, which was later used by George W. Bush as proof of the failure of his political rival.

The video "Daisy Spot", used in 1967 as part of Lyndon B. Johnson's campaign against Barry Goldwater, who successfully portrayed the threat of nuclear war, is considered by many to be the first political anti-advertising video. [11] Another example of erroneous anti-advertising is the release and widespread advertising of dairy butterscotch in Germany under the name "Crazy Cow" during the mad cow disease [12].

Since anti-advertising is aimed at discrediting any actions of the enemy, in scientific articles, especially when analyzing political technologies, the concept of anti-advertising is often used as a synonym for "black PR". Such use is associated with the inseparability of anti-advertising and black PR technologies at the initial stage of its formation.

The history of anti-advertising begins in the United States, where at the beginning of the 20th century black PR is gaining special popularity in the field of manipulating the minds of voters and is beginning to be seen as an integral part of the political process. Since the late 60s - early 70s, this kind of activity has been included in the marketing tools of the largest corporations (The Coca-Cola Company, PepsiCo Inc., Philip Morris International, etc.)

However, at the present stage, it is still necessary to separate these concepts. Pocheptsov V.G. identifies three aspects of the difference between advertising and PR (we would paraphrase if for our purposes). Firstly, the methods of communication are different: anti-advertising acts directly, black PR - indirectly. Secondly, anti-advertising works on paid resources, black PR - on free ones. And finally, anti-advertising works on an unfavorable message, and black PR works on an unfavorable context [8, p. 24].

In other words, the goal of anti-advertising is to draw attention to the negative aspects of a product, brand or political opponent, and the goal of black PR is to diminish achievements and discredit the opponent not by searching for negative facts, but by interpreting them [6, p. 72-73]. Moreover, black PR is often associated with the use of immoral information related to the personal life and state of health of some representatives of the rival camp, as well as the disclosure of invented "facts" about the rival. In addition, as already noted, anti-advertising can accidentally discredit the author himself, and black PR is always aimed at another.

Anti-advertising as a type of advertising uses several methods of influence at once, being both informative and emotional. Anti-advertising often uses the inherent principle of duality, which implies the existence of bad along with good, therefore it is often based on comparison, accompanied by a demonstration of differences. In addition, in order to create a negative image of a competitor, anti-advertising produces a kind of division of consumers into "us" with positive characteristics and unattractive "outsiders".

It was used in a radical form in the anti-advertising of iPods posted by Apple's rival SanDisk (iDont.com). In the message, the owners of iPods are called "a herd of sheep" and other unflattering epithets like "iPuppet" denounced in conformity and lack of individuality [13]. In the election campaigns, a similar technology was used in the videos of 2007 with the slogan: "Don't be a potato - vote!" [16]. The advertisement itself looks harmless enough and does not cause a violent negative reaction.

This example demonstrates that anti-advertising usually is hidden. First, open actions aimed at creating a negative image of a competitor, discrediting his honor, dignity and business reputation may contradict the law (for example, the Federal Law "On Advertising" in Russia). Secondly, hidden anti-advertising is considered more effective, since it is often difficult to prove the fact of its existence, but, at the same time, it imperceptibly affects the minds of potential customers and, it should be noted, very successfully.

Thus, anti-advertising is commercial and political. Political anti-advertising aims to discredit a politician or any party, and is manifested in its most striking form in the election race. Some

election campaigns were based only on anti-advertising. Commercial anti-advertising is aimed at discrediting any product, brand, or company that owns it.

Advantages and disadvantages of anti-advertising and black PR. Despite the differences in the methods of anti-advertising and black PR, they have common positive features that provide these technologies with a place in the contemporary communication system:

1. The principle of "a pug and an elephant". Any small market player with little funds can effectively counter any market giant. "Thus, the airline EasyJet, using the method of discrediting a competitor, was able to eliminate the encroachments of large British Airways on its territory. British Airways launched a massive advertising campaign to introduce a new discount flight system, Go. EasyJet could spend its free money on a retaliatory advertising campaign or develop a system of discounts that is unprofitable for itself. Instead, several hundred dollars were spent to disrupt the British Airways ad campaign. EasyJet employees bought tickets for the opening ceremony of the new project, to which many reporters were invited. Once on board the plane, they changed into signature EasyJet suits and handed out free company summer vouchers to the remaining 148 British Airways passengers" [1].

2. Low costs. Anti-advertising usually does not require high monetary costs. Often, the original idea and capabilities of the Internet are enough to effectively discredit an opponent.

3. Anonymity. Many anti-advertising techniques (launching rumors, creating parodies, etc.) assume complete anonymity of the creator, which practically excludes possible liability for discrediting and expands the possibilities of anti-advertising activities.

At the same time, it is important to use the technique of discrediting a competitor in moderation, if possible, not to reach the state of "advertising war", requiring significant funds that can be used more productively, with a focus on the consumer. In addition, as noted earlier, anti-advertising has legislative restrictions and is recognized by Russian legislation as "unfair", prohibited for use, therefore it cannot be used explicitly. Advertisers have to look for new channels of information transmission and change anti-advertising to a slight hint of discrediting a competitor.

Political anti-advertising and political black PR. During an election campaign, there always comes a moment when some of the candidates run out of arguments in favor of their candidature. In this case, discrediting is often used to maintain voters' interest in their person, to strengthen their chances of winning the election race. "One of the first well-known uses of negative advertising was the commercials used by Democrats in the 1952 elections. in the USA, in which D. Eisenhower was accused of corruption and failure to fulfill promises "[15].

In the election campaign, the use of anti-advertising usually occurs within the framework of a general black PR campaign and has the following goals: firstly, to discredit the rivals who have pulled ahead in the eyes of voters, and secondly, to disturb the calm in the enemy's headquarters, force them to commit ill-considered actions and change the schedule of the election campaign and thirdly, to give the "whistleblowers" an image of fighters for justice. Moreover, the use of anti-advertising in politics is generally accepted and, in a sense, acceptable. Unlike commercial ones, political campaigns are characterized by their scale and wide range of instruments.

Below are the simplest black PR techniques:

1. *Fake candidates, parties, or "cloning"*. The namesakes of an "unwanted" candidate are added to the ballot, or spoiler parties are created that mislead voters. So a whole galaxy of doubles was exhibited in many regions of Russia in the 2016 elections. One of the most striking examples is Oksana Dmitrieva, a candidate from the Party of Growth in St. Petersburg. In her constituency, as many as two of her namesakes were nominated [14].

2. *Organization of fake support, namely:*

- holding actions in support of a competing candidate, prepared in such a way as to leave the most negative impression. For example, distributing low-quality grocery kits with expired products on behalf of a candidate or campaigning phone calls to voters at night.

- speaking in support of the candidate of groups that are not accepted by the rest of society. For example, representatives of sexual minorities, radical youth or ethnic groups that are not accepted by society.

- information about the financial support of the candidate from unpopular businessmen or movements.

3. *Obsessive distribution of the opponent's catchy advertising materials in inappropriate places.* For example, pasting on the windshields of parked cars or scattering propaganda leaflets on the streets of the city.

4. *Sending spam on behalf of the opponent with pseudo-propaganda appeals,* for example, "I promise to eliminate the problem of unemployment in the city through the construction of a new chemical plant or incineration plant (on the territory of a forest park zone)", that is, something that will definitely be negatively perceived by local residents.

5. *"Transfer of a negative image."* Consists in the projection of the negative qualities of a person or any object, object or moral values on another person or idea in order to discredit him. Thus, Marine Le Pen, the leader of the National Front party, is often depicted in the image of Hitler with painted on characteristic mustaches or swastikas instead of teeth.

6. *"Sticking labels".* The trick is to exploit the prejudices and stereotypes of the population by assigning a label to a discredited object that qualifies the object as something that the audience fears, hates, or finds suspicious." [6, p. 72] The technique of sticking labels is close to the technologies of creating a myth in branding. To facilitate the perception of a politician by the audience, he is supplied with a characteristic that describes his "essence" (business executive, corrupt official, Hitler, liberal, bourgeois, etc.)

7. *The method of using scary topics and messages* is one of the most effective means of influencing the audience. For example, the election of this or that candidate is presented as a threat to the life, security, welfare of citizens, etc. This technique was used in the above "Daisy Roller". During the 1996 presidential election campaign against G.A. Zyuganov used leaflets with the slogan "Buy food for the last time!"

Black PR in politics often uses methods such as discrediting a competitor through disclosing the facts of his biography, personal life, assumptions about the candidate's connection with criminals, and much more. Note that the influence of negative advertising increases over time, while positive advertising, including those used to counter negative advertising, does not have such properties [17].

At the same time, a balance must be struck between negative and positive information. Since the active use of black PR can lead not only to a distortion of the opponent's image, but also to the voters' distrust of all the information that appears in the information field during the election campaign. In this case, black PR can speak negatively about the initiator of the process.

Conclusion. Thus, anti-advertising is an effective tool for competitive struggle, which is an additional tool in black PR technologies, but not identical to them. The widespread use of these technologies is explained by the relatively low costs compared with the significant "negative" impact on the competitor's image. In addition, anti-advertising allows even the smallest market player to influence consumer preferences. As Kyle Matts and David P. Redlawsk argue, "Experiments show that negative campaigns can provide informational value to voters, because without the negative, voters would not have full information about all their elections, since no candidate would say anything bad about themselves." [10].

On the other hand, anti-advertising should be applied in moderation, otherwise it is possible to lose significant funds to fight a competitor and not get the proper return from the consumer, which the organization should focus on in the first place.

Anti-advertising and political PR operate through numerous communication channels, and recently, interest in the Internet has increased significantly. The virtual space is considered to be a low-cost, efficient and democratic place to create a "negative" image. In addition, technologies of indirect influence may appear in a hidden form in some humorous programs. Such "invisible" discrediting is better remembered and has a pronounced viral character. Political anti-advertising uses more subtle tools for shaping public opinion. In addition, discrediting an opponent in the political sphere constitutes the bulk of the election campaign and is considered acceptable.

References:

1. Anuchin A. A. Interception of the client. Struggle for sales in a highly competitive environment. – St.Petersburg: Peter, 2009. – 280 p.
2. Bogomolova O. Commercial and political anti-advertising: models and methods // Laboratory of advertising, marketing and PR. – 2001. – No. 2. – Pp. 31-36
3. Van Dyck T.A. Discourse and Power: Representation of Dominance in Language and Communication. – Moscow: Book house "LIBROKOM", 2013. – 344 p.
4. Jefkins F. Advertising: Textbook for universities / Per. from English ed. B.L. Eremina. – Moscow: UNITI-DANA, 2017. – 543 p.
5. Klovov I.V. Black PR. Prohibited techniques of attack and defense. – St.Petersburg: Peter, 2007. – 208 p.
6. Pashkus V.Yu., Petrova M.A. Marketing Communications: A Study Guide. – St.Petersburg Publishing house of the RSPU im. A.I. Herzen, 2010. – 103 p.
7. Pashkus N.A., Pashkus V.Yu. Development of management decisions: Theory, mathematical models and software implementation. – St.Petersburg: NIIH SPbGU, 2000. – 220 p.
8. Pocheptsov V.G., Pocheptsov G.G. Communication theory. – Moscow: Refl-book, 2001. – 656 p.
9. Fridkin K., Kenney P. Taking Aim at Attack Advertising: Understanding the Impact of Negative Campaigning in U.S. Senate Races. – Oxford: Oxford University Press, 2019. – 264 p.
10. Mattes K., Redlawsk D.P. The Positive Case for Negative Campaigning. – Chicago: University of Chicago Press, 2014. – 256 p.
11. Mann R. Daisy Petals and Mushroom Clouds: LBJ, Barry Goldwater, and the Ad That Changed American Politics. – Louisiana: Louisiana State University Press, 2011. – 216 p.
12. 10 failed ads – [Electronic document] – <http://www.libo.ru/libo741.html>
13. iPod owners have been compared to a herd of sheep (2006). – [Electronic document] – <http://www.adme.ru/tribune/2006/05/29/6501>
14. Gimadeeva A. Back to the 90s. 2016 election doubles competition 2016 // LIFE. – 2016. – 26.07. – [Electronic document] – <https://life.ru/p/881344>
15. Grigoriev M. (2002) How rumors are born. The subtleties of preventive propaganda in the media. – [Electronic document] – <http://www.polittech.ru/33311>
16. Don't be a vegetable – vote (2007) – [Electronic document] – <https://www.youtube.com/watch?v=gBJoeFycDEM>
17. Gordon K.T. Sock it to 'em: can a negative marketing campaign have positive results? Here's what to know before you strike the first blow // Entrepreneur. – 2004. – №11. – [Electronic document] – <https://www.entrepreneur.com/article/73176>
18. Randolph E. The Political Legacy of Baaad Boy Atwater // The New York Times. – 2008. – Sept. – P. A30. – [Electronic document] – <https://archive.nytimes.com/query.nytimes.com/gst/fullpage-9C04EEDB103DF933A1575A..>

*М.Н. Прохорова (бакалавр 4 курса,
Института экономики и управления РГПУ им. А.И. Герцена)
Научный руководитель: Н.К. Темнова, д.э.н., профессор,
профессор каф. отраслевой экономики и финансов РГПУ им А.И. Герцена*

СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ КРУПНЫХ МЕЖДУНАРОДНЫХ КОМПАНИЙ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ

В статье представлен передовой зарубежный опыт в продвижении компании Mercedes-Benz, который может послужить дополнительным примером для российских специалистов в поиске новых возможностей и инструментов при продвижении своего товара на международный рынок.

Известные экономисты, такие как: М.Портер [3], А.А.Томпсон и А.Д. Стрикленд [4] представляли стратегическое продвижение в своих работах, они были одними из тех, кто стали основоположниками теории конкуренции, а также заложили подходы в стратегии продвижения.

В основном выделяли несколько стратегий продвижения:

- создание уникального продукта в отрасли
- сосредоточение всей компании на узкой группе потребителей
- снижение издержек
- полное удовлетворение требований клиентов из выбранного сегмента
- сфокусированная стратегия, или стратегия рыночной ниши, основанная

на низких издержках

Все крупные компании выбирают подходящую для себя стратегию, смотрят, как отреагируют покупатели, и постоянно вносят свои новые корректировки и идеи, разрабатывая для себя тем самым наилучшую модель продвижения, так как не могут все компании опираться только на одну устоявшуюся стратегию, поскольку компании имеют дело с различными товарами, целевой аудиторией, и городами/странами, где нужен свой определённый подход.

Особых успехов в стратегическом продвижении добиваются крупные международные компании, потому они и являются международными, в том числе известная немецкая компания Mercedes-Benz.

Успех развития компании Mercedes-Benz основан на ее философии, миссии, стратегических целях и решениях. Гениальным провидением Карла Бенца, основателем компании Mercedes-Benz была предложенная и обоснованная им философия компании, которая заключается в том, чтобы быть больше чем просто компания-производитель легковых автомобилей и не только продавать машины, но и предлагать владельцам стиль жизни, социальный образ устойчивой жизненной позиции и элегантности связанный с брендом Mercedes, формировать в сознании потребителей представление о том, что приобретение автомобиля марки Mercedes – есть неотъемлемый атрибут престижного образа жизни.

Компания Mercedes-Benz позиционирует свои машины как самые лучшие в мире – самые качественные, самые функциональные, самые удобные и т.д. – нет одного узкого направления, компания решила показать, что они лучше во всём. Слоган – «The best of nothing» (Лучшее или ничего) [1] говорит сам за себя.

В настоящее время марка Mercedes для многих заслуженно является тем, что должен представлять собой настоящий автомобиль. Причем не обязательно престижный и роскошный, поскольку компания Mercedes-Benz выпускает под этой маркой грузовики, автобусы, фургоны и автомобили повышенной проходимости. Многие из этих автомобилей заслужили в народе репутацию «неубиваемых». Делая высококачественные автомобили и двигатели, концерн вот уже столетие неизменно сохраняет ведущее положение в автомобилестроении и высокую конкурентоспособность.

Компания Mercedes-Benz не только вошла в число крупнейших мировых корпораций, но и стал одним из символов глобализации. Помимо десяти собственных легковых и грузовых брендов ему принадлежит 37% акций японской компании Mitsubishi, 10,5% корейской компании Hyundai и ровно треть Европейской аэрокосмической оборонной корпорации (EADS), выпускающей самолеты Airbus; заводы трансатлантического концерна работают в 17 странах, а их продукция реализуется более чем в 200 странах мира [1].

В представлении многих фирма, выпускающая автомобиль марки Mercedes, должна быть исключительно преуспевающей компанией. Длительное время такое представление о концерне Daimler-Benz не вызывало сомнений. Однако в 1996 году концерн ждали серьезные перемены.

Созданный в 1926 г. автомобильный концерн Daimler-Benz в середине 80-х годов взял курс на резкое расширение за счет диверсификации своей деятельности. Идея состояла в том,

чтобы превратить Daimler-Benz в многопрофильный технологический концерн. В 1985 г. концерн Daimler-Benz приобрел компанию Motoren - und Turbinen-Union, производящую авиационные двигатели. В том же году им был приобретен контрольный пакет акций авиастроительной компании Dornier. Наряду с выходом в авиастроительную отрасль концерн Daimler-Benz пошел также в электротехническое производство [2].

Стратегия роста на основе диверсификации привела к тому, что производственная деятельность потребовала проведения структурного преобразования концерна. В 1989 г. концерн Daimler-Benz был преобразован в холдинговую компанию, объединявшую четыре подразделения: автомобильное подразделение Mercedes, авиастроительное подразделение Daimler-Benz Aerospace AG (сокращенно DASA), электротехническое подразделение AEG и подразделение Daimler-Benz Interservice».

Стремясь расширить свое присутствие в авиакосмическом бизнесе, DASA начала в 1990 г. переговоры с голландской авиастроительной компанией Fokker о приобретении ее акций. Переговоры закончились приобретением DASA в 1993 г. 51% акций Fokker. Однако сразу же на следующий год Fokker понес огромные убытки. DASA, пытаясь спасти катастрофическую ситуацию, вложила в Fokker свыше 600 млн. долл. Но в 1995 г. Fokker опять понес убытки, компания Daimler-Benz решил, что дальше невозможно оказывать помощь фирме Fokker. Параллельно компания Daimler-Benz решил также расстаться с контрольным пакетом акций фирмы Dornier [1]. Потери были также и в аэрокосмической отрасли, и в электротехнической. Компания Daimler-Benz приняла решение уйти из всех смежных отраслей, направив все силы на восстановление созданного им автомобилестроения.

Для того чтобы спасти бизнес, была изменена концепция развития компании и поставлены новые приоритетные цели стратегического развития марки. Была разработана новая стратегия, предполагавшая изменение маркетинговой, рекламной и коммерческой политики. Даже отношения с традиционными клиентами подверглись изменению. Было запланировано в период с 1996 по 2008 годы вывести на рынок несколько новых моделей автомобилей для всех сегментов рынка, лучших в своей категории.

С 2011 года компания начала использовать тщательно спланированную и прекрасно выполняемую сегментацию рынка, наряду с умело разработанным цифровым маркетингом, чтобы достичь влияния и найти общий язык с молодой и менее богатой клиентской базой. И в этом бы не было ничего примечательного, если не факт, что они действительно достигли своей цели, не потеряв престиж своего бренда и его культовую репутацию. Автомобильная компания начала процесс сегментации рынка, посредством создания так называемого “Generation Benz”, онлайн сообщества из примерно 200-250 человек в возрасте от 20 до 39 лет, которые консультировали маркетинговую команду Mercedes-Benz о привычках покупателей и предпочтениях в этой конкретной демографической группе. Это умное внедрение анализа общественного мнения в процесс разработки маркетинговой стратегии, дал возможность немецкой автомобильной компании получить бесценную информацию о том, кем действительно были их клиенты, и, опираясь на это понимание, создать продукт – более доступный Mercedes-Benz CLA-Class – и взаимосвязанные кампании социального маркетинга, которые превосходно подходили выбранному сегменту рынка молодой демографической группе клиентов.

Большие надежды возлагались на модель Mercedes class A, которая должна была привлечь до 90% новых покупателей Mercedes. Она представляла собой автомобиль городского типа и предназначалась для семейного использования. Среди других моделей были предложены к выпуску: SLK, class V, class M, Smart. Изменения в развитии бренда Mercedes более подробно отражены в сравнительной таблице 1.

Новая концепция развития предполагала и новую систему коммуникации — это реклама в печатных СМИ, реклама на TV, а также в метро (хотя сейчас, например, реклама автомобиля премиум-класса в метро будет выглядеть неуместно). Для создания клиентской базы компания Mercedes-Benz использовала средства прямого маркетинга.

Таблица 1.

Сравнительный анализ концепций продвижения марки Mercedes

Критерии	Старая концепция	Новая концепция
Сущность концепции	Только автомобили class lux	Лучшие автомобили в ассортименте для всех сегментов рынка.
Характеристика стратегии	Автомобили доступные только богатым. Выборочная система коммуникации.	Автомобили для более широкой аудитории
Образ	Холодный, консервативный, мужской, элитарный.	Современный, семейный, демократичный.
Клиенты (потребители)	Средний возраст — 52 года, 91% мужчины.	Средний возраста — 46 лет, 20% женщины.
Продукт	4 вида: дорожный class C,E, class G.	7 новых видов: smart, внедорожный class A,C,E,S, микроавтобус class V. 4x4 class M.

В стратегии продвижения автомобиля было представлено два этапа коммуникационных мероприятий.

Первый этап заключался во взаимодействии с потенциальными потребителями средствами прямого маркетинга. Так в 1996 году в Германии проводились различные акции в местах массового скопления людей. Суть их состояла в том, чтобы раздать людям анкеты с информацией о новой модели Mercedes class A, при этом, чтобы возврат заполненных анкет был максимальным, респондентам гарантировалось право на бесплатное пользование парковой для владельцев автомобилей Mercedes на год. Тогда же был создан и их первый сайт в Интернете.

Ранее компания Mercedes-Benz не устраивала подобных массовых акций для продвижения, скорее наоборот компания работала с узким кругом потребителей. Новые методы свидетельствовали о необходимости идти навстречу своей целевой аудитории. Mercedes-Benz была первой компанией, которые придумал такие рекламные акции, с них начался новый виток в стратегическом продвижении. Поскольку они были первыми, риски были очень велики, что данные мероприятия потерпят провал, но риски себя оправдали, и стратегия сработала, так что у компании Mercedes-Benz появилось множество последователей, которые заимствовали методы продвижения.

Собранная на первом этапе база данных стала основой для второго этапа – диалог маркетинга. Для реципиентов приходила «секретная» информация о новых разработках автомобиля, а от них требовалось только отвечать на простые вопросы, целью которых было выявление предпочтений в потреблении, доверии СМИ и информации об общих интересах и роде занятий. Так на основе полученных данных были выпущены еще несколько автомобилей class E и микроавтобусы, которые позиционировались как семейные автомобили, и, следовательно, в рекламных роликах образ новых автомобилей представляли с детьми на заднем сидении с игрушками в руках.

Перемены затронули не только содержание рекламных сообщений, но и медиапланирование. Впервые марка Mercedes была размещена в кино и «опустилась» до щитов в метро. В конечно счете, все вышесказанные усилия по новой концепции (изменение товарного ассортиментного ряда в результате диверсификации, нового понимания клиента) привели к тому, как сейчас может оцениваться уровень конкурентоспособности.

Стратегии продвижения крупных международных компаний также осуществляются и при помощи социальных сетей. С появлением Facebook, Twitter и Instagram продвижение товаров и услуг стало намного проще и менее затратно, так как использование этих интернет платформ не требует особых затрат.

У компании Mercedes-Benz очень много подписчиков на Facebook, главный глобальный профиль бренда имеет более 20 миллионов подписчиков. Вместо гео-таргетинга для этой фан-страницы они создали региональные аккаунты, предназначенные для конкретных стран, классов машин, а также таких бизнес-единиц, как музей Mercedes-Benz и спонсируемых мероприятий, включая неделю моды Mercedes-Benz в Австралии. Их главная страница на Facebook выглядит очень спланированной и организованной, контент, которым они делятся, имеет очень сильную визуальную поддержку. Он в основном состоит из изображений и видео, включая видео прямого эфира. Они всегда выкладывают последние новости и поддерживают интерес, публикуя разнообразные виды информации – от автомобильных гонок, высококачественных фотографий с их машинами в действии, до обновленных сведений, напоминающих о вкладе в легендарные автомобильные изобретения, чтобы усилить ценность наследия бренда. Иногда они выкладывают рекламные видео или фото, чтобы показать, что они выпускают или новую модель машины, которая производится в данный момент. Время от времени, они также делают перекрестную рекламу с других региональных страниц, таких как страница США. Контент, который они выкладывают часто ведет на корпоративный сайт, продвигающий, последний посты в блоге, содержащие потрясающие, высококачественные фотографии не только с машинами, но и с образом жизни, которому они присущи. Они используют действенное повествование, представляя истории клиентов, в качестве способа усилить смысловой посыл бренда и помочь клиентам отождествить себя с их продуктами.

Стратегия продвижения осуществляется посредством продвижения своего бренда в массы по всему миру с помощью очень популярных публичных кликабельных слов и фраз хэштегов. Компания Mercedes-Benz разработала брендовые хэштеги, которые используются в разных социальных медиа, такие как #MBPhotoPass, под которыми они позволяют общественным авторитетам, журналистам и членам команды курировать свежий органичный контент, генерируемый пользователями. Новая инициатива с хэштегом #MBPhotoPass была придумана компанией Mercedes-Benz USA в 2014 году, сначала только для аккаунта в Instagram, а позднее и до настоящего времени используется во всех основных социальных платформах на радость фанатам, которые ценят подлинные повествования о бренде и возможно также надеются получить #MBPhotoPass. Это идет наравне с глобальной стратегией поддерживать образ бренда для молодой, а также современной аудитории, но также усилить свой престиж, который сопровождает наследие.

Стратегии продвижения компании в социальных сетях не имеет ничего общего с прямыми продажами. Они касаются захватывающего контента и вовлеченности аудитории то, что для нас выглядит непринужденным выкладыванием милых фотографий и видео, на самом деле, является очень хорошо спланированной и точно выполненной стратегией. Успех компании Mercedes-Benz в социальных сетях базируется на анализе общественного мнения. Они прилагают усилия к тому, чтобы слышать своих клиентов и знать то, что им «нравится» и «не нравится» до того, как они будут создавать маркетинговое послание, которое прекрасно подойдет к конкретной целевой группе. Их маркетинг в социальных сетях берется за идеал, не только потому что они знают свою аудиторию так хорошо, но и потому что они прекрасно понимают специфическую природу каждого канала в социальной среде. Они меняют и подстраивают тон, в зависимости от платформы, чтобы вовлечь своих подписчиков и генерировать больше диалогов.

В Twitter они усовершенствовали использование трендовых хэштегов, чтобы расширить охват за пределы базы своих подписчиков. В Instagram они овладели практикой поддержания свежего органичного контента и мощного визуального контента от социальных авторитетов. На Facebook их видео, часто в транслируемые в прямом эфире, достигают феноменального уровня лайков и просмотров, потому что они научились создавать контент согласно потребностям аудитории. А самое главное, что социальные сети делают компанию узнаваемой и популярной как на зарубежном рынке, так на российском рынке. И правильно

подобранный контент, и публикации, заставляют людей верить в то, что, приобретая автомобиль марки Mercedes, они приобретают статус.

Основными показателями эффективности работы предприятия автомобильного бизнеса в социальных сетях:

- охват публикаций: данный показатель показывает, насколько поддерживается интерес пользователей к контенту;

- переходы по ссылкам (размещаемым в постах): способствуют генерации целевого трафика на сайт, заявок на тест-драйвы;

- количество подписчиков: формирование лояльной аудитории к бренду.

Таким образом, можно сделать вывод, что социальные сети дают возможность выстроить сильную коммуникацию с клиентами, охватить наибольшее их число и обнаружить необходимую целевую аудиторию. Разработка стратегии продвижения автомобильного бренда в социальных сетях требует тщательного подхода на каждом шаге. В итоге получается грамотный инструмент по продвижению своего бренда в социальных сетях и повышению лояльности клиентов.

Выражаем надежду на то, что анализ и осмысление опыта компании Mercedes-Benz смогут внести существенный вклад в расширение представлений о стратегиях продвижения и послужит побудительным мотивом для руководителей и специалистов российских компаний в поисках новых возможностей развития и продвижения [5]. А также найдут применение как апробированный инструмент успешного функционирования предприятия в коммерческом предпринимательстве.

Список литературы:

1. Официальный сайт Mercedes-Benz. – [Электронный ресурс] – <https://www.mercedes-benz.ru> (дата обращения: 28.02.20).
2. Официальный сайт Mercedes-Benz Club Russia. – [Электронный ресурс] – <https://www.benzclub.ru> (дата обращения: 28.02.20)
3. Портер М. Конкуренция. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2013. – 602 с.
4. Томпсон А.А, Стрикленд А.Д. Стратегический менеджмент. Создание конкурентного преимущества. – М.: Диалектика, 2018. – 528 с.
5. Темнова Н.К. Бизнес-модель и стратегические решения лидеров рынка цифровых услуг // Вестник Национальной академии туризма. – 2019. – № 2(509). – С. 27-31.

*А.А. Тернуцак (студентка 1 курса магистратуры,
Института экономики и управления РГПУ им. А.И. Герцена)
Научный руководитель: Н. М. Старобинская, к.э.н., доцент каф. отраслевой
экономики и финансов РГПУ им А.И. Герцена*

РОЛЬ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Современная быстро меняющаяся деловая среда делает деятельность предприятий на рынке более сложной. Компании сталкиваются с еще большими требованиями и вынуждены действовать. Можно заметить, что увеличение степени использования стратегического планирования положительно коррелирует с ростом нестабильности среды. Это, в свою очередь, предполагает, что их характер будет развиваться постоянно.

Основной задачей стратегического управления является построение и поддержание конкурентного преимущества предприятия, которое должно позволить достичь более высоких результатов его деятельности. Наиболее значимым компонентом стратегического управления (ядром стратегического управления) остается стратегический маркетинг. Чрезвычайно сложно провести разделительную линию между маркетинговой стратегией и

другими стратегиями, составляющими общую стратегию предприятия. Их элементы перекрывают и дополняют друг друга, создавая новую ценность для организации. Наиболее значимыми элементами маркетинговой стратегии являются ее инструменты и, в частности, их выбор и разработка. Основой управления маркетингом является постоянная адаптация организации к среде, и это, в свою очередь, представляет собой одну из самых серьезных современных проблем для руководителей. Таким образом, идеи о том, что роль маркетинга в стратегиях современных предприятий будет возрастать, являются оправданными. Тем не менее, его форма будет по-прежнему развиваться, и предпочтения в отношении использования инструментов стратегического маркетинга изменятся.

Во-первых, необходимо сделать несколько замечаний относительно термина «инструменты стратегического управления». Разные авторы выделяют схожие определения данного понятия. «Многочисленные методы, инструменты, модели, структуры, подходы и методологии, которые доступны для поддержки принятия решений в рамках стратегического управления» [3, с.173].

«Различные инструменты, которые поддерживают менеджеров на всех этапах стратегического управления – от этапа стратегического анализа до выбора стратегии и его реализации» [2, с.309]. «Этот термин используется для охвата всего спектра концепций, идей, методов и подходов, которые структурируют или влияют на стратегическое мышление, принятие стратегических решений и реализацию стратегии» [3, с.173]. Вышеупомянутые определения позволяют утверждать, что к обсуждаемой категории следует относиться широко, и основой для ее отбора всегда является особенность их потенциального влияния на каждом этапе процесса стратегического управления. Этот термин может пониматься как включающий в себя все методы и приемы, которые поддерживают разработку и реализацию маркетинговой стратегии предприятия. Исследования показывают, что менеджеры используют такие инструменты для поддержки анализа ситуации и оценки стратегического выбора. Инструменты стратегического управления стали ключевым элементом для достижения и поддержки конкурентного преимущества в условиях нестабильной экономической и политической обстановки. В настоящее время инструменты стратегического маркетинга приобрели особое значение в связи с повышением значимости маркетинговых функций на предприятиях. Это оказывает влияние на уже упомянутую турбулентную деловую среду и, в частности, на динамичное и беспрецедентное развитие его технологических аспектов. Более того, растущая конкурентная борьба заставляет менеджеров искать новые и более эффективные методы понимания потребителей, создания специализированных продуктов и более эффективного и действенного распространения или общения с клиентами. [5] В результате изменения условий маркетинг претерпевает изменения и резко возрастает спрос на новые маркетинговые инструменты в меняющейся среде.

Компании используют стратегическое маркетинговое планирование, чтобы соответствовать постоянно меняющимся рынкам и использовать свое конкурентное преимущество. Согласно «Принципам маркетинга» Котлера и Армстронга [2, с.314], стратегическое маркетинговое планирование описывает то, как компания адаптируется, чтобы воспользоваться возможностями в постоянно меняющейся среде.

Одной из наиболее важных концепций процесса планирования маркетинга является необходимость разработки единой маркетинговой стратегии, которая направляет тактические программы для областей принятия маркетинговых решений. В маркетинге есть четыре уровня формулирования стратегии: общие маркетинговые стратегии, стратегии области принятия решений, стратегии, основанные на доминировании на рынке и общие стратегии Портера.

Общая маркетинговая стратегия. Эта стратегия направлена на поддержание текущей позиции компании на рынке, например, на том же уровне доли рынка.

Стратегия области принятия решений: они используются для достижения общих маркетинговых стратегий путем направления решений в важных областях маркетинга

(продукт, ценообразование, распространение, продвижение, целевой маркетинг). Например, общая маркетинговая стратегия, которая направлена на выход на новый рынок с новыми продуктами, может поддерживаться стратегиями области принятия решений, которые включают: целевую рыночную стратегию – использование методов сегментирования, стратегию продукта – разработку новой линейки продуктов, стратегию ценообразования – создание программ цен, предложение более низких цен по сравнению с конкурентами, стратегию распространения – использование методов получения доступа к важным партнерам по распространению, которые обслуживают целевой рынок, стратегию продвижения – создание план, который может быстро повысить осведомленность о продукте. Результаты стратегии области принятия решений достигается путем разработки подробных тактических программ для каждой области.

Стратегии, основанные на доминировании на рынке: в этой схеме фирмы классифицируются на основе их доли рынка или доминирования в отрасли. Обычно существует четыре типа стратегий доминирования на рынке: лидер, претендент, последователь и ниша.

Общие стратегии Портера. Стратегия измерения стратегического охвата и стратегической силы относится к общей стратегии Портера. Стратегическая сфера относится к проникновению на рынок, в то время как стратегическая сила относится к устойчивому конкурентному преимуществу фирмы.

Независимо от целей и размеров компании и ее деятельности, правильное стратегическое маркетинговое планирование поможет вам добиться желаемых результатов. Итак, почему стратегическое планирование маркетинга так важно?

1. Стратегический маркетинговый план поможет вам оценить текущую ситуацию. Маркетинговый план является отличным инструментом для оценки местоположения компании и выполнения анализа ситуации. Важно понимать, каковы доступные ресурсы, а также как развивается конкурентная среда. Все данные, которые собираются на этапе маркетинговых исследований, важны для понимания того, где сейчас находится компания. Более того, понимание рынка, на котором работает организация, не только даст вам лучшее представление о вашей отрасли, но также будет ключевым для планирования вашей маркетинговой деятельности в будущем.

2. Вы можете установить четкие маркетинговые цели. Определение вашего маркетингового плана выгодно для вашего бизнеса, потому что оно помогает вам установить маркетинговые цели и задачи. Установите временные рамки для ваших целей и сделайте их конкретными и измеримыми. Это гарантирует, что эти цели могут быть использованы для измерения успеха и сравнения результатов с вашим первоначальным планом.

3. Стратегическое маркетинговое планирование помогает определить действия, необходимые для достижения ваших целей. Стратегическое маркетинговое планирование - очень полезное занятие для определения ваших общих маркетинговых целей, но, кроме того, оно помогает вам использовать запланированный подход к вашим действиям, которые необходимо выполнить для достижения ваших целей.

Традиционно структура маркетинга включает в себя четыре наиболее важных элемента, таких как продукт, цена, распространение и продвижение. Фактически, элементы позволяют логически разделить более подробные инструменты на группы. Процесс формирования стратегии должен основываться на нескольких этапах: определение проблем, диагностика внешней и внутренней среды организации, разработка и выбор стратегических вариантов, а также реализация стратегии. Этапы являются дополнительными критериями разделения инструментов, однако размытый характер и отмеченное дублирование функций предприятия затрудняет однозначное отделение одних маркетинговых инструментов от других. Инструменты маркетинговой деятельности, их иерархия и структура являются результатом определенного поведения, выбранного предприятием. У каждого инструмента есть свои сильные и слабые стороны. Несомненно, что некоторые инструменты управления должны использоваться для конкретных целей и иметь желаемый эффект. При

прагматическом и классическом подходе к управлению любые предпринимаемые действия должны приводить к достижению предполагаемых целей. Они могут включать финансовые или нефинансовые цели. Полное описание использования инструментов стратегического управления в деловой практике требует исследования нескольких конкретных областей, которые следует анализировать поэтапно. Во-первых, существует необходимость выяснить, какие инструменты используются. Кроме того, можно провести исследование того, какие стратегические инструменты используются для коммуникации, проверки или генерации инновационных стратегий. Затем необходимо изучить факторы, которые могут повлиять на использование стратегических инструментов, в том числе эффективность фирмы, размер фирмы, централизация/ децентрализация, продолжительность планирования и нестабильность окружающей среды. Развитие информационных технологий, включая Интернет, постоянно меняет стратегическое управление маркетингом. Сфера применения очень специализированных маркетинговых инструментов все еще расширяется. С одной стороны, это позволяет решать ряд проблем более эффективным образом, улучшает качество внутренних и внешних коммуникаций, позволяет узнать больше о потребностях клиентов или установить более прочные отношения с ними. Однако, с другой стороны, есть много серьезных проблем, которые часто исчезают в повседневной управленческой рутине. Любые инструменты управления маркетингом, а не только новые, как правило, внедряются с использованием новейших моделей. Использование инструментов стратегического управления зависит не только от свойств материала, от предполагаемого дизайна инструмента, но также от контекста и интерпретаций действующих лиц, которые могут использовать их творческим и непредсказуемым образом. Научно доказано, что управленческие инструменты, которые знакомы и просты в использовании, не требуют обучения или особой компетенции для их понимания и применения.

Использование инструментов может позволить менеджерам чувствовать себя более рационально в своем стратегическом выборе. Ярзабковски и Каплан указали, что сотрудники имеют более или менее свободу выбора инструмента в зависимости от их положения в иерархии [7, с.551]. Рост ранга сотрудника также приводит к увеличению независимости его выбора. Исследования, касающиеся пользователей стратегических инструментов, сосредоточены главным образом на руководящих работниках, которые, как правило, являются наиболее автономными на предприятиях. Выбор инструментов часто бывает непреднамеренным и носит рутинный характер в практике организации. Следовательно, невозможно установить рациональные предпосылки для выбора одного и того же, ни однозначно связать их с целями, которым они должны служить. В зависимости от организационной культуры каждый имеет дело со слабой или более сильной готовностью осуществить изменения. С другой стороны, внедрение стратегических инструментов на предприятиях способствует росту осведомленности, что помогает снизить риски, связанные с принятием некоторых решений, определением приоритетов на крупных предприятиях и предоставлением модели для оценки относительной значимости различных бизнес-портфелей. [1] Другая проблема связана с «правильностью» использования инструментов в управленческой практике. Это включает в себя способ использования данного метода, техники и т. д., который является правильным с научной точки зрения, соответствует определенному этапу стратегического управления. Руководителям приходится все больше полагаться на свои навыки интерпретации, анализа и допроса, чем на свои предыдущие знания и опыт, так как окружающая среда становится все более динамичной и развивающейся.

Роль маркетинга в современном стратегическом управлении будет продолжать расти под влиянием динамики изменений в бизнес-среде. Классические инструменты стратегического управления маркетингом становятся недостаточными для успеха на рынке. Большое количество доступных решений, ограниченные когнитивные способности менеджеров или просто нехватка времени часто приводят к реализации концепций, методов или методов работы без глубокого рассмотрения их адекватности в данной области или

незнания других методов операция, которая может быть потенциально лучше. Их число будет продолжать расти, прежде всего, благодаря развитию новых технологий. Подводя итог, следует рекомендовать менеджерам подумать о стратегических инструментах управления маркетингом, которые внедряются и используются на предприятии. Такие инструменты должны быть адаптированы к потребностям конкретного предприятия и, прежде всего, быть эффективными. Следует помнить, что внедрение наилучших доступных решений никогда не будет достаточным для успеха предприятия.

Таким образом, принятие стратегического подхода к маркетинговому планированию может иметь много преимуществ для вашего бизнеса, среди которых гарантируется, что ваша компания готова к постоянно меняющимся рынкам. Хороший план и целеполагание маркетинговой деятельности являются ключевыми для наращивания конкурентного преимущества предприятия.

Список литературы:

1. Бизнес-сопровождение инновационных проектов: Малые инновационные предприятия вуза: Учебно-методические материалы / Под ред. Н.А. Пашкус, Н.М. Старобинской. – СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2013. – 179 с.
2. Котлер Ф., Г. Армстронг. Основы маркетинга Краткий курс Перевод с англ. — М Издательский дом "Вильямс», 2017. 647 с.
3. Носова Н.С. Конкурентная стратегия компании, или Маркетинговые методы конкурентной борьбы. – М.: Дашков и К, 2017. 256 с.
4. Стратегический маркетинг. Сборник статей. – М.: Альпина Паблишер, 2017. 224 с.
5. Стратегический маркетинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры/ Н.А. Пашкус, В.Ю. Пашкус и др. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 225 с.
6. Шкардун, В. Д. Маркетинговые основы стратегического планирования. Теория, методология, практика / В.Д. Шкардун. - М.: Дело, 2017. - 384 с.
7. Ярзабовский П., Каплан С. Используемые инструменты стратегии: основа для понимания «технологий рациональности» на практике // Стратегическое управление. 2015. Т. 36 (4), С. 537–558 с.

Р.И. Джамалов (магистрант 2 курса, Университета ИТМО)

Научный руководитель: В.В. Негреева, к.э.н., доцент, доцент факультета технологического менеджмента и инноваций Университета ИТМО

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. В статье рассматриваются понятие и современные подходы к оценке инновационного потенциала предприятия. Приводятся группировка и характеристика методов оценки инновационного потенциала предприятия. Сделан акцент на наиболее популярных методах оценки.

Процесс перехода на новый этап научно-технического развития актуализировал потребность усилить внимание руководства предприятий к инновационной деятельности и совокупности новых подходов к изменениям, которые связаны с ней. Грамотная инновационная политика относится к ключевым условиям выживания и успешной деятельности предприятий в конкурентной среде.

Перед рассмотрением методов оценки инновационного потенциала предприятия необходимо обратиться к определению ключевых понятий. В данной связи, важно отметить, что категория «инновационный потенциал предприятия» может быть определена в двух аспектах – широком и узком.

Если определять данную категорию в широком аспекте, то наиболее полным нам видится следующее определение: «совокупность экономических возможностей, которые определяют способность предприятий результативно вовлекать в хозяйственный оборот разнообразные новые технологии» [1, с. 58].

Вместе с тем, при узком толковании нам видится целесообразным привести следующую позицию касательно определения исследуемого понятия: «множественная совокупность ресурсов различных видов, которые требуются для того, чтобы осуществлять инновационную деятельность субъектом хозяйствования» [6, с. 3752].

Таким образом, инновационный потенциал предприятия показывает способность хозяйствующего субъекта результативно реализовывать те или иные функциональные задачи при условии максимального задействования имеющихся в наличии экономических ресурсов.

Существует большое количество групп методов, благодаря которым можно оценить инновационный потенциал конкретного предприятия. В широком плане методы можно дифференцировать на количественные и качественные. В более узком плане деление групп методов представлено на схеме (рисунок 1).

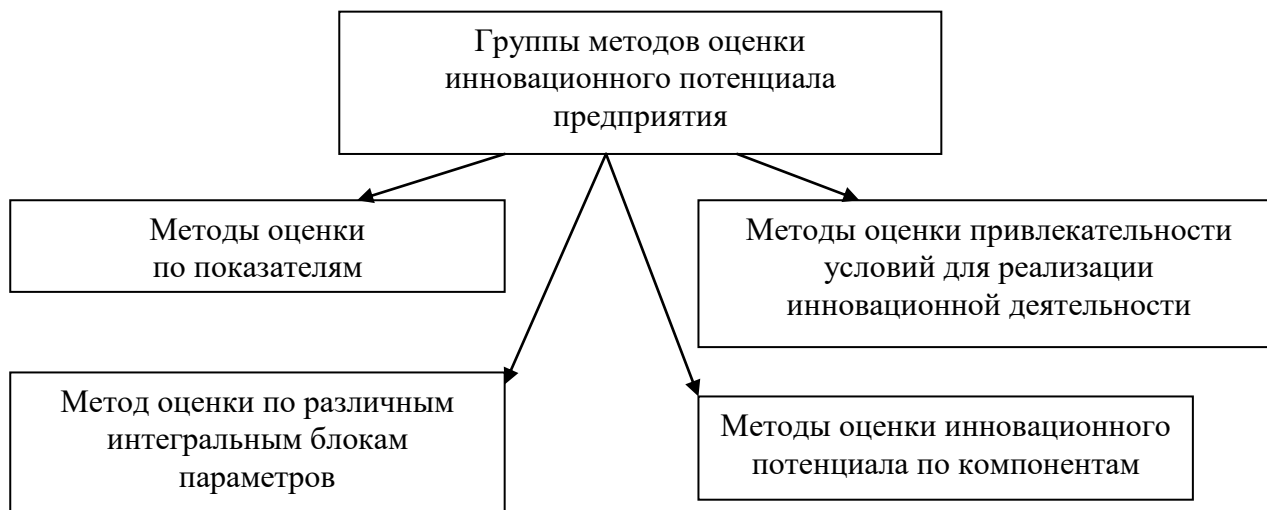


Рисунок 1 – Группы методов оценки инновационного потенциала предприятия

Далее целесообразно дать характеристику каждой из перечисленных групп методов.

Метод оценки по показателям характеризуется получением определённых цифровых данных, которые формируют представление об инновационном потенциале предприятия. При использовании данного метода значимая роль отводится сравнению и сопоставлению. Показатели могут сравниваться по разным временным периодам. Также могут сопоставляться показатели исследуемого предприятия с прочими хозяйствующими субъектами. Благодаря этому методу можно получить представление о реальном положении дел, касающегося инновационного потенциала, и выявить перечень насущных проблем в данной сфере.

Суть метода оценки привлекательности условий для реализации инновационной деятельности предприятия проявляется в том, что исследуются особенности инновационного климата хозяйствующего субъекта, данный климат определяется множеством факторов, под влиянием которых осуществляется инновационная деятельность.

Метод оценки по различным интегральным блокам параметров позволяет раскрыть особенности инновационной деятельности организации через следующие блоки:

- конечная продукция;
- организационно-техническое обеспечение;

- финансово-экономическое обеспечение;
- научно-технологическое обеспечение;
- совокупность показателей, отражающих производственный и управленческий процессы;
- инвестиционная привлекательность.

Благодаря этому методу можно получить представление об инновационной ориентированности хозяйствующего субъекта с учётом динамики. В результате «блоки параметров определяют разрабатываемую стратегию предприятия в отношении инновационной деятельности» [5, с. 745].

Кроме того, важная роль отводится методу оценки по компонентам. Следует отметить, что этот метод максимально полно соответствует требованиям времени, так как оценке подвергаются не только научно-технические и ресурсные звенья, но и человеческий капитал, а также состояние институциональной инфраструктуры. В рамках данного метода оценивается, насколько эффективно создаются, применяются и распространяются новшества, что, в свою очередь, становится ключевым фактором производства в экономической среде, ориентированной на инновации.

Выше были рассмотрены основные группы методов оценки инновационного потенциала предприятия. Как нам представляется, целесообразно дать характеристику некоторым методам, которые являются наиболее популярными в современных условиях.

Так, метод «мозговой атаки» применяется для того, чтобы найти решения в не полностью исследованной сфере, он позволяет обнаружить новые направления и способы решения конкретных проблем.

Метод сценариев принадлежит к перечню экспертных оценок и особенно полезен при прогнозировании. Его сущность заключается в том, что «моделируется (в виде изложения пошагового алгоритма) логическая цепочка развития перспективного состояния оцениваемого объекта, что базируется на вероятностных предположениях касательно потенциальных состояний факторов, обуславливающих прогнозируемое состояние системы» [4, с. 246].

Метод Дельфи является одним из способов коллективной экспертной оценки, предполагающий организацию экспертного опроса среди группы специалистов в несколько этапов (как правило, 4-5 этапа), чтобы выбрать наилучшее решение.

Метод «дерево целей» ориентирован на то, чтобы получить полную и относительно устойчивую структуру целей, проблем, направлений, иными словами, такой структуры, которая на протяжении конкретного периода времени незначительно преобразовывалась бы при неизбежных изменениях, происходящих в любой развивающейся системе.

Также весьма распространены и, одновременно с этим, точными методами оценки инновационного потенциала предприятий являются экономико-математические методы. Благодаря им можно точно формализовать экономические явления и процессы. По справедливому замечанию Е.А. Поповой, В.А. Щевьевой, данные методы являются «ключевым инструментом оценки экономических систем, позволяют выстраивать теоретические модели экономических процессов, прогнозировать поведение субъектов экономики» [3, с. 661].

Следует отметить, что в практическом аспекте особую популярность приобрели статистические методы оценки инновационного потенциала предприятия. Вместе с тем, не следует пренебрегать и экспертными методами, потому что в большинстве случаев они сопровождаются скромными объемами подготовительных и вспомогательных мер. Помимо этого, они отличаются простотой их исполнения.

В современных условиях используется множество подходов к оценке инновационного потенциала предприятий, речь идёт о системном, ситуационном и процессном подходах. А суть самих методов оценки инновационного потенциала предприятий, по замечанию Е.Н. Карташовой, Е.Ю. Абрамовой, наиболее полно раскрывается через системный подход [2, с. 118].

Используя системный подход, необходимо рассматривать процесс системного управления инновационной деятельностью как соединение двух подсистем. Речь идёт об управляющей подсистеме, которая является субъектом управления, и об управляемой подсистеме, выступающей в качестве объекта управления. В роли субъекта стратегического управления инновациями на предприятии выступает коллектив специалистов-менеджеров, он посредством разработки перечня методов, способов, а также приемов управленческого воздействия принимает участие в целенаправленном результативном функционировании объекта управления. В качестве объекта управления в этой системе выступают инновации, инновационный процесс и, помимо этого, экономические отношения, которые возникают между субъектами инновационной деятельности, а также между участниками на рынке инноваций.

Обращаясь к реалиям сегодняшнего дня, следует отметить, что процесс построения и последующего развития цифровой экономики, цифровой трансформации на рынке, использование новых цифровых предпринимательских моделей невозможны без применения системного подхода к оценке инновационного потенциала предприятий.

Системность определяет то, что процесс оценки приобретает отчётливо выраженный циклический характер и это, в результате, оказывает воздействие на генерацию управленческих инноваций. Системный подход к оценке инновационного потенциала предприятий даёт возможность руководителям более результативно реализовывать свои базовые функции, касающиеся прогнозирования, планирования, организации, принятия управленческих решений и контроля. А сложность и динамичность современных технологических процессов, информационных потоков, обширный объём работ касательно сбора и обработки информационных данных предопределяют повышение требований, которые предъявляются к организации управления предприятием в целом, к наличию аналитических компетенций у руководства.

На основе изучения литературы и формулируя собственную позицию, нам видится целесообразным отметить, что использование методов оценки инновационного потенциала предприятий сталкивается с множеством проблем, затрудняющих их применение. Проблемы зачастую появляются в процессе взаимодействия предприятия с внешними факторами. Чтобы разработать четкую и качественную стратегию, в первую очередь, необходимо определить и проанализировать, какие именно из внешних факторов (научно-технические, экономические, политические или социальные) оказывают наиболее выраженное и прямое воздействие на развитие предприятия. На практике же зачастую применяют именно системный подход, который предусматривает формирование инновационной системы на предприятии.

По нашим представлениям, системный подход к оценке инновационного потенциала предприятий должен представлять собой совокупность методов оценки инновационной деятельности, процесс ее регулирования, стимулирования и обслуживания в рамках предприятия. Поэтому целесообразным является разделить содержание системного подхода на блоки, выстраивая тем самым модель. Речь идёт о:

- нормативно-целевом блоке: устанавливаются цели, принципы, формулируются задачи и правила оценки;
- функциональном блоке: данный блок касается оценки инновационных процессов;
- образовательно-подготовительном блоке, в рамках которого реализуется оценка кадрового обеспечения;
- инфраструктурном блоке, который касается оценки информационного обслуживания;
- коммуникативном блоке, который затрагивает оценку процессов коммуникации с внешней средой;
- инвестиционном блоке, затрагивающем вопросы оценки финансирования;
- исследовательском блоке, в рамках которого предусматриваются оценки исследований и разработок.

Следует отметить, что при использовании системного подхода к оценке инновационного потенциала предприятий любая сложная открытая динамическая система развивается как посредством медленной эволюции, так и в виде скачков (переход от одного качества к иному). Диалектика в развитии и функционировании систем проявляется в том, что последовательно изменяются такие величины, как коэффициент адаптации системы и коэффициент чувствительности системы к совокупности изменений, происходящих во внешней среде.

Системный подход целесообразно применять для того, чтобы изучить инновационную сферу, которая сопряжена со слабо формализуемыми проблемами, взаимосвязи звеньев которых обладают нечеткой структурой и весьма подвержены воздействию факторов неопределенности.

Таким образом, к сегодняшнему дню разработано большое количество методов оценки инновационного потенциала предприятий. Все методы сопровождаются анализом групп различных факторов, которые оказывают воздействие на инновационный потенциал хозяйствующих субъектов. Число факторов, их содержание, методики оценки (количественные, качественные), способы измерения (экспертные, статистические) существенно различаются и отражают сущность определенного метода, позицию его автора и специфику использования.

Список литературы:

1. Ахмедова А.В. Обзор понятия «инновационный потенциал предприятия» // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: российский и зарубежный опыт. – 2020. – № 1. – С. 58-61.
2. Карташова Е.Н., Абрамова Е.Ю. Оценка инновационного потенциала предприятия // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2018. – № 11-1. – С. 117-121.
3. Попова Е.А., Щевьева В.А. Сравнительная характеристика методов оценки инновационного потенциала предприятия // Форум молодых ученых. – 2019. – № 3 (31). – С. 657-665.
4. Промышляева О.М. Методы оценки инновационного потенциала предприятия // Внедрение результатов инновационных разработок: проблемы и перспективы. Сборник статей Международной научно-практической конференции. – Уфа: 2020. – С. 244-248.
5. Столяров Д.Е., Михеев Г.С., Рындин Н.М. Современные методы оценки инновационного потенциала предприятий // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2018. – Т. 2, № 4. – С. 744-747.
6. Устинова Л.Н., Сиразетдинов Р.М. Инновационный потенциал предприятия: сущность, структура, оценка // Российское предпринимательство. – 2017. – Т. 18, № 23. – С. 3751-3764.

*А.А. Тернущак, Т.Е. Шпакова (студенты 1 курса магистратуры,
Института экономики и управления РГПУ им. А.И. Герцена)
Научный руководитель: Н. М. Старобинская, к.э.н., доцент каф. отраслевой
экономики и финансов РГПУ им А.И. Герцена*

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИННОВАЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ УКРЕПЛЕНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ КОМПАНИИ

Сегодня компании работают в очень динамичной, неопределенной и конкурентной среде. Они соревнуются в «тонкости», которые так малы, но так важны. Компании пытаются добиться конкурентного преимущества, чтобы получить лучшую и стабильную позицию на рынке. Соответственно, один из способов достижения конкурентного преимущества для

компаний – инновации. В этой статье мы рассмотрим значение инноваций для предприятий, сущность и типы инноваций, а также динамику инноваций на разных этапах жизненного цикла товара.

В течение многих лет исследователи подчеркивали позитивную экономическую роль инноваций в деятельности компаний. Инновации в продуктах приносят конкурентные преимущества благодаря дифференциации, а инновации в производственных процессах повышают эффективность производства.

В 1960 году Теодор Левитт написал революционную концептуальную статью о маркетинговых инновациях, объяснив необходимость и наличие этого типа инноваций для повышения эффективности работы компаний. Независимо от очевидного положительного влияния маркетинговых инноваций, он отметил, что фирмы традиционно сосредоточены на инновациях продуктов и производственных процессах.

Исследования способствуют диалогу о влиянии маркетинговых инноваций на устойчивое конкурентное преимущество путем решения следующих ключевых вопросов: 1) Что такое маркетинговые инновации и с какой периодичностью они должны происходить на каждом этапе жизненного цикла отрасли? 2) Каковы последствия маркетинговых инноваций для эффективности фирмы и устойчивого конкурентного преимущества? Наконец, когда усилия по обеспечению устойчивости вошли в стратегическую бизнес-арену, необходимо рассмотреть влияние инноваций на устойчивость и эффективность работы фирмы, и конкурентное преимущество.

Инновации в продуктах часто требуют использования новых методов маркетинга, поскольку старые методы более не применимы к конкретным продуктам, о которых идет речь. Успешный запуск новых продуктов может быть ослаблен использованием старых маркетинговых инструментов и методов. Кроме того, повышение уровня маркетинговых инноваций в цепочке создания стоимости может снизить затраты на сбыт и повысить воспринимаемую потребителями ценность новых продуктов и услуг; маркетинговые инновации могут привести к старению отрасли. Примеры маркетинговых инноваций присутствуют во всем мире бизнеса как часть маркетинговой деятельности организации по созданию, распространению и управлению взаимоотношениями с клиентами. Примеры этих маркетинговых мероприятий и соответствующие маркетинговые инновации приведены в таблице 1.

Таблица 1.

Примеры маркетинговых инноваций [3]

Инновация	Характеристика
Новое средство платежа	Кредитная карточка
Новая комбинация эстетических и функциональных свойств	Оригинальная зажигалка, совмещенная с открывалкой для пивных бутылок
Новая презентация товара	Бриф-консультационная торговля, презентация
Новая форма торговли	Cash Carry (например, склад-магазин Monarch)
Новый вид рекламы	Плакаты на автобусных остановках
Новое применение известного товара	Шампунь «2 в 1» и «3 в 1»
Новый способ продажи	Телемаркетинг, интернет-магазин

Можно определить маркетинговые инновации как генерацию и реализацию новых идей для создания, общения и предоставления ценности клиентам, а также для управления взаимоотношениями с клиентами таким образом, чтобы это приносило пользу организации. [1] Определяя маркетинговые инновации, ученые отходят от чисто философских подходов, предлагая инновационную деятельность по генерации и реализации новых идей вместе с маркетинговой деятельностью по созданию, и управлению отношениями.

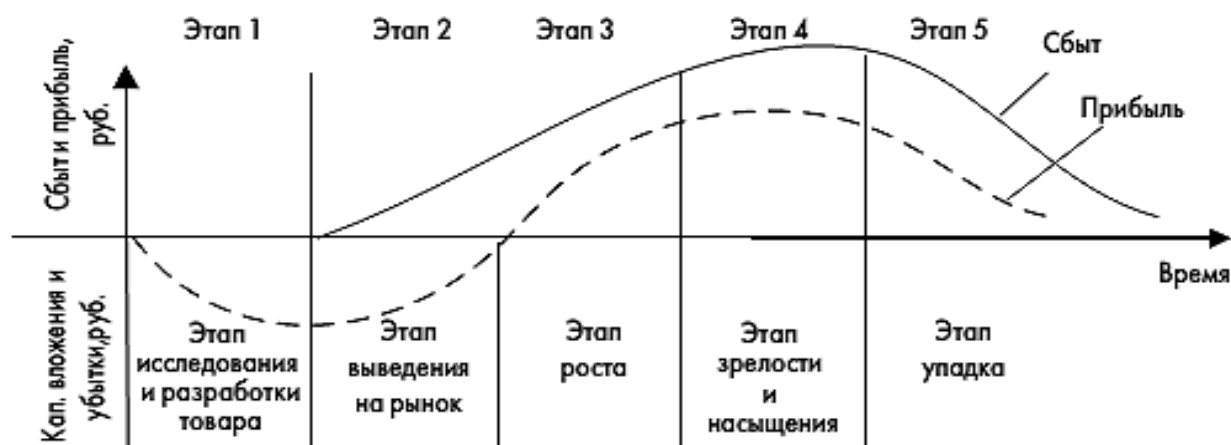


Рисунок 1. – Динамика инноваций на разных этапах ЖЦТ [2]

Количество этапов в жизненном цикле и подробные характеристики каждого этапа незначительно различаются в зависимости от перспективы. Тем не менее, то, что сияет во всех ракурсах с поразительной ясностью, – это соглашение о том, что среда (например, конкуренция, технологическая турбулентность), тип инновации (продукт и производственный процесс), а также частота или скорость инновации продукта и инновации производственного процесса трансформируются по мере старения продукта или отрасли. Использование модели динамики инноваций для собранных товаров в качестве основы предложенная модель на рисунке 2 включает предлагаемый уровень маркетинговых инноваций на каждом из трех этапов. Предполагается, что частота маркетинговых инноваций должна меняться в течение жизненного цикла отрасли в бимодальной модели для обеспечения устойчивого конкурентного преимущества.

Вводная стадия начинается с введения радикальной инновации организацией (организациями) и является периодом большой нестабильности при разработке продукта. Интенсивность конкуренции быстро растет. Конкуренты соревнуются за функциональность продукта, стремясь достичь доминирующего дизайна. В результате, радикальные инновации в продукции многочисленны, а дизайн продукта часто меняется, что приводит к высокой степени технологической неопределенности и неопределенности на рынке.

Из-за быстро меняющегося дизайна продукции инновации в производственном процессе минимальны; производство опирается на общее оборудование и квалифицированную рабочую силу. Таким образом, эта стадия характеризуется высокой технологической неопределенностью; быстрым наращиванием конкурентоспособности; высокой рыночной неопределенностью; и высокой частотой радикальных инноваций в продуктах и низкой частотой инноваций в производственных процессах. Динамичная неопределенная среда на первом этапе увеличивает потребность фирмы в поиске новых инноваций, чтобы повысить свои шансы на выживание.

На ранней стадии развития технологическая турбулентность остается высокой, но начинает снижаться. Число радикальных инноваций снижается, и появляется доминирующая модель.

Радикальные инновации продукта уступают место постепенным инновациям продукта, но инновации производственного процесса значительно увеличиваются. Интенсивность конкуренции начинает снижаться после установления доминирующего дизайна. Конкурентное внимание смещается в сторону повышения квалификации в области инноваций в производственных процессах и интеграции процессов.

На этапе роста инновации продуктов и производственные процессы становятся все более взаимосвязанными, так что изменения в дизайне продукта быстро влияют на сборочную линию. Инновации в производственном процессе приводят к повышению эффективности производственных процессов, снижению себестоимости продукции и времени выхода на рынок, а также повышению качества продукции.

Неопределенность рынка начинает уменьшаться, поскольку клиенты переключают свое внимание с функциональности продукта на надежность и удобство продукта. Так же, как неопределенность стимулирует инновации, определенность уменьшает инновации. Как только внимание фирмы переключается на эффективность производственного процесса, частота маркетинговых инноваций должна уменьшиться, хотя некоторые инновации в маркетинге могут продолжаться из-за разрывов, вызванных постепенными инновациями.

Производители сосредотачиваются на стратегии максимизации продаж и концентрируются на улучшении качества продукции, надежности продукции и эффективности производства. Таким образом, маркетинговые инновации будут происходить с меньшей частотой, чем инновации производственного процесса или дополнительные инновации.

На этапе зрелости продукты недифференцированы и стандартизированы с минимальными постепенными инновациями в продуктах, производительности и качестве. Окружающая среда стабильна в отношении рыночной неопределенности, технологической неопределенности и конкурентоспособности. Конкуренция в отрасли сводится к нескольким оставшимся в живых, как правило, конкурирующим по цене. Инновации дополняют стандартизированные конструкции и как минимум как для продукта, так и для производственного процесса. На этом этапе возможности в отрасли могут уменьшиться; следовательно, требуется более креативный маркетинг. Фирмы ищут конкурентные преимущества с помощью методов, отличных от продукта или цены. Это возрождение может происходить из различных источников, а не только от зрелых компаний, оставшихся до конца жизни отрасли.

Стареющие отрасли и их устойчивые партнеры могут возобновить выравнивание продаж или ослабить отрасль с помощью маркетинговых инноваций. Предполагается, что стареющие отрасли обращают внимание на инновации в маркетинге, распределении или кредитовании, а не на продукт или процесс. В то же время, зрелые отрасли могут разрушиться, внедряя новые методы, такие как те, которые требуются при массовой адаптации. Таким образом, на определенном этапе жизненного цикла отрасли инновации в продуктах и производственных процессах минимальны. Маркетинговые инновации должны увеличиваться и, возможно, достигать максимума за весь жизненный цикл, прежде чем уменьшаться.

Подавляющее большинство инновационных исследований показывают, что инновации полезны для фирмы. Это во многих отношениях повышает эффективность работы фирмы, как финансовую, так и другую, хотя затраты на разработку, производство и маркетинг нового продукта могут привести к снижению краткосрочных финансовых показателей. Инновации также увеличивают выживаемость, а неспособность к инновациям увеличивает риск потери стабильности, и, как следствие, ликвидации компании с рынка.

Таким образом, можно сделать вывод, что существует положительная связь между маркетинговыми инновациями и эффективностью фирмы. Как инновации в продуктах, так и инновации в производственных процессах демонстрируют положительную корреляцию с результатами деятельности компаний, а также синергетический эффект обоих. Аналогичным образом, синергизм между техническими инновациями (определяемыми как относящиеся к продуктам, услугам и технологиям производственного процесса) и инновациями в административных процессах (определяемыми как непосредственно относящиеся к основной рабочей деятельности с вовлечением организационной структуры) приводит к более высокой производительности. Отказ от новых продуктов часто связан с отсутствием креативного маркетинга. Чем более радикальны инновации, тем более вероятно, что маркетинговые инновации необходимы для успешного внедрения продукта на рынок и последующего роста рынка. [6] Расширение этих вышеупомянутых результатов логически приводит к последствиям позитивного взаимодействия между маркетинговыми инновациями и инновациями продуктов, особенно радикальных инноваций продуктов в вводной фазе жизненного цикла. Часто инновации в продуктах не приводят фирму к прибыльности и

конкурентным преимуществам. Именно взаимодействие продуктовых инноваций и маркетинговых инноваций заметно увеличивает преимущество и, как следствие, повышает эффективность работы фирмы.

Фирмы не признают потенциальный доход от маркетинговых инноваций и их вклад в устойчивую работу фирмы. Из-за этого необходимые ресурсы не выделяются на развитие этих маркетинговых инноваций, а также не развита культура, которая ценит позитивное влияние, которое эти типы инноваций могут оказать на организацию. Менеджмент должен быть открыт для маркетинговых инноваций, иначе их прибыль и преимущества от инновационных продуктов либо никогда не увидят своего полного потенциала, либо ослабнут. Маркетинговые инновации должны разрабатываться параллельно и интегрироваться во внедрение инноваций в продукты, чтобы получить конкурентное преимущество, начальное и устойчивое. Таким образом, инновации в маркетинговых исследованиях имеют решающее значение для фирм на ранних стадиях процесса разработки новых продуктов, чтобы захватить новые идеи для инноваций продуктов, опережая спрос и опережая конкурентов. Частота маркетинговых инноваций должна меняться в бимодальной структуре в течение жизненного цикла отрасли и, возможно, в течение всего жизненного цикла продукта. Для организаций маркетинговые инновации должны сопровождать радикальные инновации продукта, чтобы захватить доминирующий дизайн и долю рынка.

Полное изучение инноваций с точки зрения устойчивости и влияния на производительность фирмы принесет столь необходимый диалог по устойчивому стратегическому управлению через инновации.

Список литературы:

1. Бизнес-сопровождение инновационных проектов: Малые инновационные предприятия вуза: Учебно-методические материалы / Под ред. Н.А. Пашкус, Н.М. Старобинской. – СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2013. – 179 с.
2. Инновации в бизнесе / Коллектив авторов, серия Harvard Business Review. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2017. – 520 с.
3. Перекалина Н. С. Продуктовые и процессные инновации в маркетинге. – М.: РИОР, 2017. – 250с.
4. Пигунова О. В. Инновации в торговле. – Минск: Издательство «Вышэйшая школа», 2017. – 270 с.
5. Рычкова Н. В. Маркетинговые инновации: учебное пособие. – М.: КноРус, 2016. – 226 с.
6. Социально-культурная сфера в новой экономике: от развития образования до арт-рынка. Коллективная монография / Под ред. Н.М. Старобинской. – СПб: КультИнформПресс, 2019. – 164 с.

К.А Юмашев (магистрант 2 курса, Института экономики и управления РГПУ им. А.И. Герцена)

Научный руководитель: Н.В. Рождественская, к.э.н., доцент каф. отраслевой экономики и финансов РГПУ им А.И. Герцена

ОСНОВНЫЕ ОТЛИЧИЯ МЕТОДОВ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКТОВ НА РЫНКЕ ВИДЕОИГР ОТ КЛАССИЧЕСКИХ МЕТОДОВ ПРОДВИЖЕНИЯ

Индустрия видеоигр – это обширный сектор экономики, связанный с разработкой и продвижением видеоигр. Рынок видеоигр охватывает множество рабочих специальностей, на которых работают миллионы сотрудников по всему миру. Рынок видеоигр тесно связан с

рынками игровых консолей, рынком программного обеспечения, портативных мобильных устройств (в т.ч. смартфоны и планшеты). В последние годы в индустрии видеоигр наблюдался значительный рост, который будет наблюдаться в будущем [9].

В 2019 году общие продажи продуктов на рынке видеоигр перешагнули через отметку в \$100 млрд., поднявшись на \$6 млрд. относительно предыдущего года, когда совокупный объем рынка превысил \$130 млрд., увеличившись на 13% относительно прошлого года [8].

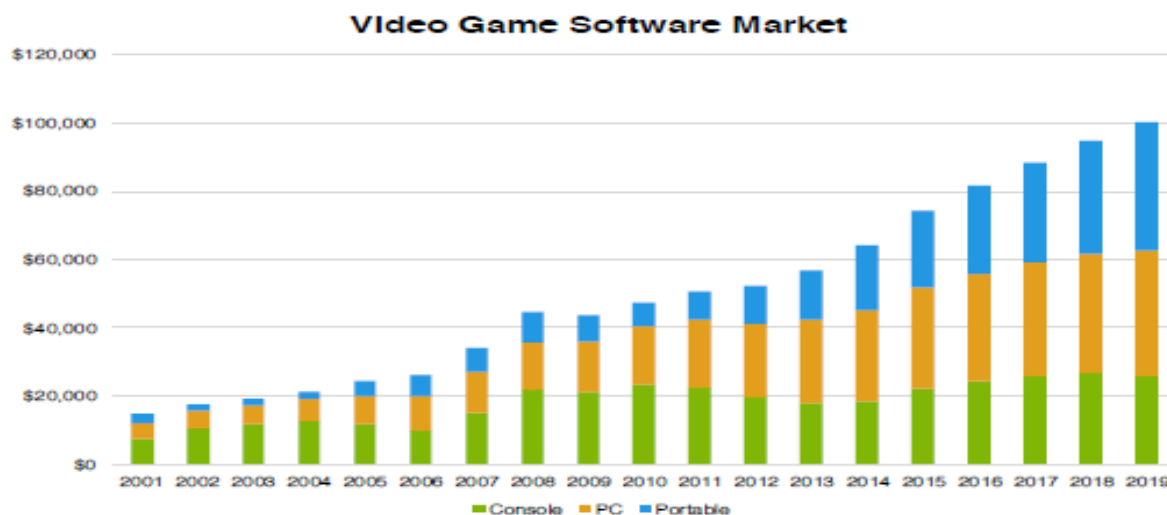


Рисунок 1 – Совокупные продажи на рынке видеоигр, тыс. долл.

Источник: Woodside Capital Partners [Электронный ресурс] / Маркетинговое Агентство. – Режим доступа: <http://www.woodsidecap.com/>, свободный. – Загл. С экрана. – Яз. англ.

Индустрия видеоигр крайне высокодоходная отрасль. Например, продукт американской компании “Rockstar Games” – “Grand Theft Auto V” принесла разработчикам за все время продаж больше, чем любой фильм в истории кинематографа, собрав более \$6 млрд. с 2013 года, а продукт компании “Activision” – “Call of Duty: Black Ops”, в 2010 году принес более \$600 млн. прибыли в течение первых 5 дней продаж [7].

Чтобы достичь подобных продаж, продукту нужна масштабная маркетинговая компания, но из-за особенностей рынка, потребителей и его динамики, методы продвижения на нем в значительной степени отличаются от классических методов продвижения.

Прежде чем рассматривать отличия методов продвижения продуктов в индустрии видеоигр от классических методов продвижения, следует дать определение продвижению и рассмотреть основные классические методы продвижения.

Продвижение товаров и услуг (от англ. – promotion) – комплекс маркетинговых мер, направленных на увеличение объемов спроса, а соответственно продаж. Целями продвижения могут быть как стимулирование спроса, так и улучшения образа компании в глазах потребителей [1].

Продвижение в широком смысле – это комплекс маркетинговых мероприятий, целью которых является влияние на выбор потребителя (влияние на потребительский выбор). [3]

Продвижение товара – это любая из возможных форм коммуникации, используемых для информирования, убеждения и напоминания о своих товарах, услугах, общественной деятельности и их влияния на общество. [2]

Можно выделить следующие виды продвижения:

1. Реклама
2. PR (Связи с общественностью)
3. Стимулирование сбыта
4. Прямые продажи

Так называемые традиционные методы продвижения не является для потребителя чем-то новым, поскольку это формы маркетинга, с которой люди постоянно сталкиваются в

тот или иной момент. Это обычные методы продвижения, которые позволяют охватить целевую аудиторию с помощью различных офлайн-рекламы и методов продвижения на классических площадках (радио, телевиденье и т.д.).

Классические методы продвижения — это методы продвижения, которые используют классические каналы коммуникаций и которые основаны на традиционных подходах (например, к рекламе), с которой потребители сталкиваемся ежедневно. Можно выделить следующие классические виды рекламы:

1. Печатные издания (реклама в журналах, газетах и т. д.)
2. Трансляции (реклама и продвижение на телевиденье, радио и т. д.)
3. Прямая почтовая рассылка (каталоги, объявления, письма, открытки и т. д.)
4. Телефон (телемаркетинг, смс-маркетинг и др.)
5. Наружная реклама (билборды, вывески, листовки и т. д.)

Прежде чем рассматривать методы продвижения, характерные для рынка видеоигр и выделять их отличия от классических методов продвижения, следует охарактеризовать продукты рынка.

Рынок видеоигр крайне динамичен, тренды на продукты меняются довольно быстро (пр. раз в 2-3 года), а потребители в большинстве случаев могут диктовать условия разработчикам и компаниям-издателям. Продукты на рынке включают в себя множество характеристик, играющих роль в принятии потребительского решения в пользу того или иного продукта. В целом, потребительское поведение схоже с таковым на рынке кинематографа, но с той разницей, что на рынке видеоигр у потребителя гораздо больше влияния на разработчиков.

В отличие от других рынков, стимулирование сбыта как метод продвижения применяется повсеместно и в гораздо больших масштабах. Его исключительная эффективность обоснована особенностью продуктов рынка и их ценообразованию. К примеру, на рынке смартфонов, скидка в 15% является очень существенной, когда как для рынка видеоигр потребитель может даже и не обратить внимание на скидку в таком малом размере (по меркам рынка). Поскольку продукт на рынке смартфонов имеет себестоимость, состоящую из стоимости сырья, издержек и стоимости бренда, ритейлеры не могут продавать продукты ниже закупочной цены, и в следствие это ограничивает максимальную скидку.

Это связано с тем, что, окупив стоимость производства (издержки, маркетинг и т.д.), компании не тратят средства на создания каждой последующей единицы товара. Таким образом, продукты на рынке, уже отбившие свою стоимость производства, могут продаваться в магазинах со скидкой, доходящей порой, до 95%.

Бандлы (от англ. – bundle, набор предметов) – один из видов стимулирования сбыта продуктов на рынке видеоигр. Его суть заключается в продаже пары (и более) продуктов по гораздо более низкой стоимости, чем по отдельности. Или, продукт может быть предложен бесплатно в комплекте с другим по акции. Такие предложения встречаются повсеместно на рынке видеоигр, в то время как на других рынках – исключительно редко. К примеру, ритейлеры смартфонов “Xiaomi” предлагали подобную акцию, но со своими правилами и особенностями.

Переиздания классических игр (специальные издания) – один из методов продвижения, но в большей степени он интересен издателям, поскольку позволяет получить значительную прибыль с небольшими затратами за счет старого и считающегося мертвым продукта на рынке. Когда обычный производственный цикл на рынке составляет 5 лет, а средняя стоимость разработки без учета маркетинга - \$10 - \$50 млн., то переиздание старой игры с новой графикой займет в среднем до 1 года, а стоимость снижается на порядок. К примеру, японская компания “Capcom” переиздала свою игру конца 90-ых годов – “Resident Evil 2”, в результате чего та продана более чем 5 млн. тиражом, что вдохнуло жизнь и в оригинальную игру, заставляя многих игроков вернуться к ней, чтобы познакомиться с оригиналом [5].

Открытое бета-тестирование – один из методов продвижения, позволяющий к тому же потребителю познакомиться с продуктом до его выпуска на рынок. Компании-разработчики тратят много средств на аутсорсинг тестировщиков, которые полируют игру и выявляют ошибки и неточности перед ее выпуском на рынок. Открытые бета-тесты позволяют решить сразу две проблемы:

1. Позволить потребителям принять роль тестировщиков, при этом компании не тратят средства на работников.
2. Позволяют привлечь интерес потребителей возможностью сыграть в продукт до его выхода.

К примеру, в 2007 году компания “Microsoft” анонсировала, что при покупке своей игры “Crackdown”, потребители получают шанс сыграть в бета-тест сетевого режима игры “Halo 3”. В итоге, это подняло пред-заказы и продажи “Crackdown” более чем на 25%, более 800 тыс. человек провели суммарно более миллиона часов в бета-тесте помогая разработчикам устранять ошибки в игре. И что немаловажно, увеличили общественную огласку и значительно увеличили спрос на полную копию игры “Halo 3” [6].

Важно отметить, что бета-тесты не только позволяют компаниям тесно общаться с сообществом, интегрируясь в него, но и, что более важно, менять продукт и вносить в него изменения в зависимости от пожеланий и фидбека игроков, таким образом, делая продукт максимально отвечающим запросам определенной целевой аудитории, увеличивая лояльность и определяя их потребительский выбор в пользу данного продукта.

Это не единственный пример бета-теста как продвижения будущего продукта, к примеру, для “Crysis 2” и “Crysis 3” от немецкой компании “CryTec” за некоторое время до релиза проводились бета-тесты. Они сильно подняли интерес к полной версии игры, как это было с “Halo”. Но бывают и обратные ситуации, к примеру, бета-тест “Battlefield 4” от компании “EA” показал неготовность продукта к релизу, пользователи столкнулись с слишком большим количеством проблем, что вызвало широкий общественный резонанс. Также, бета-тесты могут быть применены неверно и это может пагубно сказаться на продажах конечного продукта. К примеру, “Warcraft 3: Reforged”, переиздание классической версии игры начала 2000-ых годов, поднял невиданный до этого скандал в обществе и стал худшей игрой в истории человечества. Дело в том, что разработчики не выполнили своих рекламных обещаний, а в бета-тесте была представлена игра, гораздо лучше сделанная и отвечающая желаниям и ожиданию потребителей, нежели продукт, который игроки приобрели на релизе. В рекламной компании заявлялось одно – а продукт в итоге вышел совершенно другим [4].

Социальные сети, стриминговые площадки и видеохостинги как метод продвижения видеоигр. Продвижение на стриминговых сервисах и площадках видео хостингах на данный момент является основным методов продвижения продуктов рынка видеоигр. Существует две основных площадки:

1. Twitch. Стриминговый сервис с возможностью прямого вещания, обеспечивающий прямую коммуникацию между ведущим и зрителями. Видео-обзор или онлайн-трансляция по игре привлекает большое количество новой аудитории, и в некоторых отдельных случаях может быть столь действенно, что компании могут использовать его как основной и единственный метод продвижения. Эффективность продвижения обеспечивается за счет эффекта кумира. Зрители смотрят трансляции не только из-за того, что интересуются определенной игрой, но в большей степени из-за того, кто ее ведет. Видя, что стример играет в новую игру, зрители в большинстве случаев заинтересуются ей, если она соответствует их вкусам.

2. YouTube. Крупнейший видео хостинг в мире, который используется как площадка продвижения не только на рынке видеоигр, но и на множестве других рынков. К примеру, компания “Intel” использует площадку для продвижения своих процессоров. Принцип лояльности позволяет отбирать положительно настроенных к компании лидеров мнений, что бы те создавали благоприятное отношение к продукту, который продвигают

своей аудитории. Доходило до того, что компания отправляла на обзоры свою новинку – принципиально новые видеоадаптеры, за 2 года до их выхода на рынок, заранее подогревая интерес к продукции. Такое продвижение справедливо и для рынка видеоигр, где компании рассылают копии своих игр на обзоры лояльным блоггерам, что бы те создали благоприятное отношение к продукту. Этот вид продвижения крайне действенен для малоизвестных компаний, когда продукты крупнейших игроков на рынке и так постоянно на слуху.

Особенностью продвижения на Youtube и Twitch на рынке видеоигр от других рынков является интерактивность и интегрированность со зрителями. Стримы на Twitch, проводятся либо исключительно по видеоиграм, либо просто в формате общения. Говоря о стримах и видео на Youtube, то из отличительных особенностей, к примеру, можно отметить возможность зрителей сыграть в игру с любимым стримером, по которому ведется данный стрим, а следовательно – зритель купит игру.

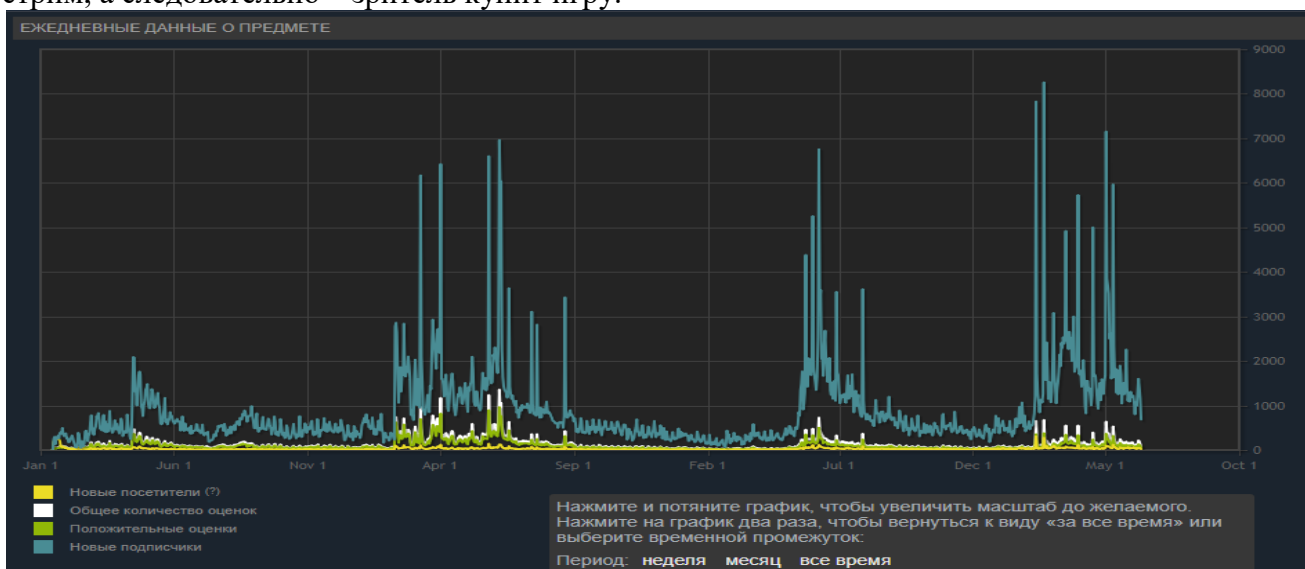


Рисунок 2 – Пример увеличения притока игроков из-за продвижения на площадке YouTube для продукта “Comics Heroes Wars”. Резкие скачки обусловлены публикацией обзоров на видео-хостинге

Киберспорт как и спортивные мероприятия в обычном спорте является методом продвижения, как продукта, по которому проводится соревнование, так и сопряженных брендов, спонсоров, участвующих в евентах. Наличие киберспорта у игры привлекает аудиторию, ажиотаж перед мероприятием и участие в сопряженных ему евентах особенно ценный опыт для потребителя. Так, частично благодаря киберспорту, и главному турниру “The International” по дисциплине “Dota 2”, ее аудитория росла примерно на 42% в год, пока не достигла своего пика летом 2019 года.

Разумеется, это далеко не все методы, применяемые на практике на рынке видеоигр. Кроме, ставшего уже стандартным, метода продвижения на площадках цифровых дистрибьютеров (пр. – “Steam”, “EpicGames Store”, “Origin” и др.), который обеспечивает сотни миллиардов просмотров рекламного контента потребителям ежедневно, применяются и другие методы, к примеру, электронные выставки, конференции, более классические пресс-конференции (пр. – “Е3”), и др.

Рассматривая ключевые различия, между классическими методами продвижения и методами, применяемыми на рынке, можно сделать несколько выводов. Во-первых, классические методы не так тесно взаимодействуют с потребителями и в большинстве своем несут короткое информационное сообщение, призванное информировать потребителя или заинтересовать его в чем-либо. На рынке видеоигр продвижение несет в себе более тесную, длительную и глубокую интеграцию с потребителями.

Во-вторых, некоторые методы продвижения, такие как стимулирование сбыта и связи с общественностью применяются куда более интенсивнее, нежели на других рынках. Стимулирование сбыта позволяет создавать товарные предложения, которые недоступны на других рынках, а PR-мероприятия проводятся повсеместно (выставки, киберспорт, пресс-конференции и пр.).

В-третьих, большинство классических методов продвижения (в осн. классическая реклама и прямые продажи), не соответствуют требованию рынка видеоигр. К примеру, они не могут вместить в себя достаточный объем информации, чтобы убедить потребителя сделать выбор в пользу товара, или предоставить достаточно сведений о товаре. Когда на классических рынках, товары однотипны и простые, можно сказать, что каждый продукт на рынке видеоигр уникален, и его описание не поместится на классических носителях, а там, где поместится (пр. – телевидение, радио) в настоящее время нету достаточного количества целевой аудитории, что бы реклама там была действенной.

Говоря обособлено о классической рекламе, то следует подчеркнуть ее неэффективность на рынке видеоигр. Телевидение и радио слишком дорогие и не могут обеспечить достаточный охват целевой аудитории, как и печатные издания, которые были популярны в 2000-ых годах. А наружная реклама, как было написано выше, не применяется по причине невозможности размещения в ней достаточного количества информации для принятия потребителем выбора в пользу продукта.

В целом, продвижение на рынке видеоигр несет в себе значительные отличия, которые и делают большинство классических методов продвижения неэффективными, по сравнению с современными методами продвижения в интернете, связями с общественностью, стимулированием сбыта, и др. Классическая реклама с появлением и интеграцией аудитории в интернет, была вытеснена и заменена куда более эффективной и дешевой рекламой в социальных сетях и площадках цифровой дистрибьюции. Стимулирование сбыта, напротив, приобрело гораздо больший масштаб, обеспечивая скидки и акции, которые просто невозможны на классических рынках, а связи с общественностью и комьюнити-менеджмент, в отличии от большинства других рынков, играют первостепенную роль в создании благоприятных отношений между целевой аудиторией и компаниями из-за огромного влияния и доминирующего положения потребителей на рынке видеоигр.

Информационные технологии все чаще становятся инструментами продвижения в маркетинговых кампаниях. Рынок видеоигр в этом плане первопроходец, который первым перешел в практически полную цифровую дистрибьюцию. С переходом в цифровой мир, классические методы стали неэффективными. В будущем, с все большей интеграцией IT-технологий в мировую экономику и во все сферы общества, и другие рынки перейдут полностью в цифровую сферу, как прямо сейчас это наблюдается с рынком музыки. Методы продвижения будут становиться более схожими и использовать те-же площадки, но, разумеется, на рынке видеоигр всегда будет существовать своя отличительная специфика в продвижении товаров.

Список литературы:

1. Маркетинг. Большой толковый словарь / Под ред. А. П. Панкрухина, 2-е изд. – М. Омега-Л, 2017. – 261 с.
2. Пашкус Н.А., Пашкус В.Ю. Стратегии инновационной организации: от исследований к маркетингу // Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием. – 2018. – Т. 9, № 1. – С. 115-131.
3. Стратегический маркетинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры/ Н.А. Пашкус, В.Ю. Пашкус и др. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 225 с.
4. Худшая игра в мире. Фанаты разнесли Warcraft III: Reforged // “Чемпионат.ru”. – 2020-02-05. – [Электронный ресурс] – <https://www.championat.com/cybersport/article-3964484-warcraft-iii-reforged---obzor-otzyvy-rejting-hudshaja-igra-v-istorii.html>.

5. Продажи Resident Evil 2 Remake превысили 5 млн. копий // “gmbox.ru” 2019-12-19. – [Электронный ресурс] – <https://gmbox.ru/materials/43386-prodazhi-resident-evil-2-remake-previsili-5-mln-kopiy>.
6. Halo 3 beta boosts Crackdown pre-orders by 25% // gameindustry.biz. – 2007-01-17. – [Электронный ресурс] – www.gamesindustry.biz/.
7. Call of Duty: Black Ops sets record for Activision // Yahoo Games Plugged In. – 2010-12-21. – [Электронный ресурс] – <https://www.yahoo.com>.
8. ESA – Entertainment Software Rating Board. [Электронный ресурс] / Сайт ESA. – [Электронный ресурс] – [http://www.theesa.com/.](http://www.theesa.com/)
9. Newzoo. Маркетинговое Агентство. – [Электронный ресурс] – https://resources.newzoo.com/hubfs/Reports/Newzoo_2018_Global_Games_Market_Report_Light.pdf.
10. Woodside Capital Partners. Маркетинговое Агентство – [Электронный ресурс] – <http://www.woodsidecap.com/>.

Т.Е. Шпакова (магистрант 1 курса,
Института экономики и управления РГПУ им. А.И. Герцена)
Научный руководитель: Н.М. Старобинская, к.э.н., доцент каф. отраслевой экономики и финансов РГПУ им. А.И. Герцена

РАЗВИТИЕ ИНФОПРОДУКТОВ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ

В настоящее время процветания Интернет-рынка создание и продажа информационных продуктов является одним из самых прибыльных и перспективных бизнесов. Данное суждение подтверждается тем, что спрос на такого рода товары (услуги) постоянен, а сама информация, содержащаяся в продукте, постоянно обновляется и совершенствуются, адаптируясь к меняющимся рыночным условиям. Но что подразумевается под информационным продуктом сегодня?

Инфопродукт выступает инструментом, при помощи которого целевая аудитория сможет достичь желаемого результата, переместиться из точки А (состояние сегодня) в точку Б (желаемое будущее). Это упакованный опыт и знания одного или нескольких человек. Используя информационные продукты, представляется возможным быстро и легко перенести свои знания или же знания эксперта, которого вы продюсируете, в онлайн-среду (Интернет), тем самым сократив время на передачу полезной информации. Рассматривая Интернет-рынок, как передовую платформу для реализации продуктов и услуг, выделяют такие наиболее востребованные виды информационных продуктов, как:

1. Курсы;
2. Мастер-классы;
3. Марафоны;
4. Консультации;
5. Онлайн-школы;
6. Вебинары;
7. Менторство;
8. Гайды;
9. Воркбуки;
10. Чек-листы.

Отталкиваясь от условно принятых секторов информационного рынка (см. рисунок 1), вышеперечисленные виды информационных продуктов, в большей их части, можно отнести к сектору услуг образования и сектору потребительской информации.



Рисунок 1 – Сектора информационного рынка

Так, примером инфопродукта сектора услуг образования является интенсивный курс по копирайтингу от инстаграм-блогера Иры Голдман (@veryire), а информационным продуктом сектора потребительской информации – курс по стилю и уходу за собой от Вероники Логиновой (@logiinovva). Запускать на Интернет-рынок информационные продукты сегодня может каждый, не зависимо от количества подписчиков в блоге. Необходимо лишь определить свою экспертность и выбрать нишу для создания инфопродукта. При этом не стоит забывать о характеристиках качественного инфопродукта, среди которых, в первую очередь выделяются следующие:

- включает эксклюзивные материалы, решает конкретные задачи. Качественный инфопродукт никогда не будет строиться только на материалах, которые находятся в открытом доступе в Интернет;
- теоретический материал должен быть подкреплён практическим опытом, а потребители должны получить новые знания;
- материал должен основываться на личном опыте автора;
- ориентирован на клиентов с разным уровнем подготовки: новичкам – базовые знания, профессионалам – уникальные и более глубокие сведения, т.е. ориентирован на ЦА с разным уровнем потребностей;
- предлагает практическое решение конкретной актуальной проблемы;
- содержит хорошо организованную информацию, которая подается доступным и понятным способом. Если информация тяжело воспринимается, то это приведет к оттоку клиентов.

На ценовую политику в сфере инфобизнеса влияют такие факторы, как:

- ресурсы, затраченные непосредственно на разработку продукта, в том числе, стоимость вложений в производство продукта (услуги консультантов, художников, помощников и т.д.);
- востребованность на рынке информации;
- стоимость аналогов у конкурентов;
- репутация автора инфопродукта на рынке;
- глубина раскрытия темы в представленных материалах;
- желаемая прибыль.

Опираясь на эти пункты, можно рассчитать стоимость инфопродукта и оценить доходность данного бизнеса.

В начале статьи говорилось о том, что реализация инфопродуктов – это прибыльно и перспективно (особенно хорошо это стало видно во время пандемии COVID-19). После анализа представленных в сети Интернет информационных продуктов, а в частности в социальных сетях (Instagram, Telegram, V Kontakte, Facebook), была составлена сводная таблица (см. таблица 1), показывающая стоимость товара и возможный месячный заработок блогеров/предпринимателей/экспертов.

Таблица 1

Стоимость инфопродуктов и возможный месячный заработок блогеров

Вид инфопродукта	Стоимость за единицу, руб.	Возможный месячный показатель, руб.
Курсы	2000	100000
Мастер-классы	1000	80000
Вебинар	900	50000
Марафон	1500	100000
Онлайн-школа	-	300000
Консультация	4000	20000
Менторство	10000	30000
Чек-лист	200	100000
Гайд	450	300000
Воркбук	1000	200000

Таким образом, основываясь на данных сводной таблицы, при ежемесячном выпуске на рынок 3 инфопродуктов (чек-лист, курс, менторство) можно выйти на годовой доход в 2 млн. 760 тыс. рублей.

Учитывая возможные расходы на рекламу (приблизительно 800 тыс. рублей в год, при размещении рекламы в социальных сетях) и вложения на создание инфопродукта (100 тыс. рублей), подсчитываем коэффициент окупаемости (ROI):

$$ROI = (2\,760\,000 - 900\,000) \div 900\,000 \times 100\% = 206,66\%$$

Из расчета следует, что даже при средних годовых вложениях на создание и продвижение созданного продукта, прибыль от продаж окажется значительно больше, тем самым давая блогерам и предпринимателям мотивацию повышать количество инфопродуктов, занимая новые ниши на рынке и расширяя целевую аудиторию.

Список литературы:

1. Баландина Д.М., Алиаскарова Ж.А., Игнатова А.М. Цифровая экономика: особенности развития и поведения потребителей // Известия Международной академии аграрного образования. – 2020. – № 52. – С. 59-63.
2. Данченко Л.А. Маркетинг социальных медиа. Интернет-маркетинговые коммуникации: учебник. – СПб.: Питер, 2013. – 288 с.
3. Скрипкин К.Г. Экономика информационных продуктов и услуг. – М.: Экономический факультет МГУ имени М.В.Ломоносова, 2019. – 192 с.
4. Социально-культурная сфера в новой экономике: от развития образования до арт-рынка. Коллективная монография / Под ред. Н.М. Старобинской. – СПб: КультИнформПресс, 2019. – 164 с.
5. Фомин В.И. Информационный бизнес. – М.: Юрайт, 2018. – 243 с.
6. Халин В.Г., Чернова Г.В. Цифровизация и ее влияние на российскую экономику и общество: преимущества, вызовы, угрозы и риски // Управленческое консультирование. – 2018. – № 10. – С. 46-63.

КОНЦЕПЦИИ ЭФФЕКТИВНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ

Аннотация: Одним из наиболее важных условий эффективной организации и функционирования предприятия является управление качеством на различных стадиях развития бизнес-процессов организации. Выявление проблем и рисков, имеющих место в системе управления предприятиями, предполагает изучение базовых понятий «качества» и «бизнес-процессов». Данная статья рассматривает научные источники формирования понятия «качества» и на его производные. Проблемам качества уделяли внимание многие специалисты, как в России, так и за рубежом. В связи с этим уделено внимание проблемам качества и отражена их важность при интерпретации трактовок качества.

Исследование понятия «качество» показало, что использование данного термина начиналось с анализа проблем нравственного и философского характера, выявляя их через человеческие и деловые отношения. Другим взглядом на качество стало расширение мировоззрения, основанные на формировании личности и ее сознания. Переход от взглядов от понятия «качества» к управлению качеством происходит в несколько этапов, которые представлены от индивидуального управления качеством и развития статистических подходов, до концепции всеобщего управления качеством (англ. Total Quality Management, TQM), которая представляет собой метод непрерывного повышения качества всех организационных бизнес-процессов.

Понятие «качества» имеет огромное количество трактовок в современных научных источниках, как в зарубежной литературе, так и российских авторов. В настоящее время существуют различные взгляды на понятие «качества», начиная с философского до экономических воззрений [1]. Они представлены в форме:

- различия между предметами;
- изменение качества под воздействием бытия;
- может иметь структуру, состоящую из объективных и субъективных физических характеристик;
- свойство, которое полностью или частично удовлетворяет потребителей;
- соответствует назначению;
- продукция или услуги определяются в виде совокупности технико-технологических и эксплуатационных характеристик;
- оценка высокого качества, которое превышает ожидания потребителя.

Философский взгляд Аристотеля охарактеризовал предмет, который обладает качеством, а качество является продуктом определенной природы, Такая мысль дала новое направление, развивая понятие «контроля качества» до «управления качеством». Данную цепь развития мысли можно представить в виде схемы (рисунок 1):



Рисунок 1 – Процесс развития «управления качеством» с точки зрения философии

Развитию данной мысли способствовали Гегель Г., Кант И., Декарт Р., Гоббс Т., а также Шухарт В., Деминг Э., Исикава К., Тагути Г. и другие.

Среди российских ученых-философов развитием понятия «качество» занимались Соловьев В.С., Ильин И.А., Карсавин Л.П. и другие.

Обобщение концептуальных подходов к определению «качества» зарубежными и отечественными философами представлено в таблице 1.

Таблица 1

Концептуальные подходы к определению «качества» зарубежными и отечественными философами

Зарубежный автор-философ	Определение	Российский автор-философ	Определение
Аристотель	Дифференциация между предметами по признаку «хороший - плохой»	Соловьев В.С.	Использование понятия качества для анализа нравственно-философских проблем
Гегель Г.	Качество тождественно с бытием определенности, нечто меняет свое свойство, теряя первоначальное качество	Карсавин Л.П.	Создание системы мировоззрения на религиозной основе. Проблема качества, основывалась на наличии личности, ее создания и сознания
Шухарт В.	Качество состоит из объективных субъективных характеристик по разному воспринимаемая вещь	Шляхтенко С.Г.	Качество широкая категория, включающая в себя свойство объекта
Исикава К.	Качество — свойство, которое реально удовлетворяет потребителя		
Джуран Дж.М.	Качество есть степень удовлетворения потребителя (ознакомление с требованиями потребителя). Результат - соответствие назначению		
Фейгенбаум А.	Качество изделия или услуги можно определить как общую совокупность технических, технологических и эксплуатационных характеристик изделия или услуги, посредством которых изделие или услуга будут отвечать требованиям потребителя при их эксплуатации		
Харрингтон Дж.	Качество - удовлетворение ожиданий потребителя за цену, которую он себе может позволить, когда у него возникает потребность.		

Тагути Г.	Качество это потери, нанесенные обществу с момента поставки продукта		
-----------	--	--	--

Эволюция управления качеством представлена пятью этапами. Первый этап характеризуется установлением инженерами технических и операционных (производственных) норм, которые выполняются рабочими, так называемая система Тейлора Ф.. Этот этап охватывает конец XIX – начало XX вв. В работах Тейлора Ф. уделялось внимание к оформлению технической документации, в которой указывались верхние и нижние пределы качества, поля допусков, в качестве средств измерения использовались калибры и шаблоны. В своей системе контроля качества Тейлор Ф. показал необходимость использования учета вариабельности операционного процесса. Система позволила расширить функционал производства с помощью введения:

- новой штатной единицы – инспектора по контролю качества,
- штрафов за дефекты, брак и рекламации,
- профессиональной подготовки и обучение работе с измерительными и контрольными приборами;
- «кружков качества».

Система Тейлора Ф. считается системой управления качеством каждого отдельно взятого изделия [4].

На втором этапе (1920 – 1950 года XX века) происходит создание и внедрение статистических методов управления качеством (SQC – Statistical Quality Control) . Отражение этой концепции можно увидеть в работах Деминга Э., Джурана Д., Синго С., Тагути Г., Фейгенбаум А., Шухарт У., Додис Г.Ф., Роминг Г.Г. и другие. Суть их взглядов заключается в том, что на предприятии вводятся карты контроля, обосновываются выборочные методы контроля качества продукции и технологических процессов, вводится специальность инженера по качеству. В этот период появляются работы по теории надежности, работы по теории планирования экспериментов. В этих концепциях основное внимание акцентируется на предупреждении брака, выявляя причины его появления и устраняя недостатки в процессе управления производством [3]. В этот период организовывается обучение по программам изучения методов статистики, регулирования и контроля, что отражалось на материальном стимулировании работников.

Изменения в отношениях поставщиков и потребителей играли важную роль в составлении таблиц статистического приемочного контроля.

Третий этап характеризуется тотальным контролем качества, то есть ставятся прогнозы для устранения возможных и потенциальных несоответствий в продукции на стадии проектной деятельности. Этот этап охватывает 1950 – 1970 года XX века. В этот период проверяется качество поставляемой продукции, комплектующих и материалов, контролируется управление производством, организуются службы сервисного обслуживания и надзора за соблюдением соответствия качества по заданным требованиям. В таблице 2 представлены системы качества отечественных и зарубежных авторов, на основе которых в дальнейшем были разработаны национальные стандарты качества.

Таблица 2

Концепции системы качества

Зарубежный автор-философ	Определение	Российский автор-философ	Определение
Исикава К.	CWQC (Company Wide Quality Control) – контроль качества в масштабе всей компании	Рыбинская система НОТПУ	Научная организация труда, производства управления – «Рыбинский моторостроительный завод»

Кросби Ф.	ZD (Zero Defect) – система «ноль дефектов»	Саратовская система БИП	Бездефектное изготовление продукции и сдачи с первого предъявления
Фейгенбаум А.	TQC (Total Quality Control) – всеобщий контроль качества	Горьковская система КАНАРСПИ	Качество, надежность, ресурс с первых изделий

Среди разработанных стандартов качества следует отметить:

1972 г. – Британский институт стандартов «Руководящие указания по обеспечению качества BS 4891». Они представляли собой общий характер и не являлись обязательными.

1975 г. – Британский институт стандартов «Стандарт BS 5179». Использовался крупными фирмами и стал основой для составления программ, с помощью которых проводили рейтинг поставщиков с хорошим экономическим эффектом.

1979 г. – Великобритания – публикация первого общего стандарта BS 5750.

1981 г. – Великобритания – публикация указаний по его применению.

На четвертом этапе (1980 – 1990 года XX века) происходит полный переход к тотальному менеджменту качества (TQM). Создается комплексная система, которая ориентирована на постоянное повышение качества, снижение производственных затрат и выполнения концепции Just in Time (J&T), то есть точно в срок. Технический комитет взял за основу британский стандарт BS 5750-79 и к 1987 г. был составлен проект стандартов ISO серии 9000. Это стало основой для составления международных стандартов качества. Среди стандартов ISO серии 9000 следует отметить следующие:

- ISO 9000:1987 – «Общее руководство качеством и стандарты по обеспечению качества. Руководящие указания по выбору и применению».
- ISO 9001:1987 – «Система качества. Модель для обеспечения качества при проектировании и/или разработке, производстве, монтаже и обслуживании».
- ISO 9002:1987 – «Система качества. Модель для обеспечения качества при производстве и монтаже».
- ISO 9003:1987 – «Система качества. Модель для обеспечения качества при окончательном контроле и испытаниях».
- ISO 9004:1987 – «Общее руководство качеством и элементы системы качества. Руководящие указания».

И, наконец, основным достижением на пятом этапе, который начался в 1990 г. и длится по настоящее время, является внедрение и совершенствование стандартов ISO 9000, ISO 14000 и других [3].

Таким образом, повышение качества становится важным направлением экономического роста, поэтому формирование и развитие комплексного управления качеством продукции в организации является необходимым условием для повышения экономической эффективности хозяйственной деятельности.

Список литературы:

1. Басовский Л.Е. , Протасьев В.Б. Управление качеством: Учебник. – М.: ИНФРА–М, 2013. – 212 с.
2. Вавилин Я.А. Разработка и исследование системы менеджмента качества с позиции общей теории систем // Стандарты и качество. – 2010. – №5. – С. 77.
3. Сальникова М.С. Интегрированная система менеджмента фармацевтического предприятия // Новые модели развития экономических систем: сборник статей международной практической конференции. – Уфа: Аэтерна, 2018. – С.148-150
4. Официальный сайт Евразийской экономической комиссии – [Электронный ресурс] – <http://www.eurasiancommission.org/>

*А.Д. Пастухова (магистрант 1 курса,
факультета технологического менеджмента и инноваций, НИУ ИТМО)
Научный руководитель: А.И. Александрова, к.э.н., доцент,
кафедры отраслевой экономики и финансов ИЭУ РГПУ им. А.И. Герцена*

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО И ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА МЕНЕДЖМЕНТА ЗНАНИЙ

Предприятия, компании, организации – все стремятся занять лидирующие позиции на рынке и быть конкурентоспособными. В условиях глобализации и развития экономики управление знаниями становится особенно актуальным.

Управление знаниями – новое научное направление менеджмента, созданное на стыке многих дисциплин, главная цель которого – создание новых и более мощных конкурентных преимуществ. Оно выступает как создание организационных, технологических и коммуникационных условий, при которых знания и информация будут способствовать решению стратегических и тактических задач организации.

Система управления знаниями охватывает всю организацию целиком. При этом для эффективного управления знаниями требуются определенные перемены в самой организации, которое рассматривается не только в технологическом, но и в организационном разрезе.

Управление знаниями ведет к трансформации образа мыслей менеджеров, к отказу от различных устаревших, ортодоксальных подходов. В связи с этим необходимо провести анализ существующих систем управления знаниями для определения ключевых параметров и осуществления благоприятного внедрения и адаптации в организации.

В статье представлены основные тезисы о существующих подходах, описана текущая тенденция развития данной области в России и приведены в пример российские компании, внедрившие менеджмент знаний в свою деятельность.

На сегодняшний день в России и зарубежных странах имеется множество различных публикаций, научных трудов, исследований, монографий, порталов направленных на изучение концепций менеджмента знаний, создание, обработки, хранения знаний в организации, преумножение и извлечение выгод от них. Постоянно организуются форумы, конференции, собрания, обсуждения, посвященные данной тематике, проблемам и перспективам развития менеджмента знаний, что является определением того, что управление знаниями выступает наиболее значимым направлением дальнейшего развития предприятий и экономики стран в целом.

Основываясь на национальной специфике разных стран, на сегодняшний день существуют несколько моделей менеджмента. В первую очередь, это зависит от особенностей корпоративной культуры различных государств. Культура является одним из важнейших параметров в сфере знаний, так как в большинстве случаев именно человеческий фактор создает или разрушает систему менеджмента знаний. В настоящее время особо отмечают следующие подходы к управлению знаниями: американский, японский и европейский (скандинавский).

Американский подход подразумевает под управлением знаниями всю технологию доступа к разнообразной информации, глобальной и корпоративной. Отличительной чертой менеджмента знаний выступает именно обработка информации. В США основные практические направления по управлению знаниями связаны со сбором, распространением, повторным использованием, измерением уже существующих знаний и информации.

В американских компаниях широко распространена идея, что знания компании сосредоточены в работниках, в базах данных, в архивах информации, которые могут быть переданы посредством сети. Для разрешения задач, которые появляются в ходе работы, компании привлекают экспертов из различных областей. Так, например, фирмы IBM и Lotus

предложили формулу управления знаниями. Она сконцентрирована в трех словах: «Люди, Место и Информация». Другими словами, решения по менеджменту знаний подразумевают существование информационных продуктов, которые делают возможным поиск необходимых Людей, обеспечивают общедоступным виртуальным Пространством, и предоставляют управление Информацией. Поэтому технологии менеджмента знаний должны содержать средства автоматического определения экспертов необходимой области и идентификации способов связи с ними.

Во многих компаниях США уже существуют сообщества, в которых люди, физически и виртуально, делятся информацией и знаниями, собираемые посредством приложений для совместной работы, сотрудничества, обмена идеями, определения проблем и идентификации решений.

Японский подход. Для Японии характерно создавать знание организации коллективно, а не индивидуально, так как доминирующая черта японского менталитета – группизм, корни которого глубоко уходят в национальные традиции. Основной отличительной чертой данного подхода выступает идея того, что самые ценные знания – это «скрытые», которые заключены в личном опыте человека. Главное направление управления знаниями – создание новых знаний, которые в долгосрочной перспективе являются источником инноваций.

В рамках получения новых знаний особенно важно социальное взаимодействие и креативность, которые обеспечиваются благодаря корпоративной культуре взаимного доверия и заботы. Преобразование «скрытых» знаний в «явные» происходит путем согласно определенной модели SECI – социализация, экстернализация, комбинация и интернализация, которая была предложена И. Нонаки и Х. Такеучи. Создание знаний происходит по спирали вверх или вниз от индивида к группе, к разным уровням организации, образуя сеть взаимодействий. Например, в компании Honda организуются «мозговые штурмы» – неформальные собрания для детального обсуждения способов решения сложных проблем. В данных встречах участвуют все заинтересованные в проекте сотрудники компании. Такой вид мероприятий представляет собой не только форум для конструктивного диалога, но и одну из форм распространения опыта и укрепления доверия между участниками. Также обменом опытом и знаниями при разработке, внедрении и сбыте продукции на рынке выступает взаимодействие с клиентами.

Европейский подход к управлению знаниями развивался на скандинавском полуострове, главным образом в Швеции, поэтому в некоторых трудах данный подход обозначается как скандинавский. основоположником данного подхода является Карл Свейби, по мнению которого управление знаниями рассматривается не только со стороны интеллектуального капитала организации (ноу-хау, процессы, базы данных, архивы и т.д.), но и с технологической стороны (компьютерные программы, специфические технологические решения и разработки, внутренние системы и т.д.).

Основным направлением Свейби считал управление людьми – создание необходимой организационной структуры с стимулирование к производству и продуктивному использованию знаний посредством психологического и интеллектуального тренинга персонала и его информационной поддержки для решения новых корпоративных задач в изменяющихся условиях. Главная особенность перечисленных знаний – трансформация в прибыль компании.

Помимо этого, необходимо постоянно отслеживать состояние интеллектуальных активов методами, которые позволяют наиболее точно определить размер капитала и степень его влияния на результаты деятельности компании. В последующем, многие европейские корпорации, такие как WM Data, Celemi, Skandia AFS и другие, стали использовать данные концепции в рамках своей деятельности, а компания British Petroleum внедрила проект по созданию «виртуальных команд» для коммуникации сотрудников и распространения опыта в целях эффективного управления корпоративными знаниями [2].

Основные аспекты каждого из перечисленных выше подходов представлены в сводной таблице (см. таблицу 1.).

Таблица 1.

Подходы к управлению знаниями

Подход	Основное направление
Американский подход	Создание технологических решений для обработки, анализа и хранения информации, доступа к ней
Японский подход	Группизм при создании новых знаний, самые ценные знания – «скрытые»
Европейский (скандинавский подход)	Создание условий для обмена знаниями, стимуляция персонала к обмену

Менеджмент знаний в России. Популярность управления знаниями в России набирает обороты. Существуют множество причин, по которым компании интересуются внедрением данной концепции в свою деятельность, выделим основные.

Первой причиной является осознание ценности существующих знаний и создания новых, так как за счет этого у компании раскрываются резервы, которые обеспечивают ее рост и сильное конкурентное преимущество.

Второй причиной выступает устранение последствий ухода компетентных сотрудников, отвечающих за разные области функционирования предприятия. Чаще всего это влечет за собой потерю ценного опыта, наработок, контактов, которые приводят к тому, что компании приходится с нуля выстраивать систему вместе с новым сотрудником. Так как обучение новых кадров процесс достаточно ресурсоемкий, то деятельность компании замедляется, что может привести к потере эффективности и иным проблемам. Описанные проблемы могут быть решены с помощью различных методик и инструментов менеджмента знаний [4].

Однако, по мнению многих специалистов, система менеджмента знаний не адаптирована к российским условиям и лишь несколько компании положительно оценивают внедрение управления знаниями. Это объясняется тем, что компания вкладывает много усилий в создание и внедрение технологических решений для управления знаниями вместо анализа существующих знаний, их структуризации, грамотной организации и обеспечения общедоступности. Внедрение чаще всего сопровождалось применением сложных технологических решений, при том, что обучение сотрудников использованию данных решений не проводилось и люди не видели пользы для своей работы при обмене знаниями. Помимо этого, компании намерены получать отдачу от внедрения менеджмента знаний в краткосрочной перспективе, а он подразумевает под собой достижение стратегических, долгосрочных целей.

В нашей стране чаще всего обмен «скрытыми» знаниями и создание новых происходит вербально. Большинство людей предпочитает устный взаимообмен информацией посредством участия в собраниях, встречах, совещаниях, телефонных переговорах. Но при этом, знания человека считаются личными, закрытыми для всех, что препятствуют передаче из-за недостаточно развитой культуры доверия. Формирование, передача и управление «явными» знаниями тоже претерпевает трудности, так как телекоммуникационные технологии развиты в достаточной степени не повсеместно.

Одним из главных факторов успешного управления знаниями – культура доверия и обмена знаниями. По недавно проведенному опросу «Управление знаниями в России» уровень такой культуры в российских компаниях находится на уровне 35-45 % от 100% идеальной доверительной атмосферы [1]. Сотрудники предпочитают не раскрывать все свои знания, так как считают, что тем самым они оберегают себя от потери своей значимости для компании и на рынке труда в целом. Это приводит к разобщенности действий отделов, так как каждое структурное подразделение создает свою базу знаний о процессах, поставщиках,

клиентах и так далее, при том, что решение или необходимая информация может быть уже найдена другим отделом. Это увеличивает время на разрешение поставленных задач или возникших проблем, что может привести к потерям не только финансовым, но и нанести ущерб репутации компании, а, следовательно, снижению конкурентного преимущества [4].

В связи с этим, одной из главных задач, стоящих перед компаниями, намеревающихся внедрить менеджмент знаний в свою деятельность, является обеспечение эффективных технологий внутреннего обмена знаниями. Это создаст условия для систематизированного и непрерывного накопления знаний, что снизит затраты на повторный поиск и обработку. Помимо этого, важно создать благоприятную атмосферу для обмена знаниями между сотрудниками, поощрять новые идеи, стимулировать персонал активно участвовать в деятельности компании, повысить их заинтересованность в ее эффективности. Если сотрудники понимают миссию компании, ее цели, а руководство в свою очередь проявляет инициативность в обучении персонала, его развитии, то в итоге выигрывают обе стороны.

На сегодняшний день, многие крупные российские компании внедряют концепцию управления знаниями. «РЖД», «Мегафон», «МТС», «Росатом», «ЛУКОЙЛ», «ГАЗПРОМ НЕФТЬ», «Фонд Сколково» – это далеко не весь список компаний, которые используют инструменты менеджмента знаний в своей деятельности. Инновационная компания I-Free, производитель мобильного контента, и Лаборатория Касперского – компании, которые создали высокий уровень корпоративной культуры доверия и применение инструментов менеджмента знаний позволяет компаниям вовлечь сотрудников в процесс идеаторства, обмена знаниями и тем самым созданию серьезного конкурентного преимущества [4].

Таким образом, управление знаниями является одной из главных перспектив для развития компании. При этом, корпоративная культура организаций должна стремиться стать доверительной, в которой обмен знаниями становится естественным процессом. В основе системы управления знаниями находится стратегическое понимание того, какие цели могут быть достигнуты, так как в знаниях скрыт резерв компании, ее развитие, конкурентное преимущество. Все описанное делает менеджмент знаний одним из факторов успеха компании.

Список литературы:

1. Андреева Т.Е., Гаранина Т.А., Рыжко А.Н. Управление знаниями и интеллектуальный капитал в российских промышленных компаниях: Результаты исследования Высшей Школы Менеджмента СПбГУ, 2015. – 35 с. – [Электронный документ] – https://gsom.spbu.ru/files/folder_7/km_report_2015_gsom.pdf (дата обращения 08.02.2020).
2. Зубарев М.Г. Сравнительный анализ зарубежных подходов управления знаниями. // Международный студенческий научный вестник. – 2014. – №3. – С. 19.
3. Колупаева Д.А., Александрова А.И. Корпоративная культура и ее роль в управлении человеческими ресурсами. // Неделя науки СПбПУ, материалы научного форума с международным участием. – СПб.: СПбЛУ им. Петра Великого, 2015. – С. 355-357.
4. Мариничева М.К. (2018) Управление знаниями в российских компаниях. – [Электронный ресурс] – <https://www.rea.ru/ru/org/cathedries/154a814869ff11e6a47f3cd92b04f9f8/Pages/interview1.aspx> (дата обращения 08.02.2020 г.).

*К. Д. Бизюкова (студент 3 курса,
Института безопасности жизнедеятельности СПб УГПС МЧС России)
Научный руководитель: Н.Г. Иванова, к.э.н., доцент,
доцент каф. экономики и права СПб УГПС МЧС России*

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ: ТИПОЛОГИЯ, СПЕЦИФИКА

Аннотация. В статье проведена оценка организационной культуры государственного образовательного учреждения (на примере СПб УГПС МЧС России). Для определения типа организационной культуры использованы известные западная и российская методики. На их основе разработаны практические рекомендации по улучшению существующей организационной культуры исследуемого государственного образовательного учреждения.

Организационная культура в современном мире является обязательным элементом любой организации. В соответствии с организационной культурой формируются миссия и цель организации, принципы ее работы.

Понятия организационная культура и сфера деятельности организации взаимосвязаны между собой, поскольку организационная культура в той или иной организации формируется с учетом специфики деятельности этой организации. Поэтому организационная культура Санкт-Петербургского университета государственной противопожарной службы МЧС России (СПб УГПС МЧС России) создавалась и продолжает совершенствоваться, как исходя из особенностей деятельности государственного образовательного учреждения, так и – государственной военизированной организации, которой поставляет требуемых специалистов.

Организационная культура высшего учебного заведения представляет собой систему определенных ценностей, убеждений, обычаев и традиций, разделяемых сотрудниками и студентами ВУЗа [5]. В соответствии с этим определением объектами организационной культуры являются сотрудники и студенты университета. Организационная культура в СПб УГПС МЧС России имеет большое значение, поскольку она ориентирует университет на его дальнейшее развитие, повышение качества образования.

Специфика деятельности Университета ГПС МЧС России задает вектор развития организационной культуры. Ведь сформированная организационная культура приводит не только к сплоченности коллектива и слаженности работы, но и к более высоким результатам деятельности.

Основной миссией МЧС России в настоящее время является повышение уровня безопасности жизни в России, дальнейшее снижение гибели людей в чрезвычайных ситуациях. Соответственно, миссия СПб УГПС МЧС России должна быть непосредственно связана с миссией МЧС России и готовить квалифицированные кадры для работы в подобных условиях. Но она нигде сформулирована и не закреплена, что подтверждает ее отсутствие на официальном сайте университета [6].

Организационная культура как отдельная категория в зависимости от классификационного признака имеет различные виды, для оценки которых разработаны зарубежные и российские методики. Наиболее известной является методика К. Камерона и Р. Куинна, которая использована для изучения организационной культуры Университета ГПС МЧС России (таблица 1). Она позволит определить профиль организационной культуры СПб УГПС МЧС России.

В основе методики OSAI К. Камерона и Р. Куинна лежит рамочная конструкция конкурирующих ценностей, соответствующих четырем типам культуры выделяемых авторами концепции: клановой, адхократической, рыночной, бюрократической

(иерархической) [4]. Преимущества данной методики заключаются в простоте проведения анализа для выявления существующего и желаемого уровня организационной культуры [1].

Таблица 1

Профиль организационной структуры [2]

Профиль	Характеристика
Клановая	Проникнута ценностями и целями, разделяемыми всеми работниками организации, характеризуется сплоченностью, соучастием, индивидуальностью, ощущением «организация – это мы», преданностью делу и организации
Адхократическая	Характеризуется как самая динамичная культура высокой адаптивностью к меняющимся условиям, гибкостью по отношению к системе ценностей, творческим подходом и склонностью к нововведениям
Иерархическая (бюрократическая)	Основу иерархической культуры составляет система ценностей, ориентированная на системность и порядок. Такая культура представляет собой объединение формальных правил и официальной политики и характеризуется, как формализованное и структурированное место работы
Рыночная	Опирается на ценности рыночной экономики, такие как конкурентоспособность и продуктивность. Ориентирована на внешнее окружение и результаты

На основе данной методики был проведен опрос, в котором принимало участие 40 человек, из них 30 студентов (1, 3, 5 курс) и 10 преподавателей СПб УГПС МЧС России. Выборка среди студентов обусловлена тем, что их представление об университете на 1, 3 и 5 курсе будет отличаться, поскольку первокурсники только познакомились с университетом, а студенты 5 курса имеют более сформированное представление об образовательном учреждении.

С помощью опроса был выявлен текущий профиль организационной культуры (рисунок 1) и предпочтительный (рисунок 2).



Рисунок 1. Текущий средний профиль организационной культуры Университета ГПС МЧС России



Рисунок 2. Предпочтительный средний профиль организационной культуры Университета ГПС МЧС России

Согласно рисунку 1, в Университете ГПС МЧС России преобладает иерархический профиль организационной культуры. Это связано с тем, что данный ВУЗ является государственной организацией, одним из учебных заведений силовых структур, для которых характерна жесткая структурированность, контроль за деятельностью служащих и сотрудников. Данное образовательное учреждение характеризуют формальные правила, дисциплина, подчинение. Исходя из этого, специфика организационной культуры Университета ГПС МЧС России состоит в четкости исполнения своих обязанностей, неукоснительности в подчинении, ценностях, направленных на системность и порядок.

По результатам опроса, предпочтительный профиль организационной культуры (рисунок 2) отличается от текущего. Участники опроса в будущем желали бы видеть клановый профиль организационной культуры. Это можно объяснить тем, что преподаватели не являются служащими МЧС России, да и принявшие в опросе студенты обучение проходят по гражданской специальности. Следовательно, строгая дисциплина и контроль им не близки. В продолжение ориентация ценностей сотрудников, преподавателей и студентов данного учреждения на системность и порядок закономерно вызывает потребность в сплоченности коллектива.

Рисунок 1 и 2 отражает мнение всех участников опроса. Рассмотрим отдельно мнение студентов и мнение преподавателей.

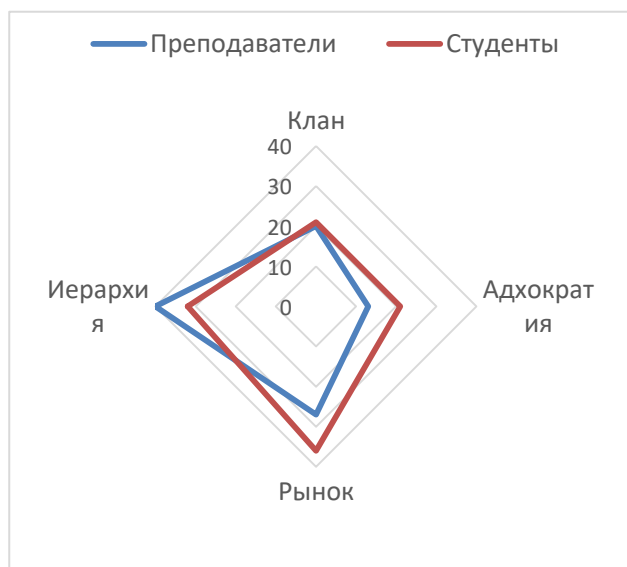


Рисунок 3. Текущий профиль организационной культуры Университета ГПС МЧС России по мнению преподавателей и студентов



Рисунок 4. Предпочтительный профиль организационной культуры Университета ГПС МЧС России по мнению преподавателей и студентов

Анализируя рисунок 3, можно сделать вывод о том, что преподаватели и студенты по-разному видят университет на данный момент. По результатам опроса также выявлено следующее. Преподаватели в большей степени характеризуют университет как организацию с иерархическим типом культуры. Возможно, это связано с тем, что они чаще взаимодействуют со служащими, больше ощущают подчинение.

Студенты в своих оценках текущей ситуации отдают предпочтение рыночному профилю организационной культуры. Такая тенденция объясняется преобладанием влияния на них внешнего окружения, поскольку их дальнейшая деятельность может осуществляться за пределами системы МЧС России. Курсанты Университета ГПС МЧС России воспитываются в жесткой, практически военной, дисциплине, так как их готовят к службе в системе МЧС России, в то время как опрошенные студенты являются более «свободными».

При этом необходимо отметить, что мнение преподавателей и студентов практически сходится в том, какой тип организационной культуры они бы хотели видеть в будущем (рисунок 4). Это является положительной тенденцией, поскольку свидетельствует о единых целях.

Общее видение будущего профиля организационной культуры не говорит о том, что нужно полностью отойти от прежнего. Это связано с тем, что в данном образовательном учреждении (силовой структуре) невозможно отойти от строгой дисциплины, контроля и формальных правил.

Любая организационная культура содержит духовные и материальные ценности. Материальная составляющая является внешним аспектом и направлена на поддержание имиджа организации, в то время как духовную составляющую можно назвать «мировоззрением» организации [3].

Для выявления степени удовлетворенности материальной и духовной составляющей в Университете ГПС МЧС России использовалась методика, которая предполагает оценку атрибутов организационной культуры. Участникам опроса было предложено оценить атрибуты духовной составляющей: ценности и верования, нормы поведения, обряды и ритуалы, социальный климат, и атрибуты материальной составляющей, к которым относятся символика и корпоративная атрибутика, интерьер учреждения, фирменная одежда и оснащение аудиторий. Оценка производилась по 5-ти балльной шкале, где «5» – отлично разработаны; «4» – хорошо разработаны; «3» – средние показатели; «2» – слабо разработаны, «1» – отсутствуют, либо их проявление незначительно.

Обработанные результаты опроса представлены в таблице 2.

Таблица 2

Усредненные оценки атрибутов организационной культуры в Университете ГПС МЧС России

Атрибут организационной культуры	Теперь			Предпочтительно		
	Преподаватели	Студенты	Усредненный ответ	Преподаватели	Студенты	Усредненный ответ
Ценности и верования	3,3	2,9	3,1	4,4	4	4,2
Обряды и ритуалы	3,2	1,8	2,5	4,4	3,1	3,75
Нормы поведения	3,4	3,7	3,55	4,7	4,7	4,7
Социальный климат	3,5	3,5	3,5	4,6	4,8	4,7
Символика и корпоративная атрибутика	4,4	4,2	4,3	4,7	4,6	4,65
Фирменная одежда	4,4	3,6	4,0	4,5	4,5	4,5
Интерьер учреждения	3,8	3,9	3,85	4,4	4,9	4,
Оснащение аудиторий	3,4	3,3	3,35	4,8	4,9	4,85

Характеризуя таблицу 2, можно сделать вывод о том, что в Университете ГПС МЧС России слабо разработаны атрибуты организационной культуры (кроме символика и корпоративной атрибутики), что подтверждают оценки опрошенных. Средний балл духовной

и материальной составляющей среди преподавателей равен 3,35 и 4 соответственно, а среди студентов – 3,1 и 3,75 соответственно. И преподаватели, и студенты сформированную материальную составляющую оценили выше, чем духовную. Такие оценки подтверждают преобладание в данном университете материальной составляющей, которая составляет основу организационной культуры, а развитию духовной составляющей уделяется гораздо меньше внимания.

Низкие оценки «ценностей» связаны с тем, что в университете преобладают ценности, ориентированные на порядок, а не на сплочение коллектива. Такую тенденцию можно охарактеризовать как негативную, поскольку это может привести к потере духовной сплоченности, как преподавателей, так и студентов.

Таким образом, с помощью двух различных методик была рассмотрена организационная культура государственного образовательного учреждения (на примере СПб УГПС МЧС России). В ходе исследования был выявлен текущий профиль организационной культуры университета – иерархический, который полностью соответствует специфике исследованного государственного ВУЗа, а также предпочтительный профиль организационной культуры – клановый.

Для развития организационной культуры в данном направлении можно сформулировать несколько рекомендаций.

1. Необходимо сформулировать систему ценностей, а также единую миссию и цель (цели) и закрепить их на сайте университета, либо создать кодекс корпоративной культуры ВУЗа, в котором они будут отражены. Все это будет способствовать сплочению коллектива в духовном плане.

2. Такие мероприятия, как экскурсии студентов с преподавателем могли бы обеспечить их взаимодействие во внеучебное время, а общее собрание в начале нового семестра могло бы стать «ритуалом» и позволило бы рассказывать о достигнутых результатах за прошедший период, о возможных конференциях в ВУЗе и за его пределами. Также можно организовывать различные семинары, на которых преподаватели или приглашенные спикеры будут рассказывать о волнующих студентов проблемах или просто беседовать на интересующие их темы, например, трудоустройство.

3. Для улучшения условий работы / труда и учебы в Университете ГПС МЧС России для начала необходимо выявить потребности сотрудников и студентов, чтобы их максимально сблизить и удовлетворить.

4. Большему сплочению коллектива будет способствовать и выявление противоречий между преподавателями, студентами и деканатом. Это благоприятно повлияет на их взаимоотношения и будет развивать духовную составляющую организационной культуры исследуемого университета.

Список литературы:

1. Барсукова Т.И., Истомина А.П. Методика ОСАИ в исследовании базовых представлений в организационной культуре ВУЗа // Вестник Майкопского государственного технологического университета. – 2018. – № 2. – С. 117-122.
2. Голубкова О.А., Сатикова С.В. Организационное поведение: теория и практика: учебное пособие. – СПб.: Отдел оперативной полиграфии НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург, 2013. – 220 с.
3. Иванова Н.Г. Управленческий подход к формированию оптимальной модели корпоративной культуры в условиях России // Проблемы экономики и управления в торговле и промышленности. – 2013. – № 1 (001). – С. 33-38.
4. Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры / пер. с англ. под ред. И.В. Андреевой. – СПб.: Питер, 2001. – 320 с.
5. Катанаев И.И., Лига М.Б., Цикалюк Е.В. Организационная культура ВУЗа: методика исследования // Вестник Забайкальского государственного университета. – 2012. – № 5 (84). – С. 250-258.

6. Официальный сайт СПб УГПС МЧС России. – [Электронный ресурс] – <http://www.igps.ru/>.

*А.А. Замятина (магистрант 1 курса,
факультета технологического менеджмента и инноваций Университета ИТМО)
Научный руководитель: В. В. Негреева, к.э.н., доцент,
доцент факультета технологического менеджмента и инноваций*

ВНЕДРЕНИЕ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МЕДИЦИНСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Система здравоохранения является одной из тех систем, задачи, которой требуют особо внимательного отношения в силу своей специфики. Несмотря на активное развитие и совершенствование системы здравоохранения Российской Федерации, она все еще имеет ряд серьезных проблем: обеспечение должного уровня качества медицинских услуг, растрата материальных и трудовых ресурсов, нерациональное использование оборудования, а также отсутствие внутреннего контроля качества оказываемых услуг. Исходя из этого, главной задачей этой системы является минимизация управленческого отставания с использованием положительного опыта других отраслей. При этом необходимо учитывать специфику отрасли и делать упор на потребителя услуг.

Проблему качества медицинских услуг необходимо рассматривать в комплексе, что затрудняет ее решение, так как для этого необходимо провести множество мероприятий: начиная от образовательного процесса и заканчивая внедрением инновационных технологий. Однако отдельное внимание стоит уделить внутриорганизационному управлению учреждением здравоохранения, так как в данной сфере качество услуг напрямую зависит от организованных и четких действий со стороны высшего руководства [5, 95].

Цель данного исследования – выявление особенностей, присущих медицинской организации, управление которой происходит с использованием системы управления качеством.

В связи с остротой поставленной проблемы, в медицинских учреждениях стали все больше уделять внимание качеству услуг и удовлетворенности потребителей. В 2014 году была разработана государственная программа Российской Федерации «Развитие здравоохранения», по которой к 2020 году 95 % медицинских организаций должны внедрить систему менеджмента медицинских услуг [1]. Однако данная программа согласно постановлению Правительства РФ от 31 марта 2017 года № 394 была изложена в новой редакции.

Одним из основных мероприятий подпрограммы «Совершенствование оказания специализированной, включая высокотехнологичную, медицинской помощи» является совершенствование системы оказания медицинской помощи больным с ожидаемым результатом, выраженным в обеспечении качества и доступности медицинской помощи. В главной цели программы «Развитие здравоохранения» также говорится о том, что качество медицинских услуг должно соответствовать уровню заболеваемости и потребностям населения, используя передовые достижения медицинской науки [2].

Возрастающие с каждым годом требования потребителей к качеству медицинских услуг подталкивают организации здравоохранения к внедрению систем менеджмента качества. Под системой менеджмента качества понимают совокупность организационной структуры, процессов, методик, ресурсов, которые необходимы для управления качеством организации. Международная организация по стандартизации (ISO) разрабатывает стандарты, которые формализуют систему менеджмента качества. Внедрение этих стандартов повышает эффективность всех процессов организации – как основных, так и

вспомогательных. Так, улучшается не только предоставление услуг медицинской сферы, но и такие процессы, как управление ресурсами и кадрами. Таким образом, применение системы менеджмента качества организации позволяет улучшить показатели организации (текучесть кадров, рентабельность продукции, производительность труда), а также улучшает удовлетворенность потребителей, качество труда и производства, экономическую деятельность предприятия, вынуждает развивать предприятие области качества и научно-технического развития.

Одним из самым популярных стандартов, формализующих системы менеджмента качества является стандарт ISO 9001-2015 «Системы менеджмента качества. Требования». Российские организации, в свою очередь, используют его российский аналог – ГОСТ Р ИСО 9001-2015. Достоинство и одновременно недостаток данного стандарта – его универсальность. Соответственно, он подходит для всех организаций вне зависимости от сферы их деятельности, позволяя стандартизировать процессы управления, однако, в то же время, он не имеет медицинской специфики. Причина этому – стандарт определяет своим главным принципом удовлетворенность потребителей, что должно являться основной целью любого предприятия, в том числе и здравоохранения.

Кроме стандарта ISO 9001 существуют другие отраслевые стандарты, регламентирующие менеджмент качества в медицинских организациях. Среди них JCAHO (США), KFOA (Великобритания), CCHSA (Канада) и JCI (Joint Commission International). Если первые три стандарта представляют собой примеры стандартов отдельных стран, то стандарт JCI признан в 58 странах, носит отраслевой характер и описывает построение системы менеджмента качества непосредственно в медицинских организациях [3, 17]. Однако, процесс получения сертификатов по данным стандартам доступен не всем организациям здравоохранения – это очень трудоемкий и дорогостоящий процесс, включающий в себя поднятие квалификации персонала, усовершенствование их навыков и улучшение системы контроля рисков.

Система менеджмента качества формирует политику и цели в области качества, чего недостаточно для обеспечения качественных медицинских услуг. Поэтому организациям необходимо также стандартизировать производство медицинских изделий, лекарственных средств и профессиональную деятельность работников медицинской сферы (см. таблицу 1). Объектами стандартизации в данном случае выступают типовые процессы по оказанию медицинской помощи и услуг, медицинские средства (лекарственные препараты, расходные материалы) и техника (оборудование, приборы, аппараты).

Разработка, внедрение и реализация стандарта ГОСТ Р ISO 9001-2015 – это долгий и сложный процесс, так как требует усилий от каждого сотрудника организации. Из-за этого внедрение таких систем в Российской Федерации протекает достаточно сложно. Чаще всего это происходит из-за переоценки возможностей организации, недостаточного финансирования необходимых мероприятий и отсутствия интегрированной системы менеджмента качества [4, 135].

Основные трудности при внедрении системы менеджмента качества:

- недостаточная квалификация высшего руководства;
- недостаток в обеспечении необходимыми ресурсами в процессе внедрения;
- непонимание политики и целей системы менеджмента качества персоналом;
- необходимость в участии в работе по качеству всего персонала организации;
- необходимость документирования системы менеджмента качества.

Высокая скорость информатизации диктует свои условия, поэтому, несмотря на большое количество трудностей при внедрении системы менеджмента качества, она является необходимым элементом развития организации здравоохранения. Как видно из перечисленных выше сложностей, основную массу из них составляют трудности с участием человеческого фактора. Поэтому если организация принимает решение о внедрении системы менеджмента качества, появляется необходимость в дополнительной мотивации персонала.

Стандартизация в здравоохранении по сферам деятельности

Сфера деятельности	Системы оценки
Производство лекарственных средств	Стандарт GMP (Good Manufacturing Practice) – надлежащая производственная практика, ГОСТ Р 52537-2006 «Производство лекарственных средств. Система обеспечения качества. Общие требования», ГОСТ Р 52249-2009 «Правила производства и контроля качества лекарственных средств»
Производство медицинских изделий	ГОСТ ISO 14971-2011 «Изделия медицинские. Применение менеджмента риска к медицинским изделиям», ГОСТ ISO 13485-2017 «Изделия медицинские. Системы менеджмента качества. Системные требования для целей регулирования»
Медицинская деятельность	Серия стандартов ISO 9000 JCI (Joint Commission International) JCAHO (США) KFOA (Великобритания) ACHS (Австралия) ANAES (Франция)
Профессиональная деятельность медицинских работников	Профессиональные стандарты (например, проф. стандарт медицинской сестры общей практики)
Лабораторная практика	Стандарт GLP (Good Laboratory Practice) – надлежащая лабораторная практика. ГОСТ Р ИСО 15189-2015 «Лаборатории медицинские. Частные требования к качеству и компетентности»

Само по себе внедрение системы менеджмента качества в деятельность медицинской организации происходит в несколько этапов. В свою очередь каждый из этапов имеют несколько шагов.

Первый этап. Проведение анализа текущей ситуации в организации и обучение сотрудников.

После принятия решения о внедрении системы менеджмента качества необходимо проинформировать сотрудников организации путем издания приказа о начале работ по разработке и внедрению системы менеджмента качества медицинской организации. Данный приказ определяет основную цель и время начала работ, ответственного за проведение работ из руководства организации и состав рабочей группы, который будет контролировать внедрение системы менеджмента качества. Рабочая группы должна состоять из пяти-семи сотрудников организации, которые будут, помимо основной работы, выделять 5-10% своего рабочего времени на вопросы, связанные с системой менеджмента качества.

После определения состава рабочей группы необходимо перейти к ее обучению менеджменту качества и требованиям стандарта ГОСТ Р ISO 9001. Важность обучения объясняется тем, что анализ положения организации и сама разработка системы качества будут основной задачей рабочей группы, а это невозможно без знаний в области качества.

Последний шагом первого этапа является анализ существующей ситуации в медицинской организации. Это делается для понимания насколько текущая ситуация отличается от требований стандарта, выступающими как эталон. Рабочая группа проводит сбор исходных данных с помощью методов анкетирования и интервьюирования сотрудников для уточнения. Далее все ответы персонала агрегируются и представляются в виде отчета, который сравнивает ситуацию организации с требованиями стандарта по каждому пункту с указанием как это реализовано и насколько. Анализ позволит выявить критические процессы

с точки зрения качества, определить главные и вспомогательные процессы, распределение между сотрудниками ответственности, распределение ресурсов организации по процессам.

Второй этап. Разработка и внедрение документов. Улучшение качества работы персонала.

Первый шаг второго этапа достаточно продолжителен – планирование того, как будет строиться система менеджмента качества, область ее применения, определить процессы, входящие в систему качества и процесс распространения. Например, для начала может быть принято решение о том, что система менеджмента качества будет распространяться не на все процессы и подразделения, а только на часть, что значительно упростит ее внедрение. После чего можно нарастить сферу распространения системы менеджмента качества и включить в нее оставшиеся подразделения.

Далее нужно задокументировать все процессы, происходящие в организации, как этого требует стандарт. Для этого рабочая группа должна определить процессы, входящие в область применения, формализовать их в том виде, в котором они представлены в организации на текущий момент, а затем изменить эти процессы в соответствии с требованиями стандарта. Здесь важно помнить, что активные изменения затрагивают интересы персонала, который, в свою очередь, является ядром медицинской организации. Полное вовлечение дает возможность использовать способности каждого работника для получения максимальной выгоды организации. Положительно относящихся к внедрению сотрудников необходимо проинформировать о сути происходящих инноваций и ознакомить их с политикой и целями в области качества, рассказать о структуре процессов системы менеджмента качества.

После проведения обучения система управления качеством гарантирует, что персонал медицинской организации является квалифицированным и способным осуществлять соответствующую деятельность. Сам по себе процесс обучения персонала должен стать основным. Руководство организации должно четко понимать, зачем нужны изменения и как они будут проводиться, тогда получение результатов от внедрения будет достаточно быстрым.

Необходимость документирования процессов организации продиктована требованиями стандарта. После документирования все процессы внедряются в организацию, сопровождаясь тренингами персонала и контролем работы по процессу. После разработки всех процессов системы качества, организация должна провести их апробацию для лучшего понимания их функционирования. На этом этапе возможны небольшие изменения и доработки документации системы качества.

Третий этап. Внутренний аудит системы менеджмента качества.

Целью данного этапа является проверка работающей системы менеджмента качества медицинского учреждения перед аудитом для получения сертификата ISO 9001. Также необходимо обучить внутренних аудиторов, которые будут проводить внутренние проверки для объективного оценивания и определения степени соответствия требованиям стандарта. Внутренний аудитор должен быть сотрудником организации с личностными качествами, соответствующими стандарту ГОСТ Р ИСО 19011-2012. «Руководящие указания по аудиту систем менеджмента» и необходимой компетентностью для проведения аудитов.

Для начала необходимо подготовить и спланировать будущий внутренний аудит. В первую очередь приказом назначается команда аудиторов из числа сотрудников, обученных проведению аудитов. Далее подготавливается план проведения аудита и вопросники. Последний шаг – издание приказа по организации о проведении внутреннего аудита.

В процессе проведения проверки аудиторы проводят беседы с сотрудниками, в ходе которых проверяют соответствие их работы процедурам системы качества. Несоответствия, выявленные в процессе, заносятся в протоколы регистрации несоответствий. Также ведется проверка наличия документации системы менеджмента качества на рабочих местах, работу сотрудников по этой документации и записей по качеству, которые требует система.

После проверки и оформления всех протоколов ведущий аудитор подготавливает отчет, содержащий область проверки, требования, предъявляемые к проверке, статистика несоответствий. Данный отчет должен быть подписан ведущим аудитором и предоставлен высшему руководству медицинской организации. После этого ведущий аудитор совместно с руководителями подразделений, имеющих несоответствия, подготавливают корректирующие меры по исправлению всех несоответствий. Исправленные несоответствия проверяются командой аудиторов на предмет их реальности и эффективности. Если аудиторы удовлетворены исправлениями, то они делают отметки о завершении корректирующих действий в протоколах регистрации несоответствий и плане корректирующих действий.

После завершения всех корректирующих действий, медицинская организация может подавать заявку в сертифицирующий орган для прохождения сертификации по стандарту ISO 9001-2015.

Получение сертификата не означает конец работ по внедрению системы менеджмента качества. Система должна непрерывно улучшаться и поддерживаться в рабочем состоянии. Соответственно, любые изменения в предоставлении медицинских услуг должны анализироваться и фиксироваться в документации системы менеджмента качества. Также организации необходимо проводить регулярные внутренние аудиты, а вместе с ними успешно проходить аудиты сертифицирующего органа.

В статье были рассмотрены постановления Правительства, устанавливающие цели для организаций здравоохранения на ближайшие четыре года. Также были рассмотрены основные стандарты, регламентирующие внедрение системы менеджмента в медицинскую организацию. Кроме этого была проанализирована нормативно-правовая база, включающая не только вышеупомянутые стандарты, но и документы, стандартизирующие иные сферы деятельности в области здравоохранения.

Таким образом, система менеджмента качества, внедренная в деятельность медицинской организации, позволит повысить качество предлагаемых услуг и улучшить показатели эффективности и, несмотря на все трудности при ее разработке и внедрении, она улучшит как основные процессы, так и вспомогательные, среди которых более эффективное использование ресурсов, в том числе кадровых, развитие организации в области качества. Также стоит отметить, что, улучшая качество медицинских услуг каждой отдельной организации, улучшается качество услуг по всей стране, а, следовательно, уровень здравоохранения повышается, что очень важно для государства. Предложенный поэтапный план внедрения системы менеджмента качества учитывает все особенности медицинской организации и стандарта ГОСТ Р ИСО 9001-2015 и может быть реализован как в государственной, так и в коммерческой организации здравоохранения Российской Федерации.

Список литературы:

1. Постановление Правительства РФ от 15 апреля 2014 г. N 294 "Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Развитие здравоохранения"
2. Постановление Правительства РФ от 31 марта 2017 г. № 394 «О внесении изменений и признании утратившими силу некоторых актов Правительства Российской Федерации»
3. Иванов И. В. Управление качеством в медицинской организации: практические рекомендации // Менеджмент качества в медицине. 2017. № 1.
4. Сергеева Н. М. Процедура внедрения системы менеджмента качества в деятельность медицинской организации // Карельский научный журнал. – 2017. – Т6, №3. – С 134-136.
5. Столбова Д. В., Захарова Д. В., Варцаба Ф. Н. Система менеджмента качества как основа эффективного управления медицинским учреждением // Медицина и здравоохранение: материалы V Междунар. науч. конф. (г. Казань, май 2017 г.). – Казань: Бук, 2017. – С. 95-99.

*Д.И. Сбоева (бакалавр 3 курса Института экономики и управления
РГПУ им. А.И. Герцена)*

*Научный руководитель: О.А. Журкина, ассистент кафедры экономической теории и
экономического образования РГПУ им. А.И. Герцена*

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА КАК ОТВЕТ НА ЗАПРОС ОБЩЕСТВА

Аннотация: Данная статья посвящена вопросу влияния социальной ответственности бизнеса на формирование позитивного имиджа компании, и как следствие повышения потребительского спроса. Последние тенденции развития бизнеса свидетельствуют о том, что все больше компаний повышают лояльность клиентов к своей фирме путем проведения социальной политики и сопричастности бизнеса к актуальным повесткам современности (вопросам экологии, социальной и экономической сферы).

Поэтому бизнес, который обладает достаточными ресурсами, пытается следовать активистскому дискурсу и старается влиять на часть социально важных и актуальных проблем становится более привлекательным для потребителя. Имиджевые политики становятся неотъемлемой частью маркетинговых программ многих компаний, что позволяет им расширить свои целевые аудитории.

В настоящее время существует большое количество проблем: ухудшение экологической ситуации, увеличение числа безработных, несоблюдение прав человека, а также экономические тенденции, такие как нерациональное потребление и неэффективное использование ресурсов, которые затрагивают общество. Именно глобальные корпорации имеют финансовые возможности для изменения этих проблем. При этом, многие из них нашли и финансовую выгоду в развитии социальных политик. Акцентируя внимание на участии в общественном дискурсе, компании повышают эмпатию и вовлеченность своих клиентов, тем самым, расширяются партнерские связи, развивая компанию во всех направлениях.

Ранее роль компаний и корпораций понималась в контексте коммерческой бизнес-парадигмы, которая направлена на экономическую рентабельность и успех. Большие корпорации, а также малые и средние предприятия рассматривались как учреждения, которые удовлетворяют рыночный спрос, предоставляя продукты и услуги, и отвечают за создание материальных ценностей и рабочих мест. Положение фирм на рынке обычно зависит от финансовых показателей и прибыльности. Однако в последнее время, как следствие растущей глобализации и экологических проблем, изменилось восприятие роли компаний и появилось более четкое понимание влияния фирмы на социальную сферу. Заинтересованные стороны, или стейкхолдеры, сегодня пересматривают роль этих компаний, учитывая их ответственность перед окружающей средой и обществом в целом. Помимо экономической прибыльности и успеха, оценивается роль организаций в этической и социально ответственной области. В результате перехода (от чисто экономического аспекта к экономическому с дополнительным социальным аспектом) многие агентства, учреждения и корпорации поддерживают термин Корпоративной Социальной Ответственности (КСО).

Существуют разные подходы к определению корпоративной социальной ответственности. На основе определения Европейской комиссии, а также анализа работ Коротковой Э.М., Зарецкого А.Д., по вопросам КСО под этой дефиницией в данной статье понимается концепция ведения бизнеса с учетом не только финансовых показателей деятельности, но и с ответственным отношением к решению общественно значимых проблем.

Социальная ответственность – это в первую очередь взаимодействие бизнеса и общества в целом, а также, правительства. Заинтересованность компаний только в

экономических результатах своих действий и решений может привести к возникновению чрезвычайных негативных событий (ЧНС). Для компании полные потери от ЧНС складываются из прямых убытков (вызванных самим фактом наступления негативного события: площадью разлива нефти, числом погибших и т. п.) и косвенных убытков (связанных с реакцией заинтересованных сторон на произошедшее событие: например, возмущенные потребители отказываются от использования услуг компании, благотворительные организации публично заявляют о расторжении взаимоотношений и т. п.), что приводит к ухудшению имиджа организации как среди потребителей товаров и услуг, данной организации, так и среди группы людей, непосредственно вовлеченных в деятельность данной компании [9]. Так, к примеру, китайская компания Foxconn, на фабриках которой собираются устройства для Apple, Microsoft и Sony, затрачивала огромные средства на благотворительные программы, исправно платила налоги в бюджет, изготавливала продукт высокого качества, но в период с 2010 по 2014 год Apple оказалась в эпицентре скандалов из-за нарушений на заводах Foxconn и Pegatron, собирающих iPhone в Китае. Так, в 2010 году 14 рабочих покончили жизнь самоубийством из-за сверхурочной занятости (работа без выходных, до 80 часов в неделю), низких зарплат и слишком быстрой работы сборочных линий [8].

Важно отметить различные факторы, определяющие рост важности корпоративной социальной ответственности в современном мире. Во-первых, это появление новых опасений и ожиданий у граждан, потребителей, органов власти и инвесторов в условиях глобализации и индустриальных изменений. Во-вторых, увеличение влияния социальных критериев на инвестиционные решения отдельных лиц и организаций, как потребителей, так и инвесторов. Третий фактор – это возрастание обеспокоенности общества в области ухудшения состояния окружающей среды [6].

В современной экономической науке выделяются различные виды социальной ответственности бизнеса. В своей книге «Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом» профессор НИУ ВШЭ Тульчинский Г. Л. выделяет три вида, или три уровня КСО: оптимизация качества самого бизнеса, образующих его бизнес-процессов; смягчение негативных последствий бизнеса на окружающую природную и социальную среду, а также партнерские программы, способствующие развитию социальной инфраструктуры бизнеса; и благотворительность [12]. Выделяется другая структура КСО, разработанная американским экономистом Арчи Кэрролом [2], при которой корпоративная социальная ответственность может принимать вид:

- экономической;
- правовой;
- этической;
- филантропической

Как показывает практика, в контексте российской культуры корпоративная социальная ответственность выражается в форме благотворительности. Участие в волонтерских мероприятиях многое говорит об искренности компании. Принимая участие в благотворительных акциях, компании могут выразить свою обеспокоенность по поводу конкретных проблем и приверженность определенным организациям, но существует убеждение о поверхностном отношении глобальных корпораций к благотворительности, как к инструменту КСО. Например, гораздо более ценен проектный опыт, потому что он дает платформу и структуру для изменения социальных процессов, а не для финансирования обходных путей в действующей ситуации.

При рассмотрении зарубежного опыта ведения политики корпоративной социальной ответственности, следует обратить внимание на исследование «Cone Communications», которое показало, что более 60% американцев надеются, что компании будут стимулировать социальные и экологические изменения в отсутствие государственного регулирования. Почти 90% опрошенных потребителей заявили, что купят продукт, потому что компания поддержала проблему, которая их волнует. Что еще более важно, примерно 75% откажутся

покупать у компании, если узнают, что она поддерживает проблему, противоречащую их собственным убеждениям [1].

Положительным примером по внедрению программ для поддержания корпоративной социальной ответственности является американская пищевая компания «Кока-Кола», которая разработала программу «5by20» [3]. Данная программа была разработана компанией для расширения прав и возможностей 5 миллионов женщин предпринимательниц по всему миру к 2020 году. Компания предлагает доступ к обучению, финансовым услугам и коммуникации с наставниками для преодоления женщинами барьеров, с которыми они сталкиваются, пытаясь добиться успеха на рынке. Такие инвестиции могут иметь мультипликативный эффект, который полезен для компании в виде увеличения доходов и увеличения числа работников предприятий, а также полезен для общества, в виде увеличения числа образованного населения, здоровых семей, что приводит к развитию и процветанию всего общества.

Несмотря на хорошую «внешнюю» корпоративную социальную политику, сотрудники многих компаний сталкиваются с наличием недоработок во «внутренней» социальной политике, к примеру, ущемление трудовых прав в виде дискриминации по внешнему виду. Внутренняя проблематика компаний сферы обслуживания в большинстве случаев заключается в фэтшейминге (fat shaming), дискриминации по телосложению. Кандидатам на место может быть отказано в виду их комплекции, так как форму шьют на определенные «стандартные» размеры. Таким примером является компания «Аэрофлот», крупнейший авиаперевозчик в России, которая в 2017 году была обвинена в дискриминации стюардесс по внешности и не допуске стюардесс с «нестандартными» параметрами до рейсов международного направления. Данный инцидент ухудшил имидж компании не столько со стороны потребителей их услуг, а в большей степени со стороны действующих и будущих сотрудников всего холдинга.

Потребители не единственные, кто обращает внимание на КСО компании, стратегия устойчивого развития компании является важным фактором, определяющим место работы лучших специалистов. Современное поколение сотрудников ищет работодателей, которые осознают свою ценность не только в коммерческих, но и также с точки зрения повышения ценности сотрудников, привлечения персонала и сокращения расходов.

Как указывалось, выше, в условиях российской действительности социальная ответственность бизнеса чаще сопоставляется с понятием благотворительность и реже обращается внимание на внутреннюю часть КСО, в связи с этим можно выделить следующие рекомендации по улучшению КСО бизнеса:

- Ведение шкалы «индекса удовлетворенности». Ежегодный опрос сотрудников об их удовлетворенности условиями работы, для понимания достоинств и недостатков проводимой политики КСО;
- В случае корпораций, переход к диджитализации должен производиться более спокойно и плавно, с возможностью обучения сотрудников навыкам в условиях использования цифровых технологий;
- Разработка комитета по улучшению корпоративной социальной политики и по распределению бюджета на улучшение социальной политики из числа не только менеджерского состава, но и при участии линейных сотрудников компании. При инициировании КСО следует предоставить своим сотрудникам право голоса, вовлекая их в процесс принятия решений. Вовлечение сотрудников в процесс принятия решений может послужить мотивацией и повысить работоспособность команды;
- Договоренность с местным правительством о невозможности сокращения определенного количества людей, введение обязательных квот для людей с ограниченными возможностями (работа с центром занятости, организация специальных рабочих мест);
- Разработка программ для профессионального развития молодых специалистов внутри фирм;

- Проведение тренингов, лекций не только по профессиональному развитию сотрудников, но и для общего развития, не относящееся к профессиональной деятельности.

Тем самым, повышая КСО, не только за счет благотворительности, но и за счет более глубоких социальных программ, российские компании смогут расширить свои целевые аудитории, охватив более вовлеченных в социальный дискурс потребителей их услуг. На текущий момент, многие предприниматели не могут произвести оценку рисков и упущенной выгоды, проводя исключительно экономический анализ и, строя свои планы по развитию вне социального контекста.

При колоссальном росте потребительской способности у молодых людей, бизнес более не может считаться современно-развивающимся, упуская значимость своего бренда в социальной среде, и игнорируя потребность растущей аудитории в социальных проектах, публичных высказываниях и обновления дискурса.

Список литературы:

1. Cone Communications CSR Study (2017) – [Электронный ресурс] – <https://www.conecomm.com/research-blog/2017-csr-study>
2. Caroll A.B. A three-dimensional conceptual model of corporate performance // Academy of Management Review. – 1979. – Vol. 4, No. 4. – Pp. 497-505.
3. Journey Staff. The Coca-Cola Company's 5by20 Initiative: What We're Doing To Empower Women // Coca-Cola. Официальный сайт – [Электронный документ] – <https://www.coca-cola.co.uk/stories/what-were-doing-to-empower-women>
4. Mridula Goel Dr., Ms. Preeti E. Ramanathan. Business Ethics and Corporate Social Responsibility – Is there a dividing line? // Procedia Economics and Finance. 2014. – Vol. 11. – Pp. 49-59.
5. Promoting a European framework for corporate social responsibility. Green Paper., European Commission, Directorate-General for Employment and Social Affairs Unit EMPL / D.1, 2001.
6. Rayman-Bacchus L., Crowther D. Perspectives on Corporate Social Responsibility. London: Routledge, 2004. – 264 p.
7. Chauhan S., Amit. A Relational Study of Firm's Characteristics and CSR Expenditure // Procedia Economics and Finance. – 2014. – Vol. 11. – Pp. 23-32
8. Алексеев В. Что творится на фабриках Apple в Китае [Электронный ресурс] // Деловой Петербург, 2016 URL: https://www.dp.ru/a/2016/04/26/Kitajskij_Apple__Bloombe
9. Вилло С. В. Чрезвычайные негативные события в контексте корпоративной социальной ответственности // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. – 2015. – №1. – С. 125-150.
10. Зарецкий А.Д., Иванова Т.Е. Корпоративная ответственность: мировая и отечественная практика: учебное пособие. – Краснодар: КСЭИ, 2012. – 231 с.
11. Короткова Э. М. Корпоративная социальная ответственность: учебник для бакалавров. – М.: Юрайт, 2012. – 445 с.
12. Тульчинский Г. Л., Терентьева В. И. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом. 2-е изд. – М.: Юрайт, 2019. – 255 с.

ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ И ОТРИЦАТЕЛЬНЫЕ ЭФФЕКТЫ ОТ ВНЕДРЕНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ ОРГАНИЗАЦИИ

На сегодняшний день существует множество исследований, которые говорят, что корпоративная социальная ответственность (КСО) оказывает влияние на компанию. Существует как точка зрения о положительном влиянии корпоративной социальной ответственности, так и об отрицательном. С практической точки зрения можно часто услышать от представителей бизнеса, что деятельность в сфере КСО является привлекательной, но не понятно, оправдаются ли затраты и в какой перспективе окупятся.

Корпоративную социальную ответственность можно определить следующим образом – система обязательств компании как предусмотренных действующим законодательством, так и принятых добровольно, перед обществом, государством, местным сообществом, деловыми партнерами, клиентами, акционерами и персоналом компании в экономической, экологической и социальной сферах, в сфере деловой этики, реализуемых в целях обеспечения долгосрочного устойчивого развития [2]. Таким образом, КСО представляет собой не просто благотворительные акции, проводимые компанией из благих целей для общества, экологии и экономики, а стратегический ресурс, направленный на удовлетворение запросов заинтересованных сторон и достижение долгосрочных конкурентных преимуществ.

Компании отражают результаты социально-ответственной деятельности в специализированных отчетах. Поскольку единого общепринятого стандарта для отчетности данного вида нет, компании выпускают различные разновидности отчетов: о социальном развитии, экологических корпоративных отчетах, ежегодные отчеты о корпоративной социальной ответственности и устойчивом развитии. Первые два вида отчетов представляют обычно специальные документы информационного характера, широко используемые в целях PR. Отчеты же о КСО и устойчивом развитии включают показатели по экономическому, экологическому и социальному развитию компаний. В данной статье отчеты в области социальной ответственности бизнеса будут называться общим термином «нефинансовая отчетность».

В настоящее время выпуск нефинансовых отчетов становится все более популярным, так как социальные и экологические проблемы поднимаются в крупных источниках массовой информации, а также Генеральная Ассамблея ООН в 2015 году выпустила «Цели Устойчивого Развития» - набор целей для будущего международного сотрудничества. Эти цели планируется достигать с 2015 по 2030 годы. Документ содержит 17 глобальных целей и 169 соответствующих задач.

Иллюстрацией распространения практики составления и публикации нефинансовых отчетов на основе стандартов Глобальной инициативы по составлению отчетности GRI44 с 2000 г. может послужить рис. 1.

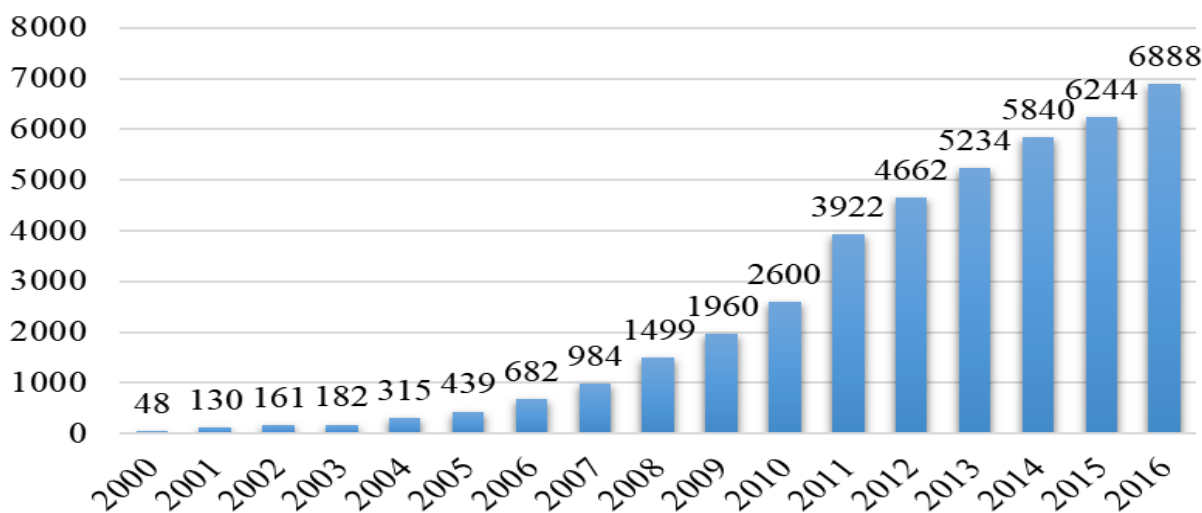


Рисунок 1 – Количество корпоративных социальных отчетов по данным Global Reporting Initiative

Источник: составлено автором на основе данных Sustainability Disclosure Database Home. Search for Reports & Organizations. 2000–2018. – [Электронный ресурс]. URL: <http://database.globalreporting.org/> (дата обращения: 28.01.2020).

Рассмотрим факторы, которые влияют на принятие руководством компании решения об интеграции принципов социальной ответственности в основные бизнес-процессы. Авторы выделяют множество мотивов, по сути своей их можно разделить на две группы:

К первой группе факторов можно отнести некие внешние силы, которые способствуют принятию решения интеграции КСО в бизнес процессы. Были выявлены такие силы, как:

- законодательное давление – обязательность и некоторые требования на уровне законодательства;
- инновации и развитие технологий – в связи с экономическим и технологическим прогрессом использование вторсырья, экологического оборудования, энергосберегающих приборов становится более доступным, а зачастую и наиболее эффективным решением обновления технологической составляющей предприятия.
- рыночное давление – негласные правила для компаний на конкретном рынке, которые способствуют комфортному нахождению на нём;

Ко второй группе факторов можно отнести непосредственно те ожидания от внедрения корпоративной социальной ответственности:

- повышение лояльности сотрудников – их приверженность, развитие, большая производительность и эффективность;
- выгодное построение новых и укрепление старых деловых отношений, в том числе с поставщиками – легче найти качественных партнеров, с которыми высока вероятность составления выгодных долгосрочных контрактов с благоприятными условиями;
- положительное влияние на репутацию бренда – сниженное давление от общества и потребителей;
- развитие организационной культуры – наличие цели, общей идеи, приверженность к обучению и обмену профессиональными знаниями;
- финансовая выгода – в долгосрочной перспективе инвестиции в социальную ответственность окупаются и приводят к увеличению выручки, оборота и прибыли акционеров, а также доступности инвестиций и заемных средств;
- стратегическое развитие – выход на фондовые рынки, увеличение размера компании, а также международная торговля [6].

Определив почему компании принимают решение о внедрении КСО, рассмотрим положительные эффекты, которых достигают компании в долгосрочной перспективе:

- повышение рейтингов компании в различных агентствах, что ведет к повышенной инвестиционной привлекательности и доступности заемных средств;
- повышение степени доверия к компании со стороны стейкхолдеров, что помогает избежать угрозу конфликтов с ними;
- улучшение международной репутации, что позволяет провести успешное IPO на западных фондовых рынках [3];
- привлечение высококвалифицированных кадров и бизнес-партнеров, готовых работать с профессиональной командой, сплочение коллектива;
- формирование общественного доверия, лояльность потребителя;
- долгосрочная стабильность бизнеса [1].

При грамотно выстроенной политике корпоративная социальная ответственность действительно приносит не малую выгоду компаниям, но при неправильном использовании может привести к негативному исходу. Помимо того, что КСО требует внушительных финансовых и временных затрат, выделяются следующие проблемы при внедрении социальной ответственности:

- высокий риск раскрытия коммерческой тайны, а также передача некоторых полезных для конкурентов сведений, которые могут ослабить рыночное положение компании;
- недостоверно раскрытая информация может нанести компании репутационный ущерб;
- искаженное восприятие СМИ и общественности [3];
- негативный эффект «филантропская акция» – когда одноразовое благотворительное мероприятие воспринимается негативно. После того, как заинтересованные стороны не дожидаются продолжения в последующих периодах соответствующих мероприятий, они относятся к компании более негативно, чем изначально;
- использование «гринвошинга» – оперирование несуществующими экологическими премиями, несправедливые заявления о полезности продукта, неуместное использование приставок типа «эко-», может негативно отразиться на деятельности компании [5].

Подтверждением эффективности КСО могут послужить опросы различных агентств крупнейших компаний в России и в мире.

Международный немецкий фонд провел опрос компаний во всем мире, на предмет того, согласны ли они, что корпоративная социальная ответственность положительно сказывается на ряде факторов, что позволяет увеличить финансовые показатели деятельности компании. Данные представлены в виде диаграммы.

Из диаграммы можно сделать вывод, что в России около 50% считают, что практика КСО положительно сказывается на прибыли компании, около 70% компаний в Объединенных Арабских Эмиратах, Японии, Индии и Южной Корее уверены в данном факте.

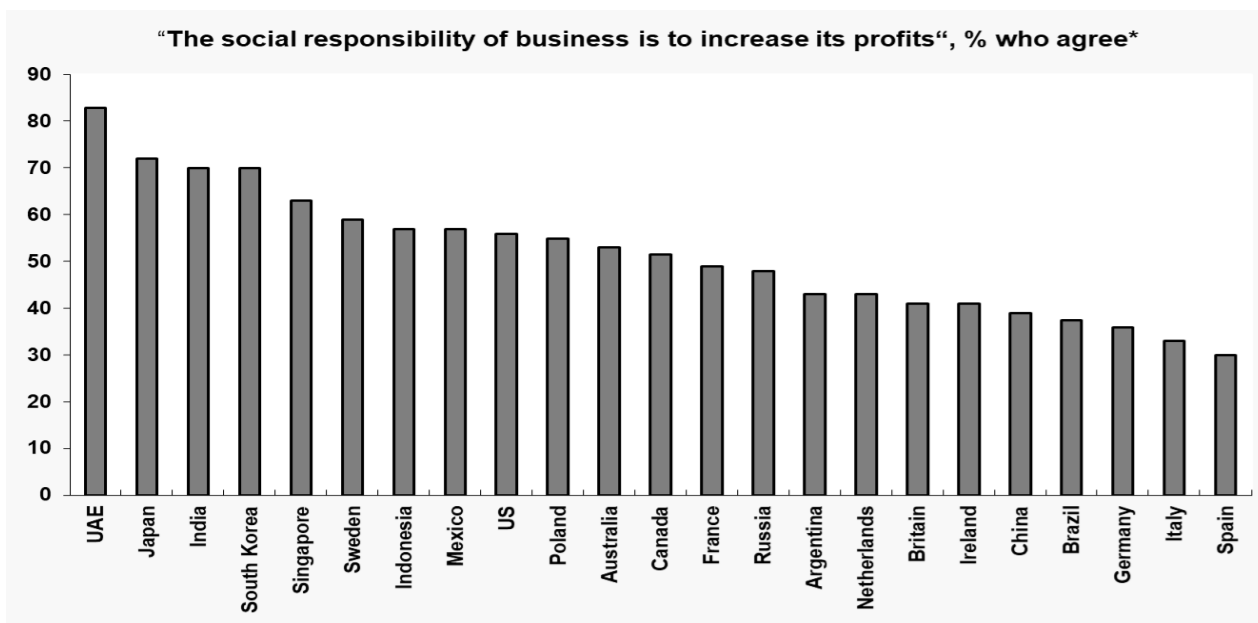


Рисунок 2 – Процент компаний по странам, которые согласны, что корпоративная социальная ответственность приводит к улучшению финансовых показателей компании
 Источник: опрос фонда Bertelsmann [Электронный ресурс]. URL: https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/BSt/Publikationen/GrauePublikationen/03_Werkstattbericht_Einfluss_von_Armut_final_Auflage3_mU.pdf (дата обращения: 16.02.2020).

Можно сделать вывод, что большинство компаний мира считают, что практика корпоративной социальной ответственности способна принести им конкурентные преимущества, укрепив репутацию бренда, а также получив лояльность потребителей и других заинтересованных сторон.

Таким образом, если не допускать ошибок и грамотно определить направление развития корпоративной социальной ответственности компании, то можно добиться большого количества конкурентных преимуществ, финансовой выгоды и благоприятных условий для стратегического роста, а также укрепить свою позицию на рынке или занять место лидера.

Список литературы:

1. Алексеева И. В. Корпоративная социальная ответственность в условиях устойчивого развития экономики // *Международный бухгалтерский учет*. 2016. – № 41. – С. 32-41.
2. Канаева О.А. Корпоративная социальная ответственность: эволюция теоретических взглядов // *Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика*. – 2013. – № 2. – С. 130-145.
3. Кучковская Н. В. Социальная отчетность в стратегии устойчивого развития российского бизнеса // *Национальные интересы: приоритеты и безопасность*. – 2009. – №18. – С. 10-17.
4. Пятов М. Л., Соловей Т. Н., Сорокина А. С., Гусниева А. А. Нефинансовая отчетность в экономике: опыт XIX–XIX вв. // *Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика*. – 2018. – Т.34, Вып.3. – С.465–492.
5. Lee B. Corporate Social Responsibility (CSR) Issues in Supply Chain Competition: Should Greenwashing Be Regulated? / B. Lee, J. Cruz, R. Shankar // *Decision Sciences*. – 2018. – Vol. 1, Iss. 1.– P. 1-10.
6. Zhang Q., Lan B., Lim B. Drivers, motivations, and barriers to the implementation of corporate social responsibility practices by construction enterprises // *Journal of Cleaner Production*. – 2019. – Vol 210. – P 563-584.

*К.Д. Бизюкова, А.М. Мичкань (студентки 3 курса,
Института безопасности жизнедеятельности СПб УГПС МЧС России)
Научный руководитель: В.В. Негреева, к.э.н., доцент
СПб УГПС МЧС России*

АНАЛИЗ КОРПОРАТИВНОГО И СОЦИАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА

Аннотация. Актуальность работы обусловлена тем, что корпоративная социальная ответственность является неотъемлемой частью крупных компаний, присутствующих на международном рынке. Следует отметить стимулирующую функцию, позволяющую получать и использовать инновационные технологии и производственные способности, которые способствуют снижению рисков, связанных с отраслевой спецификой. В соответствии с названием темы статьи и вышеизложенным обоснованием ее актуальности, автор ставит целью работы изучить теоретические аспекты корпоративной социальной ответственности в России, а также выявить ее значение и роль для обеспечения экономической безопасности предприятия.

Ключевые слова: корпоративная ответственность, социальная ответственность, безопасность.

Присутствие компаний на международном рынке предполагает не только достойные результаты в основных видах деятельности, но и высокий уровень корпоративной социальной ответственности. Отечественные нефтяные компании находятся на международном рынке достаточно давно.

В России КСО, в основном, уделяют внимание крупные компании, поскольку их доходы позволяют осуществлять такую политику, к ним приковано внимание СМИ и это является необходимым условием присутствия на международном рынке, так как заинтересованные стороны обращают на это большое внимание [1].

Деятельность в области корпоративной социальной ответственности в организациях влияет на обеспечение корпоративной безопасности, что в свою очередь влияет и на экономическую безопасность предприятия.

Компания «Роснефть» является лидером в области КСО в России, но и компания «ЛУКОЙЛ» не отстает. Обе компании придерживаются определенных корпоративных принципов.

Корпоративное управление ПАО «НК «Роснефть» — система взаимоотношений между исполнительными органами управления, Советом директоров, акционерами ПАО «НК «Роснефть» и иными заинтересованными лицами, направленная на:

- 1) реализацию прав акционеров и инвесторов;
- 2) повышение инвестиционной привлекательности компании;
- 3) создание действенных механизмов оценки рисков, способных оказать влияние на стоимость компании;
- 4) антикоррупционная политика [4].

Одним из ключевых документов, определяющим принципы системы корпоративного управления Компании, отражающим ее развитие является Кодекс корпоративного управления ПАО «НК «Роснефть». Наличие данного нормативного акта в организации можно выделить как преимущество с точки зрения безопасности, поскольку им регулируются корпоративные отношения, как между работниками, так и между акционерами, Советом директоров. В нем также закрепляется антикоррупционная политика организации.

В ПАО «ЛУКОЙЛ» также имеется кодекс корпоративного управления, в котором закреплены основные принципы построения системы корпоративного управления ПАО «ЛУКОЙЛ»:

- 1) уважение и защита прав акционеров и инвесторов;
- 2) последовательность и коллегиальность в принятии решений;
- 3) стабильная и прозрачная дивидендная политика;
- 4) соблюдение этических норм поведения;
- 5) корпоративная социальная ответственность [3].

Численность персонала в компании является важным аспектом, поскольку от численности сотрудников зависит эффективность работы компании, расходы на социальные выплаты и др. Показатели численности персонала двух компаний представлены в таблице 1.

Таблица 1

Численность персонала ПАО «НК Роснефть» и ПАО «ЛУКОЙЛ» за период 2015-2018 гг. (тыс. чел.)

Показатель / год	2015	2016	2017	2018
«Роснефть»	258,8	287,7	318	325,6
«ЛУКОЙЛ»	111,3	110,1	107,4	105,9

Проанализировав таблицу 1, можно сделать вывод о том, что численность компаний отличается на 36 % в пользу компании «Роснефть». При этом следует отметить тенденцию уменьшения численности персонала в компании «ЛУКОЙЛ». Это связано с реорганизацией бизнес-сектора «Нефтепродуктообеспечение в России», в ходе которой сократились рабочие места, поскольку они выполняли дублирующие функции, и продажей одного из активов компании – ООО «Карпатнефтехим» в Украине [5].

В Компании «Роснефть», наоборот, численность персонала активно увеличивается с каждым годом. Причинами такого явления является приобретение компанией новых активов и прием персонала из подрядных сервисных организаций. Регулярно сотрудники компаний проходят обучение, в которое входят: курсы повышения квалификации, стажировки, тренинги, семинары и т.д. Это позволяет улучшить навыки работников компании, а также способствует карьерному росту.

Корпоративная система обучения и развития персонала активно развивается в Компании «ЛУКОЙЛ». «ЛУКОЙЛ» также взаимодействует со многими профильными вузами, что немало важно, поскольку в выпускники профильных вузов в дальнейшем становятся сотрудниками компании. На диаграмме (рисунок 1) представлено количество сотрудников ПАО «ЛУКОЙЛ», прошедших обучение.

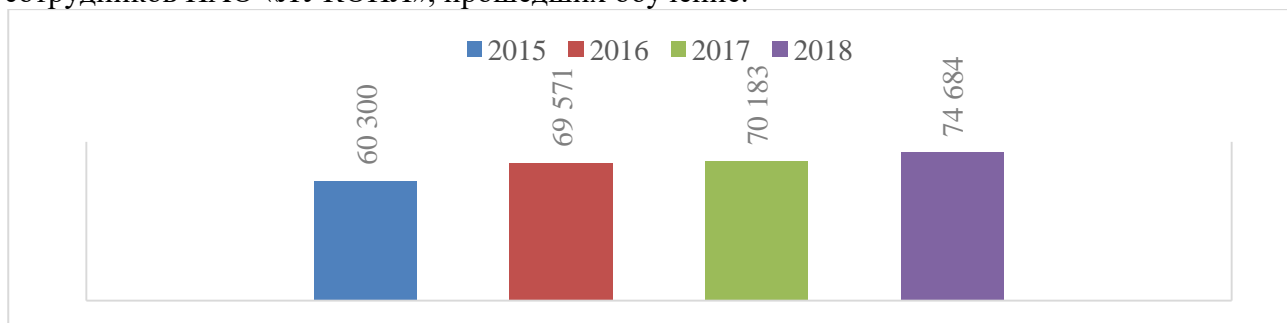


Рисунок 1 – Количество работников ПАО «ЛУКОЙЛ», прошедших обучение за период 2015-2018 гг.

Проанализировав диаграмму, можно сделать вывод о том, что более 50% сотрудников компании «ЛУКОЙЛ» регулярно проходят обучение, говорит о высокой квалификации работников компании и о высоком уровне их навыков и умений.

Единая корпоративная система подготовки кадров находит отклик в Компании «Роснефть». Соглашения с вузами позволяют активно развивать сотрудничество в области подготовки и переподготовки кадров, научной и инновационной деятельности, совершенствовать научно-образовательную инфраструктуру вузов для подготовки высококвалифицированных специалистов под актуальные потребности бизнеса [6].

Таблица 2

Взаимодействие ПАО «НК Роснефть» с вузами-партнерами за период 2015-2018 гг.

Показатель / год	2015	2016	2017	2018
Количество вузов-партнеров	47	54	58	60
Количество студентов на практике (чел.)	4 839	6 645	6 661	7 014
Затраты на взаимодействие с вузами (млн. руб.)	769,4	908,8	1049,8	1147,7

Из таблицы 2 видно, что с каждым годом значение всех показателей увеличивается. Причиной этого является то, что «Роснефть» обеспечивает себе внешний кадровый резерв из выпускников вузов, развивая материально-техническую базу профильных образовательных учреждений – партнеров Компании.

Деятельность обеих компаний непосредственная связана с использованием природных ресурсов. Каждая из компаний понимает, насколько серьезный ущерб это наносит окружающей среде, поэтому они в обязательном порядке осуществляют инвестиции в охрану окружающей среды (таблица 3).

Таблица 3

Инвестиции в охрану окружающей среды компании «Роснефть» за период 2015 -2018 гг. (млрд. руб.)

Показатель / год		2015	2016	2017	2018
Инвестиции в охрану окружающей среды	ПАО «НК Роснефть»	44,6	47,1	69,1	45,6
	ПАО «ЛУКОЙЛ»	48,1	53,3	42,4	35,5

Исходя из данных таблицы 3, можно сделать вывод о том, что каждая компания направляет существенную долю средств в охрану окружающей среды. Объем расходов «Роснефти» на охрану окружающей среды в 2017 существенно превышает расходы в остальных периодах. Это связано с тем, что в 2017 году значительный объем инвестиций был направлен на реализацию двух природоохранных проектов – реконструкцию единого комплекса биологических сооружений «Башнефть-Уфанефтехим» и строительство установки комплексной подготовки газа и конденсата Восточно-Уренгойского лицензионного участка.

Также, динамика расходов компании «ЛУКОЙЛ» снизилась в связи с тем, что завершился основной этап программы по рациональному использованию попутного нефтяного газа в организациях Группы «ЛУКОЙЛ».

И «Роснефть», и «ЛУКОЙЛ» имеют большую территорию присутствия. Одной из главных задач компаний является укрепление своих позиций в регионах присутствия, поэтому компании осуществляют социальную поддержку регионов, которая позволяет повысить качество жизни населения.

«Роснефть» во всех регионах присутствия Компания заключила соглашения о стратегическом сотрудничестве с местными властями. «ЛУКОЙЛ» также осуществляет совместные проекты с местными органами власти и с общественными, муниципальными организациями. За счет выделяемых компаниями средств происходят: развитие инфраструктур, строительство и капитальные ремонты детских садов, школ, спортивных

объектов, поликлиник и больниц и других социально-значимых объектов [6]. Структура расходов на направления финансирования социальной сферы регионов ПАО «НК Роснефть» представлена в таблице 4.

Таблица 4

Структура расходов на направления финансирования социальной сферы регионов ПАО «НК Роснефть» за период 2015-2018 гг. (млн. руб.)

Показатель / год	2015	2016	2017	2018
Спорт	1 380,7	1 003	3 152	4 448
Развитие инфраструктуры	1 676,9	921	2 563	2 895
Образование, наука	404,3	42	666	1 116
Здравоохранение	147	-	123	385
Культура	93,2	187	117	359
Дошкольные учреждения, детские дома	282,7	154	-	226
Возрождение духовного наследия	50	55	-	-
Прочие расходы ³	34,3	41	47	114
Итого	4 069	2 403	6 668	9 548

Рисунок 2 отражает общие затраты компании «ЛУКОЙЛ» на финансирование социальной сферы регионов.

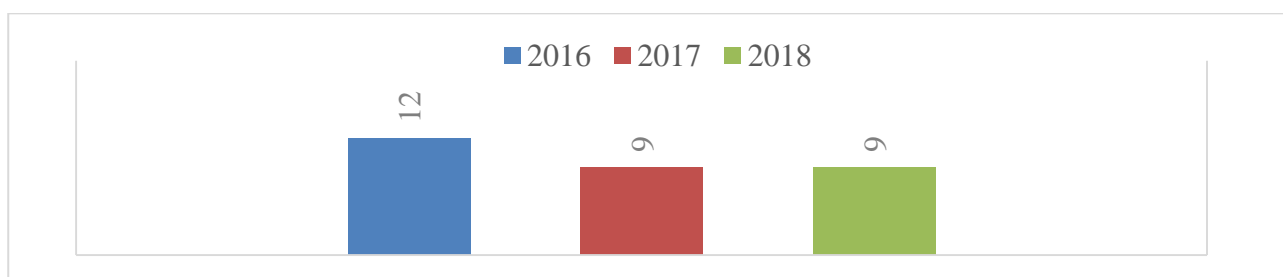


Рисунок 2 – Общие затраты компании «ЛУКОЙЛ» на финансирование социальной сферы регионов за период 2016-2018 гг. (млрд. руб.)

Исходя из данных, представленных выше, видно, что обе компании выделяют большое количество средств для финансирования социальной сферы, что существенно улучшает уровень жизни людей, живущих в регионах присутствия компаний, а компании в свою очередь укрепляет свои позиции в этих регионах и имеет поддержку населения.

Необходимость дальнейшего совершенствования корпоративного и социального управления обусловлена тем, что с его помощью можно добиться положительных результатов, которые также будут являться фактором обеспечения экономической безопасности:

- 1) хороших взаимоотношения со стейхолдерами, сотрудниками, жителями регионов присутствия;
- 2) улучшение качества жизни населения;
- 3) улучшение экологической ситуации;
- 4) повышение инвестиционной привлекательности;
- 5) повышение делового имиджа.

Все мероприятия в области КСО, которые проводят компании, направлены на минимизацию корпоративных рисков за счет уменьшения вероятности реализации этих

³ К прочим расходам относятся: поддержка ветеранов, инвалидов, пенсионеров, малообеспеченных семей, молодежных организаций, городских мероприятий, социально-бытовых и сельскохозяйственных учреждений.

рисков и их последствий. Меры, принимаемые компаниями, можно назвать эффективными, поскольку их финансовое положение достаточно устойчиво и имидж находится на высоком уровне.

Список литературы:

1. Авилова М. Г. Корпоративная социальная ответственность в России: тенденции, проблемы, решения // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 34. – С. 1–5. – [Электронный документ] – <http://e-koncept.ru/2016/56712.htm>.
2. Зайнуллин С.Б., Сорокин Н.Д. Особенности корпоративной безопасности российских предприятий // НАУКОВЕДЕНИЕ. – 2017. – Том 9, №6 – <https://naukovedenie.ru/PDF/140EYN617.pdf>
3. ПАО «ЛУКОЙЛ». Официальный сайт – [Электронный ресурс] – <http://www.lukoil.ru/>
4. ПАО «НК Роснефть». Официальный сайт – [Электронный ресурс] – <https://www.rosneft.ru/>
5. Отчеты об устойчивом развитии Компании ПАО «ЛУКОЙЛ» за период 2015-2018 гг. (2018) – [Электронный документ] – <http://www.lukoil.ru/FileSystem/9/347263.pdf>; (2017) – [Электронный документ] – <http://www.lukoil.ru/FileSystem/9/233360.pdf>, (2015-2016) – [Электронный документ] – <http://www.lukoil.ru/FileSystem/9/293869.pdf>
6. Отчеты об устойчивом развитии Компании ПАО «НК Роснефть» за период 2015-2018 гг. – [Электронный документ] – 2018 г. – https://www.rosneft.ru/upload/site1/document_file/Rosneft_CSR18_RU_Book.pdf, 2017 г. – https://www.rosneft.ru/upload/site1/document_file/RN_SR2018_rus_web_1.pdf, 2016 г. – https://www.rosneft.ru/upload/site1/document_file/RN_SR_2016_RU.pdf, 2015 г. – https://www.rosneft.ru/upload/site1/document_file/RN_SR2016_rus_20160929.pdf

А.В. Петрикова (аспирант 1 курса

Института экономики и управления РГПУ им А.И. Герцена)

Научный руководитель: Л.В. Ларченко, доктор экономических наук, профессор, профессор каф. отраслевой экономики и финансов РГПУ им. А.И. Герцена

ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

Актуальность данной темы обусловлена тем, что современная рыночная экономика является сложным организмом, который состоит из большого разнообразия производственных, коммерческих, финансовых и информационных структур, взаимодействующих на фоне сложной системы правовых норм бизнеса и объединяемых единым понятием – рынок. Важным понятием, которое описывает сущность рыночных отношений, является понятие конкуренции. Конкуренция – тип взаимоотношений между производителями по поводу установления цен и объемов предложения товаров на рынке. Конкурентная борьба – динамический процесс, служащий лучшему обеспечению рынка товарами и услугами. Сейчас в городе работают около 5,5 тысяч заведений. В 2019 году рестораторы открыли 380 новых мест и закрыли 258 заведений.

Ресторанная сфера стремительно меняется на глазах, а вместе с этим меняются и ресторанные тренды: предпочтения и поведение потребителей, приемы продвижения, ресторанные концепции и подход Шефов к работе.

Объем ресторанного рынка Санкт-Петербурга вырос на 13% к аналогичному показателю 2018 года и составил 67,7 млрд. руб. (для сравнения рост в 2018 году по сравнению с 2017 годом составил около 7%) [2], т.е. несмотря на кризис, рынок показывал стабильный рост. Однако эксперты прогнозируют падение рынка, т.к. наблюдается закрытие

большинства ресторанов, огромное количество открытых в 2015–2017 годах ресторанов породило своего рода мыльный пузырь, который лопается [3]. Конкуренция съедает рестораны на фоне нерастающих доходов населения. Останутся сильные игроки – с точки зрения оригинальных и действительно вкусных концепций, а также большие рестораны в сегменте масс-маркет, когда в меню есть все – и недорого, так как для Санкт-Петербурга, на сегодняшний день важна низкая цена.

Ресторанный бизнес является сферой для возможности капиталовложений, а также индустрией с высокой степенью конкуренции. Поскольку существует большое количество предприятий ресторанного бизнеса, которые реализуют аналогичные услуги, потребитель имеет возможность выбора, поэтому предприятия выделяют важнейшие показатели уровня конкурентоспособности, такие как лояльность и удовлетворенность клиентов, является актуальным на сегодняшний день.

Так, основой успеха любого бизнеса, в том числе ресторанного, являются устойчивые конкурентные преимущества товаров и услуг, заключающиеся в понимании потребителем их отличительных свойств. Конкурентные преимущества ресторана включают в себя систему высококачественного сервиса, интересную концепцию, программы лояльности, вкусную еду, сильную рекламную кампанию, внедрение инновационных технологии, активное воздействие на рынок в целом, а также инструменты конкурентной борьбы [1]. В этой статье мы сосредоточимся в первую очередь на двух областях: эмерджентные факторы и «стратегические рычаги» (PPM) [14].

Эмерджентный факторы включают в себя две доминирующие области: управление потенциалом и опыт работы с клиентами [6]. Важный компонент управления производительностью касается сочетания столов в ресторанах. Причина сосредоточения внимания на сочетании столов проста: благодаря лучшему соответствию емкости спроса ресторан увеличивает свою эффективную емкость, что повышает его конкурентоспособность. Это предположение доказывает исследование Г.М. Томпсона [15], который изучал, предпочтительнее ли иметь маленькие столы, которые могут быть объединены, чтобы разместить большую компанию или иметь разные столы, и обнаружил, что сочетание столов приносит больший эффект. В последующем исследовании [16] он попытался определить расположение и комбинацию столов, которые приносят максимальный доход. Позднее С.Е. Ким [10], сделавшая огромный вклад в изучение ресторанного бизнеса, сообщила о внедрении системы «управления доходами ресторана» (RRM) [9], где изменение состава стола было важным фактором увеличения прибыли.

С.Е. Ким и ее соавторы проделали большую работу, связанную с клиентским опытом. Они исследовали степень принятия потребителями различных ценовых политик, связанных со спросом, и нашли взаимосвязь принятие различных цен с расположением столов [11]. Было проведено исследование на примере случайного ресторана [12]. Так, изучалось, как характеристики того, где сидели клиенты, влияют на количество денег, которые они потратили. Обнаружилось, что клиенты, как правило, тратят больше, если они находятся за большим столом. Кроме того, в 2006 году был проведен опрос, где изучалась чувствительность клиентов к политике бронирования [13]. Так, обнаружилось, что клиенты были наименее благосклонны к политике размещения, которая подразумевала наличие VIP-персон.

Говоря о конкурентоспособности особое внимание следует уделить стратегическим рычагам. По классификации, разработанной в Школе гостиничного администрирования в Корнельском университете, есть два стратегических рычага для применения PPM: цена и продолжительность приема пищи [10]. Управление ценами включает в себя такие вещи, как предложение различных меню (и цен в них): основное, «счастливые часы», специальные предложения для ранних клиентов (завтраки), купоны ограниченного использования и прочее [10, с. 52]. Так, речь идет о том, что с целью привлечения гостей в ресторан в часы, когда загрузка зала является минимальной, используют маркетинговый прием, связанный с формированием цен в меню ресторана. В это время гостям предлагают специальное меню со

скидками на отдельные блюда или другие бонусы. Рестораны также могут предлагать более дорогие блюда в периоды повышенного спроса [4]. Существуют также дневные цены, цены недели и ценовые бонусы или скидки для различных видов вечеринок, столов и типов клиентов. С.Е. Ким и ее соавторы обнаружили, что клиенты, как правило, соглашаются с дифференцированным ценообразованием по дням и времени суток, а также с акциями [11].

Управление продолжительностью приема пищи включает в себя: уменьшение неопределенности прибытия, уменьшение неопределенности продолжительности и сокращение времени между приемами пищи [10]. Однако выделяют ряд недостатков идеи использования стратегических рычагов, как факторов повышения конкурентоспособности ресторанного бизнеса. Во-первых, фокусировка на продолжительности может ввести в заблуждение многих исследователей. Одно из существующих исследований показало, что сокращение продолжительности обедов увеличивает доход только 25% от ожидаемого [17]. Важным фактором, влияющим на прирост прибыли, достигаемого при сокращении продолжительности обеденного перерыва, было количество обновлений столов, которые происходили в ресторане в периоды пика посещаемости. Кроме того, может возникнуть серьезная проблема с ощущениями клиентов из-за сокращения продолжительности приема пищи, другими словами, посетители будут чувствовать суету и торопиться, что в свою очередь влияет на количество заказанных блюд.

Таким образом, продолжительность приема пищи как рычаг лучше применять тогда, когда в ресторане большой оборот. Наилучшим местом для применения такого рычага, как элемента повышения конкурентоспособности ресторана, являются рестораны быстрого обслуживания. Во-вторых, рестораторы имеют более широкий спектр решений, влияющих на прибыльность, чем просто отношение продолжительности и ценообразования. Эти решения варьируются от краткосрочных до долгосрочных. По этим причинам необходимо представить новую структуру, основанную на решениях, с которыми сталкиваются рестораторы.

Прежде чем определить структуру принятия решений, следует определить характеристики потребительского спроса:

Характеристика	Сущность
Количество посетителей	Количество компаний – это типичный показатель спроса в ресторане. Количество посетителей обычно отслеживается по прибытию (или времени бронирования). На него влияют многие факторы, такие как расположение ресторана и его концепция.
Размер вечеринки	Размер компании – еще одна важная характеристика спроса. Например, группа из четырех человек будет предъявлять к ресторану одни требования, а одинокий человек другие. На это, помимо всего прочего, влияет расположение ресторана и его концепция.
Приобретенные товары и услуги	Еще одним аспектом потребительского спроса являются конкретные приобретенные товары, например, количество блюд; потребление специальных продуктов, например, вина или других алкогольных напитков; заказ на дом доставку еды; а также приобретение сопутствующих товаров, таких как фирменные футболки или продукты питания.
Продолжительность приема пищи	На продолжительность приема пищи влияют характеристики клиента, например, состав участников, а также концепция ресторана, его размер, штатное расписание и характер обслуживания.
Время	Все перечисленные выше характеристики потребительского спроса могут диахронно меняться. Отсюда следует, что характеристики спроса должны быть прогнозируемыми для наиболее выгодного планирования и контроля деятельности ресторана, а не просто отражать потребительский спрос.

Система управления конкурентоспособностью ресторана содержит решения, влияющие на спрос (как правило, стратегические и маркетинговые) и операции. Далее стоит рассмотреть вопрос принятия решений. Приведем несколько примеров, иллюстрирующих некоторые из категорий:

Характеристика	Сущность
Местоположение	Это решение касается того, где должен быть расположен ресторан. Например, будет ли он находиться в ТЦ или в отдельном месте. Когда речь идет о нескольких ресторанах, в зависимости от размера ресторана происходит эффект каннибализации продаж.
Размер и мобильность	Размер относится к решению относительно вместимости ресторана. Мобильность связана с возможностью увеличения посадочных мест в определенное время.
Концепция	Выбор концепции (например, американская, итальянская, марокканская, тайская, перуанская) может иметь большое влияние на потребительский спрос, особенно в отношении конкуренции.
Сетевой или независимый	Это решение относительно того, управляется ли ресторан как часть сети или бренда или является независимым
Декор и удобства	Решения по оформлению и удобствам включают такие вещи, как освещение, музыка, парковка автомобилей, а также секции для курящих и некурящих.
Сегмент рынка	Решение о сегменте рынка касается того, является ли ресторан, например, QSR (рестораны быстрого обслуживания), fast casual (смесь ресторана, где каждое блюдо готовится под конкретного клиента, и фастфудовского заведения, где заказ делается у стойки) или полным сервисом.
Качество	Стоит отметить, что даже в пределах одного сегмента существуют различные уровни качества
Уровень обслуживания и спектр предоставляемых услуг	В рамках сегмента существуют решения, связанные с уровнем обслуживания, такие как количество и тип персонала, варианты самообслуживания и вид платежей (наличные деньги, кредитные карты). Спектр предоставляемых услуг включают в себя такие вещи, как возможность принимать заказы на вынос, наличие бара или предоставление услуг кейтеринга.
Ценообразование	Ценовые решения предполагают установление цен на все пункты меню. Цены могут меняться в зависимости от дня недели, времени суток и прочее.
Специальные акции	Акции включают в себя такие вещи, как закуски две по цене одной в «счастливый час» или для пожилых граждан, купоны со специальным предложением или скидкой и прочее.
Часы работы	Решение о времени работы включает в себя конкретные дни и периоды приема пищи, в течение которых ресторан будет открыт.
Меню	Существует множество решений, связанных с меню, включая общее количество пунктов меню, конкретные предлагаемые продукты питания и напитки, размеры порций и дизайн меню.
Бронирование и перебронирование	Решения о резервировании и овербукинге определяют, как будут обрабатываться клиенты.
Планировка	Особое сочетание столов в ресторане может повлиять на потребительский спрос, сделав его практичным (или непрактичным) для обслуживания компаний различного количества.
Обучение	Способность персонала к обучению влияет на долгосрочный потребительский спрос.
Розничная торговля	Решения по розничной торговле касаются вспомогательных продаж фирменных или сопутствующих товаров, таких как футболки или специальные продукты питания

На данный момент самыми популярными ресторанами в Санкт-Петербурге (по количеству посетителей) являются: «Зум» (Гороховская улица, 22); «Жара» (Большая Матросская, 45); «Кафе Италия» (пр. Бакунина, 5); «Терраса» (Казанская улица, 3А); «Гости» (ул. Малая Морская, 13); «Чердак» (ул. Куйбышева, 38/40); «О! Куба» (Санкт-Рубинштейн, 36); «Москва» (Невский проспект, 114) и другие [5].

Указанные учреждения находятся в Адмиралтейском и Петроградском районах. Добраться до них не сложно в дневное время из любой точки города. В приведенном выше списке обозначенные рестораны расположены в порядке убывания посещаемости. Приведенные выше цифры действительны на сентябрь 2019 года. Статистика постоянно меняется в связи с изменением подхода к формированию меню заведения, а также модных тенденций. Приведенная выше информация была получена с использованием средств автоматизации Iiko. Подобные системы установлены практически во всех ресторанах Санкт-Петербурга. Официант при открытии стола указывает количество гостей, блюда и сумму чека.

На данный момент все самые популярные рестораны Санкт-Петербурга можно разделить на три категории по размеру среднего чека: до 1 тысячи рублей; 1 - 1,5 тысячи рублей; от 1,5 тыс. руб.

В категорию ресторанов со средним счетом до 1 тысячи рублей сегодня входят следующие: «Zoom»; «Высокая температура»; «Кафе Италия»; «Terrassa»; «Гости».

Ресторан, где средний чек на 1 человека составляет от 1 до 1,5 тысячи рублей: «Чердак»; «О! Куба» и другие.

Самым дорогим рестораном Санкт-Петербурга считается Москва. Основным преимуществом этого заведения является его обширное меню и большая площадь. Отзывы о нем в основном положительные. По этой причине даже после кризиса посещаемость в московском ресторане не снизилась. Средний счет составляет 2 тысячи рублей.

Сегодня ресторан посещают различные клиенты. Можно выделить следующие основные группы: студенты, молодые люди в возрасте от 16 до 25 лет; возрастной сегмент от 25 до 35 лет - лица с достаточно высоким уровнем дохода; семейные пары с детьми, внуками - от 35 до 60 лет [8].

Чаще всего поездки в ресторан совершают молодые люди студенческого возраста. Более того, на их долю приходится около 50% всех посещений. Но обычно эта категория клиентов редко тратит более 1 тысячи рублей на поездку в ресторан. Основной причиной этого является ограниченность средств. В этом возрасте сумма ежемесячного дохода относительно невелика. 90% меню посетителей этой категории составляет алкоголь, а также различные напитки и легкие закуски.

Более богатая категория посетителей - от 25 до 35 лет. Обычно это люди с достаточно высоким постоянным доходом. В среднем такие посетители оставляют 1,5 – 2 тысячи рублей с человека за посещение. Однако они посещают ресторан в два раза меньше, чем клиенты из младшей возрастной группы.

Отдельная категория – граждане от 35 лет. На самом деле это наиболее выгодно, но уровень посещений ресторана его представителями такой же, как и у клиентов в возрасте 25 лет и старше. Прибыль между всеми тремя группами, указанными выше, распределяется равномерно, в то же время количество посещений варьируется довольно значительно [8].

Важным фактором является ориентация конкретного учреждения на конкретную категорию клиентов. Например, ресторан «Москва», расположенный на Невском проспекте, создан специально для состоятельных посетителей. Учебные заведения, такие как Zoom и Чердак, обычно посещают студенты.

Несмотря на прибыльность ресторана в Санкт-Петербурге, многие рестораторы переходят на проекты за рубежом. Основная причина, по словам Александра Орлова, президента холдинга Bulldozer Group, заключается в диверсификации рисков. Размещая активы за пределами Российской Федерации, предприниматели стараются избежать потери

своего капитала. Это существенно сказалось на количестве ресторанов в Санкт-Петербурге. Но в то же время рынок продолжает развиваться [7].

Например, тот же Александр Орлов, по его словам, планирует вложить более 15 миллионов долларов в различные проекты за рубежом только в 2019 году. Основной причиной такого решения является стабильность экономики других государств на фоне ослабления рубля. Наиболее привлекательные направления развития в этой сфере бизнеса: Гонконг; Азербайджан; ОАЭ; Казахстан и другие.

Рестораны Санкт-Петербурга сегодня идут по одному и тому же пути оптимизации. Конкуренция постоянно растет. Поэтому ресторану нужно улучшать качество услуг, но оставить ценовую политику практически без изменений. Например, сеть лапши Vokker добавила новые пункты в меню. Порции появились в размере 2/3 от стандартного, набор блюд по низкой цене - до 350 руб.

Из-за кризиса наиболее популярными видами кейтеринга, согласно статистике, подтвержденной экспертами, являются: улица и фаст-фуд; гастропабы; концептуальный ресторан со средним чеком менее 800 руб.

В последние годы уровень культуры с точки зрения питания значительно вырос. Все больше и больше людей хотят отказаться от домашней еды в пользу ресторана. Из приведенной выше классификации можно сделать вывод, что необходимо полагаться на проходимость. Но необходимо стремиться устанавливать выгодные цены в меню и поддерживать высокий уровень обслуживания. Это ключ к успеху учреждения.

Со временем предпочтения, вкусы посетителей ресторана вне зависимости от финансовых возможностей меняются. Это самый важный фактор, который рестораторы должны контролировать, собственники таких заведений в первую очередь. Своевременное изменение ценовой политики, оптимизация позволят ресторану оставаться на плаву в условиях кризиса и периода стагнации. И не только сохранить прибыль на прежнем уровне, но и значительно увеличить ее с течением времени.

Список литературы:

1. Артемова Е.Н. Планирование на предприятиях ресторанного бизнеса: учебное пособие. – М.: Издательский центр «Академия», 2011. – 176 с.
2. Данилов М.А. Современный ресторан. – М.: ЮНИТИ, 2018. – 304 с.
3. Деловой Петербург. – [Электронный ресурс] – https://www.dp.ru/a/2019/11/15/Itogi_i_prognози_Restora
4. Дьяков С.А., Шаталова Е.Н. Маркетинг в ресторанном бизнесе // Символ науки. – 2016. – №. 6-1. – С. 316-318.
5. Каталог ресторанов – [Электронный ресурс] – <http://www.restoranov.net/> (дата обращения: 23.02.2020)
6. Пархомчук М. А. Управление потенциалом предприятия // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. – 2008. – Т.1 (1). – С. 61-64.
7. Петраков А.А. Кухня ресторанного маркетинга. – М.: Алтейа, 2019. – 264 с.
8. Рестораны и бары: оборудование, методика обслуживания клиентов, персонал, автоматизация персонала – [Электронный ресурс] – <http://www.harlanthejester.com/> (дата обращения: 23.02.2020)
9. Kimes S. E., Yeoman I., Ingold, A. (1999). Yield management: Editorial introduction. Retrieved from Cornell University, School of Hotel – [Электронный документ] – <http://scholarship.sha.cornell.edu/articles/944>
10. Kimes, Sheryl E. Restaurant revenue management: Implementation at Chevys Arrowhead // Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly. – 2004. – Vol. 43 (4). – Pp. 48-57
11. Kimes S. E., Wirtz J. Perceived fairness of demand-based pricing for restaurants // Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly. – 2002. – Vol. 43 (1). – Pp. 31-37

12. Kimes S.E., Robson S.K.A.. The impact of restaurant table characteristics on meal duration and spending. // Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly. – 2004. – Vol. 45 (4). – Pp. 333-346.
13. McGuire K., Kimes S.E. The perceived fairness of waitlist management techniques for restaurants // Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly. – 2006. – Vol. 45 (2). – Pp. 121-34
14. Thompson G. M. Restaurant profitability management: the evolution of restaurant revenue management // Cornell Hospitality Quarterly. – 2010. – Vol. 51(3). – Pp. 308-322.
15. Thompson G.M. Optimizing a restaurant's seating capacity: Use dedicated or combinable tables? Cornell Hotel and Restaurant // Administration Quarterly. – 2002. – Vol. 43 (4). – Pp. 48-57.
16. Thompson G.M. Optimizing restaurant table configurations: Specifying combinable tables // Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly. – 2003. – Vol. 44 (1). – Pp. 53-60.
17. Thompson G.M. (Mythical) Revenue benefits of reducing dining duration in restaurants // Cornell Hospitality Quarterly. – 2009. – Vol. 50 (1). – Pp. 96-112.

*О.О. Романова (студент 3 курса, Института безопасности жизнедеятельности
СПб УГПС МЧС России)*

*Научный руководитель: Н.Г. Иванова, к.э.н., доцент, доцент каф. экономики и права
СПб УГПС МЧС России*

ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ПРИНЯТИЮ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В РЕСТОРАНЕ БЫСТРОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

Аннотация. В статье показаны известные подходы к принятию управленческих решений в компаниях. На примере решения конкретной проблемы ресторана быстрого обслуживания с использованием управленческого инструментария выявлен оптимальный подход. Сформулированы практические рекомендации по совершенствованию процесса принятия управленческих решений в исследуемой организации.

Ключевые слова: управленческое решение, принятие управленческих решений, подход, проблема, цель, задача, менеджер, скорость обслуживания, заказ, станция.

Эффективное управление организацией в современном мире – одна из самых непростых задач, которая постоянно сопровождается принятием управленческих решений. Верно принятое управленческое решение во многом определяет успех на пути к достижению цели любой организации [1].

Тем самым управленческое решение содержит нахождение определенного варианта действий посредством выявления и оценки альтернатив, осуществление этой деятельности и ее конечный результат [5, с. 106]. В организационном плане это выбор, осуществленный руководителем в рамках его должностных полномочий и компетенций [3, с. 39-40].

В теории управления разработаны основные подходы к принятию управленческих решений в организации, причем каждое принятое решение характеризуется психологическим процессом. Так, выделяют три подхода к принятию управленческих решений [2, с. 200-201].

1. Интуитивный подход характеризуется тем, что решение при таком подходе основывается на ощущениях, на интуиции, которая развивается за счет приобретения опыта. Такой подход не предусматривает анализа, поэтому не является достаточно достоверным при принятии решения и следует руководствоваться другими подходами тоже.

2. Подход, основанный на суждениях, реализуется за счет накопленных знаний и опыта в той или иной ситуации. Стоит обратить внимание, что такой подход актуален только

в случае, если принятое решение в аналогичной ситуации ранее принесло наибольший успех, если же не происходила аналогичная ситуация, то подход не сработает.

3. Рациональный подход не зависит от интуиции или прошлого опыта руководителя, менеджера, а опирается на анализ обстоятельств в конкретной ситуации и обосновывается аналитически. Примером здесь может служить процесс принятия рационального решения по М. Мескону, состоящий из пяти этапов (рисунок 1) [5, с. 111].

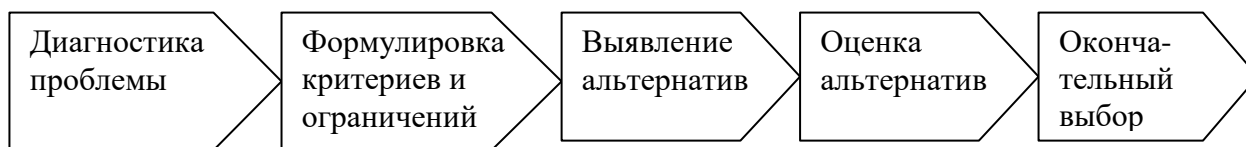


Рисунок 1 – Схема процесса принятия рационального решения (по М. Мескону)

Первый этап – диагностика проблемы заключается в максимально полном сборе и анализе информации о деятельности организации, а также её внутренней и внешней среде и выявлении самих проблем.

Второй – формулировка критериев и их ограничений для принятия решения включает в себя стандарты, по которым предстоит оценивать альтернативные решения.

Третий – выявление альтернатив предполагает, что перед руководителем будет стоять главная задача – поиск и выбор оптимального решения из совокупности всех вариантов. Поэтому необходимо учитывать все объективные стороны предложенных альтернатив.

Четвертый этап – оценка альтернатив предполагает, что руководителем рассматриваются все преимущества и недостатки каждого варианта. Необходимо провести анализ и сравнение всех возможных вариантов для выбора наиболее подходящего. При оценке и отборе решений руководитель пытается спрогнозировать дальнейшее развитие ситуации. Поэтому важным моментом в оценке является определение возможности осуществления каждого варианта.

Пятый этап – окончательный выбор. Если проблема правильно диагностирована и рассмотрены возможные альтернативы, происходит окончательный выбор на основе, либо одного доминирующего критерия, либо совокупности критериев [5, с. 111-112].

Изучим процесс принятия управленческих решений при возникновении текущей проблемы в конкретной организации. В качестве объекта исследования выбран ресторан быстрого обслуживания (на примере ООО «Макдоналдс»), цель которого – быстрое и качественное обслуживание гостей. Миссия компании «Макдоналдс» звучит так: «Мы предлагаем нашим посетителям быстрый и качественный сервис, базирующийся на стандартном наборе продуктов» [4]. В ресторанах быстрого обслуживания существуют определенные позиции, на которые обучают всех сотрудников. Все они делятся на две зоны: прилавок и кухня. Обратимся к зоне прилавка, где находятся такие станции, как напитки, картошка, касса, экспедитор-сборщик и выдача заказов (рисунок 2).

В компании для принятия управленческих решений используется известная модель SMART– современный подход к постановке работающих целей. Эта аббревиатура расшифровывается как: S (specific) – конкретный, M (measurable) – измеримый, A (achievable) – достижимый, R (relevant) – значимый, T (time bound) – ограниченный во времени. Она позволяет на этапе формирования цели обобщить всю имеющуюся информацию, установить приемлемые сроки работы, определить достаточность ресурсов, предоставить всем участникам процесса ясные, точные и конкретные задачи.

Рассмотрим практическую ситуацию принятия управленческих решений, имевшую место в ООО «Макдоналдс». В данном ресторане быстрого обслуживания каждый месяц определяется актуальная проблема и задача, над которой необходимо работать. В штате работают 7 менеджеров. Так, ими было получено задание от руководителя – улучшить время

обслуживания гостей при цели в 90 секунд. Следовательно, необходимо добиться меньшего, чем 90 с., времени обслуживания.

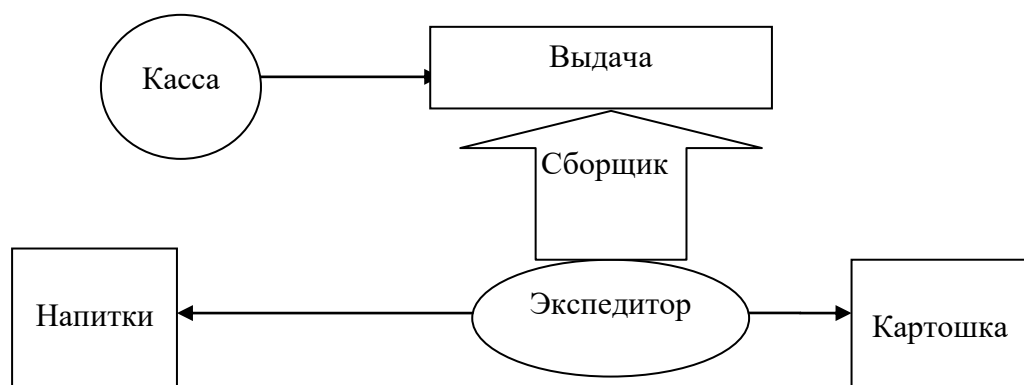


Рисунок 2 – Станции «Макдоналдс», расположенные в зоне прилавка

По итогам задания каждым менеджером были сделаны замеры времени обслуживания в интервале 10-14 часов с понедельника по пятницу, что представлено в таблице 1.

Таблица 1

Скорость обслуживания гостей за рабочую неделю, с.

Менеджер	Время обслуживания по замерам					Среднее время обслуживания
	10-14 ч понедельник	10-14 ч вторник	10-14 ч среда	10-14 ч четверг	10-14 ч пятница	
1	87	62	74	76	81	76
2	63	72	78	83	85	76,2
3	78	96	87	93	102	91,2
4	75	86	80	71	77	77,8
5	56	78	62	82	76	70,8
6	72	80	64	71	65	70,4
7	94	86	97	103	112	98,4

В результате 5 из 7 менеджеров справились с поставленной задачей, и их средняя скорость обслуживания составила менее 90 с. Двое менеджеров не уложились в заданные временные рамки: среднее время их обслуживания оказалось выше указанной цели – 91,2 с. у менеджера № 3 и 98,4 с. у менеджера № 7.

Определим, почему были получены разные результаты, и в одних случаях цель была достигнута, а в других – нет, а также чем руководствовались менеджеры при принятии того или иного решения, чтобы достигнуть цели.

Пять из семи менеджеров перед началом смены четко сформулировали свои действия по модели SMART, а именно, в течение смены добиться быстрого обслуживания гостей, путем:

- 1) постановки целей сотруднику на станциях: касса, сборка и выдача, напитки и картошка;
- 2) правильной расстановки позиций;
- 3) соблюдения переходов с одной станции на другую, что будет отслежено результатами замеров скорости обслуживания, а также составлением КЛН (контрольного листа наблюдений) на сотрудника.

Менеджеры донесли цели до каждого сотрудника, поставив ему задачи на каждой позиции. Тем самым они смогли обеспечить правильную расстановку сотрудников, а также

их верные переходы с одной станции на другую. Кассир, когда не было заказов, вовремя переходил в зону выдачи и перехватывал подносы с заказами и у сборщика, который, в свою очередь, начинал собирать уже следующий заказ. Сотрудники на станции «Картошка и напитки» выполняли свои непосредственные задачи, тем самым обеспечивая наличие горячей и свежей картошки и готовых напитков и десертов. Все действия привели к экономии секунд. По итогу задания принятое управленческое решение оказалось эффективным, и цель была достигнута, а задача выполнена.

Двое же менеджеров не смогли выполнить поставленную руководителем задачу. Это связано с тем, что менеджеры дали общую цель для сотрудников – работать над скоростью выдачи заказов, не посчитали нужным донести информацию до каждого сотрудника лично, следовательно, не обозначив им индивидуально цели на каждой станции. В результате каждый сотрудник, видя перед собой задачу быстрее отдать заказ, начал делать неверные переходы. Таким образом, каждый сотрудник выполнял общую цель – быстрая выдача заказов, но не выполнял в полной мере свои обязанности на станции. Например, сотрудник со станции картошки начинал бегать на сборке и выдавать заказы сам, в это время за его станцией никто не смотрел, соответственно новую партию картошки жариться никто не ставил, так как это прямые обязанности сотрудника, занимающего станцию картошки. Это привело к тому, что последующие заказы, в которых была заказана картошка, гостям пришлось ждать в два раза дольше. Исходя из наглядного примера, можно сделать вывод, что если бы менеджеры дали конкретную цель каждому сотруднику на занимаемой им станции, работа была бы слаженной и эффективной, тогда можно было бы достичь поставленной цели и выполнить задачу руководителя.

Для выявления подхода, которым руководствовался каждый менеджер при принятии управленческого решения, направленного на улучшение времени обслуживания посетителей, проведем мини-исследование с целью определения его стиля поведения. Поэтому используем анкету для оценки стиля принятия решений Пола Натта и Дороти Марсика, состоящую из 32 вопросов, предполагающих выбор ответа из двух вариантов а) или б). Все полученные варианты ответа далее будут суммироваться по четырем блокам, после чего будут собраны характерные черты для конкретного стиля поведения по схеме МВТИ (англ. Myers–Briggs Type Indicator – Индикатор типа Майерса-Бриггса) [6, с. 60]. Схема МВТИ оперирует 16 типами личности, которые выделяются в терминах четырех координат. Они определяют соответственно:

- куда направлена энергия (дихотомия: экстраверсия (E) – интроверсия (I));
- каким образом воспринимается информация (дихотомия: посредством органов чувств (S) – посредством интуиции (N));
- каким образом предпочитают делать выбор (принимать решения) (дихотомия: на основе объективной логики (T) – на основе субъективных чувств (F));
- какой стиль поведения предпочитают (дихотомия: ориентированный на суждения (J) – ориентированный на восприятие (P)).

По итогам анкетирования выявлено, что можно отследить взаимосвязь стиля поведения и управленческого подхода к принятию решения. По схеме МВТИ определены стили поведения для каждого менеджера, и исходя из особенностей стиля, можно сделать вывод, какой подход к принятию решения из трех рассмотренных ранее им соответствует (таблица 2).

Исходя из данных таблицы 2, становится ясно, почему двое менеджеров из семи (№ 3, № 7) не смогли справиться с поставленной руководителем задачей. Это связано с тем, что при принятии решения они руководствовались интуитивным подходом. Стили их поведения обладали такими особенностями, как чувственное восприятие, способность работать в команде, учитывая интересы сотрудников, что развило в них интуитивное мышление, и именно поэтому они оперируют им при принятии решения. Но интуиция не всегда приводит к верному решению, ведь она не основывается на логических суждениях, не выявляет закономерностей, и даже не базируется на накоплении опыта в аналогичных ситуациях, чем

руководствовались другие менеджеры при принятии решения (обладающие в большинстве рациональным подходом и подходом, основанным на суждениях). Вероятно, если бы менеджеры № 3, № 7 выбрали другие подходы к принятию управленческих решений, то они смогли бы улучшить свои результаты.

Таблица 2

Разработка и принятие управленческих решений

Менеджер	Стиль поведения	Особенности	Подход
№ 1	Оценивающий	Решительны, видят логические проблемы в организации и предлагают их решение. Им нравится ставить цели и составлять долгосрочные планы	Рациональный
№ 2	Кооперативный	Хорошо понимают людей и их мотивы. Сознательны и привержены целям организации. Создают ясное видение общих целей, хорошо организованы и решительны в их достижении	Основанный на суждениях
№ 3	Посреднический	Отзывчивы и ответственны. Внимательны к чувствам, эмоциям и мотивам других. Обеспечивают воодушевляющее лидерство в команде	Интуитивный
№ 4	Эмпирический	Практичны, реалистичны и ответственны. Принимают логические решения и реализуют их	Рациональный
№ 5	Процедурный	Практичны, реалистичны, решительны. Ориентир на эффективное достижение результата. Такие люди всегда внимательны к рутинным деталям	Основанный на суждениях
№ 6	Иконоборческий	Оригинальные мыслители. Стремятся к достижению поставленных целей. Легко улавливают закономерность в наблюдаемых явлениях. Требовательны, скептически и независимы	Рациональный
№ 7	Ориентированный на отношения	Открыты и дружелюбны. Любят работать в команде. Учатся лучше всего на практике в коллективной работе	Интуитивный

Менеджеры № 2 и № 5 имеют стаж в данной компании более 10 лет и использовали подход, основанный на суждениях. Они успешно справились с заданием. Их успех во многом определили особенности стиля поведения, которым они руководствовались при принятии решения, а именно за счет их большого опыта в данной сфере и накопленных знаний. Они достаточно практичны и внимательны к деталям, стаж работы помогает им действовать в правильном направлении и добиваться успеха.

Большинство же менеджеров (№ 1, № 4, № 6) применили рациональный подход. При принятии решения они руководствовались логикой, рациональными суждениями и знаниями. Их умственная деятельность была направлена на четкий разбор проблемы и принятия наиболее верного решения по аналогии с процессом принятия рационального решения по М. Мескону, проходя все пять этапов от анализа проблемы к принятию

окончательного решения. Каждая проблема диагностируется, выявляются критерии и их ограничения, рассматриваются альтернативы, происходит оценка каждой альтернативы, и в итоге осуществляется окончательный выбор. Менеджеры анализируют проблему во всех аспектах, что позволяет достигать им поставленной цели с минимальными издержками.

Таким образом, каждый процесс принятия решения имеет свои особенности и характеризуется психологическим процессом, который определяет стиль поведения руководителя. При принятии решения важно определить, каким подходом в той или иной ситуации будет пользоваться разумнее. Этот выбор зависит от квалификации руководителя, непосредственно от конкретной практической ситуации и стиля руководства. Важно, чтобы каждый менеджер осознавал сильные стороны и ограничения каждого подхода, процедуру принятия решения и умело выбирал наиболее подходящий вариант с учетом ситуации и собственного стиля управления.

Список литературы:

1. Иванова Н.Г. Интеграционное управление на глобальной стадии развития общества // Системогенетика и проблемы глобального развития: Коллективная научная монография / под науч. ред. А.И. Субетто, В.А. Шамахова. – СПб.: Астерион, 2015. – С. 168-174.
2. Кишкель Е.Н. Управленческая психология: учеб. для сред. спец. учеб. заведений. – М.: Высш. шк., 2002. – 270 с.
3. Котляревская И.В., Ружанская Л.С. Общий менеджмент: учебное пособие. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2017. – 116 с.
4. Макдоналдс в России: официальный сайт. – [Электронный ресурс] – <https://mcdonalds.ru/>.
5. Парамонов П.Ф., Халявка И.Е., Стукова Ю.Е. Менеджмент: учебное пособие. – Краснодар: КубГАУ, 2015. – 173 с.
6. Филинов Н.Б. Разработка и принятие управленческих решений: учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 308 с.

*А.Е. Ахмадиева (магистрант 1 курса направления Экономика ПГУПС)
Научный руководитель: Н.В. Дедюхина доктор экономических наук, профессор кафедры
«Бухгалтерский учет и аудит» ПГУПС*

ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРИБЫЛЬНОСТЬЮ И РЕНТАБЕЛЬНОСТЬЮ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ

Аннотация. В статье автором представлено обоснование значимости показателей прибыльности и рентабельности как элементов информационно-аналитического обеспечения управления организацией.

Ключевые слова: информационное обеспечение, прибыль, рентабельность, финансовый результат.

Эффективное управление финансово-хозяйственной деятельностью организации требует соответствующего информационного обеспечения, неотъемлемой частью которого выступает аналитическая информация о финансовом положении и результатах деятельности организации. Такая информация позволяет выявить закономерности изменения доходов и расходов и прибыли организации с течением времени, определить факторы формирования конечного финансового результата и роста показателей инвестиционной привлекательности. Эти данные пользуются высоким спросом среди различных групп пользователей для принятия управленческих решений.

Одной из ключевых задач финансового менеджмента продолжает оставаться задача получения доходов и прибыли организации для поддержания её конкурентных преимуществ и обеспечения стратегического развития в долгосрочной перспективе. Прибыль – это экономический показатель, отражающий чистый доход, который образуется в процессе формирования новой добавленной стоимости. Прибыль характеризует конечные финансовые результаты бизнес-процессов организации и является одним из основных показателей, который оказывает влияние на результативность использования инвестиционных ресурсов и эффективность инвестиционных процессов [1, 4].

В соответствии с п. 79 Приказа Министерства финансов России от 29.07.1998 N 34н (ред. от 11.04.2018) «Об утверждении Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации» бухгалтерская прибыль (убыток) представляет собой конечный финансовый результат (прибыль или убыток), выявленный за отчетный период на основании бухгалтерского учета всех хозяйственных операций организации и оценки статей бухгалтерского баланса по правилам, принятым нормативными правовыми актами по бухгалтерскому учету [2].

Прибыль – это разность между доходами и расходами или разность между притоками и оттоками денежных потоков организации за определенный период. Согласно ст. 5 Федерального закона N 402-ФЗ доходы и расходы являются объектами учета, следовательно, система бухгалтерского учета организации выступает в качестве исходного поставщика управленческой информации о показателях, формирующих финансовые результаты деятельности (прибыли или убытки) по окончании отчетного периода [1].

Показатели, используемые для анализа прибыли, оцениваются в базисных, планируемых и фактически действующих ценах и тарифах. При этом в различных методиках анализа прибыли организации могут учитываться такие внутренние и внешние рискообразующие факторы как способность самофинансирования текущих хозяйственных операций, маркетинговая политика, инфляция, курсовые разницы валют [3, 9].

Согласно действующему законодательству в бухгалтерской финансовой отчетности российских организаций подлежат отражению следующие виды прибыли:

- валовая прибыль, финансовый результат, который определяется как разность между выручкой и себестоимостью продаж;
- прибыль от продаж, финансовый результат, который можно определить как разность между выручкой и расходами на производство и реализацию продукции, работ, услуг;
- прибыль до налогообложения, финансовый результат, определяемый как прибыль от продаж продукции, работ, услуг, увеличенная на сумму доходов от участия в других организациях, процентов к получению, прочих доходов, и уменьшенная на величину процентов к уплате и прочих расходов;
- чистая прибыль, финансовый результат, который определяется как разность между суммой прибыли до налогообложения и суммой налога на прибыль и иных обязательных платежей [11].

Прибыль является основным стимулом развития организации. Однако в случае неэффективного управления бизнес-процессами, нарушения договорных обязательств, несоблюдения требований законодательства предприятие может получить по окончании отчетного периода отрицательный финансовый результат в виде убытка. Таким образом, показатели прибыли являются индикаторами, с помощью которых можно оценивать уровень эффективности управления бизнес-процессами, стабильность финансового состояния организации и прогнозировать возможные последствия [5].

Известно, что при помощи различных показателей возможно провести оценку результатов хозяйственной деятельности организаций. Такими показателями могут выступать прибыль, объем выпуска продукции и объем продаж. Вышеотмеченные показатели, как правило, по своей природе являются абсолютными характеристиками, поэтому не могут целостно отразить эффективность деятельности организаций. В связи с

чем, их достоверная интерпретация в отношении оценки результативности может быть получена во взаимосвязи с иными различными показателями, характеризующими вложенные в предприятие инвестиции и потребленные ресурсы.

Показателями, характеризующими эффективность деятельности предприятий, являются коэффициенты рентабельности и прибыльности [8].

В экономической литературе представлены несколько подходов к определению рентабельности. Одно из таких определений следующее: рентабельность (от нем. *rentabel* означает доходный или прибыльный) представляет собой показатель экономической эффективности производства на предприятиях, который комплексно отражает использование материальных, трудовых и денежных ресурсов [6].

Станиславчик Е.Н. опирается на несколько иное определение рентабельности: «рентабельность – это характеристика эффективности прибыльности различных сторон деятельности, соотношение прибыли, как результата, и соответствующих затрат: рентабельность активов, рентабельность собственного капитала, рентабельность продаж». Данное определение характеризует рентабельность как некую математическую величину [9, 10].

В экономической литературе можно обнаружить множество различных классификаций показателей рентабельности. Одна из таких классификаций может быть представлена следующим образом:

- коэффициент рентабельности инвестированного капитала;
- коэффициент финансовой рентабельности;
- коэффициент рентабельности продаж;
- коэффициент рентабельности продукции [7].

Коэффициент рентабельности инвестированного капитала характеризует норму возмещения (вознаграждения) по всем источникам, которые используются предприятием, то есть это отношение суммы доходов вкладчиков и кредиторов (П) к сумме инвестированного ими капитала (ИП):

При оценке эффективности хозяйственной деятельности организации в качестве инвестированного капитала следует использовать величину всех активов, так как их общая сумма и обязательства организации.

Коэффициент финансовой рентабельности характеризует эффективность вложений собственников организации, то есть иными словами инвестиций, которые обеспечивают организацию стартовым капиталом, а также оставляют в ее распоряжении всю или часть причитающейся им прибыли. Система показателей рентабельности активов и капитала формируется как отношение прибыли к различным показателям авансированных средств, из которых наиболее важными являются: все активы предприятия; инвестиционный капитал (собственные средства + долгосрочные обязательства); акционерный (собственный) капитал.

Одной из наиболее часто встречающихся в экономической литературе вариаций формулы расчета финансовой рентабельности (Rф) является следующая формула:

$$R_f = \frac{ЧП}{СК}$$

Коэффициент рентабельности продукции характеризует реальную величину прибыли, которую приносит организации каждый рубль произведенных затрат по ее выпуску.

Для того, чтобы осуществлять необходимый контроль не только за себестоимостью проданной продукции, но и за изменениями в политике ценообразования рассчитывается коэффициент рентабельности продаж. Его можно определить отношением прибыли от продаж (Ппр) к сумме выручки от продаж (В):

$$R_v = \frac{Ппр}{В}$$

Динамика изменения данного показателя может помочь организации принять необходимые решения по изменению ценовой политики или усилению контроля за себестоимостью продукции. Показатель можно рассчитывать, как и по продукции в целом, так и по отдельным ее видам [9].

Таким образом, показатели рентабельности характеризуют результативность и эффективность деятельности организации. Они позволяют измерять доходность предприятия с различных позиций и систематизируются в соответствии с интересами участников экономического процесса [4].

Расчет основных финансовых показателей ОАО «РЖД» представлен в таблице 1.

Таблица 1

Анализ финансовых результатов ОАО «РЖД», млн. руб.

Показатель	2017 г.	2018 г.	Изменение (+,-)	Изменение, %
Выручка	1 697 553	1 798 396	100 843	5%
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг	(1 425 324)	(1 523 633)	(98 309)	6%
Валовая прибыль	272 229	274 763	2 534	0,9%
Коммерческие расходы	(81)	(77)	(4)	-5%
Управленческие расходы	(132 149)	(133 887)	(1 738)	1,31%
Прибыль (убыток) от продаж	139 999	140 799	800	0,5%
Прочие доходы	85 136	67 991	(17 145)	-20,1%
Прочие расходы	(141 403)	(117 909)	(23 494)	-16,6%
Прибыль (убыток) до налогообложения	52 426	56 846	4 420	8%
Налог на прибыль	(27 130)	(12 741)	(14 389)	-53%
Чистая прибыль	17 500	18 363	863	4%

По результатам анализа показателей прибыли Отчета о финансовых результатах ОАО «РЖД», можно сделать вывод, что прибыль от продаж увеличилась в 2018 году на 800 тыс. руб. по сравнению с 2017 годом. В основном, на увеличение этого показателя повлиял опережающие темпы роста выручки над темпами роста себестоимости продаж. Показатель прибыли до налогообложения также увеличился на 8% (строка 9, табл. 1).

В результате проведенных работ по повышению операционной эффективности и финансовой политики чистая прибыль в 2018 году увеличилась на 4% по сравнению с предшествующим периодом [13]. Динамика показателей рентабельности представлена в таблице 2.

Таблица 2

Анализ показателей рентабельности ОАО «РЖД»

Показатель	Расчет	2017 г., %	2018 г., %	Изменение (+,-)
1. Показатели рентабельности деятельности				
Рентабельность продаж, %	Отношение прибыли от продаж к выручке	7	8	1
Рентабельность деятельности, %	Отношение прибыли от продаж к себестоимости проданной продукции	8,8	9,8	1
2. Показатели рентабельности активов				
Рентабельность внеоборотного капитала, %	Отношение прибыли до налогообложения к сумме внеоборотных активов	0,81	0,93	0,12

Рентабельность оборотного капитала, %	Отношение прибыли до налогообложения к сумме оборотных активов	14,15	15,94	1,79
Рентабельность совокупных активов, %	Отношение прибыли до налогообложения к сумме всех активов	0,77	0,88	0,11
Рентабельность финансовых вложений, %	Отношение доходов от участия и процентов полученных к сумме финансовых вложений	3,08	5,5	2,42
3. Рентабельность собственного капитала				
Рентабельность собственного капитала, %	Отношение чистой прибыли к собственному капиталу	0,15	0,41	0,26

По результатам анализа показателей рентабельности можно сделать вывод о том, что политика ОАО «РЖД» по повышению эффективности и оптимизации издержек обеспечила опережающий темп роста доходов над расходами и положительную динамику показателя рентабельности от продаж, рост составил 1% к уровню прошлого года.

Рентабельность деятельности в 2018 году возросла и составила 9,8 %, что обусловлено ростом рентабельности продаж, а также мероприятиями финансового управления.

На уровень рентабельности собственного капитала оказали влияние следующие факторы: рентабельность продаж по чистой прибыли, оборачиваемость активов и финансовый рычаг.

В 2018 году ОАО «РЖД» обеспечило выполнение плановых финансовых и объемных показателей. Положительная динамика грузовых перевозок, в свою очередь, стала индикатором улучшения общеэкономической ситуации в стране. Основной задачей в 2018 году Компании стало обеспечение сбалансированности объемов потребляемых ресурсов и управление себестоимостью.

В результате системных работ, проведенных холдингом «РЖД» по повышению эффективности тесного взаимодействия с грузоотправителями, а также улучшению параметров использования подвижного состава, обеспечено динамичное развитие грузовых перевозок.

Полученные высокие показатели производственной деятельности сказались и на улучшении финансовых показателей Холдинга. Так, доходы ОАО «РЖД» за 2018 год повысились на 7,2 % и составили 2 413 млрд. руб. (за 2017 год составили 2 252 млрд. руб.) [13].

Главными доходобразующими факторами ОАО «РЖД», безусловно, являются пассажирские и грузовые перевозки. Именно от объема перевозок зависят такие показатели, как доходы, расходы, прибыль и уровень рентабельности. Также к сильным сторонам можно отнести стабильное финансовое положение, применение прогрессивных технологий, наличие высококвалифицированных работников и статус крупнейшего холдинга России. К слабым сторонам относятся изношенность транспортной инфраструктуры, недостаток финансирования капитальных проектов в части улучшения состояния основных производственных фондов и транспортной инфраструктуры, а также сложность управления: многочисленность кадров и отсутствие единой политики.

Сопоставим полученные выводы с результатами анализа финансовых показателей АО «Национальная компания «Казахстан темир жолы». Курс рубля к тенге составляет 6,09 тенге за 1 рубль (табл. 3).

Таблица 3

Анализ основных финансовых показателей, млн. руб.

Показатель	2017 г.	2018 г.	Изменение (+,-)	Изменение, %
Выручка	56 178	59 645	3 467	6%
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг	-47033	-53898	-6 866	-14%
Валовая прибыль	9 146	5 747	-3 399	-37,16%
Общие и административные расходы	-7 637	-7 743	-106	-1,38%
Финансовые доходы	7 199	7 718	519	7,21%
Финансовые расходы	-10 773	-11 798	-1 025	-9,51%
Прибыль (убыток) до налогообложения	3 781	-7 941	-11 722	-110%
Прибыль (убыток) за год	4 691	-6 959	-11 650	-48%
Прочий совокупный убыток за год	547	2 379	1 832	334,8%
Итого совокупный (убыток)/доход за год	4 144	-9 338	-13 482	-125,3%

Данные годовой финансовой отчетности АО «Национальная компания «Казахстан темир жолы» свидетельствуют о том, что выручка в 2018 году возросла на 6% и составила 59 645 млн. руб. Валовая прибыль составила 5747 млн. руб., что на 37% меньше, чем в предыдущем году [11].

Компания завершила 2018 год с отрицательным финансовым результатом и понесла убытки в размере 6959 млн. руб., в основном за счет увеличения отрицательной курсовой разницы на 17 258 млн. руб. Убыток до налогообложения в отчетном периоде составил 11 722 млн. руб., что на 110% ниже, чем в 2017 году. Такое положение компании связано с тем, что необходимое оборудование и материалы для функционирования организации и обеспечения железнодорожных перевозок по стране закупается за рубежом. То есть из-за постоянных скачков курса национальной валюты цена оборудования и материалов постоянно меняется, о чем и свидетельствует отрицательная курсовая разница в балансе. Также необходимо отметить, что в 2014 году произошла девальвация национальной валюты, что отрицательно сказалось не только на положении многих организаций, но и страны в целом. С тех времен курс иностранных валют постоянно находится в движении. Если до девальвации тенге курс доллара составлял 185 тенге к 1 доллару, то сейчас в 2019 году на 1 доллар приходится 382 тенге.

Результаты анализа свидетельствуют о более высокой эффективности деятельности ОАО «РЖД» по сравнению с аналогичной компанией Казахстана АО «Национальная компания «Казахстан темир жолы». Конечно, стоит принять во внимание, как и размеры двух стран, так и внутреннюю экономику стран. Например, эксплуатационная длина железных дорог ОАО «РЖД» на сегодняшний день составляет 85,6 тыс. км., тогда как в Казахстане эта длина составляет всего 16,3 тыс. км.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 06.12.2011 N 402-ФЗ «О бухгалтерском учете»: справочно - правовая система «Консультант Плюс» [Электронный ресурс].
2. Приказ Минфина России от 29.07.1998 N 34н (ред. от 11.04.2018) «Об утверждении Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации»: справочно - правовая система «Консультант Плюс» [Электронный ресурс].

3. Дедюхина Н.В. Управление финансовыми рисками организации как объекта инвестирования: научное обеспечение и механизм реализации // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2016. – № 5. – С. 26-36.
4. Дедюхина Н.В. Факторный анализ рентабельности в системе управленческого учета как инструмент повышения эффективности инвестиционных процессов // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. – 2011. – №4. – С. 220-225.
5. Дедюхина Н.В. Методические аспекты анализа финансовых результатов организации в процессе профессиональной подготовки специалистов для финансово-экономических служб МВД РФ // Вестник Санкт-Петербургского Университета МВД России. – 2004. – №4. – С. 126-127.
6. Когденко В.Г. Экономический анализ: Учебное пособие. – М.: ЮНИТИ, 2015. – 392 с.
7. Ковалев В.В., Волкова О.Н. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник. – М.: Проспект, 2018. – 424 с.
8. Полюшко, Ю.Н. Рентабельность предприятия: понятие, сущность, виды, показатели // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2016. – № 7. – С. 163-169.
9. Станиславчик Е. Анализ и моделирование рентабельности // Финансовая газета. – 2013. – № 10. – С. 10-13.
10. Станиславчик Е. Парадоксы управления прибылью // Финансовая газета. – 2013. – № 42. – С. 21 – 32.
11. Сулейманова Е.В., Хисамудинов В.В. Бухгалтерский финансовый учет: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 192 с.
12. Чернышева Ю.Г. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия (организации): учебник. – М. : ИНФРА-М, 2017. – 421 с.
13. Отчетность ОАО «РЖД» за 2018 год. – [Электронный ресурс] – <https://www.e-disclosure.ru/portal/files.aspx?id=4543&type=2>.
14. Отчетность АО НК «КТЖ» за 2018 год. – [Электронный ресурс] – <https://www.railways.kz/upload/docs/>.

И.Ю. Фролова (магистрант 2 курса, Факультета технологического менеджмента и инноваций Университета ИТМО)

Научный руководитель: А.И. Александрова, к.э.н., доцент, доцент факультета технологического менеджмента и инноваций

НАЛОГОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ НА ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ В СФЕРЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Высокие показатели инновационной активности государства в современной экономике представляют собой одни из важнейших параметров конкурентоспособности и эффективности. Инновации и информационные неразрывно связаны, они проникли во все сферы жизни: здравоохранение, образование, предпринимательство и многие другие; повлияли на экономическое и организационное развитие, формирование коммуникационных процессов между контрагентами (поставщиками и пользователями товаров, работ и услуг).

Уровень развития информационно-коммуникационных технологий представляет собой один из важнейших составляющих экономического и социального благополучия государства и инвестиционной привлекательности его экономики.

В соответствии с показателями индекса развития информационных технологий, отражающим доступность, используемость, овладение, то есть прикладные знания этих технологий населением исследованных стран за 2017 год из рассматриваемых 176 стран Россия занимает 45-е место (Белоруссия – 32-е, Украина – 79-е, Исландия – 1-е, Южная Корея – 2-е) [4]. А также по значению индекса цифровизации бизнеса, олицетворяющего

способность внедрения высокотехнологичных товаров и процессов субъектов предпринимательства, уровень использования широкополосного интернета, облачных сервисов, включенность в электронную торговлю, Россия находится в одном ряду с такими европейскими странами, как Болгария, Венгрия, Польша и Румыния. Можно отметить, что состояние IT-сферы в Российской Федерации обладает достаточным потенциалом для дальнейшего развития.

Инновационные предприятия в сфере информационных технологий представляют собой особое направление государственного регулирования и стимулирования, что неоднократно подчеркивается в тексте Стратегии инновационного развития Российской Федерации.

Помимо правовых аспектов государственного стимулирования деятельности инновационных предприятий существуют и экономические, такие как налогообложение с его основными инструментами в виде налоговых льгот и преференций.

В соответствии с положениями актуального налогового законодательства Российской Федерации предприятиями сферы информационных технологий признаются организации, основными видами деятельности которых являются такие виды как создание, разработка и реализация программ, а также баз данных (в электронном виде либо ином другом информационном носителе) для электронно-вычислительной техники [1]. Предприятия данной отрасли также могут оказывать услуги и по адаптации или модификации вышеперечисленных продуктов информационной деятельности.

Планирование финансово-хозяйственной деятельности включает в себя множество этапов, таких как прогнозирование поступлений денежных средств, распределение расходов по статьям затрат предприятия и др. Процедуру планирования расходов на налогообложение также включают в общий план. Оно играет существенную роль в системе оптимизации расходов предприятия, пропорционально доле налоговых отчислений в общем объеме затрат.

Налоговое планирование представляет собой оптимальное сочетание действий налогоплательщика, допустимых законодательством, направленных на сокращение расходов на уплату налогов, страховых взносов и других обязательных платежей. Его суть заключается в возможности применения всех предлагаемых налоговым законодательством инструментов и приемов в целях минимизации налогового бремени предприятия. Данная процедура сопряжена с рядом осложняющих факторов, например, изменчивость и сложность законодательства РФ в рамках налогообложения, величина налоговой нагрузки на предприятия и др.

Суть налогового планирования заключается в признании контролирующими органами за налогоплательщиком права применять все дозволенные законодательством приемы с целью уменьшения налоговой нагрузки. Налоговое планирование на уровне предприятия связано прежде всего со сложностью и изменчивостью законодательства Российской Федерации в области налогообложения, а также величиной налогового бремени на предприятия.

Оптимально организованная на предприятии система налогового планирования способствует формированию наиболее благоприятной налоговой нагрузки от обязательств, увеличению прибыли и повышению эффективности движения денежных потоков за счет высвободившихся активов.

Деятельность финансовых служб предприятия и разработка системы в области налогового планирования основывается на следовании определенным правилам. Например:

- 1) Разработка этапов и объектов планирования исключительно в соответствии с требованиями налогового кодекса;
- 2) Выбор предлагаемых законодательством льгот, специальных налоговых режимов, преференций и иных налоговых инструментов;
- 3) Непрерывный мониторинг планирующихся и уже реализованных изменений налогового, смежного с ним и отраслевого законодательства;

4) Незамедлительные корректировки с учетом текущих изменений.

Схемы налоговой оптимизации для организаций представляются тремя следующими группами:

1. Оптимизация в рамках вида налога (процедура снижения нагрузки по НДС, налогу на прибыль, земельному налогу, налогу на имущество организаций, обязательным страховым взносам и др.).

2. Подбор инструментов снижения налогового бремени с учетом вида экономической деятельности предприятия (налоговая оптимизация по отраслевому признаку с учетом специфических особенностей вида хозяйственной деятельности, в частности по наличию отраслевого законодательства в области информационных технологий)

3. По временной составляющей (кратковременное и долгосрочное налоговое планирование).

Инновационные предприятия сферы информационных технологий в России в 2020 году имеют право применять следующие льготы и преференции:

1) *Налог на добавленную стоимость*

В соответствии с НК РФ исключительные права на продукты и результаты деятельности ИТ-организаций, например, на программы для ЭВМ, базы данных и ноу-хау, исключаются из налогооблагаемой базы по данному виду налога.

В частности, законодательство освобождает ИТ-компании, являющиеся резидентами Инновационного центра Сколково, от исполнения обязанностей налогоплательщика по НДС (кроме части налога, уплаченной при ввозе товаров в РФ).

Кроме того, налогоплательщик вправе уменьшить полученные доходы на расходы на приобретение прав на использование результатов интеллектуальной деятельности на основании лицензионного договора [3, с.68].

2) *Ускоренная амортизация* нематериальных активов в течение двух лет

Согласно НК РФ при амортизации основных средств, используемых исключительно для осуществления научно-технической деятельности, компании вправе применять к основной норме амортизации специальный коэффициент.

Предоставлена возможность применения нелинейного (ускоренного) метода начисления амортизации, позволяющего отнести на расходы до 50% первоначальной стоимости основных средств в течение первой четверти срока их полезного использования.

3) *Пониженные ставки взносов* в государственные внебюджетные фонды (см. таблицу 1) [2, с.5].

Таблица 1.

Ставки по страховым взносам по льготным категориям предприятий

Категории предприятий, претендующих на применение льготных тарифов	Тарифы на 2020 год
ИТ-компании	ПФР – 8% ФСС – 2% ФОМС – 4%
Упрощенная система налогообложения	ПФР – 22% (10% – сверх лимита) ФСС – 2,9% ФОМС – 5,1%
Резиденты научного центра «Сколково»	ПФР – 14% ФСС – 0% ФОМС – 0%
Резиденты особых экономических зон (ОЭЗ)	ПФР – 6% ФСС – 1,5% ФОМС – 0,1%

Предприятие сферы информационных технологий имеет право на применение пониженных страховых взносов, если им одновременно выполняются следующие условия:

1. Наличие удостоверяющего документа о прохождении государственной аккредитации Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ;

2. Доля доходов от реализации экземпляров программ для ЭВМ и оказания услуг по разработке, адаптации и модификации программ для ЭВМ, а также услуг по установке, тестированию и сопровождению указанных программ должна быть не менее 90% всех доходов за период;

3. Средняя численность работников за 9 месяцев года, предшествующего году перехода IT-компании на уплату страховых взносов по пониженным тарифам, должна быть не менее 7 человек. Сюда входят лица, работающие по гражданско-правовым договорам.

4) *Льготы по налогу на прибыль*

Налоговая ставка на прибыль для информационно-технологических предприятий варьируется в зависимости от географического расположения компании (примеры приведены в таблице 2) [5].

Таблица 2.

Список лидирующих регионов по наиболее благоприятным налоговым условиям для компаний IT-отрасли

№	Регион	Льготная ставка	Критерий получения льготы
1	Центр «Сколково»	0% (на десять лет с момента вступления в проект)	Доступно предприятиям – резидентам центра (№244 – ФЗ)
2	Республика Татарстан	0% (1–5 год с момента получения налогооблагаемой прибыли) 5%	Льгота доступна резидентам экономической зоны «Иннополис»
3	Калининградская область	Начиная с момента получения первой прибыли от реализации инновационной деятельности первые шесть налоговых периодов ставка составляет 0%. В последующих периодах налоговая ставка достигает уровня региональной, уменьшенной на 50%	Организации необходим сертификат участника особой зоны
4	Республика Крым	2% – первые 3 года с момента внесения в единый реестр участников Свободной экономической зоны (СЭЗ); 6% – 4–8 годы; 13,5% – с 9 года	Предприятия должны иметь статус участника свободной эк. зоны
5	Ульяновская область	1,5%	Обязательное выполнение требований, что и для применения пониженных тарифов страховых взносов во внебюджетные фонды
6	Санкт-Петербург	15,5%	Статус участника ОЭЗ СПб

Важно, что право применения льготной ставки по налогу на прибыль распространяется только на российские предприятия.

В подтверждение сводным данным рейтинга наиболее привлекательных регионов в рамках условий льготного налогообложения на рисунке 1 приведены данные по объему инновационных товаров, работ и услуг по региональному признаку.

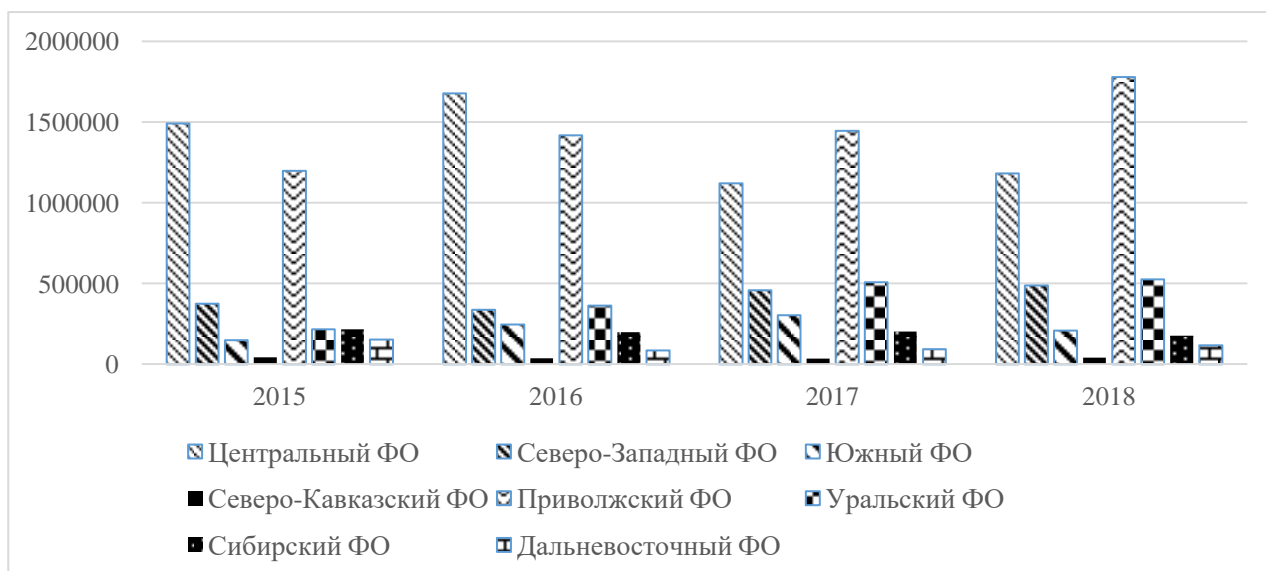


Рисунок 1 – Объем инновационных товаров, работ и услуг по субъектам РФ, млн. руб.

Из рисунка видно, что наибольший удельный вес инновационных товаров (в том числе результаты деятельности IT-компаний) приходится на предприятия Центрального федерального округа. А с 2017 года благоприятные изменения условий ведения предпринимательства вывели Приволжский ФО на лидирующую позицию по показателю инновационной активности.

Подводя итог, отметим, что налогообложение является одним из инструментов государственного регулирования в предпринимательства. Необходимо, чтобы оно служило созданию благоприятной среды для поддержания инновационной активности предприятий. Вариативность льгот и налоговых преференций является основным инструментом реализации стимулирующей функции налогов.

Предприятия сферы информационных технологий являются движущей силой инновационного развития государства. Удельный вес налоговой составляющей среди всей совокупности расходов инновационного предприятия зачастую достаточно значителен. Поэтому своевременный мониторинг изменений и нововведений в законодательстве в части инструментов снижения налоговой нагрузки является обязательным условием финансового планирования в организации.

Список литературы:

1. Гильметдинов Ш.Р. Особенности налогообложения IT-компаний: налоговые льготы и пониженные тарифы страховых взносов с 2017 года // *Налоги*. – 2017. – № 5. – С. 1–12.
2. Гуманитарная энциклопедия: Исследования Инновационных предприятий (2020) – [Электронный документ] – <https://gtmarket.ru/ratings/ict-development-index/ict-development-index-info>.
3. «Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая)» от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 27.12.2019, с изм. от 28.01.2020) (с изм. и доп., вступ. в силу с 28.01.2020).
4. Особые экономические зоны // Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации – [Электронный документ] – <http://economy.gov.ru/minec/activiti/sections/sez>.
5. Пенкин П.В. Налоговые риски предприятия и возможности управления ими // *Вестник Российского университета кооперации*. – 2018. – №3. – С. 64-70.

УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ РАСХОДАМИ ЭЛЕКТРОСЕТЕВОЙ КОРПОРАЦИИ

Аннотация: в статье рассмотрено понятие расходов, а также их классификация. Раскрыто понятие электроэнергетики и определены технологические особенности производства и распределения электроэнергии, которые оказывают влияние на формирование расходов электросетевой организации. Рассмотрено понятие такой экономической категории как «Учетно-аналитическое обеспечение» и ее элементы. Проведен анализ структуры расходов объекта исследования, сделаны соответствующие выводы и предложены методы оптимизации расходов.

Ключевые слова: электроэнергетика, управление расходами, учетно-аналитическое обеспечение, элементы учетно-аналитического обеспечения.

Электроэнергетика – одна из важнейших отраслей для российской экономики. Основой динамического развития экономики нашей страны и неотъемлемый фактор снабжения цивилизованных условий жизни граждан является её надежное, а также эффективное функционирование.

Актуальность исследования, прежде всего, заключается в том, что процесс формирования расходов, а также управление расходами является одной из ключевых задач организации вне зависимости от отрасли, к которой она принадлежит, так как эффективное потребление ресурсов обеспечивает высокий уровень показателей рентабельности, повышая инвестиционную привлекательность отраслевого сегмента [4].

Целью научного исследования в рамках данной статьи является изучение теоретических, нормативно-правовых и практических вопросов учетно-аналитического обеспечения управления расходами электросетевой корпорации и разработка рекомендаций по совершенствованию управления расходами в корпорациях электросетевой отрасли.

Для достижения цели были поставлены и решены следующие задачи:

1. Рассмотрено понятие экономической категории расходы, а также их классификация;
2. Выявлены технологические особенности производства и распределения электроэнергии, которые оказывают влияние на формирование расходов электросетевой корпорации;
3. Проведен анализ расходов объекта исследования и сделаны соответствующие выводы;
4. Изучено понятие учетно-аналитического обеспечения;
5. Определен перечень целей и задач, стоящий перед электросетевой организацией при управлении расходами и предложены методы по совершенствованию управления расходами электросетевой корпорации

Объектом научного исследования выступает Акционерное общество «Ленинградская Областная Электросетевая Компания» (далее по тексту АО «ЛОЭСК»).

Предметом научного исследования являются расходы АО «ЛОЭСК».

Учитывая положения п. 2 ПБУ 10/99 расходы организации – уменьшение экономических выгод в результате выбытия активов, денежных средств и иного имущества и (или) возникновение обязательств, которые впоследствии приводят к уменьшению капитала этой организации за исключением уменьшения вкладов по решению участников (собственников имущества) [2].

Расходы организации относятся к объектам управления процессом потребления ресурсов организации, так как оказывают влияние на величину финансовых результатов деятельности и привлекательность для инвесторов и кредиторов.

Изучение экономической категории «расходы» и их классификации имеет существенное значение для всей системы управления организацией в целом и его структурными подразделениями.

В соответствии с п. 4 ПБУ 10/99 расходы организации можно распределить на две большие группы:

- расходы по обычным видам деятельности;
- прочие расходы.

Учитывая п. 5 ПБУ 10/99 расходами организации по обычным видам деятельности являются расходы, связанные с изготовлением и продажей продукции, приобретением и продажей товаров, выполнением работ и оказанием услуг.

Учитывая с п. 7 ПБУ 10/99 расходы по обычным видам деятельности формируют:

- расходы, связанные с приобретением сырья, материалов, товаров и иных материально–производственных запасов;
- расходы, возникающие непосредственно в процессе переработки (доработки) материально–производственных запасов для целей производства продукции, выполнения работ и оказания услуг и их продажи, а также продажи (перепродажи) товаров (расходы по содержанию и эксплуатации основных средств и иных внеоборотных активов, а также по поддержанию их в исправном состоянии, коммерческие расходы, управленческие расходы и др.) [2].

Обратимся к Приложению к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах ОАО «РЖД». Проведя анализ структуры расходов по обычным видам деятельности, результаты которого представлены ниже в таблице 1, необходимо отметить, что 27,6% приходится на затраты на электроэнергию. Из этого следует сделать вывод, что анализ такой отрасли как электроэнергетика является важным направлением научного исследования, так как уже она является одной из важнейших отраслей экономики нашей страны.

Таблица 2

Структура расходов по обычным видам деятельности ОАО «РЖД»

Наименование показателя	Сумма, млн. руб.	Доля (%)
Электричество	170749	27,6
Топливо	119963	19,4
Материалы	87855	14,2
Прочие материальные затраты	238350	38,6
Всего материальные затраты	616817	100

Составлено автором на основе [13]

Для того чтобы разобраться как формируются расходы в электросетевых организациях рассмотрим понятие электроэнергетики, а также технологические особенности производства и распределения электроэнергии, которые оказывают на них влияние.

Ст. 3 ФЗ от 2 августа 2019 года № 300–ФЗ «Об электроэнергетике» трактует следующее определение электроэнергетики: одна из отраслей экономики РФ, включающая в себя комплекс экономических отношений, возникающих в процессе производства, передачи электроэнергии, оперативно–диспетчерского управления в электроэнергетике, сбыта и потребления электроэнергии с использованием производственных и иных имущественных объектов, принадлежащих на праве собственности или на ином предусмотренном федеральными законами основании субъектам электроэнергетики или иным лицам [1].

Особенностями электроэнергетики следует считать следующие:

- единство производства и потребления, возникающее по причине невозможности запастись электроэнергией;
- отсутствие возможности увеличения объемов производства и зависимость объемов производства энергии исключительно от потребителей;
- необходимость время от времени оценивать объемы производства и потребления энергии не только в расчете на год, но и показатели энергетических нагрузок, выраженные в часах;
- бесперебойное снабжения потребителей электроэнергией;
- планирование энергопотребления на каждые сутки и каждый час в течение года, т. е. необходимость разработки графиков нагрузки на каждый день каждого месяца с учетом сезона, климатических условий, дня недели и других факторов.

Главные элементы электроэнергетической отрасли - электрические станции различных типов.

Выделяют следующую классификацию электростанций:

- тепловые (топливные), в том числе теплоэлектроцентрали и конденсационные электростанции,
- атомные,
- гидравлические,
- прочие (солнечные, геотермальные, приливные, ветряные и проч.).

Рассмотрим процесс производства и реализации электроэнергии. Производство (генерация) электроэнергии – трансформирование различных видов энергии в электрическую на промышленных объектах (электрические станции). Производство электроэнергии осуществимо в случае, если было проведено соединение генерирующих объектов энергии и ее приемников в электрическую схему. Любое нарушение указанного алгоритма приведет к нарушению процесса генерации электрической энергии.

Транспортировка электроэнергии выполняется посредством электрических сетей, которые принято подразделять на:

- воздушные (подвешены на опорах над землей);
- кабельные (проложены под землей).

Передача электроэнергии с помощью воздушных линий электропередач имеет преимущество в силу относительной их дешевизны по сравнению с кабельными. Помимо этого, к преимуществам воздушных линий относится простота их осмотра, ремонта и реконструкции, обеспеченные доступностью линий данного типа. Основным преимуществом передачи электроэнергии с помощью кабельных линий – отсутствие полосы отчуждения.

Объектом исследования в нашем научном исследовании, как было сказано ранее, выступает АО «ЛОЭСК», вторая по величине электросетевой компанией в Ленинградской области. [11].

По Уставу компании основными видами деятельности АО «ЛОЭСК» являются передача электроэнергии и технологическое присоединение к распределительным электросетям [12].

Проведем анализ структуры расходов АО «ЛОЭСК» за 2017–2018 гг., результаты анализа представим ниже в таблице 2.

В результате анализа структуры расходов АО «ЛОЭСК» можно сделать следующий вывод. Как видно из таблицы 2 расходы АО «ЛОЭСК» в 2018 г. по сравнению с 2017 г. увеличились. Наибольший прирост расходов был обеспечен за счет такого элемента затрат как «Затраты на персонал (оплата труда, страховые взносы)», он увеличился и составил в 2018 г. 1478652 тыс. руб. или 28%. Также стоит отметить, что Работы и услуги производственного характера уменьшились в 2018 г. по сравнению с 2017 г. на 187118 тыс. руб.

Анализ структуры АО «ЛОЭСК» за 2017–2018 гг.

Структура себестоимости по статьям затрат*						
Элементы затрат (виды деятельности)	2017		2018		Отклонение (2018/2017 факт)	
	тыс. руб.	удельн. вес, %	тыс. руб.	удельн. вес, %	тыс. руб.	удельн. вес, %
Материальные расходы	198001	4	213764	4	15763	8
Затраты на персонал (оплата труда, страховые взносы)	1332967	27	1478652	28	145685	11
Амортизация	1127611	22	1262846	24	135236	12
Работы и услуги производственного характера	1090854	22	903736	17	–187118	–17
Аренда	256803	5	321298	6	64496	25
Электроэнергия на технологические нужды	836511	17	900719	17	64208	8
Налоги (транспортный, земельный, налог на имущество)	87761	2	140182	3	52420	60
Услуги ПАО «ФСК ЕЭС»	91275	2	97732	2	6457	7
ИТОГО себестоимость	5021782	100	5318929	100	297147	6
<i>Справочно: расходы на ремонт, всего</i>	221221	4	237299	4	16078	7

Составлено автором на основе [10]

Для того чтобы по результатам анализа структуры расходов АО «ЛОЭСК» предложить пути оптимизации расходов необходимо рассмотреть такое экономическое понятие как «учетно-аналитическое обеспечение».

Тема учетно-аналитического обеспечения широко обсуждается в научных работах отечественными экономистами. Например, Тхагапсо М.Б. и Холяпина О.Г. в своей статье, посвященной учетно-аналитическому обеспечению управления организацией, дают следующее определение учетно-аналитическому обеспечению – это «действия по формированию и обработке информации, связанной с осуществлением финансово-хозяйственной деятельности организации, а также наглядное представление его результатов в аналитических разрезах для принятия управленческих решений» [9].

Авторы также дают уточнение к данному определению, где под «информацией» они понимают «данные, а также знания о самих предметах, фактах, событиях, идеях, связанные с осуществлением организацией коммерческой деятельности. Таким образом, информация не может ограничиваться только теми данными, которые можно получить только из учетных регистров бухгалтерского, управленческого или налогового учета, составляемых в организации, т.к. ей может быть любого рода информация, как подтвержденная, так и не подтвержденная документацией, но которая может повлиять на результаты финансово-хозяйственной деятельности организации» [9].

Рассмотрим интерпретацию существующих взглядов российских экономистов на определение учетно-аналитической системы. Так, Алферов В.И. утверждает, что под учетно-

аналитической системой следует понимать комплекс связанных между собой элементов, обеспечивающих процесс непрерывного сбора, обработки и оценки информации, необходимой при планировании и подготовке управленческих решений. И.Н. Богатая и Е.М. Евстафьева, поддерживая данное определение, добавляют, что данная система позволяет формировать учетно-аналитическое обеспечение бизнес-процессов коммерческой организации с помощью сбора, регистрации, обобщения, анализа информации и осуществления контрольных действий для того чтобы оценить риски существенного ее искажения. Схожего мнения придерживается Н.Н. Хахонова, которая указывает, что сущность данной системы состоит в том, что она состоит из нескольких подсистем, а именно: учетной, аналитической и контрольной и основывается на учетной и внеучетной информации, обеспечивая при этом необходимой информацией текущее и стратегическое управление коммерческой организацией

Противоположного мнения придерживается В.А. Залевский, который указывает, что сущность учетно-аналитической системы состоит в том, что она (система) является полностью или частично децентрализованной, в которой осуществляется сбор, обработка и оценка различных видов информации, необходимых для принятия управленческих решений как на микроуровне, так и на макроуровне.

Исходя из анализа представленных выше определений учетно-аналитической системы следует, что потребность в формировании данной системы обуславливается необходимостью принятия эффективных управленческих решений для обеспечения деятельности внешних и внутренних пользователей информацией.

К мотивационному фактору для учетных работников можно отнести удовлетворенность внешних и внутренних пользователей необходимой отчетной информацией, что является критерием эффективности деятельности.

К основным элементам учетно-аналитического обеспечения расходами электросетевой организации относятся:

- рабочий план счетов;
- учетная политика в целях управленческого учета;
- годовая бухгалтерская отчетность;
- стандарт внутреннего аудита «Аналитические процедуры» (методика факторного анализа в постатейном и поэлементном разрезах);
- иные элементы учетно-аналитического обеспечения.

Рассмотрим один из основных элементов учетно-аналитического обеспечения – учетную политику для целей управленческого учета. Учетная политика для целей управленческого учета – совокупность приемов и методов ведения учета, исчисления себестоимости продукции (работ, услуг) и составления внутренней отчетности для того, чтобы осуществлять контроль и управление деятельностью организации. Необходимо помнить, что учетная политика для целей управленческого учета является вопросом комплексным, который требует четкого понимания не только целей и задач самого управленческого учета, но и особенностей формирования учетной политики, которые выражаются в отраслевой принадлежности коммерческой организации. Следует принимать во внимание, что результативные показатели управленческих отчетов могут существенно различаться с итоговыми значениями, которые будут отражены в финансовой отчетности.

По мнению В. Трухиной, которая в своей статье уже освещала тему учетной политики для целей управленческого учета, структура учетной политики состоит из трех разделов: организационного, технического и методического разделов [8].

Отметим, что составление учетной политики для целей управленческого учета становится особо значимым для организации, стремящейся закрепить своё положение на рынке [5]. На основе лишь бухгалтерской финансовой отчетности руководству организации будет сложно принять необходимые управленческие решения, которые позволят организации достичь целевых установок стратегического развития. В этой связи возрастает востребованность внедрения управленческой учетной политики, в которой находят

отражение все аспекты, затрагивающие подготовку внутренних управленческих отчетов, начиная с организационных и технических (рабочий план счетов, ответственные департаменты, формы отчетов и документооборот и др.) и заканчивая методическими аспектами (определение методов ценообразования, группировка расходов, методики управленческого анализа).

В результате научного исследования был проведен анализ расходов объекта исследования – АО «ЛОЭСК», рассмотрены теоретические аспекты экономической категории «учетно-аналитическое обеспечение», а также элементов, благодаря которым можно реализовать управление расходами в организациях электросетевой отрасли. Таким образом, подытожив выше сказанное, мы можем сделать следующие выводы.

На современном этапе развития экономики эффективное функционирование организаций энергетической сферы зависит от снижения затрат. При принятии стратегических решений в области управления затратами следует уделять должное внимание и совершенствовать систему управленческого учета и анализа, постепенно приспособивая их к постоянно меняющимся условиям развития социально-экономической среды, и, тем самым снижая уровень сопутствующих рисков [3].

Можно утверждать, что неэффективные организационные структуры организаций появились вследствие реструктуризации энергетической сферы, что, в свою очередь, привело к таким негативным последствиям как рост затрат и существенное повышение тарифов на электроэнергию.

В целях оптимизации себестоимости услуг необходимо внедрение и развитие управленческого учета и контроля затрат как процессов структурирования затрат и отражения результатов прошлой, настоящей и будущей деятельности.

В связи с этим для оптимизации себестоимости услуг энергетического комплекса, которым в нашем исследовании выступает АО «ЛОЭСК» необходимо внедрение и развитие управленческого учета, в котором будет отражен процесс структурирования затрат и отражения результатов деятельности организации за разные периоды времени.

Учетная политика для целей управленческого учета позволит:

- определить направления развития АО «ЛОЭСК», сформировать цели и задачи;
- создать систему сбора, консолидации и анализа финансовой и нефинансовой информации, которая будет быстро оповещать о трудностях организации (например, количество отказов клиентов быстрее, чем уменьшение прибыли, что сигнализирует о снижении качества продукции);
- повысить рентабельность энергетических ресурсов в АО «ЛОЭСК»;
- своевременно принимать управленческие решения (как стратегические, так и оперативные) [6].

Необходимо заострить внимание, что управленческий учет в АО «ЛОЭСК» следует вести с учетом видов деятельности, которые прописаны в Уставе компании (технологические присоединения к электросетям, передача электроэнергии, прочие работы и услуги). Для аккумулирования затрат по выше описанным видам деятельности необходимо разработать и утвердить номенклатуру прямых затрат отдельно для каждого вида деятельности, а также определить методы распределения косвенных затрат.

Таким образом, система управленческого учета позволит не только разделить понесенные затраты организации по видам деятельности, но и получить необходимую информацию о классификации затрат, а также раскрыть информацию по накладным расходам и сформировать себестоимость каждого вида деятельности.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 13.08.2019 № 300-ФЗ «Об электроэнергетике». – [Электронный документ] – <http://docs.cntd.ru/document/901856089> (дата обращения 10.01.2020).
2. Приказ Минфина России от 06.05.1999 № 33н (ред. от 06.04.2015) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Расходы организации»» ПБУ 10/99: справочно-

- правовая система «Консультант Плюс» – [Электронный документ] – <http://www.consultant.ru> (дата обращения 10.01.2020).
3. Дедюхина Н.В. Управление финансовыми рисками организации как объекта инвестирования: научное обеспечение и механизм реализации // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2016. – № 5. – С. 26-36
 4. Дедюхина Н.В. Факторный анализ рентабельности в системе управленческого учета как инструмент повышения эффективности инвестиционных процессов // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. – 2011. – №4. – С. 220-225.
 5. Дедюхина Н.В. Цели и задачи учётной политики организации в условиях инновационно-инвестиционного развития экономики // Управленческий учет. – 2009. – №5. – С. 84-92.
 6. Даудова А.А., Даудов А.А. Развитие управленческого учета и аудита в электроэнергетической отрасли. (2016) – [Электронный документ] – <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitiye-upravlencheskogo-ucheta-i-audita-v-elektroenergeticheskoy-otrasli> (дата обращения 10.01.2020).
 7. Кувалдина Т.Б., Ляпин Д.Р. Учетно-аналитическая система экономического субъекта: настоящее и будущее // Учет. Анализ. Аудит. – 2015. – №5. – С. 16-26.
 8. Трухина В. Учетная политика для целей управленческого учета. (2019) – [Электронный ресурс] – <https://nalog-nalog.ru/> (дата обращения 10.01.2020).
 9. Тхагапсо М.Б., Холяпина О.Г. Роль учетно-аналитического обеспечения в управлении предприятием // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. – 2015. – №3. – С. 200-207.
 10. Годовой отчет Акционерного Общества «Ленинградская областная электросетевая компания за 2018 год, 2019. – [Электронный ресурс] – <https://i.loesk.ru/files/2018/05/ODM8gVMqnxSR16Soq3fr.pdf> (дата обращения 10.01.2020).
 11. История АО «ЛОЭСК», 2019. – [Электронный ресурс] – <https://loesk.ru/pages/107/> (дата обращения 10.01.2020).
 12. Устав (новая редакция) Акционерного общества «Ленинградская областная электросетевая компания», 2019 – [Электронный ресурс]. – <https://i.loesk.ru/files/2018/12/Vd6rJTuiJSonN192ezUu.pdf?name=Устав> (дата обращения 10.01.2020)
 13. Отчетность РЖД по РСБУ – [Электронный ресурс] – http://ir.rzd.ru/static/public/ru?STRUCTURE_ID=32#3 (дата обращения 10.01.2020).

*А.Ю. Малышенко (магистрант 1 курса,
Института экономики и управления РГПУ им. А.И. Герцена)*

СПОСОБЫ РАСКРЫТИЯ ИНФОРМАЦИИ О ЧЕЛОВЕЧЕСКОМ КАПИТАЛЕ ОРГАНИЗАЦИИ И ВЫЯВЛЕНИЕ НАИБОЛЕЕ ЭФФЕКТИВНОГО

На сегодняшний день человеческий капитал становится одним из главных конкурентных преимуществ компании, однако стоит отметить недостаточный уровень теоретической проработки вопросов, связанных с бухгалтерским учетом человеческих ресурсов. Более того, в научных публикациях не существует единого подхода к дефиниции человеческого капитала и к выделению его составных элементов, и в целом, отсутствует общее мнение касательно способов его финансовой оценки. Все вышеперечисленное обуславливает актуальность исследуемой темы.

В организациях сотрудники признаются объектом кадрового учета, но не являются объектом бухгалтерского, стоимостного учета. Это объясняется требованиями международных и российских стандартов бухгалтерского учета и финансовой отчетности,

согласно которым персонал запрещается учитывать в составе активов компании. В I разделе ПБУ 14/2007 «Учет нематериальных активов» обращается внимание на то, что «нематериальными активами не являются интеллектуальные и деловые качества персонала организации, их квалификация и способность к труду» [5]. Кроме того, согласно международному стандарту финансовой отчетности (IAS) 38 «Нематериальные активы» наличие команды квалифицированного персонала, даже в случае возможности компании «идентифицировать дополнительные навыки персонала, полученные в результате обучения, которые ведут к возникновению будущих экономических выгод», не может служить основанием для ее учета в качестве нематериального актива, так как организация «не имеет достаточного контроля» в отношении ожидаемых в будущем экономических выгод [2].

Однако Т. Н. Обущенко, изучая тенденции развития бухгалтерского учета, отмечает, что наблюдается тенденция раскрытия информации о ресурсах и активах компании, которые «невозможно полностью контролировать, которые не поддаются достоверной финансовой оценке, но использование которых приведет к получению экономических выгод» [3, с. 2]. Поэтому автор в своей публикации, посвященной бухгалтерскому учету человеческих ресурсов, предлагает включить в перечень объектов для учета все ресурсы, контролируемые организацией, в том числе и человеческий актив, а не только находящиеся в собственности. Т. Н. Обущенко аргументирует свою позицию тем фактом, что человеческий капитал наделен всеми признаками, чтобы быть признанным активом:

- *генерирование будущих экономических выгод* – труд является фактором производства, способным приносить предприятию экономические выгоды вследствие использования данного актива в течение действия заключенного с сотрудниками трудового договора;
- *подконтрольность актива* – процесс найма сотрудника сопровождается заключением трудового договора, работодатель обладает полномочиями в отношении актива: имеет возможность предъявлять требования к стажу, опыту, квалификации, определяет режим рабочего времени и отдыха, регламентирует вопросы заработной платы и др.;
- *возможность оценки* – данный актив может быть экономически оценен в денежном выражении исходя из финансовой оценки накопленных человеком навыков, знаний, уровня образования и квалификации.

На современном этапе развития система бухгалтерского учета дает возможность оценить человеческие ресурсы лишь через показатели аналитического учета – численность сотрудников, их заработная плата, а также вклад в деятельность компании в натуральном выражении – произведенная продукция/ оказанные услуги или в качестве отработанного времени. Обратившись к существующим формам финансовой отчетности, можно заметить, что информация о человеческом капитале представлена достаточно кратко – частично в форме кредиторской задолженности по оплате труда в бухгалтерском балансе предприятия, а в отчете о прибылях и убытках расходы по заработной плате – в составе себестоимости, причем без отдельного выделения. Таблица 1 содержит возможные варианты отражения в системе бухгалтерского учета человеческого капитала.

На основании представленных в таблице 1 подходов, можно сделать вывод, что существуют различные возможности и способы включения человеческих ресурсов в бухгалтерский учет и раскрытия соответствующей информации в финансовой отчетности:

- отражение в активной части баланса во внеоборотных или оборотных активах, возможно в составе нематериальных активов, в частности в качестве деловой репутации;
- отражение в пассивной части баланса в составе обязательств, на основании размера заработной платы определять их балансовую стоимость.

Подходы к отображению в учете человеческого капитала

Учет	Суть предлагаемого подхода
Актив	<p>Рабочая сила является активом компании, так как обладает основными его признаками.</p> <p>В учетной политике необходимо определять такой круг вопросов, как первоначальная стоимость, способы оценки, группировка, способы начисления износа, возможность переоценки и изменения стоимости.</p> <p>Предложены следующие варианты разделов баланса для целей учета:</p> <ul style="list-style-type: none"> • внеоборотные активы; • оборотные активы; • забалансовые счета. <p>Также предложено введение следующих разделов для бухгалтерского учета человеческого капитала: «сотрудники компании», «вложения в человеческие активы», ввести субсчет «человеческий капитал» к счету «добавочный капитал», а также учитывать «износ человеческого капитала» подобно «амортизации» забалансом.</p>
В составе нематериальных активов	<p>Учитывать наиболее ценный человеческий капитал необходимо в составе нематериальных активов, причем на протяжении всего периода действия трудового договора и в полной стоимости. Величина периодических амортизационных отчислений рассчитывается исходя из расходов на оплату труда.</p>
В составе деловой репутации	<p>При приобретении бизнеса компания-покупатель платит не только за отраженные в финансовом учете активы, но и за сотрудников предприятия, имеющих определенный уровень квалификации и способных к труду.</p>
В пассиве бухгалтерского баланса в составе обязательств	<p>Человеческий капитал возможно отражать в пассивной части баланса в размере, определяемом на основании расходов на оплату труда. Также автором предложено создание специального фонда «Финансовые обязательства по вкладам в человеческий капитал» за счет нераспределенной прибыли, из которого в будущем будет происходить финансирование развития сотрудников.</p>
На забалансовом счете	<p>Предложено ввести специальный забалансовый счет «Неимущественные интеллектуальные активы» для отражения человеческого капитала. Данное решение автор обосновывает невозможностью его учета в составе активов, так как человеческий капитал не является имуществом, принадлежащем компании на праве собственности.</p>

Составлено автором на основе [1, с. 284], [3, с. 5 – 9], [4].

Более того, человеческий капитал может быть признан в качестве объекта бухгалтерского учета, так как он способен генерировать будущие экономические выгоды, а работодатель имеет право на их получение; первоначальная стоимость может быть определена в денежном выражении путем учета накопленного опыта, имеющихся навыков и т. д., а также возможна переоценка данного актива, как в большую, так и в меньшую сторону.

Однако для реализации данного подхода необходима *серьезная работа на законодательном уровне* с целью подготовки нормативных требований ко всему вышеперечисленному для создания единого подхода. В настоящее время действующая система бухгалтерского учета *не позволяет* получить данные о человеческом капитале предприятия в том объеме, который необходим для принятия грамотных стратегических решений, в связи с чем, можно предположить, что нефинансовый (социальный) отчет является наиболее полным источником информации о человеческом капитале.

В последнее десятилетие наблюдается тенденция акцентирования внимания на проблемах экологической и социальной направленности, что привело к появлению новых видов отчетности, подготавливаемых компаниями с целью раскрытия информации о влиянии их деятельности на экологию, сотрудников и общество в целом. На основании изучения современных международных стандартов и руководств по составлению нефинансовой отчетности (GRI, серия ISO, SA 8000, AA 1000 AS) были выявлены основные принципы раскрытия информации и требования к данным, необходимых к отражению.

Назначение социального отчета, который может являться как частью нефинансового, так и самостоятельной формой, заключается в том, что он является источником важной социально-ориентированной информации и широко раскрывает такой круг вопросов, как проведение политики управления персоналом, развитие кадрового потенциала предприятия, корпоративная культура, наличие программ обучения и повышения квалификации, создание привлекательной системы мотивации, наличие и условия социального пакета и др. Комплекс описанных методов управления человеческим капиталом является неоспоримым конкурентным преимуществом любой организации, нуждающимся в инвестициях и требующим освещения для всех заинтересованных сторон, а почему и должен быть отражен в ее отчетности каким-либо образом.

Руководство по отчетности в области устойчивого развития GRI (Global Reporting Initiative) наиболее распространено в мировой практике и «является полным руководством по проведению политики в области устойчивого развития и составлению нефинансовых отчетов, так как не только содержит набор необходимой к раскрытию информации, но и представляет собой подробную инструкцию по составлению отчетов» [6].

В частности, согласно руководству по составлению нефинансовой отчетности GRI, в социальный отчет должны быть включены показатели, представленные в таблице 2.

Таблица 2.

Информация, подлежащая раскрытию в социальном отчете

Раздел	Раскрываемые данные
Практика трудовых отношений и достойный труд	<ol style="list-style-type: none"> 1. Занятость 2. Взаимоотношения сотрудников и руководства 3. Здоровье и безопасность на рабочем месте 4. Подготовка и образование 5. Разнообразие и равные возможности 6. Равное вознаграждение для женщин и мужчин 7. Оценка практики трудовых отношений поставщиков 8. Механизм подачи жалоб на практику трудовых отношений
Права человека	<ol style="list-style-type: none"> 1. Инвестиции 2. Недопущение дискриминации 3. Свобода ассоциаций и ведения коллективных переговоров 4. Детский труд 5. Принудительный и обязательный труд 6. Практики обеспечения безопасности 7. Права коренных и малочисленных народов 8. Оценка соблюдения поставщиками прав человека 9. Механизм подачи жалоб на нарушение прав человека
Общество	<ol style="list-style-type: none"> 1. Местные сообщества 2. Противодействие коррупции 3. Государственная политика 4. Препятствие конкуренции 5. Соответствие требованиям 6. Оценка воздействия поставщиков на общество 9. Механизм подачи жалоб на воздействие на общество

Ответственность за продукцию	<ol style="list-style-type: none"> 1. Здоровье и безопасность потребителя 2. Маркетинговые коммуникации 3. Неприкосновенность частной жизни потребителя 4. Соответствие требованиям
------------------------------	---

Составлено автором на основе данных руководства по отчетности в области устойчивого развития GRI [6].

Таблица 2 позволяет заключить, что каждый из выше представленных разделов содержит ряд показателей, необходимых к освещению, и инструкция в руководстве GRI подробно описывает, что подразумевает собой каждый аспект и что именно должно быть раскрыто. Например, по показателю «Разнообразие и равные возможности» из раздела «Практика трудовых отношений» «Социальной» категории должна быть указана доля (в процентах), приходящаяся на сотрудников каждой группы руководящих должностей по полу, возрастным группам и группам меньшинств [6].

Таким образом, были изучены различные источники, раскрывающие информации о человеческом капитале компании, на основании чего был сделан следующий вывод: на основании системы бухгалтерского учета, действующей на сегодняшний день, невозможно принимать стратегические и управленческие решения, как менеджерами, так и сторонними заинтересованными лицами, по причине отсутствия релевантной информации о человеческом капитале в достаточном объеме. В связи с чем, можно говорить о том, что социальная отчетность является наиболее полным источником информации о социальном аспекте деятельности.

Список литературы:

1. Добрынин А.И., Дятлов С.А., Цыренова Е.Д. Человеческий капитал в транзитивной экономике. – М.: Наука. – 2002. – 309 с.
2. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 38 Нематериальные активы" – [Электронный ресурс] – <http://www.consultant.ru/document/> (дата обращения 14.02.2020).
3. Обущенко Т.Н. Бухгалтерский учет человеческого капитала // НАУКОВЕДЕНИЕ. – 2016. – Том 8, № 3. – С. 1 – 12.
4. Парасоцкая Н.Н. Учет инвестиций в человеческий капитал // Финансовый вестник: финансы, налоги, страхование, бухгалтерский учет. – 2011. – № 12. – [Электронный ресурс] – <https://wiseeconomist.ru/poleznoe/65830-uchet-investicij-chelovecheskij-kapital>
5. Положение по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» (ПБУ 14/2007) (введен в действие приказом Минфина РФ от 27 декабря 2007 года № 153н) – [Электронный ресурс] – <http://www.consultant.ru/document/> (дата обращения 14.02.2020).
6. Руководство по отчетности в области устойчивого развития G4 – [Электронный ресурс] – <http://media.rspp.ru/document/1/e/6/e6aef2d23c03d8181b6230003f977361.pdf> (дата обращения 15.02.2020).

А.Е. Захарчук (бакалавр 3 курса факультета политологии СПбГУ)

ВНЕДРЕНИЕ ОПЕРАТИВНОЙ АНАЛИТИКИ ПО ВАКАНСИЯМ В ПРОЦЕСС ПОДБОРА ПЕРСОНАЛА КАК ФАКТОР ИНТЕНСИВНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

Нынешние обстоятельства, обусловленные пандемией коронавируса, неминуемо окажут негативное влияние практически на все сферы общественной жизни. Тем не менее, данный вынужденный перерыв компаниям необходимо использовать в качестве времени для

размышлений о новых путях повышения эффективности своей деятельности, что могло бы существенно помочь в преодолении экономических последствий простоя предприятий.

Прежде всего, важно четко осознавать цель, стоящую перед компанией, а потому необходимо дать точное определение основным понятиям, вокруг которых выстраивается размышление. Итоговым результатом внедряемых нововведений должен стать экономический рост, то есть увеличение реального и потенциального дохода в длительный период времени. Сущность и значение экономического роста заключается в постоянном разрешении и повторении уже на новом уровне основной проблемы любой хозяйственной системы – противоречия между ограниченностью производственных ресурсов и безграничностью человеческих потребностей [1, с.103].

Циклический характер рыночной экономики означает, что национальное хозяйство может находиться не только в состоянии экономического роста, но и экономического спада. Во время спада с рынка уходят неэффективные производства и освобождают место для фирм, способных выдержать требования рынка [2, с.6], поэтому важно уже сейчас, не теряя времени, продумывать стратегию преодоления грядущего кризиса. В период спада происходит восстановление равновесия между совокупным спросом и предложением, и на основе этого начинается оживление экономики. Экономический рост позволяет одновременно увеличивать наличный ресурс, текущее потребление, а также новые экономические вложения в дальнейшие экономические производства, а это становится источником дальнейшего расширения производства, что ведёт к экономическому развитию в будущем [1, с.104].

Существуют два пути экономического роста: экстенсивный и интенсивный. Экстенсивный путь предполагает увеличение выпуска продукции при использовании дополнительных ресурсов (средств производства, рабочей силы, финансовых ресурсов), когда увеличение валового внутреннего продукта (ВВП) происходит за счёт расширения масштабов использования ресурсов, то есть за счёт вовлечения в производство имеющихся в стране, но ещё не использованных ресурсов [2, с.9].

Интенсивный путь экономического роста связан с повышением эффективности производства, когда увеличение ВВП происходит за счёт качественного улучшения факторов производства, повышения их эффективности и предполагает увеличение выпуска продукции на единицу используемых ресурсов, улучшения качественных характеристик производства [2, с.9]. Факторами интенсивного экономического роста могут быть, например, использование достижений научно-технического прогресса в производстве; повышение квалификации работников; повышение качества выпускаемой продукции и обновление ассортимента; рациональное распределение ресурсов, когда капитал и рабочая сила переводятся из менее эффективных отраслей в более эффективные; экономия на масштабе путём укрупнения производства, что повышает его эффективность [1, с.106].

В рамках данной статьи мы обращаем внимание на такой важный аспект в деятельности любой компании как подбор персонала. Внедрение оперативной аналитики в процесс рекрутинга может служить сразу двумя факторами интенсивного экономического роста: во-первых, это использование достижений научно-технического прогресса, а во-вторых, данный процесс позволит повысить средний уровень квалификации работников за счет грамотного отбора кандидатов на вакансии.

Суть предлагаемого варианта повышения эффективности деятельности компании заключается в преобразовании имеющихся в ходе процесса подбора статистических данных в аналитическую информацию, которую впоследствии можно использовать для принятия ключевых решений по вакансиям. Внедрение оперативной аналитики позволит оптимизировать сразу несколько задач, например, это позволит усовершенствовать процесс коммуникации между руководителями структурных подразделений и специалистами в области управления персоналом (сотрудниками HR-отдела). Использование аналитических данных позволяет избежать ситуации, когда коммуникация между рекрутерами и главными лицами управлений затруднена ввиду того, что в большинстве случаев руководители – это

люди с техническим и аналитическим складом ума, в то время как сфера HR всё-таки больше связана с гуманитарной направленностью. Введение оперативной аналитики позволяет коммуницировать с помощью цифр и точных данных, таким образом создавая «общий язык» для обеих сторон.

Кроме того, стоит отметить, что использование аналитических данных при возникновении трудностей рекрутинга на основе изначально определенных критериев позволяло бы выбрать наиболее приемлемую стратегию на этапе поиска кандидатов. Одна из стратегий заключается в длительном подборе с целью нахождения идеального кандидата, соответствующего всем необходимым требованиям. При таком пути подбор может занимать весьма длительное время, однако в итоге отдел получит кандидата, не нуждающегося в долгой адаптации и переобучении.

Вторым возможным путем может стать подбор кандидата из представленной выборки за счет нахождения компромисса между требованиями по позиции и навыками отобранных кандидатов. При таком варианте необходимо определить, какие имеющиеся требования являются наиболее приоритетными, а от каких можно отказаться, либо же обучить кандидата уже в ходе работы.

Наконец, третьей стратегией может быть подбор молодого специалиста, обладающего базовыми компетенциями и возвращение его до необходимого уровня. При таком решении подбор кандидата не займет много времени, однако данный вариант направлен в первую очередь на перспективу, поэтому нельзя ожидать, что кандидат сразу же сможет полностью выполнять целевой функционал, не пройдя необходимого обучения.

Для внедрения оперативной аналитики необходимо, чтобы в компании была установлена программа, в которой учитываются статистические данные по подбору. В предлагаемой статье в качестве такой программы рассматривается одно из самых популярных программных обеспечений для кадровых служб компаний и рекрутинговых агентств – систему E-Staff. Полученные в данной системе данные, выгруженные и визуализированные в Excel, представляют собой готовую аналитику по различным вакансиям, которая способна существенно повысить эффективность рекрутинга. В случае отсутствия возможности установления такой программы оперативная аналитика может проводиться полностью в Excel, однако это будет занимать больше времени. Необходимо подробно рассмотреть, какую роль играют аналитические данные на каждом из этапов подбора: поиск кандидатов, отбор, согласование на приём.

В первую очередь, необходимо определить сроки каждого этапа. В среднем на закрытие позиции в большой компании в идеальной модели должно уходить не более 5-6 недель, поэтому ограничим каждый этап подбора персонала сроком в две недели. Далее анализируем пошаговые действия в рамках этапа поиска кандидатов. В первую очередь, рекрутеру необходимо занести информацию из резюме, отобранных на первоначальном этапе кандидатов в базу данных E-Staff. После сбора определенного пула кандидатов аналитические данные должны быть выгружены из E-Staff в Excel для дальнейшей четкой визуализации, примеры которой представлены ниже (см. рисунок 1 и рисунок 2).



Рисунок 1 – Инициатор отказа от дальнейшего рассмотрения на вакансию



Рисунок 2 – Причины отказа компании от дальнейшего рассмотрения кандидата на вакансию

Полученные аналитические данные позволяют более эффективно выделить основные и дополнительные критерии поиска, а также после их обсуждения с руководителями структурных подразделений и соотнесения с рынком труда, принять стратегию дальнейшего поиска: корректировка критериев с учётом полученной информации, продолжение поиска по имеющимся критериям либо же отбор наиболее подходящей ½ кандидатов из имеющейся выборки.

На этапе отбора наиболее подходящего кандидата из общего пула аналитика по кандидатам дополняется и изменяется по результатам проведенных собеседований и запроса рекомендаций с предыдущих мест работы. Далее необходимо представить в наглядном виде сравнение компетенций и мотиваций кандидатов на основе изменённой аналитики (см. таблицу 1.).

Таблица 1.

Сравнение кандидатов по компетенциям

Кандидат	Компетенции				
	Уровень обработки числовой информации (SHL)	Уровень обработки текстовой информации (SHL)	Уровень английского языка	Наличие сертификата подтверждения уровня квалификации	Доп.
1. ФИО	26% (низкий)	42% (средний)	A2	+	
2. ФИО	38% (средний)	65% (средний)	B1	+	
3. ФИО	76% (высокий)	52% (средний)	A2	-	

Благодаря данной сравнительной аналитике руководители структурных подразделений могут принять взвешенное и аргументированное кадровое решение, полагаясь, в первую очередь, на факты и цифры.

На заключительном этапе процесса подбора – согласовании на приём – необходимо провести анализ заработной платы на рынке данной вакансии, чтобы определить обоснованность материальных ожиданий кандидата. Если на заключительном этапе

остаются несколько кандидатов к сравнению компетенций можно также добавить сравнение материальных ожиданий (см. таблицу 2.).

Таблица 2.

Сравнение материальных ожиданий кандидатов

Кандидат	Материальные ожидания	Соответствие среднему уровню заработной платы по рынку труда
1. ФИО	170.000 Р	Превышает
2. ФИО	90.000 Р	Соответствует

Проведенный анализ уровня заработной платы на рынке труда позволяет сформировать итоговое официальное предложение о трудоустройстве (job-offer), по достоинству оценив компетенции кандидата и в то же время не переплачивая.

Необходимо уделить внимание и финансовому вопросу осуществления аналитики. Базовый модуль программы E-Staff стоимостью 8000 рублей даст нам возможность составлять базу данных кандидатов, которую впоследствии для преобразования в аналитические данные необходимо выгрузить в Excel. Однако базовый модуль несколько ограничен и не позволяет указать всю информацию о кандидатах, о которой говорилось ранее, например, нельзя указать причины отказа от дальнейшего рассмотрения кандидата. Для того, чтобы это стало возможным, необходимо доработать базовый модуль, создав дополнительные поля и выпадающий справочник значений в определенных статусах (см. рисунок 3). В целях определения материальных затрат на такое изменение мы связались с контрагентом программы E-Staff - компанией WebSoft. В результате анализа предложенных изменений представители компании сделали заключение, что стоимость работы составит ориентировочно 80000 рублей.

Рисунок 3 – Необходимые изменения в программе E-Staff, способствующие формированию оперативной аналитики

В случае, если у компании нет возможности приобрести программный продукт, учитывающий статистические данные, оперативная аналитика на всех этапах может проводиться сразу в Excel, однако в таком случае данный процесс займет намного больше времени, так как визуализацию данных придется выполнять вручную, а не выбирая соответствующие параметры из созданной базы данных.

Таким образом, следует констатировать, что в современном мире практически в любой сфере деятельности необходимо привлечение аналитических данных для повышения эффективности деятельности. В случае успешной интеграции озвученных идей в процесс подбора персонала результатами внедрения оперативной аналитики должны стать: усовершенствованный подход к выбору стратегии рекрутинга, а также оптимизация процесса деловой коммуникации между сотрудниками HR и руководителями структурных подразделений в рамках подбора кандидатов с помощью точных и наглядных статистических и аналитических данных. В свою очередь достижение данных целей позволит существенно повысить эффективность рекрутинга, а соответственно – и продуктивность всей компании, тем самым послужив фактором интенсивного экономического роста и одной из необходимых мер по совершенствованию производства с целью преодоления экономических последствий, вызванных простоем бизнеса во время пандемии коронавируса.

Список литературы:

1. Макроэкономика. Теория и российская практика: учебник / под ред. А. Г. Грязновой, Н.Н. Думной. – М.: КНОРУС, 2004. – 608 с.
2. Экономический рост: факторы эффективного развития: монография / Под ред. Г. Ю. Гуляева. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение», 2017. – 110 с.

*К.А. Верхорунова (студентка 3 курса, Институт безопасности жизнедеятельности, ФГБОУ ВО Санкт-Петербургский Университет ГПС МЧС России)
Научный руководитель: В.В. Негреева, к.э.н., доцент, доцент кафедры экономики и права*

АНАЛИЗ ОХРАНЫ ТРУДА КАК ФАКТОРА ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ

В настоящее время в Российской Федерации все большее внимание уделяется вопросам охраны труда. Ряд правительственных и организационных структур разрабатывают поправки в законы для упорядочивания и согласования вопросов охраны труда, деятельности инспекторов и руководителей отделов охраны труда и техники безопасности. Также уделяется внимание упорядоченности заемного труда и организации деятельности частных агентств занятости. Акцент, сделанный на охрану труда в деятельности организаций, отражает актуальность темы. Это связано еще и с тем, что по статистическим данным Международной организации труда количество несчастных случаев на производстве в мире за последние годы выросло, ежегодно:

- гибель от несчастных случаев и профессиональных заболеваний – приблизительно 2 млн. человек;
- несчастные случаи на производстве – 270 млн. человек;
- профессиональные заболевания – 160 млн. человек.

Обеспечение здоровых и безопасных условий труда возлагается на администрацию предприятия. Администрация обязана внедрять современные средства техники безопасности, предупреждающие производственный травматизм, и обеспечивать санитарно-гигиенические условия, предотвращающие возникновение профессиональных заболеваний работников. В связи с вышесказанным следует отметить, что вопрос охраны труда должен руководствоваться принципами научности и системности с целью устранения и ограничения аварийных ситуаций, выявления опасных зон производства. Для этого разрабатываются мероприятия в организации по улучшению условий труда и снижению рисков от опасных факторов, например, таких, как вредные производственные вещества. Формирование характерных черт принципов научности и системности возможно за счет решения задач,

связанных с пониманием сущности проблем, связанных с охраной труда и отражением ее роли в производственно-хозяйственной деятельности организации; применением экономических методов, способствующих управлению охраной труда в организации; формированию и обобщением требований к безопасности труда.

В статье проанализирована крупная российская горно-металлургическая компания ПАО «ГМК «Норильский никель», которая является основным производителем никеля, меди, палладия и платины, а также различных побочных металлов: кобальта, родия, золота, теллура, селена, иридия, рутения. Среди основных видов деятельности компании «Норникель» следует отметить геологическую разведку, создание уникальной минерально-сырьевой базы, добычу, переработку и производство металлов [4]. Компания постоянно расширяет географию распределительно-сбытовой деятельности, которая на 2020 г. включает в себя 34 страны: заключено более 1400 контрактов с более 400 покупателями и осуществляется более 78% поставок конечным потребителям.

Производственные подразделения компании «Норникель» размещены на всех континентах:

- Россия и страны СНГ – 5% продаж;
- Азия – 27% продаж;
- Европа – 53% продаж;
- Северная и Южная Америки – 15% продаж.

Структура основных российских производственных подразделений компании «Норникель» имеет вертикально-интегрированную форму и включает в свой состав следующие филиалы (рисунок 1):



Рисунок 1 – Вертикально-интегрированная структура «Норникель»

Таким образом, Компания «Норникель» относится к производственным предприятиям цветных и драгоценных металлов и в связи со спецификой добычи, производства и переработки металлов считается одной из самых опасных отраслей. Руководство компании усиливает внимание к проблемам охраны труда, которые связаны с результатами проведения анализа отрасли цветной металлургии по таким факторам как аварийность, травматизм, смертность, текучесть кадров [4].

Проведем сравнительный анализ двух компаний, относящихся к отрасли цветной металлургии Группы «Норникель» и ОАО «Холдинговая компания «Металлоинвест». Соизмеряя среднесписочную численность персонала предприятий, отмечено, что численность персонала «Норникель» превышает в два раза численность персонала «Металлоинвест» и в 2018 г. составила 74 926 человек (численность персонала «Металлоинвест» - 45 549 человек) (рисунок 2).



Рисунок 2 – Сравнительный анализ численности персонала «Норникель» и «Металлоинвест»

Ниже на рисунке 3 представлена структура персонала по категориям в ГК «Норильский никель» и ОАО «Холдинговая компания «Металлоинвест».



Рисунок 3 – Анализ структуры персонала по категориям в ГК «Норильский никель» и ОАО «Холдинговая компания «Металлоинвест»

На рисунке 4 представлена динамика затрат на охрану труда и промышленную безопасность (ОТиПБ) в анализируемых компаниях.



Рисунок 4 – Динамика затрат на ОТиПБ в «Норникель» и «Металлоинвест»

Из диаграммы видно, что более чем на 3% увеличились инвестиции в ОТиПБ в «Металлоинвест» в 2018 г. Такой рост дал возможность Компании осуществить некоторые мероприятия в сфере ОТиПБ благодаря интеграции инновационных технологий. Например, одним из таких мероприятий стало обеспечение работников высококачественными средствами индивидуальной защиты. Отбор средств защиты проводился по итогам многоступенчатых испытаний. Основной особенностью стало применение системы штрихкодирования, позволяющей контролировать пригодность средств индивидуальной защиты на протяжении всего срока службы.

Фактором роста затрат в «Норникель» стали инвестиции на охрану труда работников. Это связано с тем, что компании с 2003 года реализуется Программа по улучшению условий в области промышленной безопасности. В 2018 году участниками Программы стали 10 филиалов и российских организаций корпоративной структуры Группы компаний «Норникель», которые расположены на территориях города Норильска, Таймырского Долгано-Ненецкого муниципального района и Мурманской области.

Сравним компании по средней заработной плате работников (таблица 1).

Таблица 1

Средняя заработная плата компаний, тыс. руб. в месяц

	«Норникель»	«Металлоинвест»
2014	75,4	41,9
2015	84,9	44,8
2016	94,2	46,7
2017	104,1	47,9
2018	111,6	49,5

В обеих компаниях в рамках стимулирования работников к эффективной трудовой деятельности используются различные системы мотивации в форме различных наград, представляемых на уровне министерств, ведомств, региональных и муниципальных органов власти.

Система вознаграждения сотрудников включает в себя инструменты финансовой и нефинансовой мотивации, тем самым являясь достаточным и исчерпывающим стимулом для обеспечения их вовлеченной и продуктивной работы.

В компаниях внедрена система оценки деятельности сотрудников, позволяющая проводить мониторинг производительности труда.

К примеру, в 2018 году в ПАО «ГМК «Норильский никель» была разработана и утверждена Наградная политика. Согласно целям, принципам, правилам и требованиям указанной политики награждение сотрудников осуществляется за достижения в трудовой деятельности, интенсивность и производительность труда, за внедрение инноваций, которые способствуют эффективному и устойчивому развитию предприятия. Наградная политика расширяет рамки всех форм договоренностей предприятия с сотрудниками и для успешного

развития бизнеса. Особое внимание и поддержка оказывается работникам, компетентным в профессиональной деятельности такой, как производственная, инженерная и управленческая, и которые внесли существенный вклад в развитие производства.

В таблице 2 приведен перечень мероприятий, направленных на создание условий труда, на обеспечение безопасности труда и на уменьшение рисков, которые связаны с процессами разведки, добычи и переработки руды как «Норникель», так и «Металлоинвест».

Таблица 2

Мероприятия в области ОТиПБ

«Норникель»	«Металлоинвест»
<ul style="list-style-type: none"> • Совершенствование методов управления производством, направленных на обеспечение безопасности работ и условий труда. • Обеспечение предприятий новым оборудованием, внедрение инновационных систем безопасности и приборов контроля. • Совершенствование комплекса крепления горных выработок на рудниках. • Организация обучения и повышения квалификации сотрудников по вопросам ОТиПБ, безопасным методам трудовой деятельности, укрепление производственной дисциплины. • Учет и контроль вредных производственных факторов и снижение их негативного воздействия на здоровье сотрудников. 	<ul style="list-style-type: none"> • Повышение качества медицинского обслуживания сотрудников путем обеспечения доступа к необходимым медицинским услугам, предоставляемым поликлиниками и медицинскими центрами Компании. • Осуществляет один медицинский работник. • Реализация практики обмена опытом с другими предприятиями, что позволяет выявлять наиболее эффективные методы управления вопросами ОТиПБ. • применяя индивидуальный подход к каждому участнику. В 2018 году уже было проведено по два круглых стола на каждом из комбинатов «Металлоинвеста».

Социальная политика компаний реализуется системно с использованием обратной связи. Такой подход учитывает социальные возможности, которые можно реализовать на предприятии и позволяет:

- вносить изменения в действующие программы;
- предлагать и разрабатывать новые социальные проекты;
- проводить подробный анализ проблем и недостатков через регулярный мониторинг реализации программ и проектов;
- проводить оценку возможных вариантов;
- закрывать программы, которые выполнили цели и задачи.

Перечисленные в таблице 3 льготы и компенсации формируют социальный пакет на предприятии.

Следует отметить, что на горно-металлургических предприятиях определены работы, относящиеся к повышенной опасности. Такие работы проводятся в соответствии с требованиями соответствующего корпоративного стандарта по работам повышенной опасности. К ним относятся ремонтные, строительные и монтажные работы на действующих производствах. Требования по охране труда отражены в нарядах-допусках, актах-допусках, проектах производства работ, технологических картах, инструкциях и т. п. Все требования и положения должны соблюдаться при организации и выполнении работ. Контроль за соблюдением требований осуществляется каждую смену: проводится вводный и целевой инструктажи по охране труда, в том числе в части мер безопасности, зафиксированных в проектах производства работ (таблица 4).

Таблица 3

Социальные пакеты в ГК «Норильский никель» и ОАО «Холдинговой компании «Металлоинвест»

«Норильский никель»	«Металлоинвест»
<ul style="list-style-type: none"> • предоставление путевок для санаторно-курортного лечения и отдыха работникам и членам их семей на льготных условиях; • предоставление оплачиваемого проезда и провоза багажа к месту отдыха и обратно работникам предприятий, находящихся в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях, и членам их семей; • предоставление единовременной материальной помощи работникам в случаях наступления определенных жизненных событий или трудной жизненной ситуации. 	<ul style="list-style-type: none"> • медицинское обслуживание; • льготы на проезд и питание; • оздоровление и отдых детей работников; • материальная помощь; • поддержка пенсионеров; • расходы на объекты социальной сферы; • организация спортивных и культурных мероприятий; • выплаты поощрительного характера (непроизводственного назначения); • прочие социальные программы.

Таблица 4

Основные показатели по травматизму

Показатель	Ед. измер.	«Норникель»			«Металлоинвест»		
		2016	2017	2018	2016	2017	2018
FIFR		0,11	0,07	0,05	0,12	0,14	0,03
LTIFR		0,35	0,44	0,23	0,41	0,35	0,32
Общее количество несчастных случаев, связанных с производством, в соответствии с трудовым законодательством РФ	шт.	56	60	32	85	64	52
Количество несчастных случаев, связанных с производством, со смертельным исходом	шт.	13	8	8	9	6	7
Количество микротравм	шт.	719	719	1043	948	962	752
Количество потенциально опасных происшествий	шт.	1845	1711	2270	1586	1842	1952
Число профессиональных заболеваний	шт.	339	361	318	485	395	284

В 2018 году благодаря проведению мероприятий по соблюдению требований стандартов в области промышленной безопасности и охраны труда на предприятиях снизилось количество несчастных случаев и коэффициент частоты несчастных случаев с временной потерей трудоспособности — LTIFR.

Расследование несчастных случаев на анализируемых предприятиях, которые связаны с производственной деятельностью и профессиональными заболеваниями, осуществляется в соответствии с Трудовым кодексом Российской Федерации, отраслевыми положениями и корпоративными стандартами. Все обстоятельства несчастных случаев были доведены до сведения Совета директоров и тщательно расследованы для недопущения их в будущем. Руководство данных компаний считает обеспечение безопасности и достижение нулевого показателя несчастных случаев на производстве важнейшими стратегическими приоритетами и продолжает реализацию программ, направленных на профилактику и предотвращение несчастных случаев.

Повышение конкурентоспособности предприятия достигается в процессе систематического улучшения системы управления охраной труда с применением методик постоянной модернизации, которая позволяет внедрять инновационные технологии, разработки и методы.

Можно сделать вывод о том, что создание благоприятных и безопасных условий труда и формирование у сотрудников компании устойчивого стимула для обеспечения безопасного поведения на производстве является одной из основополагающей целью в сфере промышленной безопасности и охраны труда на предприятиях ПАО «ГМК «Норильский никель» и ОАО «Холдинговая компания «Металлоинвест». Реализация поставленных целей осуществляется за счет координации деятельности, связанной с промышленной безопасностью и охраной труда. Работу, основанную на разработке предложений по улучшению системы управления ОТиПБ и методического руководства, проводят Комитеты по промышленной безопасности, охране труда и экологии. Основными целями Комитетов являются снижение рисков, связанных с производственным травматизмом и профессиональными заболеваниями. Достижение поставленных целей осуществляется решением таких задач, как совершенствование организационно-профилактической деятельности в сфере ОТиПБ, обеспечение благоприятных и безопасных условий труда работников, повышение профессиональной ответственности руководителей и специалистов предприятий, проведение своевременной оценки эффективности мероприятий и совершенствование системы управления в сфере ОТиПБ на предприятиях.

Таким образом, предприятиями проводятся регулярные мероприятия по повышению эффективности системы управления охраной труда и промышленной безопасности, что является благоприятным фактором для снижения текучести кадров и повышения уровня лояльности персонала на предприятиях.

Список литературы

1. Российская Федерация. Конституция (1993). Конституция Российской Федерации: принята всенародным голосованием 12 дек. 1993 г. / Российская Федерация. Конституция (1993) // Собрание законодательства РФ. — 2009. — № 4. — Ст. 445.
2. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 №197-ФЗ (ред. от 13.04.2014) // Правовая система «Консультант плюс»
3. Беляков, Г.И. Безопасность жизнедеятельности. Охрана труда в 2 т. Т.1: Учебник для академического бакалавриата. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 404 с.
4. Негреева В.В., Василенок В.Л., Кагиян О.А. Исследование проблем охраны труда и их влияние на промышленную безопасность предприятий черной металлургии // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия: Экономика и экологический менеджмент. – 2019. – № 4(39). – С. 41-50
5. Официальный сайт ГМК «Норильский никель» – [Электронный ресурс]. – <https://www.nornickel.ru/>
6. ОАО «Холдинговая компания «Металлоинвест». Официальный сайт [Электронный ресурс] – <https://www.metalloinvest.com/>

СОДЕРЖАНИЕ

От редактора.....	3
	5
Часть 1. Политика экономического роста.....	
Щеглов М.Ю. (СПбГУ) К ВОПРОСУ О СИМВОЛИЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКЕ: МИФ В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ.....	5
Тищенко С.П. (СПбГУ) ПРОТЕКЦИОНИЗМ КАК ИНСТРУМЕНТ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ РОССИИ.....	9
Филипова К.С. (СПбГУ) ПРОТЕКЦИОНИЗМ КАК УСЛОВИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ, САНКЦИИ И КОНТРСАНКЦИИ.....	15
Мыльникова П.И. (СПбГУ) РОССИЙСКИЕ КОНТРСАНКЦИИ: ПОБЕДА В БОЮ, НО НЕ В ВОЙНЕ.....	20
Ухова Т.И. (СПбГУ) ПОСЛЕДСТВИЯ САНКЦИЙ ДЛЯ РОССИИ – ПЛЮСЫ И МИНУСЫ.....	24
Прохоров А.В., Сардак В.И. (СПбГУ) ПРОТЕКЦИОНИЗМ В РОССИИ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ.....	29
Минайленко П.А. (СПбГУ) ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ: ДОСТИЖЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ.....	34
Альфутина О.Ю. (СПбГУ) ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ ИЛИ ВКЛЮЧЕНИЕ В ГЛОБАЛЬНЫЕ ЦЕПОЧКИ ДОБАВЛЕННОЙ СТОИМОСТИ В ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ – ЧТО ЛУЧШЕ?.....	39
Карташов В.А. (СПбГУ) НЕГАТИВНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ	44
Половникова Н.А. (Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ (г. Краснодар) ПРЕОДОЛЕНИЕ ОТРИЦАТЕЛЬНЫХ ВНЕШНИХ ЭФФЕКТОВ ГЛОБАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ НА ДЕЛОВОЙ ЦИКЛ В РОССИИ.....	48
Савельев И.А. (СПбГУ) ВОЗМОЖНО ЛИ УСКОРЕНИЕ ТЕМПОВ РОСТА РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ В БЛИЖАЙШЕЕ ВРЕМЯ?.....	52
Белоногова А.М., Диденко И.Н. (СПбГУ) ПРОМЫШЛЕННАЯ ПОЛИТИКА: МИРОВОЙ ОПЫТ И РОССИЙСКИЕ РЕАЛИИ С УЧЁТОМ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ ЛОВУШКИ И ЛОВУШКИ КОНВЕРГЕНЦИИ.....	56
Евдокимов И.Д. (СПбГУ) ПРОМЫШЛЕННАЯ ПОЛИТИКА КАК ИНСТРУМЕНТ ВЫХОДА ИЗ КРИЗИСА И ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВЕННОГО РОСТА ЭКОНОМИКИ РОССИИ.....	62
Алиаскарова Ж.А. (СПбГУ) ПРОМЫШЛЕННАЯ ПОЛИТИКА РОССИИ: ЭКСПОРТНАЯ ОРИЕНТАЦИЯ И ВОЗМОЖНОСТИ ВОСТАНОВЛЕНИЯ ПОСЛЕ КРИЗИСА.....	66
Капитонов О.С. (СПбГУ) УРОВЕНЬ ЗАВИСИМОСТИ ЭКОНОМИКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ОТ НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ И ВОЗМОЖНЫЕ ВАРИАНТЫ ЕГО СНИЖЕНИЯ.....	70
Пустовалова С.Ю. (СПбГУ) НАЦИОНАЛЬНАЯ ПРОМЫШЛЕННАЯ ПОЛИТИКА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ И СПОСОБЫ МОДЕРНИЗАЦИИ.....	74
Алиаскаров Р.А. (СПбГУТ) О ВЗАИМОСВЯЗИ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ И ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ.....	79
Петров Д.А., Соломенникова В.С. (СПбГУ) ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ НА ЭКОНОМИКУ И ТЕМПЫ ЕЕ РОСТА.....	82
Ольнева Н.О. (СПбГУ) АНАЛИЗ ГОСУДАРСТВЕННЫХ МЕР ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В СВЯЗИ COVID-19.....	86
Садакова А.С. (СПбГУ) ИНДУСТРИЯ 4.0 ДЛЯ РОССИИ.....	90
Еременко И.С. (СПбГУ) ЗАВИСИМОСТЬ ОТ СЫРЬЕВОГО ЭКСПОРТА – ГАРАНТИЯ ИЛИ УГРОЗА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ.....	94
Панькова О.С. (СПбГУ) «РЕСУРСНОЕ ПРОКЛЯТИЕ» В ЭКОНОМИКЕ РОССИИ.....	98
Донская А.А. (Университет ИТМО) ВНЕДРЕНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ИННОВАЦИЙ В РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ.....	104
Волкова Д.А., Вьюкова А.И. (СПбГУ) ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ КАК ФАКТОР РОСТА ЭКОНОМИКИ РОССИИ.....	107

Алёшин В.Д. (<i>РГПУ им. А.И. Герцена</i>) ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА.....	114
Иванов Д.В. (<i>СПбГУ</i>) АНАЛИЗ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ЗАНЯТЫХ ПО ВИДАМ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕГИОНАХ РОССИИ В УСЛОВИЯХ ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ.....	117
Айвазян К.Д. (<i>КубГУ филиал в г. Армавире</i>) ИЗМЕНЕНИЕ СТРУКТУРЫ БЕЗРАБОТИЦЫ В РОССИИ.....	128
Кошкин А.В. (<i>СПбГУ</i>) ПЕНСИОННАЯ РЕФОРМА В РОССИИ КАК ОБЪЕКТ ПУБЛИЧНОЙ ДИСКУССИИ.....	131
Бурцева В.А. (<i>СПбГУ</i>) ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ НАЛОГОВОГО БРЕМЕНИ.....	137
Быстрова В.Ю. (<i>РГПУ им. А.И. Герцена</i>) О РЫНКЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ТАМОЖЕННЫХ УСЛУГ.....	142
Часть 2. Цифровая экономика.....	147
Бахтин Г.О., Топорищева В.В. (<i>СПбГУ</i>) ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА И НЕОЛИБЕРАЛИЗМ: К ВОПРОСУ О РАЗГРАНИЧЕНИИ ПОНЯТИЙ.....	147
Попов Д.Д., Федоров А.В. (<i>СПбГУ</i>) «ЦИФРОВАЯ РОССИЯ БУДУЩЕГО» И ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ.....	151
Набатова Н.Ю. (<i>СПбГЭУ</i>), Рой А.Ю. (<i>РГПУ им. А.И. Герцена</i>) ФОРМИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ КОМПЕТЕНЦИЙ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ.....	155
Баландина Д.М. (<i>СПбГУ</i>) ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ.....	158
Губернский В.В. (<i>РГПУ им. А.И. Герцена</i>) РАЗВИТИЕ OFFLINE- И ONLINE-МАГАЗИНОВ: РОССИЙСКАЯ РЕАЛЬНОСТЬ.....	162
Часть 3. Отраслевая экономика.....	166
Кудрин Г.М. (<i>СПбГУ</i>) РОССИЙСКИЕ НЕФТЕГАЗОВЫЕ КОМПАНИИ НА БЛИЖНЕМ ВОСТОКЕ: ПРОЕКТЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ СОТРУДНИЧЕСТВА.....	166
Янкилевич А.А. (<i>СПбГУ</i>) РОССИЙСКАЯ ГАЗОВАЯ ОТРАСЛЬ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА 2020-ГО ГОДА: ФАКТОРЫ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ.....	172
Афанасьев В.И. (<i>РГПУ им. А.И. Герцена</i>) ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЛЕСОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА.....	176
Дмитриева Л.Г. (<i>Университет ИТМО</i>) ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА В РОССИИ.....	182
Капустина Е.В. (<i>ГУАП</i>) АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ АВИАЦИИ: ПОЧЕМУ СТОИТ ПОДДЕРЖАТЬ РОССИЙСКИЙ АВИАПРОМ.....	186
Федотов Д.А. (<i>СПбГУ</i>) КОННЫЙ СПОРТ В РФ: ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПЕРСПЕКТИВЫ И ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ НА ПРИМЕРЕ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА И ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ...	193
Часть 4. Городское и региональное развитие.....	201
Кольцова М.В. (<i>ГБОУ гимназия № 11 Василеостровского района СПб</i>) СОТРУДНИЧЕСТВО СТРАН В РЕШЕНИИ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ БАЛТИЙСКОГО МОРЯ...	201
Сайферт И.В. (<i>РГПУ им. А.И. Герцена</i>) СОВМЕСТНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЯПОНИИ И РОССИИ НА КУРИЛЬСКИХ ОСТРОВАХ.....	205
Артищева Д.Д. (<i>СПбГУ</i>) КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА: СУЩНОСТЬ И СПОСОБ ЕЕ ИЗМЕРЕНИЯ.....	209
Рогов М.И. (<i>Университет Лозанны, Швейцария</i>) РУССКИЕ ГОРОДА: ОСОБЕННОСТИ ГОРОДСКОГО КОНТЕКСТА.....	212
Волкова А.А. (<i>Мюнхенского университета Людвига-Максимилиана, Германия</i>) ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ БРЕНДА ТЕРРИТОРИЙ (НА ПРИМЕРЕ Г. ВЕЛИКИЙ УСТЮГ).....	216
Тернуцак А.А. (<i>РГПУ им. А.И. Герцена</i>) БРЕНД САНКТ-ПЕТЕРБУРГА С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ ТЕРРИТОРИИ.....	219

Часть 5. Проблемы образования и возможные направления их решения.....	225
Рудак М.В. (РГПУ им. А.И. Герцена) ОСНОВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ БЮДЖЕТНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ.....	225
Торопенко Д.А. (РГПУ им. А.И. Герцена) ОБРАЗОВАНИЕ – ФУНДАМЕНТАЛЬНАЯ ИНВЕСТИЦИЯ В ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ.....	231
Айдарова Ю.В. (РГПУ им. А.И. Герцена) ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ СПО В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ.....	238
Козлова К.Е. (РГПУ им. А.И. Герцена) ЭЛЕКТРОННАЯ ИНФОРМАЦИОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ СРЕДА КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.....	241
Рой А.Ю. (РГПУ им. А.И. Герцена) ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ.....	244
Гамаюн Е.А. (РГПУ им. А.И. Герцена) КОНКУРЕНЦИЯ БИЗНЕС-ШКОЛ В УСЛОВИЯХ ОТКРЫТОСТИ РЫНКА.....	247
Королев К.В. (Университет ИТМО), Раскопина А.К. (ЛГУ им. Пушкина) ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ И ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ ФОРМИРОВАНИЯ ОСНОВ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ЗНАНИЯ УЧАЩИХСЯ НАЧАЛЬНОЙ ШКОЛЫ.....	251
Бочковская А.И. (РГПУ им. А.И. Герцена) СПЕЦИФИКА ОРГАНИЗАЦИИ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ ПЛАТНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В ШКОЛЕ.....	256
Иванова П.П., Свиридова Ю.Л. (РГПУ им. А.И. Герцена) МЕТОДИКА РАБОТЫ С ИНТЕРНЕТ-МЕМАМИ ПРИ ОБУЧЕНИИ ШКОЛЬНИКОВ ЭКОНОМИКЕ.....	260
Хомутильников А.С. (РГПУ им. А.И. Герцена) НАВЫК ИМПРОВИЗАЦИИ КАК ЭЛЕМЕНТ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.....	265
Цыганок М.В. (РГПУ им. А.И. Герцена) ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ В ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТЫ С ТРУДНЫМИ ДЕТЬМИ.....	267
Часть 6. Управление предприятием и маркетинг.....	272
Бонноно Виктория (Цюрих, Швейцария), Алиаскарова Ж.А. (СПбГУ), Дорошко А.С. (СПбГУ) ANTI-ADVERTISING VS BLACK PR: CONCEPT, APPLICABILITY, USAGE IN POLITICAL PROCESSES.....	272
Прохорова М.Н. (РГПУ им. А.И. Герцена) СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ КРУПНЫХ МЕЖДУНАРОДНЫХ КОМПАНИЙ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ.....	276
Тернушак А.А. (РГПУ им. А.И. Герцена) РОЛЬ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	281
Джамалов Р.И. (Университет ИТМО) МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ.....	285
Тернушак А.А., Шпакова Т.Е. (РГПУ им. А.И. Герцена) МАРКЕТИНГОВЫЕ ИННОВАЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ УКРЕПЛЕНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ КОМПАНИИ.....	289
Юмашев К.А. (РГПУ им. А.И. Герцена) ОСНОВНЫЕ ОТЛИЧИЯ МЕТОДОВ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКТОВ НА РЫНКЕ ВИДЕОИГР ОТ КЛАССИЧЕСКИХ МЕТОДОВ ПРОДВИЖЕНИЯ.....	293
Шпакова Т.Е. (РГПУ им. А.И. Герцена) РАЗВИТИЕ ИНФОПРОДУКТОВ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ.....	299
Календаров Ф. (Университет ИТМО) КОНЦЕПЦИИ ЭФФЕКТИВНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ.....	302
Пастухова А.Д. (Университет ИТМО) СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО И ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА МЕНЕДЖМЕНТА ЗНАНИЙ.....	306
Бизюкова К.Д. (СПб УПС МЧС России) ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ: ТИПОЛОГИЯ, СПЕЦИФИКА.....	310
Замятина А.А. (Университет ИТМО) ВНЕДРЕНИЕ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МЕДИЦИНСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ.....	315
Сбоева Д.И. (РГПУ им. А.И. Герцена) СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА КАК ОТВЕТ НА ЗАПРОС ОБЩЕСТВА.....	320

Киселев А.К. (<i>РГПУ им. А.И. Герцена</i>) ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ И ОТРИЦАТЕЛЬНЫЕ ЭФФЕКТЫ ОТ ВНЕДРЕНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ ОРГАНИЗАЦИИ.....	324
Бизюкова К.Д., Мичкань А.М. (<i>СПб УГПС МЧС России</i>) АНАЛИЗ КОРПОРАТИВНОГО И СОЦИАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА.....	328
Петрикова А.В. (<i>РГПУ им. А.И. Герцена</i>) ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ.....	332
Романова О.О. (<i>СПб УГПС МЧС России</i>) ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ПРИНЯТИЮ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В РЕСТОРАНЕ БЫСТРОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ.....	338
Ахмадиева А.Е. (<i>ПГУПС</i>) ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРИБЫЛЬНОСТЬЮ И РЕНТАБЕЛЬНОСТЬЮ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ.....	343
Фролова И.Ю. (<i>Университет ИТМО</i>) НАЛОГОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ НА ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ В СФЕРЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.....	349
Наймарк П.В. (<i>ПГУПС</i>) УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ РАСХОДАМИ ЭЛЕКТРОСЕТЕВОЙ КОРПОРАЦИИ.....	354
Мальшенко А.Ю. (<i>РГПУ им. А.И. Герцена</i>) СПОСОБЫ РАСКРЫТИЯ ИНФОРМАЦИИ О ЧЕЛОВЕЧЕСКОМ КАПИТАЛЕ ОРГАНИЗАЦИИ И ВЫЯВЛЕНИЕ НАИБОЛЕЕ ЭФФЕКТИВНОГО.....	360
Захарчук А.Е. (<i>СПбГУ</i>) ВНЕДРЕНИЕ ОПЕРАТИВНОЙ АНАЛИТИКИ ПО ВАКАНСИЯМ В ПРОЦЕСС ПОДБОРА ПЕРСОНАЛА КАК ФАКТОР ИНТЕНСИВНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА.....	364
Верхорубова К.А. (<i>СПб УГПС МЧС России</i>) АНАЛИЗ ОХРАНЫ ТРУДА КАК ФАКТОРА ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ.....	369