



ISSN 2073-6258

УЧЕННЫЕ ЗАПИСКИ
Российской академии предпринимательства

РОЛЬ И МЕСТО ЦИВИЛИЗОВАННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ЭКОНОМИКЕ РОССИИ

Научно-практическое издание

**Включен в Перечень ведущих рецензируемых
научных журналов и изданий, рекомендованных ВАК
Министерства образования и науки Российской Федерации**

Москва
2017

ББК 65.9(2Рос)
УДК 330.35
УДК 340.1
У 68

У 68 Ученые записки Российской академии предпринимательства. Научно-практическое издание. Т. 16, № 4. – М.: Российская академия предпринимательства; Агентство печати «Наука и образование», 2017. – 260 с.

ISBN 978-5-6040414-1-3

В сборнике представлены статьи профессорско-преподавательского состава, соискателей Российской академии предпринимательства и отечественных ученых, тесно сотрудничающих с академией на протяжении многих лет.

ББК 65.9(2Рос)
УДК 330.35

ISBN 978-5-6040414-1-3

© Коллектив авторов, 2017
© Российская академия предпринимательства, 2017



SCIENTIFIC NOTES
of the Russian academy of entrepreneurship

ROLE AND THE PLACE OF A CIVILIZED ENTREPRENEURSHIP IN ECONOMY OF RUSSIA

Scientific and practical edition

**Included in the List of the reviewed scientific magazines
and editions recommended by Highest Certifying Commission
of the Ministry of Education and Science of the Russian Federation**

Moscow
2017

Рецензенты:

доктор экономических наук, профессор,
Заслуженный экономист Российской Федерации

Аристер Н. И.

доктор социологических наук, профессор,
Заслуженный деятель науки Российской Федерации

Чупров В. И.

Редакционный совет:

Акаев А. А. – д.т.н., профессор, иностранный член РАН, главный научный сотрудник МГУ им. М.В. Ломоносова Институт математических исследований сложных систем (гл. редактор)

Балабанов В. С. – д.э.н., профессор, Заслуженный деятель науки РФ, Российская академия предпринимательства

Власов А. А., д.ю.н., профессор, Российская академия адвокатуры и нотариата

Журавлев Г. Т. – д.э.н., д.ф.н., Российская академия предпринимательства

Корчагин А. Ю. – д.ю.н., профессор, председатель Ставропольского краевого суда

Лехто Юха – кандидат общественных (политических) наук, директор ООО «Transacta Consulting», Финляндия

Порфирьев Б. Н. – доктор экономических наук, профессор, Институт народнохозяйственного прогнозирования РАН

Ремишова Анна – к.ф.н., Университет им. Я. Коменского, Словакия

Суйц В. П. – д.э.н., профессор, заслуженный профессор МГУ им. М.В. Ломоносова

Чупров В. И. – д.с.н., профессор, Заслуженный деятель науки РФ, Институт социально-политических исследований РАН

Юлдашев Р. Т. – д.э.н., профессор, академик РАЕН, МГИМО

Яковлев В. М. – д.э.н., профессор, РАНХиГС при Президенте РФ

Редакционная коллегия:

Ахметов Л. А. – д.э.н., профессор, Российская академия предпринимательства

Бабенкова С. Ю. – к.э.н., Центр арабских и исламских исследований Института востоковедения РАН

Балабанова А. В. – д.э.н., профессор, Российская академия предпринимательства

Бараненко С. П. – д.э.н., профессор, Российская академия предпринимательства

Гусов А. З. – д.э.н., профессор, Российская академия предпринимательства

Киселев В. В. – д.э.н., профессор, Российская академия предпринимательства

Кузнецова Е. И. – д.э.н., профессор, Московский университет МВД РФ

Русавская А. В. – д.э.н., доцент, Российская академия предпринимательства

Цыганов А. А. – д.э.н., профессор, Финансовый университет при Правительстве РФ

Юденков Ю. Н. – к.э.н., доцент, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

Reviewer:

Doctor of Science (Economics), professor,
Honored economist of the Russian Federation

Arister N. I.

Doctor of Science (Sociology), professor,
Honored worker of Science of the Russian Federation

Chuprov V. I.

Editorial council:

Akaev A. A. – Doctor of Science (Technique), professor, foreign member of the Russian Academy of Sciences, chief researcher of Lomonosov Moscow State University Institute of mathematical researches of difficult systems (main editor)

Balabanov V. S. – Doctor of Science (Economics), professor, the Honored worker of science of the Russian Federation, the Russian academy of entrepreneurship

Vlasov A. A. – Doctor of Science (Jurisprudence) professor, Russian academy of legal profession and notariate

Zhuravlev G. T. – Doctor of Science (Economics), Doctor of Science (Philosophy), professor, Russian academy of entrepreneurship

Korchagin A. Yu. – Doctor of Science (Jurisprudence), professor, chairman of the Stavropol regional court

Lehto Yukha – Cand. Sci. (Politics), the director of JSC Transacta Consulting, Finland

Porfiriyev B. N. – Doctor of Science (Economics), professor, Institute of economic forecasting of the Russian Academy of Sciences

Remishova Anna – PhD (Philosophy), University of Ya. Komensky, Slovakia

Suyts V. P. – Doctor of Science (Economics), professor, honored professor of Lomonosov Moscow State University

Chuprov V. I. – Doctor of Science (Sociology), professor, Honored worker of science of the Russian Federation, Institute of socio-political researches of the Russian Academy of Sciences

Yuldashev R. T. – Doctor of Science (Economics), professor, academician of the Russian Academy of Natural Sciences, MSIIR

Yakovlev V. M. – Doctor of Science (Economics), professor, a RANEGS at the Russian President

Editorial board:

Akhmetov L. A. – Doctor of Science (Economics), professor, Russian academy of entrepreneurship

Babenkova S. Yu. – Candidate of Science (Economics), Center of the Arab and Islamic researches, Institute of Oriental Studies of the Russian Academy of Sciences

Balabanova A. V. – Doctor of Science (Economics), professor, Russian academy of entrepreneurship

Baranenko S. P. – Doctor of Science (Economics), professor, the Russian academy of entrepreneurship

Gusov A. Z. – Doctor of Science (Economics), professor, the Russian academy of entrepreneurship

Kiselev V. V. – Doctor of Science (Economics), professor, the Russian academy of entrepreneurship

Kuznecova E. I. – Doctor of Science (Economics), professor, Moscow university of Ministry of Internal Affairs of Russian Federation

Rusavskaya A. V. – Doctor of Science (Economics), associate professor, Russian academy of entrepreneurship

Tsyganov A. A. – Doctor of Science (Economics), professor, Financial University under the Government of the Russian Federation

Yudnikov Yu. N. – Candidate of Science (Economics), assoc. prof., Lomonosov Moscow State University

Содержание

Часть I. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Л. А. Ахметов, А. О. Рыжков, Д. А. Журавлев, Э. И. Ахметова Некоторые проблемы стимулирования предпринимательства в России	9
Э. А. Баринов Инкассовая форма расчётов в международном платёжном обороте	28
С. М. Бычкова, Н. Н. Макарова Анализ методологических основ современного развития потребительской кооперации с позиции неoinституционализма	36
В. Г. Кещян, В. М. Русаков Понятие «риск» на финансовых рынках и количественные методы его оценки	46
А. А. Куликова, Е. Е. Борисенко, М. И. Волкова Методы управления экономической безопасностью предприятия	57
Н. В. Пономарёва, Е. В. Голубцова, Е. С. Новикова Налоговая политика российского государства в условиях реализации экономики замкнутого цикла	66
Г-О. Т. Рамазанов, Г. В. Тихонов Особенности спроса на инновации	76
О. Б. Репкина Особенности инновационной среды управления в рамках стратегий развития отечественной экономики	83
Е. В. Трохова, А. А. Тулякова Влияние инвестиционной привлекательности и иностранных инвестиций на устойчивое развитие региональной экономики (на примере Сибирского федерального округа)	93

Часть II. ОТРАСЛЕВОЙ СЕКТОР КАК ОСНОВА ЭКОНОМИКИ РОССИИ

С. Ю. Бабенкова, В. В. Киселёв

Рынок Сукук как секьюритизация финансовых активов
в посткризисном пространстве 113

О. И. Башлакова

Стратегия развития регионального рынка:
страховые программы — опыт прошлых лет 128

В. Н. Воронина

Приборостроительная отрасль Российской Федерации
и проблемы импортозамещения в современных условиях 138

А. З. Гусов, Й. Э. Гули

Мировой опыт развития агропромышленных комплексов
на основе кластерного подхода 149

А. В. Дорофеева

Исследование инновационного подхода
к развитию отечественного страхового рынка 161

С. В. Криворучко, Т. С. Брагина

Оценка доступности платежных услуг и способы ее повышения:
международный опыт и российская практика 175

С. В. Криворучко, Т. Р. Маклакова

Мировая практика развития биометрии
при оказании платежных услуг для повышения их доступности 184

А. В. Русавская

Развитие банковской системы России
для стимулирования ее инвестиционных процессов
в условиях финансового кризиса 193

Т. А. Чеботарёва

Совершенствование торговли
на российском рынке лесной продукции 201

Часть III. МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

А. З. Гусов, А. А. Байгурсунов

Особенности системы государственного регулирования
и поддержки малого и среднего предпринимательства
в Республике Казахстан 210

С. А. Кирюшин

Использование закона Литтла
в деятельности малого предприятия общественного питания 222

Т. А. Пантелеева

SMM как ключевой инструмент продвижения
в современных рыночных условиях 231

Часть IV. СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Т. А. Пантелеева, Е. А. Петрова

Современные тенденции продвижения бренда
в социальных сетях: перспективные подходы 239

Е. А. Попова

Развитие маркетинга в сфере образования 252

Часть I. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Л. А. Ахметов

*Доктор экономических наук, профессор,
lerik.ahmetov@yandex.ru*

*Российская академия предпринимательства,
Москва, Российская Федерация*

А. О. Рыжков

andryshok.don@mail.ru,

*Воронежский экономико-правовой институт,
Воронеж, Российская Федерация*

Д. А. Журавлев

*Кандидат экономических наук,
dimas20061@rambler.ru,*

*Российская академия предпринимательства,
Москва, Российская Федерация*

Э. И. Ахметова

*Бизнес-ассистент,
evelina_luna@mail.ru*

*ООО «Роял Инвест»,
Москва, Российская Федерация*

Некоторые проблемы стимулирования предпринимательства в России

Аннотация: *Рассматриваются некоторые факторы стимулирования предпринимательской деятельности в России. Значительное внимание уделено проблемам обеспечения положительного решения проблем налогообложения предпринимательских структур в целом и выполняющих НИОКР в РФ. Приведен перечень налоговых льгот, которые получили широкое распространение в деятельности зарубежных стран и РФ, предложены механизмы совершенствования налоговой политики для совершенствования деятельности инновационного сектора экономики РФ.*

Ключевые слова: *предпринимательство, предпринимательские структуры, стимулирование, НИОКР, налоговые льготы, деятельность, инновации, качество, продук-*

ция, услуги, развитие, совершенствование, проблема, вопросы, практика, реализация, страна, направления.

L. A. Akhmetov

*Dr. Sci. (Econ.), Prof.,
lerik.ahmetov@yandex.ru
Russian Academy of Entrepreneurship,
Moscow, Russian Federation*

A. O. Ryzhkov

*andryshok.don@mail.ru
Voronezh Institute of Economics and Law,
Voronezh, Russian Federation*

D. A. Zuravlev

*Cand. Sci. (Econ.),
dimas20061@rambler.ru
Russian Academy of Entrepreneurship,
Moscow, Russian Federation*

E. I. Akhmetova

*Business assistant,
evelina_luna@mail.ru
Royal Invest,
Moscow, Russian Federation*

Some problems of stimulating entrepreneurship in Russia

Annotation: *Some factors of stimulating entrepreneurial activity in Russia are considered. Considerable attention is paid to problems of ensuring a positive solution to the problems of taxation of business structures in general and performing R & D in the Russian Federation. The list of tax privileges that have been widely disseminated in the activities of foreign countries and the Russian Federation is given, and mechanisms for improving the tax policy for improving the innovative sector of the Russian economy are suggested.*

Keywords: *entrepreneurship, entrepreneurial structures, incentives, R & D, tax benefits, activities, innovations, quality, products, services, development, improvement, problem, questions, practice, implementation, country, directions.*

Анализ проблем и вопросов становления и развития предпринимательства и функционирования предпринимательских структур в стране убедительно свидетельствуют о том, что не удалось в полной мере реализовать потенциальные возможности и преимущества предприни-

мательства в стране. Доля малого предпринимательства в ВВП страны за последние 15 лет, в том числе в 2015–2016 гг., составляло всего около 20%, в то время как в США, Японии и ЕС достигает 50%. Правительством нашей страны в «Стратегии развития малого и среднего предпринимательств до 2030 года» [1] поставлена задача удвоить к 2030 году объем малого и среднего предпринимательства (бизнеса) в структуре ВВП, т.е. довести до 40%, что должно стать двигателем экономического роста. Удастся ли достигнуть поставленной цели, какие для этого имеются предпосылки, возможности и реальные ресурсы, требующие своей практической реализации.

Для практической реализации поставленной в «Стратегии» цели необходимо:

- добиваться последовательного планомерного увеличения числа предпринимателей и количества предпринимательских структур;
- повышать качество производимой и реализуемой продукции, изделий, товаров и оказываемых услуг российскими предпринимателями и предпринимательскими структурами до мирового уровня, с тем, чтобы они были конкурентноспособными как на внутрироссийском рынке, так и на внешнеэкономических рынках;
- добиваться производства и реализации предпринимательскими структурами более сложной высокотехнологичной продукции, наряду с производством, выпуском и реализацией более простых товаров, изделий и оказываемых услуг;
- на практике реализовать принятые в предшествующие годы законодательные и нормативно-правовые акты и документы по предпринимательству и деятельности предпринимательских структур;
- в возможно короткие временные сроки разработать и принять законодательные и нормативно-правовые документы и акты по дальнейшему совершенствованию с учетом современных и перспективных направлений развития и совершенствования предпринимательства в стране. В этой связи не совсем понятны и обоснованны принимаемые и реализуемые в последние годы динамика ежегодного финансирования подпрограммы «Развитие малого и среднего предпринимательства» (МСП) за счет государственных бюджетных средств [2]. В 2014–2016 гг. на эти цели направлялись более 20 млрд. рублей, в 2017 году – 7.5 млрд. рублей, в проекте же государственного бюджета на 2018–2020 гг. на

2018 год предусмотрено выделение 3.3 млрд. рублей, т.е. сокращение в сравнении с 2017 годом более чем в два раза. Общеизвестно, что эти финансовые средства на условиях софинансирования перечисляются регионам, которые оказывают поддержку по субсидированию сотен тысяч предпринимателей, созданию десятков тысяч новых рабочих мест, формированию инфраструктуры МПС (центров кластерного развития, инжинирингу, капитальному строительству некоторых объектов предпринимательских структур), поддержку молодежного предпринимательства, проектов «МФЦ для бизнеса», созданию бизнес-инкубаторов, пром и технопарков, т.е. подпрограмма «Развитие малого и среднего предпринимательства» по своей сути должна быть мощным и действенным драйвером роста МСП. Поэтому вполне понятно и очевидно, что бюджетное финансирование этой подпрограммы должно только возрастать, а не сокращаться;

- разработка и практическое внедрение более совершенных и обоснованных экономических показателей и критериев по оценке эффективности организации и мотивации труда в предпринимательских структурах и по мотивации инвесторов и т. д.

Реализация предлагаемых и ряда других мер должно привести на практике к эффективному использованию возможностей по повышению доверия, не допущению излишнего административного вмешательства в деятельность предпринимателей и предпринимательских структур со стороны государственных, надзорных и правоохранительных органов, обеспечению защиты законных интересов предпринимателей и предпринимательских структур, неприкосновенности их собственности в соответствии с законодательством. В этом же контексте необходима практическая реализация введенного трехлетнего моратория на плановые проверки малого и среднего предпринимательства, так как внеплановые проверки, инициируемые различными надзорными и контрольными органами, по заявлениям некоторых «активных заявителей» и зачастую конкурентами фактически не позволяют на практике реализовать в полной мере возможности определенных (представленные) мораторием.

Так, согласно данным, приведенным в [3] в первом полугодии 2017 года были проведены 700 тысяч проверок к ведению бизнеса в стране, из которых 450 тысяч были внеплановыми, что на 15.7% меньше в сравнении с аналогичным временным периодом 2016 года, но все равно продолжается проведение большого количества, зачастую неоправданных внеплановых проверок. При этом 56.1% опрошенных в мае 2017

года компаний малого и среднего бизнеса отметили рост нагрузки и только 5.1% — ее снижение. Также в [3] отмечается, что в России действует более 2 млн. обязательных требований к бизнесу, которые обходятся ему почти в 6% ВВП, а государству контроль за их соблюдением стоит 1.5% ВВП, и при этом часть требований уже давно устарела или дублируют друг друга и требуется их отмена.

Как было отмечено нами в [4] большое значение в обеспечении возрастания роли и значение предпринимательства в стране имеет предоставление предпринимателям и предпринимательским структурам возможностей по доступному кредитованию их деятельности банковскими структурами (коммерческими банками) с предоставлением кредитных ресурсов по экономически обоснованным и приемлемым (доступным) кредитным (процентным) ставкам. Определенные подвижки в этом направлении произошли в 2017 году в результате снижения ключевой ставки ЦБ до 8.25%, что привело, в свою очередь, к снижению величин процентных (кредитных) ставок, предлагаемых коммерческими банками для предпринимателей и предпринимательских структур. Наряду со всем этим в последние годы появились и некоторые другие инструменты, и механизмы для привлечения денежных (финансовых) ресурсов для осуществления предпринимательской деятельности. Одной из популярных форм сбора средств предпринимателями для добровольного финансирования вкладчиками через Интернет перспективных проектов является краудфандинг [5], который стал особенно популярным за рубежом после финансового кризиса 2008 года. Краудфандинг позволяет предпринимателям напрямую обращаться к широкому кругу потенциальных партнеров и способствует созданию новых рабочих мест и по существу является, в определенной степени, фильтром для отбора и реализации жизнеспособных и перспективных проектов. Одновременно ему присущи риски, как для вкладчиков, так и для предпринимателей (авторов и инициаторов проектов), заключающиеся в том, что собранные финансовые средства могут быть потрачены зря и предприниматели не смогут в полной (не в полной) мере добиться реализации целей и задач, поставленных в своих проектах. Определенные трудности с широким распространением краудфондинга в нашей стране сдерживаются некоторыми следующими обстоятельствами: к сожалению, в последние годы в нашей стране сложилась не совсем благоприятная тенденция по снижению доходов населения: реальные располагаемые доходы населения страны в 2014 году снизились на 0,3%, соответственно в 2015 и 2016 годах — на 3,2% и 5,9%, и за январь—сентябрь 2017 года — на 1,2% [6]. В дополнение к этому, согласно данным, приведенным в [7], россияне из всех рас-

ходов 70–75% тратят на покупку товаров и оплату услуг, в то время как в Западной Европе на эти цели европейцы тратят 35–40% всех расходов, а в Америке – 25–30%, т.е. в России у населения остаются незначительные свободные суммы денежных средств. Таким образом, по всей вероятности, краудфандинг в ближайшее время не сможет получить широкого распространения из-за дефицита свободных денежных средств у населения страны для вкладов в краудфандинг, что, впрочем, не исключает возможностей по его определенному распространению в будущем по мере возрастания доходов населения страны.

Как актуальным проблемам, требующим своего положительного решения по обеспечению развития и совершенствованию предпринимательства в стране, относится необходимость совершенствования налоговой политики и налогообложения предпринимателей и предпринимательских структур за счет разработки, принятия и реализации законодательных и нормативно-правовых документов по адресному стимулированию предпринимательства и предпринимателей путем проведения политики по снижению величины налогов, совершенствованию самого процесса налогообложения и налогового контроля с неременным обеспечением законных интересов предпринимателей и государства.

В этой связи большое значение имеет положительное решение этих проблем для предпринимательских структур, в том числе выполняющих НИОКР, так как на протяжении последних десятилетий тенденция экономического роста в России определяется количеством научных достижений и уровнем технологического развития страны в целом, а также и НИОКР.

Для успешной работы предпринимателей и предпринимательских структур большое значение приобретает совершенствование их налогового стимулирования с приведением в действие всего спектра инструментов и механизмов финансового стимулирования. Актуальность и необходимость положительного решения этих проблем обуславливается тем, что налоги и налогообложение являются одними из самых главных препятствий и преград на пути количественного и качественного роста числа предпринимателей и предпринимательских структур, повышения качества и совершенствования их работы.

В то же время с точки зрения экономического развития налоговое стимулирование должно выступать как комплекс мероприятий по предоставлению предпринимательским структурам налоговых льгот и преференций, способных создать благоприятные условия, позволяющие осуществлять инновационную деятельность. По нашему мнению, простота использования и привлекательность механизма налогового сти-

мулирования, прежде всего, заключается в том, что органы местного самоуправления и государственной власти могут отказываться от части денежных средств, которые должны перечисляться от инновационных и научных предпринимательских структур в виде налогов в государственные и местные бюджеты.

Данные денежные средства в итоге остаются в распоряжении инновационных предпринимательских структур для выполнения НИОКР, расширения или модернизации производственной деятельности, внедрения инноваций и пр. При этом, применение таких мер позволяет создать эффект опосредованного финансирования предпринимательских структур, выполняющих НИОКР, а фискальная функция, которую выполняет налогообложение, становится стимулирующей.

В части предоставления налоговых стимулов ключевую роль играют региональные органы власти.

Наибольший удельный вес такого налогового стимулирования занимает создание технопарков, через которые и осуществляется поддержка новаторов. На федеральном уровне в большей мере осуществляется финансирование государственных корпораций, они же в свою очередь и являются основными статьями затрат федерального бюджета в части поддержки инновационного сектора. Ярким примером здесь будет являться корпорация Роснано. Что касается муниципального уровня, то поддержка инновационных компаний здесь практически отсутствует, и связано это, прежде всего с тем, что на этом уровне отсутствуют необходимые объемы бюджетных ресурсов. Поэтому и получается, что единственный способ обеспечения достаточного и повсеместного стимулирования предпринимательства, выполняющего НИОКР, можно обеспечить только через механизм налоговой политики [8].

Для осуществления предпринимателями и предпринимательскими структурами инновационной деятельности в первую очередь необходимы свободные финансовые ресурсы, которые можно получить в результате уменьшения налоговой нагрузки на инновационный сектор. В этом и заключается вся суть эффективности налогового стимулирования. В настоящее время существует достаточно большой перечень направлений по стимулированию инновационной деятельности предпринимательства налоговыми льготами. Примеров можно привести достаточно много, и вот некоторые из них: по налогам на имущество и на прибыль организации налогоплательщик может применить ускоренную амортизацию и воспользоваться инвестиционным налоговым кредитом; для резидентов, находящихся в особых экономических зонах технико-внедренческого типа, предусмотрены пониженные

ставки налогов и страховых взносов; в остальных случаях предпринимателям и предпринимательским структурам предоставляется возможность уменьшать налогооблагаемую базу, использовать налоговые льготы по упрощённой системе налогообложения и др.

Существует территориальное деление налогового стимулирования. Некоторые федеральные льготы могут быть применены предприятиями на всей территории РФ, другие только в отдельно созданных зонах, примером является «Сколково».

Проведя анализ перечня предоставляемых мер налогового стимулирования инновационной деятельности предпринимательских структур, можно сделать вывод, что все эти мероприятия в первую очередь направлены на создание благоприятного климата в инновационном секторе, например: стимулирование применения современного инновационного оборудования, выполнение НИОКР, импорт оборудования, которое не имеет аналогов в РФ, повышение уровня квалификации специалистов. Нельзя не согласиться, что это оказывает положительное воздействие на развитие инновационного сектора, но, несмотря на представленную обширность и сформированную систему стимулирования налоговыми льготами инновационных предпринимательских структур, остается открытым главный вопрос об эффективности применения таких мер и дополнении их новациями в налоговой политики, применение которых будет способствовать более эффективному развитию инновационного сектора.

Рассматривая проблемы, которые возникают в результате применения налогового стимулирования предпринимательства и предпринимательских структур нужно отметить недостаточное методологическое и теоретическое осмысление сущности инновационной деятельности предпринимательских структур как объекта налогового регулирования, при этом теория налогообложения не приводит четкого понятия инструмента налогового стимулирования. По мнению авторов, налоговые льготы, которые применяются сегодня в РФ, нельзя в полной мере считать эффективными. По меньшей мере, применение отдельных налоговых стимулов вызывают вопросы в части их уместности. Примером здесь будут выступать применение налоговых льгот, по УСН, которые являются малоэффективными, так как субъектами упрощенных налоговых режимов выступают, как правило, малые предприятия, которые редко осуществляют инновационную деятельность. Ускоренная амортизация, которая также считается инструментом налогового стимулирования, сама по себе не является таким инструментом, поскольку позволяет предпринимательским структурам всего лишь

снижать убытки тем самым уменьшать инфляционную нагрузку. Что касается инвестиционного налогового кредита, предусмотренного ст. 66 и 69 Налогового кодекса [9], он достаточно сильно отличается от применяющегося налогового кредита на НИОКР в остальных странах. Во всех экономически развитых странах предоставление налогового кредита предпринимательским структурам инновационного сектора зависит от изменения роста расходов на выполнение НИОКР и стимулирует более активно наращивать эти расходы [10].

Основные направления разработки налоговой политики России в 2015–2017 годах, предопределяющие направления ее развития и налоговой системы в целом в РФ, на сегодняшний день достаточно ограничены и не позволяют активизировать инновационную деятельность предпринимательских структур.

Обусловлено это тем, что сама система налогового стимулирования предпринимательских структур, выполняющих НИОКР, уже сформирована, при этом, в отмеченном выше документе не учитывается опыт других экономически развитых стран, делающих успехи в этом направлении, что способствовало бы развитию налогового стимулирования предпринимательских структур, выполняющих НИОКР. По нашему мнению, использование положительного зарубежного опыта с условием адаптации его к российским экономическим условиям, позволит освоить новые горизонты этого направления. Потребуются финансово-экономические доводы предлагаемых новшеств налогового законодательства. Здесь необходимо обратить внимание на то, что задача включения в российскую налоговую политику зарубежных практик, которые показали положительную динамику, не должна предусматривать включение всех мер, а должна происходить выборочно.

Для определения новых эффективных методов стимулирования предпринимательских структур выполняющих НИОКР целесообразно рассмотрение и анализ опыта зарубежных стран, который, по мнению авторов, является эффективным и способным оказать положительное влияние на развитие налоговой системы РФ.

В большинстве развитых стран инновационные предпринимательские структуры имеют право вычитать из налоговой базы сто и более процентов расходов осуществленных при выполнении НИОКР. В Австралии предпринимательские структуры, которые занимаются научно-исследовательской деятельностью, государство позволяет делать налоговые вычеты доходов, объемом до 150 процентов от осуществляемых им расходов на выполнение НИОКР. Положительный опыт Ирландии, Индии, Китая, Израиля, Тайвани, налоговые системы которых предус-

матривают беспрецедентные налоговые льготы для предпринимательских структур инновационного сектора экономики, позволили добиваться быстрого экономического роста в этих странах, изменения в кратчайшие сроки их экономической структуры в сторону ориентации на высокотехнологичные отрасли [14].

Также в практическом опыте по налоговому стимулированию большинства стран присутствует такая мера, как уменьшенная на 50 процентов ставка по налогу на прибыль организации (компании), чья прибыль была получена от реализации высокотехнологичного производства. Реализация данной меры была успешно применена в «братской» Беларуси, что указывает нам на возможность применения ее и в РФ так, экономики наших стран имеют общее историческое происхождение и однородную структуру [11].

Также необходимо отметить последние тенденции практики налогового стимулирования деятельности инновационных предпринимательских структур в ряде других индустриальных стран, где в последние несколько лет происходит процесс снижения налогооблагаемой ставки доходов корпораций, полученных в результате реализации ими запатентованной продукции.

Такая практика уже используется в ряде европейских стран и в Китае [15].

При этом, хотя нормы предоставления такой льготы в различных странах и отличаются друг от друга, специальная экономическая литература уже объединила их одним общим термином «патентное окно». «Патентное окно» в отличие от большей части широко применяемых налоговых льгот, направленных на стимулирование выполнения НИ-ОКР, позволяет использовать налоговое стимулирование в части успешной коммерциализации полученных конечных результатов инновационной деятельности, создавая благоприятные условия на начальных этапах инновационного процесса, что снижает себестоимость выполнения проводимых предпринимательскими структурами научно-исследовательских проектов.

Зачастую такое стимулирование выражается в возможности применения пониженной налоговой ставки налогооблагаемой прибыли. В результате чего происходит поощрение успешной инновационной деятельности, от результатов которой, как правило, зависит конкурентоспособность продукции, оказываемых услуг, создание рабочих мест и рост экономического сектора инновации в целом. В некоторых странах был установлен предел доступности применения налоговых льгот в рамках «патентного окна». В Испании таким пределом выступает

шестикратный размер осуществленных расходов на выполненные НИОКР, которые принесли доход. В Ирландии была установлена верхняя финансовая ставка стимулирования в размере 5 млн. евро. В Китае применяется механизм, по которому инновационные предпринимательские структуры, получившие льготы в размере 5 млн. юаней от прибыли полученной в результате реализации своей инновационной продукции, облагаются по ставке 50 процентов от общей ставки налогообложения прибыли [15].

По мнению большинства экспертов, оценить эффективность применения «патентного окна» пока достаточно сложно, так как, данный механизм еще достаточно молодой, но предварительные исследования этого механизма показали, что в краткосрочной перспективе происходит активизация патентоспособности предпринимательских структур. Есть и отрицательная тенденция: темпы роста налоговых поступлений при увеличении прибыли не могут пока полностью компенсировать потерю налоговых поступлений, вызванных применением пониженной налоговой ставки, в частности, в краткосрочном периоде. Но положительным является, то, что выполнение таких оценок носили статичный характер, при этом не учитывали динамику эффектов, связанных с изменениями в экспорте инновационной продукции, проведении НИОКР и занятости населения в этой сфере.

Если рассматривать прочие меры налогового стимулирования инновационной активности предпринимательских структур, то здесь нередко появляется мнение о необходимости обобщения полученных положительных тенденций налогового стимулирование и создания специального налогового режима для предпринимательских структур, выполняющих НИОКР. Создание такого механизма позволит осуществить комплексное решение вопросов стимулирования налоговой системой предпринимательских структур, выполняющих НИОКР, отрегулировать проблемы, возникающие в результате ведения налогового учета, проблемы, связанные с налоговой отчетностью и администрирование.

Такой специальный налоговый режим должен предполагать полное освобождение предпринимательских структур, выполняющих НИОКР, от уплаты НДС, за исключением товаров ввозимых на таможенную территорию Российской Федерации, налога на прибыль, земельного налога и налога на имущество организации. При этом, основным положительным эффектом от введения такого специального налогового режима для предпринимательских структур, выполняющих НИОКР будет уменьшение налоговой нагрузки в целом на предпринимательские структуры инновационного сектора экономики.

Приведенный выше анализ практического мирового опыта налогового стимулирования показывает нам многообразие методов и форм стимулирования инновационной активности предпринимательских структур, выполняющих НИОКР. Но при всем этом, принимаемые на сегодняшний день меры являются лишь частью общей системы регулирования экономики. Следовательно, необходимо определить самые действенные меры такого стимулирования уже применяющиеся на практике, но пока не нашедшие свое место в налоговой политике РФ:

- применение специального налогового режима «патентное окно», в котором ключевым аспектом является его ориентация на конечный результат инновационной деятельности предпринимательских структур, позволяющий обеспечить им более благоприятную налоговую среду при условии получения дохода от разработки и использования патентов, «ноу-хау», товарных знаков, лицензий и т.д.;
- применение специального налогового режима для предпринимательских структур, выполняющих НИОКР;
- налоговое стимулирование путем применения налоговых льгот для промышленных предпринимательских структур, участвующих в формировании научно-исследовательских групп или объединений для группового решения особо важных проблем;
- применение практики использования льготного налогообложения на определенные периоды времени, например, на 5 или на 10 лет, с дальнейшим анализом и предложениями по эффективности такого стимулирования;
- создание на постоянной основе научно-исследовательских центров по анализу и оценке эффективности применения различного рода налоговых преференций применяемых как в РФ, так и в остальных странах, в том числе и с возложением на них функций по определению направлений инновационного развития страны.

В результате проведенного анализа можно сделать вывод, что налоговая система России, которая призвана стимулировать инновационную активность предпринимательских структур на сегодняшний день является уже достаточно полным механизмом, хотя и не отличается многообразием уже существующих мер применяемых во всем мире. В данной ситуации будет неправильно внедрять все многообразие налогового стимулирования, используемого в мировой практике, здесь нужен избирательный подход. Применяя избирательный подход, необходимо обратить внимание, в первую очередь, на «патентное окно», так как начало

практического применения этого налогового режима ведет к полному переосмыслению самого подхода определения эффективности налогового стимулирования предпринимательских структур, выполняющих НИОКР. Поэтому, по нашему мнению, реализация налогового режима «патентное окно» в любом его выражении, но с сохранением основных функциональных направлений, будет являться наиболее важной рекомендацией, основывающейся на практическом опыте стимулирования инновационных предпринимательских структур в зарубежных странах.

Представляется также целесообразным рассмотреть еще ряд вопросов, касающихся текущего состояния налогового стимулирования при осуществлении инновационной деятельности в России, произвести краткий обзор основных видов налоговых преференций и проанализировать общие методы, применяемые при оценке целесообразности применения налоговых льгот.

Инновации на сегодняшний день являются неотъемлемой частью развития любого современного общества, что находит свое выражение не только в появлении у каждого жителя планеты супер модных планшетов и сотовых телефонов, но и полным переходом некоторых сфер деятельности на цифровую платформу.

В большей мере такое явление касается оптовой и розничной торговли, библиотек, операций с недвижимостью и прочих сфер. При этом в списке передовых направлений совершенствования своей деятельности Россия занимает далеко не последнее место в мире. Согласно исследованиям компании Bloomberg [16] которая является одной из ведущих фирм поставщиком финансовой информации на мировом рынке, по состоянию на середину 2016 года Россия заняла:

- 37-е место в развитии промышленности;
- 31-е место в выделенных денежных средствах на развитие научно-исследовательских разработок;
- 15-е место по количеству инновационных компаний от общей численности предприятий;
- 6-е место по количеству выданных патентов в мире.

Для того, чтобы в должной степени происходило развитие инновационной деятельности в стране, необходимо соблюдать достаточно большое количество условий, и основные из них будут вытекать из макроокружения, в котором находится инновационное предприятие.

С одной стороны, это будут общие условия, а с другой, это будут именно те условия, без которых невозможна реализация ни одного инновационного проекта, так как любой инновационный проект зак-

лючается в инвестирование денежных средств, которые в будущем должны не только окупиться, но и принести сверхприбыль инновационному предприятию.

Зачастую макроокружения предприятия не имеет специфического характера, по отношению к какой либо конкретно взятой фирме. При этом степень влияния такого макроокружения на научно-исследовательскую деятельность предпринимательских структур будет неодинаковой. Это, прежде всего, связано с различиями предприятий в их сферах деятельности в их внутреннем потенциале.

Общемировая практика показывает, что страны, активно практикующие налоговое стимулирование в направлении предпринимательских структур, выполняющих НИОКР, создают внутреннюю ситуацию, способствующую притоку внешнего капитала в государство, что способствует внутреннему экономическому развитию страны.

Закономерности экономического развития в том или ином государстве выявляют первостепенные потребности структурных преобразований, направленных на проводимые изменения повышения уровня жизни граждан и реализацию налоговой и бюджетной политики в стране.

Среди прочих стран Российская Федерация не является исключением и для совершенствования развития инновационной деятельности в стране также использует механизм налогового стимулирования, направленный на поддержку предпринимательских структур, выполняющих НИОКР. Анализируя динамику основных изменений налогового регулирования, можно утверждать, что достаточно четко прослеживается, что наукоемкие и высокотехнологичные виды деятельности несут меньшую налоговую нагрузку в отличие от остальных направлений народного хозяйства.

К одним из основных льготизируемых факторов предпринимательских структур, выполняющих НИОКР, можно отнести:

- амортизацию по ускоренному методу с применением коэффициента (но не более 3, статья 149 НК);
- расходы на определенные виды научно-исследовательской деятельности, подлежащие списанию с коэффициентом 1.5, (п. 2 ст. 262 НК РФ) при том, что даже если они не дали положительного результата;
- возможность платить страховые взносы из заработной платы по пониженным тарифам;
- возможность получения инвестиционного налогового кредита [9].

Далее, для сравнения, необходимо показать основные налоговые стимулы, которые применяются в остальных наиболее экономически развитых странах. Данные приведены в таблице 1 [17].

Таблица 1

**Основные налоговые льготы для текущих расходов
на НИОКР в индустриально развитых странах [17]**

Страна	Норма списания затрат на НИОКР	Норма списания затрат на оборудование для НИОКР	Возможность переноса налоговых льгот на будущее
Австралия	150% от затрат на НИОКР до 1997 года, при условии, что эти затраты превышают 20 000 австралийских долл. в год	Пропорционально за три года	Нет
Австрия	205%	ускоренно	5 лет
Бельгия	100%	Пропорционально за три года	5 лет, 20 лет для зданий
Великобритания	100%	100%	5 лет
Германия	100%	Пропорционально 30% в год для НИОКР и 4% для зданий	1-5 лет
Италия	100%	Ускоренно	Нет
США	100%	3 года; 15 лет для зданий	3-15 лет
Швеция	100%	Пропорционально по 30% в год для НИОКР и 4% для зданий	Налоговое обязательство
Швейцария	100%	Как инвестиции	2 года
Япония	100%	Пропорционально или по фиксированным ставкам	Нет

Опираясь на данные таблицы, в которой отражены основы налогового стимулирования направленные на увеличение текущих расходов на НИОКР в зарубежных странах, и изложенное выше о налоговых преференциях, применяемых в РФ, можно сделать вывод, что в России в достаточной степени присутствуют льготы, способные стимулировать инновационно-направленные предпринимательские структуры к увеличению вложений в научно-исследовательскую деятельность.

Однако, не существует единой методики по оценке эффективности соизмерения предоставления налоговых льгот и последующий финансовых поступлений в бюджет.

На сегодняшний день существует два основных подхода к разработке таких методик, которые чаще всего используются экономистами всех стран, — эмпирический и аналитический.

В Российской практике в большинстве случаев применяется аналитический метод, основой которого служит построение уравнения множественной регрессии [12].

Производя аналитические расчеты можно выделить выгоду, которую получают инновационные предпринимательские структуры от предоставления им налоговых льгот за определенный период времени в количественном выражении, в том числе и составить прогнозный план на будущие финансовые поступления, учитывая при этом рост выручки на предприятии, спровоцированный в результате использования инновационных разработок. Но у метода есть и ряд недостатков, и, как обычно, это маленькая вероятность, что будут учтены все основные факторы, которые входят при расчете переменных и сложность в результате преобразования уравнения под какой-то конкретный вид деятельности. И при этом, такой метод достаточно трудоемкий. Именно из-за этих минусов при составлении планируемых поступлений финансовых средств от использования того или иного механизма налогового стимулирования, аналитики получают лишь приблизительные данные.

В свою очередь эмпирический метод за основу берет оценку целесообразности предоставления налогового стимулирования и последующего получения соответствующего результата, выраженного в притоке финансов в казну с точки зрения качества. Для проведения такого исследования обычно создается специальная рабочая группа или комиссия, представляющие руководство различных предпринимательских структур, которые и являются претендентами на получение налогового стимулирования. Самой сложной проблемой данного метода выступает подбор соответствующих экспертов. В российской практике данный метод практически не применяется и тому есть соответствующие причины:

- сложность в привлечении экспертов;
- чтобы апробировать результаты, необходимы независимые аналитические структуры;
- доступность финансовой информации, которая в большинстве случаев является коммерческой тайной.

По этим причинам ученые большинства стран мира пытаются создать методику, которая будет способна включать в себя как количественные, так и качественные показатели, поскольку синтез двух этих методов позволит проводить всестороннее изучение влияния и последствий предоставления налогового стимулирования на макроуровне.

Так как инновационные разработки с каждым годом все больше и больше оказывают воздействие на жизнь простого человека, и делают его жизнь все насыщеннее и интересной, а производство постоянно автоматизируются, нельзя забывать и про роль человека на предприятии.

Поэтому, чтобы не допустить полного замещения человеческого труда машинным трудом, необходимо рассмотреть разработку налога на полностью автоматизированные рабочие места. Полученные поступления от принятия такого налога необходимо направлять на переквалификацию и обучение уволенных из-за этого сотрудников.

В заключение, в части проведения налоговой реформы и реформы контрольно-надзорной деятельности в целом по стране заслуживает внимания предложение В. Иноземцева [13], который предлагает резкое снижение налогов на малый и средний бизнес и налог на прибыль в сфере услуг для небольших предприятий отменить, а для торговых компаний существенно снизить. Такое стимулирование малого предпринимательства, по его подсчетам, могло бы прибавить к ВВП 0.9–1% в год и способствовать выходу малого предпринимательства «из тени».

Декларируемая всемерно поддержка малого и среднего бизнеса, к сожалению, на практике не подтверждается реальными действиями и результатами. Согласно выводам приведенным экспертами Института комплексных стратегических исследований (ИКСИ) в [18] темпы роста числа небольших предприятий в РФ крайне низки: число субъектов малого и среднего предпринимательства с августа 2016 года по 10 октября 2017 года по данным реестра Федеральной налоговой службы выросло всего на 1.3% — с 5.727 млн до 5.801 млн. При этом, рост достигнут исключительно за счет числа микропредприятий — на 1.5%, число же малых и средних предприятий сократилось соответственно на 1.6% и 3.4%. При всей важности развития микропредприятий все же необходимо отметить, что становым хребтом, на котором должно держаться и развиваться предпринимательство в стране является развитие и неуклонное возрастание количества малых и средних предпринимательских структур, что обуславливает необходимость их реальной и эффективной поддержки со стороны государственных и региональных органов, налоговых, финансовых, надзорных и банковских структур.

Также необходимо обеспечение значительного ежегодного поступательного возрастания бюджетного финансирования подпрограммы «Развитие малого и среднего предпринимательства» для реализации роста МСП и с целью достижения к 2030 году доли малого бизнеса в ВВП страны не менее 40%.

Список литературы

1. Распоряжение Правительства РФ от 02.06.2016 № 1083-р (ред. от 08.12.2016) «Об утверждении Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года» (вместе с «Планом мероприятий («дорожной картой») по реализации Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года»).
2. <https://www.kommersant.ru/dok/3447927>.
3. [www.newsru.com/finance/20 oct 2017/ bizwd.html](http://www.newsru.com/finance/20oct2017/bizwd.html).
4. Ахметов Л.А., Джураев Д.М., Журавлев Д.А. Совершенствование деятельности предпринимателей и предпринимательских структур. Путеводитель предпринимателя. Выпуск XXXVI. Научно-практическое издание. — М.: РАП, 2017. АП «Наука и образование».
5. Краудфандинг полезен для бизнеса. www.METRONNEWS.RU, среда, 2 августа 2017 года.
6. <http://www.newsru.com/finance/31oct2017/employedpoverty.html>.
7. Аганбегян А.Г. О налоговой реформе // Журнал «Экономическая политика». 2017 (февраль). Том 12, № 1.
8. Ryzhkov A.O., Development and approbation of the technique of the assessment of expediency and budgetary productivity of introduction of the tax privilege / Ryzhkov A.O., Bezrukova T.L., Sibiryatkina I.V., Bryantseva L.V. // Mediterian Journal of Social Science. Vol. 6 No. 3 S. 6 June 2015. — С. 67–80.
9. Налоговый кодекс Российской Федерации. Части первая и вторая. — Москва: Проспект, 2017. 1040 с.
10. Соколов Д.В. Институциональные проблемы развития российской государственности в условиях информационного общества / Д.В. Соколов // Политематический журнал научных публикаций «Дискуссия». № 9 (61). № 9 (61). — Екатеринбург, 2015. С. 105–108.
11. Балабанова А.В., Бусыгин К.Д. Сущность, содержание и основные понятия стратегической устойчивости предпринимательских структур // Путеводитель предпринимателя. Научно-практическое издание. Вып. XXIV — М.: Агентство печати «Наука и образование», 2014. С. 63–73.
12. Балабанов В.С., Ермакова Е.Е. Развитие инфраструктуры малого предпринимательства в России // Ученые записки Российской Академии предпринимательства. 2012. № 30. — С. 191–205.
13. Денег снова нет. <https://www.novayagazeta.ru/articles/2016/09/14/69849-deneg-snova-net>.
14. Степаненко Д. М. Налоговое стимулирование инновационной деятельности: зарубежный опыт и российские реалии // Вестник Уральского института экономики, управления и права. 2010. № 2–11. С.36–46.
15. Мороз В. Н. Налоговое стимулирование инновационной деятельности в зарубежных странах. URL: <http://www.pandia.ru/text/77/151/5294.php>.
16. Bloomberg внёс Россию в топ-15 инновационных экономик мира. Сайт: pikabu.ru. Дата обращения 14.08.2017.

17. Лошкарева И. Э., Назаров М. А. Оценка целесообразности и результативности налоговых льгот инновационной деятельности РФ // В сборнике: РОССИЙСКАЯ НАУКА: АКТУАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ. Сборник научных статей I Всероссийской заочной научно-практической конференции, посвященной 85-летию Самарского государственного экономического университета. Самарский государственный экономический университет. 2016. С. 244–248.
18. Малый бизнес растет малыми темпами <https://www.kommersant.ru/doc/3460635>.

References

1. Decree of the Government of the Russian Federation No. 1033-r of 02.06.2016 (as amended on 08.12.2016) «On approval of the Strategy for the Development of Small and Medium-sized Entrepreneurship in the Russian Federation for the period until 2030» (together with the «Action Plan (road map) on the implementation of the Strategy for the Development of Small and Medium-sized Entrepreneurship in the Russian Federation for the period up to 2030»).
2. <https://www.kommersant.ru/dok/3447927>.
3. [www.newsru.com/finance/20 oct 2017 / bizwd.html](http://www.newsru.com/finance/20oct2017/bizwd.html).
4. Akhmetov LA, Djuraev DM, Zhuravlev DA Perfection of activity of businessmen and enterprise structures. Guide Entrepreneur. Release XXXVI. Scientific and practical publication. – М.: AP «Science and Education», 2017.
5. Crowd-hosting is useful for business. www.METRONews.RU, Wednesday, August 2, 2017.
6. <http://www.newsru.com/finance/31oct2017/employedpoverty.html>.
7. Aganbegyan AG On the tax reform. Journal of Economic Policy. Volume 12, No. 1, February 2017.
8. Ryzhkov A.O., Bezrukova T.L., Sibiryatkina I.V., Bryantseva L.V., Ryzhkov A.O., Development and approbation of the technique of the assessment of expediency and budgetary resources // MediterianJournal of Social Science. Vol. 6 No. 3 S. 6 June 2015. – P. 67–80.
9. The Tax Code of the Russian Federation. Parts one and two. – Moscow: Prospekt, 2017. – 1040 p.
10. Sokolov D.V. Institutional Problems of the Development of Russian Statehood in the Conditions of the Information Society / D.V. Sokolov // The political journal of scientific publications «Discussion». No. 9 (61). No. 9 (61). – Ekaterinburg, 2015. – P. 105–108.
11. Balabanova AV, Busygin K.D. Essence, content and basic concepts of strategic stability of entrepreneurial structures. Guide Entrepreneur. Scientific and practical publication. Issue. XXIV. – М.: Russian Academy of Entrepreneurship. The Press Agency «Science and Education», 2014. – P. 63–73.
12. Balabanov VS, Ermakova E.E. Development of small business infrastructure in Russia // Scientific notes of the Russian Academy of Entrepreneurship. 2012. No. 30. P. 191–205.

13. There is no money again. <https://www.novayagazeta.ru/articles/2016/09/14/69849-deneg-snova-net>
14. Stepanenko DM Tax stimulation of innovation: foreign experience and Russian realities // Bulletin of the Ural Institute of Economics, Management and Law. 2010. № 2-11. С. 36–46.
15. Moroz VN Tax stimulation of innovation activity in foreign countries. URL: <http://www.pandia.ru/text/77/151/5294.php>.
16. Bloomberg has brought Russia into the top 15 innovative economies of the world. Website: pikabu.ru. Date of circulation 08.18.2017.
17. Loshkareva IE, Nazarov MA Evaluation of expediency and effectiveness of tax incentives for innovation activities of the Russian Federation // In the collection: RUSSIAN SCIENCE: ACTUAL RESEARCH AND DEVELOPMENT a collection of scientific articles of the 1st All-Russian Correspondence Scientific and Practical Conference dedicated to the 85th anniversary of the Samara State Economic University. Samara State University of Economics. 2016. P. 244–248.
18. Malyi biznes rastet malymi tempami <https://www.kommersant.ru/doc/3460635>.

Э. А. Баринов

*Кандидат экономических наук,
barinov.138@yandex.ru*

*Российская академия предпринимательства,
Москва, Российская Федерация*

Инкассовая форма расчётов в международном платёжном обороте

Аннотация: *В статье рассматривается инкассовая форма расчётов, даётся определение инкассо, его формы, участники, этапы проведения и роль гарантий.*

Ключевые слова: *инкассо, расчёты, векселя, гарантии.*

E. A. Barinov

*Cand. Sci. (Econ.),
barinov.138@yandex.ru*

*Russian Academy of Entrepreneurship,
Moscow, Russian Federation*

Payment for collection in the international payment traffic

Annotation: *The article discusses the collection form of payments, the definition of collection, its forms, participants, stages of carrying out and the role of guarantees.*

Keywords: *collection, payments, promissory notes, guarantees.*

Инкассовая форма расчётов получила широкое распространение во внешнеторговых операциях. В экспортном финансировании её доля составляет 19% (в импортном финансировании — 18%) , в тоже время уступая аккредитивной форме расчётов — 44% (соответственно — 44%) [5].

В отношении инкассовой формы расчётов применяются Унифицированные правила МТП по инкассо (публикация МТП № 522). Инкассо — это операции, осуществляемые банками на основании полученных инструкций, с документами (финансовыми и/или коммерческими) в целях: получения акцепта и/или платежа; выдачи коммерческих документов против акцепта и/или платежа; выдачи документов на других условиях [1].

В международной торговле инкассовая форма расчётов заключается в том, что экспортёр поручает своему банку получить от импортёра конкретную сумму валюты против передачи последнему соответствующих товарных и/или финансовых документов.

Участниками инкассовой операции являются: экспортёр — поручает операцию по инкассированию своему банку; банк-ремитент —

банк, которому экспортёр поручает операции по инкассированию; инкассирующий банк – любой банк, не являющийся банком-ремитентом, но принимающий участие в операции по выполнению инкассового поручения; представляющий банк – инкассирующий банк, делающий представление плательщику; импортёр – должен осуществить платёж против представленных ему документов.

Инкассовая операция проходит четыре этапа:

1) Экспортёр, отгрузив товар в соответствии с внешнеторговым контрактом, оформляет обусловленные им коммерческие и финансовые документы и совместно с инкассовым поручением передаёт в свой банк. При этом необходимо учитывать, что в зависимости от вида документов различают простое и документарное инкассо. Простое инкассо включает в себя только финансовые документы (траты, простые векселя, чеки), не сопровождаемых товарными документами. Документарное инкассо – инкассо с приложенными товарными документами, подлежащие выдаче против платежа, акцепта или на других условиях, указанных в инкассовом поручении.

Инкассовое поручение включает в себя указание на то: следует ли предъявить покупателю требование о платеже сразу по получении банком-корреспондентом товарных документов, или ожидать прибытия товаров в порт назначения; как должен поступить банк в случае отказа импортёра от оплаты товарных документов, в случае отказа от акцепта траты; отдельное указание количества оригиналов коносамента; наименование и полный адрес плательщика; наименование валюты платежа. В том случае, если документы выражены в иной валюте, чем валюта платежа, указывается курс пересчёта или способ его определения.

В инкассовом поручении должны содержаться также и чёткие инструкции, касающиеся: условий и срока оплаты документов; возможности принятия частичных платежей; порядка и условий оплаты комиссии и расходов, связанных с инкассированием; условий инкассирования процентов по финансовым документам.

2) Банк, принявший инкассовое поручение, направляет его вместе с документами банку-корреспонденту в стране импортёра. При этом банки, осуществляющие инкассовые операции, должны удостовериться в том, что полученные документы по внешним признакам соответствуют перечисленным в инкассовом поручении и должны немедленно сообщить экспортёру об отсутствии какого-либо документа. Банки не отвечают за соответствие товарных документов условиям контракта и количеству отгруженного товара.

Экспортёр указывает в инкассовом поручении наименование иностранного инкассирующего (представляющего) банка, если его выбор обусловлен сторонами контракта. Банк импортёра может рекомендовать плательщику иностранных инкассирующих банков.

3) Банк-корреспондент предъявляет товарные документы и выдаёт их импортёру против указанной в инкассовом поручении суммы. Если документы подлежат оплате в срок, иной чем по предъявлению, представляющий банк должен, когда запрошен акцепт, сделать представление к акцепту без задержки, а когда запрошен платёж, не позднее, чем в день платежа. Что касается документарного инкассо, включающего тратту платежом на определённую дату в будущем, инкассовое поручение должно иметь указание, подлежат ли коммерческие документы выдаче против акцепта тратты, или против платежа по ней. При отсутствии такого указания документы выдаются банком против платежа.

4) Полученная от импортёра валюта переводится инкассирующим банком на счёт банка страны экспортёра. Банк-ремитент зачисляет её на счёт поставщика. Банки, принимающие участие в инкассировании, не отвечают за последствия, возникающие в результате задержки и/или потерь сообщений, писем или документов и за ошибки в переводе и толковании технических терминов.

За выполнение инкассовых поручений банки взимают комиссию, размер которой значительно варьируется в зависимости от степени сложности поручения. Обычно комиссии банков страны экспортёра и другие банковские расходы оплачиваются за счёт продавца, а банков страны импортёра — за счёт покупателя. Но на практике в ряде внешнеторговых контрактов в пункте «Условия платежа» указывается, что расходы по инкассо за счёт экспортёра, а покупатель несёт банковские расходы только в своей стране. Таким образом, не предусмотрено, кто несёт иные, чем комиссия по инкассо, банковские расходы в стране импортёра.

Часто в международной практике банки, выполняющие инкассовые поручения, выдают покупателю документы до их оплаты под залог каких-либо ценностей, или даже без залога, оказывая, таким образом, доверие импортёру. В этом случае банки берут непосредственно на себя ответственность перед поставщиком и его банком.

В целом можно отметить, что инкассовая операция отличается сравнительной простотой. Обычно она не требует предварительных действий со стороны импортёра, его банка или банка поставщика. Этим во многом определяется заинтересованность в данной форме расчётов со стороны импортёров [6].

Инкассовая форма расчётов гарантирует экспортёру, что товар не перейдёт в распоряжение импортёра до тех пор, пока он не осуществил платёж или акцепт тратты. То есть до получения платежа документы находятся в распоряжении инкассирующего банка.

Однако инкассовая форма имеет для поставщика существенные недостатки. Так, разрыв во времени между отгрузкой товара, сдачей документов в банк и получением платежа может быть довольно значительным. В течение этого периода экспортёр несёт все риски, связанные с неблагоприятным для него изменением курса валюты цены и валюты платежа, если в контракте не предусмотрены защитные оговорки. Разрыв во времени замедляет также оборачиваемость средств.

Инкассовая форма расчётов не гарантирует экспортёру, что импортёр не откажется от оплаты товарных документов, или не окажется неплатежеспособным ко времени, когда товарные документы поступят в банк покупателя. Чтобы ослабить негативное влияние инкассовой формы расчётов для поставщика, обеспечить её надёжность и сократить разрыв во времени между передачей документов в банк и оплатой товаров используются различные дополнительные условия, например, когда расчёт осуществляется третьим лицом (как правило, банком) за счёт средств покупателя, находящихся в депозите у этого лица, которое берёт на себя ответственность перед продавцом за своевременную и надлежащую оплату представляемых им товарных документов в соответствии с установленными условиями; предоставление импортёром гарантий банка об оплате товарных документов. Наиболее надёжная форма гарантии платежа – гарантии первоклассных банков – корреспондентов банка импортёра.

Банковская гарантия – это обязательство банка произвести платёж при наступлении предусмотренных гарантией условий и выдаётся в пользу импортёра или его банка. Единой формы банковской гарантии не имеется, но она должна содержать наименование банка–гаранта, импортёра, экспортёра, сумму гарантии и срок её действия, причём этот срок должен превышать срок оплаты документов с тем, чтобы можно было предъявить требование к гаранту в случае неплатежа.

Сумма гарантии может превышать сумму представленных к оплате документов. Гарантия содержит чётко сформулированное обязательство платить при любом нарушении сроков обусловленных платежей со стороны импортёра. Обязательство платить может быть безусловным (т.е. оплата по первому требованию) или зависящим от каких-либо условий (т.е. условным). Гарантии банка бывают разовыми (покрывают отдельные поставки товара) и револьверными (автоматически пополняются по сумме и продлеваются по сроку действия в случае регулярных поставок в течение длительного периода времени).

В качестве примера можно привести гарантию, выданную одним из европейским банком, в пользу экспортёра: «Уважаемые господа, настоящим безусловно и неизменно гарантирует Вам от имени «XYZ» (далее юридический адрес компании), что сумма в 18.795 евро, которой ограничена только эта гарантия, покрывающая оплату запасных частей, перечисленных в счёте-фактуре от 20.12.20XX, которая относится к контракту № ..., импортной лицензии № ... и заказу № ... между «ABC» (продавец) и «XYZ» (покупатель), предусматривает оплату запасных частей Покупателем наличными, против основных документов в течение 15 дней после получения нами полного комплекта чистых отгрузочных документов.

Сумма, не оплаченная Покупателем, уплачивается нами против предоставления обычного письменного запроса от Продавца, с указанием о невыполнении Покупателем своих обязательств, споре, арбитраже.

Эта гарантия действительна от даты его подписания до 15 июля 2XXX г. Пожалуйста, информируйте нас о сокращении суммы гарантии на выплаченную сумму и о продлении срока действия гарантии. 15 июля 2XXX г. этот документ должен быть возвращён нам для погашения, в противном случае гарантия аннулируется и считается недействительной».

Включение указанных условий изменяет традиционную форму инкассовой операции, во многом приближая её к аккредитивной форме расчётов, и обеспечивает её широкое применение в экспортных операциях. Однако самыми важными условиями для нормального применения инкассовой формы расчётов выступают надёжность импортёра и его коммерческая репутация, ясность и чёткость положений контракта в отношении обязательств импортёра и экспортёра, отгрузка товаров в точном соответствии с условиями сделки.

Рассмотрим схему осуществления инкассовой операции по импорту.

После того, как экспортёр отгрузил товар и сдал товарные документы вместе с инкассовым поручением в свой банк, последний пересылает инкассовое поручение вместе с товарными и другими документами в адрес инкассирующего банка, который рассматривает инкассовое поручение, проверяя его и наличие товарных и других документов по перечню, указанному в инкассовом поручении. После этого банк импортёра выдаёт покупателю товаросопроводительные и другие документы вместе с инкассовым поручением при условии получения от плательщика обязательства, заключающегося в том, что документы до их оплаты или акцепта в полной сумме находятся в распоряжении инкассирующего банка и подлежат возврату по его первому требованию.

Если плательщик по истечении определённого количества рабочих дней от даты высылки инкассирующим банком требования о возврате этих документов не вернёт их, то указанный банк имеет право немедленно списать со счёта плательщика всю сумму инкассового поручения.

Инкассо со сроком оплаты «по предъявлению» или без указания срока оплачивается в течение оговоренного количества дней со дня получения импортёром документов.

Инкассо с оплатой в установленный срок, иной чем «по предъявлению», оплачивается не позднее, чем в день наступления срока платежа. На практике платёж по инкассо обычно предусматривается в течение определённого количества дней от даты получения инкассирующим банком документов, указанных во внешнеторговом контракте, а именно коммерческого счёта, полного комплекта чистых бортовых коносаментов, с пометкой «фрагт оплачен/фрагт оплачен заранее» (при отгрузках на условиях CIF, CFR) или «фрагт оплачивается по месту назначения» (при отгрузках на условиях FOB), соответствующих транспортных документов, страхового полиса и других документов [2].

Акцепт документов плательщиком после их проверки осуществляется в сроки, установленные в инкассовом поручении. За несколько дней до наступления срока платежа импортёр направляет в инкассирующий банк заявление на перевод в оплату инкассо, которое содержит данные о сумме платежа в инвалюте, наименование плательщика и его подробный адрес, номер и дату инкассового поручения и наименование банка экспортёра, особые условия перевода, предусматривающие распределение банковских расходов.

В случае полного отказа от акцепта или оплаты по инкассо импортёр возвращает инкассирующему банку полный комплект документов при письме с указанием мотивов отказа, а также информирует об этом экспортёра. При частичном отказе плательщик направляет в инкассирующий банк только письмо с мотивированным отказом и копии соответствующего извещения, направленного экспортёру.

Банк импортёра принимает заявление на перевод средств в частичную оплату инкассо, как правило, только при наличии специального на это разрешения в инкассовом поручении. Все банковские расходы, связанные с выставлением и оплатой инкассо, осуществляет импортёр. В случае задержки им платежа по инкассо он должен оплатить экспортёру проценты за каждый день задержки платежа по оговоренной процентной ставке.

Если экспортёр предоставляет импортёру коммерческий кредит, то покупатель должен оплатить продавцу проценты за пользование кредитом одновременно с оплатой товара. При этом оплата товаров,

поставленных в счёт внешнеторгового контракта, должна быть осуществлена при предоставлении ранее упомянутых документов, в которых указывается срочный переводной вексель, выписанный экспортёром на импортёра, на полную стоимость товара плюс проценты за предоставленный коммерческий кредит.

При расчётах в форме документарного инкассо за товары, поставляемые на условиях краткосрочного коммерческого кредита, обеспечением платежа выступают банковские платёжные гарантии на полную сумму стоимости товара, включая проценты за пользование кредита. Гарантия должна действовать до полного завершения расчётов по внешнеторговому контракту [3]. Все расходы, связанные с выставлением, изменением и использованием гарантии, оплачиваются импортёром.

Сумма платежа переводится импортёром посредством, например системы SWIFT, в соответствии с платёжными инструкциями, указанными в инкассовом поручении [5].

В целом можно сделать вывод, что инкассовая форма расчётов наиболее полно отвечает интересам плательщика, так как она не связывает ресурсы импортёра и позволяет ему не только проверять документы, но и сам товар ещё до его оплаты. Указанная форма расчётов обеспечивает импортёру максимальную обращаемость валютных средств, занятых во внешнеторговых операциях. Помимо этого плательщик имеет возможность контролировать выполнение экспортёром контрактных обязательств, так как платёж осуществляется после передачи товаросопроводительных документов, а с ними и права собственности на товар.

Список литературы

1. «Унифицированные правила по инкассо», редакция 1995г. (публикация МТП № 522).
2. «Инкотермс 2000» (публикация МТП № 560).
3. «Унифицированные правила для гарантий по требованию», редакция 2010г. (публикация МТП № 758).
4. Rethinking trade and finance, 2015.
5. ICC Global Survey on Trade Finance 2012.
6. <http://unidroit.org/instruments/commercialcontracts/unidroit-principles2010>.

References

1. «Unifitsirovannyye pravila po inkasso», redaktsiya 1995g. (publikatsiya MTP № 522).
2. «Inkotermes 2000» (publikatsiya MTP № 560).
3. «Unifitsirovannyye pravila dlya garantii po trebovaniyu», redaktsiya 2010g. (publikatsiya MTP № 758).
4. Rethinking trade and finance, 2015.
5. ICC Global Survey on Trade Finance 2012.
6. <http://unidroit.org/instruments/commercialcontracts/unidroit-principles2010>.

С. М. Бычкова

*Доктор экономических наук, профессор,
smbychkova@mail.ru*

*Институт экономики,
Санкт-Петербургский государственный аграрный университет,
Санкт-Петербург, Российская Федерация*

Н. Н. Макарова

*Доктор экономических наук, доцент,
yamg@mail.ru*

*Кафедра экономической безопасности и информационных технологий,
Волгоградский кооперативный институт, (филиал),
Российский университет кооперации,
Волгоград, Российская Федерация*

Анализ методологических основ современного развития потребительской кооперации с позиции неoinституционализма

Аннотация: В статье анализируются методологические основы современного развития потребительской кооперации с использованием принципа методологического индивидуализма, на который опирается неoinституционализм, и теории социально-экономических систем.

Ключевые слова: потребительская кооперация, неoinституционализм, принцип методологического индивидуализма, кооператив, система, пайщик, государство, экономика, общество.

S. M. Bychkova

*Dr. Sci. (Econ.), Prof.,
smbychkova@mail.ru*

*Institute of Economics,
Saint-Petersburg State Agrarian University,
Saint-Petersburg, Russian Federation*

N. N. Makarova

*Dr. Sci. (Econ.), Assoc. Prof.,
yamg@mail.ru*

*Economic security and information technology department,
Volgograd Cooperative Institute, (branch),
Russian University of Cooperation,
Volgograd, Russian Federation*

Analysis of the methodological foundations of the modern development of consumer cooperation from the position of neoinstitutionalism

Annotation: *The article analyzes the methodological foundations of the modern development of consumer cooperation using the principle of methodological individualism, which is based on neoinstitutionalism, and the theory of socio-economic systems.*

Keywords: *Consumer cooperation, neoinstitutionalism, the principle of methodological individualism, cooperative, system, shareholder, state, economy, society.*

Современный кооперативный сектор, который в значительной степени предопределяет развитие сельских территорий, достаточно медленно адаптируется к новым условиям. К числу существующих макроэкономических препятствий развития российской потребительской кооперации относятся: преобразование базовых институтов и механизмов взаимодействия участников; отсутствие целенаправленной кооперативной политики государства; несовершенство социальной политики; особенности структуры российской экономики, в которой преобладают крупные экономические субъекты; внутрисистемные проблемы в современной потребительской кооперации. Следует сделать акцент на некоммерческом статусе потребительской кооперации согласно действующему законодательству, добавляющему отдельные проблемы в содержание, виды и формы ее деятельности, что связано с нарушением исторических основ их существования.

Институт потребительской кооперации находится в последние десятилетия в процессе постоянной трансформации, а значит, требуется методологическое осмысление социально-экономического развития потребительской кооперации с позиции неoinституционализма, ориентированного «на человека, его свободу, социальную защиту, открывающие путь к свободному, экономически эффективному, устойчиво развивающемуся на основе внутренних стимулов обществу»¹.

Устойчивое макроэкономическое развитие, отражающееся в росте объемных характеристик экономики, требует дифференцированного концептуального подхода к развитию групп отраслей российской экономики, в том числе и кооперативного сектора. Концептуализация кооперации связана с необходимостью обращения к неoinституционализму, который базируется на принципе «методологического инди-

¹ Олейник Н.А. Институциональная экономика: учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2013. С. 13.

видуализма» и определяет, что подлинными участниками социального процесса являются не группы или организации, а индивиды (в концепции кооперации ведущая роль отводится индивиду).

В стратегической адаптации субъектов потребительской кооперации целесообразно институциональное построение устойчивых взаимоотношений между государством, гражданским обществом и потребительской кооперацией на базе модели, предложенной член-корреспондентом РАН Г.Б. Клейнером, что соответствует тетраде стратегий (рис. 1).

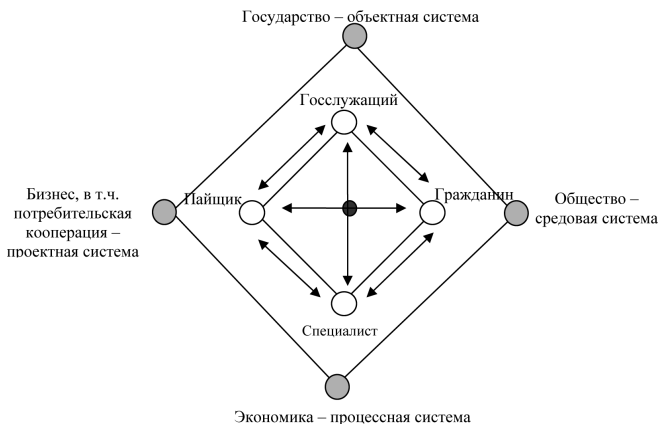


Рис. 1. Конфигурация участников стратегического управления системой потребительской кооперации на макро- и нано- уровнях

Следует заметить, что наиболее важное взаимодействие между четырьмя страновыми подсистемами развивается по периферии четырехугольника «государство – социум – экономика – бизнес»². К бизнесу, в контексте нашего исследования, можно отнести систему пространственного развития потребительской кооперации.

В большом внешнем ромбе каждая система демонстрирует отношения в тетраде, которая нацеливает на стратегический вариант управления. В качестве подсистем макроуровня в национальной общественной системе следует акцентировать внимание на четырех относительно самостоятельных подсистемах: государство, общество, экономика, бизнес в контексте потребительской кооперации.

Государство как общественная подсистема принадлежит к числу объектных систем ввиду наличия «государственных» границ и неопре-

² Клейнер Г.Б. Какая экономика нужна России и для чего? (Опыт системного исследования) // Вопросы экономики. 2013. № 10. С. 4–27.

деленного срока его существования. Дополнительным аргументом служит то, что государственные органы – объектные системы – формируют и реализуют государственную политику, то есть выступают ключевыми компонентами государства³.

Государство инициирует создание и развитие рыночных структур. Сегодня для кооперативного сектора, который только формально представляется равноправным с государственным и частным секторами экономики России, происходит трансформация правил игры на рынке, утрачиваются ключевые конкурентные преимущества и хозяйственная самостоятельность. При этом имеющееся противоречие между требованиями рынка и особенностями структуры управления потребительскими обществами можно разрешить только путем адаптации экономических субъектов данного типа к рыночным условиям при государственной поддержке. Данное обстоятельство требует институциональных преобразований, а именно эффективного действия формальных институтов во главе с государством.

На основе концепции институциональных изменений Д. Норта государство как объектная система развития регулирует процесс целенаправленных институциональных изменений, имеющий стратегию преобразований, кумулятивность начальных условий, набор факторов развития социально-экономических систем.

Государство и принимаемые им нормативные акты в отношении потребительских кооперативов участвуют в формировании законодательной институциональной среды, создавая правовую основу деятельности системы потребительской кооперации.

Государством должна проводиться политика поощрения развития кооперативного движения, инструментами которой могут быть преференции, налоговые и иные льготы кооперативам, субсидии на переработку и производство продукции, льготные кредиты, то есть формирование и реализация современных методов институционального стимулирования потребительской кооперации.

Государство обеспечивает процессы многообразных обменов в обществе. В данной роли государство выступает как внутренняя составляющая общества.

В формировании гражданского общества должно быть место и для кооперации, которая будет началом проявления общественной инициативы, платформой самоорганизации общества, особенно сельских

³ Клейнер Г.Б. Какая экономика нужна России и для чего? (Опыт системного исследования) // Вопросы экономики. 2013. № 10. С. 4–27.

жителей, поскольку средовая система общества в России в настоящее время имеет пространственную фрагментарность и обладает доступом только в крупных городах. «Стратификация и направления деятельности потребительских союзов, являющихся исключительно общественными организациями, обусловлены потребностями социума»⁴.

Следует заметить, что «кооперативное жизнеустройство – путь становления духовно-нравственной цивилизации, заключающей в себе модель справедливого общества»⁵.

Институты конструируют институциональную структуру не только общества, но и экономики, воздействуя на состояние экономических систем. Именно трансформация институтов способствует переходу от одной экономической системы к другой. Институты появляются, действуют и развиваются «в результате индивидуальных рациональных действий людей, вступающих в коалицию и тем самым осуществляющих уже коллективное поведение»⁶. Основное значение институтов в обществе заключается в уменьшении неопределенности путем формирования устойчивой структуры взаимодействия между людьми⁷. Государство и его субъекты посредством правовых инструментов выстраивают условия для конструктивной деятельности экономических субъектов.

Экономика как процессная система (неограниченная в пространстве и ограниченная во времени) отображает целостность взаимодействующих процессов производства, распределения, обмена, потребления материальных благ и услуг. Процессы, находящиеся в постоянном движении, взаимодействии, определяют развитие средовых систем.

Экономические субъекты потребительской кооперации в совокупности представляют собой многоотраслевое хозяйство, являющееся составным элементом не только экономики страны в целом, но и территорий. Поэтому важная миссия экономики заключается в координации и гармонизации интересов общества и потребительской кооперации.

Бизнес, как проектная система (ограниченная во времени и в пространстве) представляет собой самостоятельный макросубъект россий-

⁴ Егоров В.Г. Место и роль кооперации в рыночной экономике (теоретический анализ): дис. докт. экон. наук: 08.00.01. – М.: Институт стран СНГ, 2014. С. 486.

⁵ Марков Ю.Г. Жизнь требует перемен // Вестник аналитики. 2014. № 2 (56). С. 52.

⁶ Макаров В.Л. О математических моделях конкуренции между предприятиями // Экономическая наука современной России. 2002. № 1. С. 5.

⁷ Норт, Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / Пер. с англ. А. Н. Нестеренко. – М.: Начала, 1997.

ского общества, проектная система детерминирует развитие объектных систем.

В условиях рыночной экономики потребительская кооперация вынуждена заниматься коммерческой деятельностью, что свидетельствует о выходе ее за рамки естественной сущности, и, в результате данного обстоятельства, кооперативные организации становятся объектами налогообложения и субъектами правоотношений.

Следует заметить, что потребительское общество похоже на акционерное, но «это не акционерное общество потому что кооперация есть институт общественной самостоятельности, самоуправления»⁸. Аутентичный кооператив, если рассматривать его классически с позиции экономического акцента, выступает как неакционерная, некоммерческая организация.

Значимой традиционалистской принадлежностью кооперации, которая противостоит реконструкции и индивидуализации экономических отношений, служит существование в кооперативных организациях групповой формы собственности, принципиально отличающейся от корпоративной, частнокапиталистической собственности (в данном случае собственность означает только факт приращение ценности), поскольку цель кооперации заключается в удовлетворении экономических и социальных потребностей (выгод) членов кооперативов из консолидации индивидуальной собственности и трудовых усилий пайщиков. Ни один из участников отношений не обладает всей совокупностью правомочий собственности, но каждому из них принадлежит имущественный пай. Следовательно, поведенческие отношения, восприятие информации при принятии решения должны быть связаны с институтом собственности, так как собственность порождает стимулы, которые, в свою очередь, могут формировать разнообразные мотивы к коллаборации и экономическому росту.

Развитие проектной системы влечет за собой расширение технологий, увеличение инновационности, так как реализация инновационных проектов способствует изменению стандартного хода основных и вспомогательных процессов, применению специальных методов управления.

Кооперативная активность в перспективном развитии связана, прежде всего, с концентрацией ресурсов в руках пайщиков, как инноваторов, так и имитаторов инноваций. При этом потребительская коо-

⁸ Кабанов В.В. Крестьянская община и кооперация России XX века. – М.: ИРИ, 1997. С. 23.

перация способна поддерживать ресурсный потенциал территории. В этом случае возрастает роль пайщика как активного субъекта при создании государственными органами институциональных условий, обеспечивающих равновесную реализацию интересов всех участников системы. Тогда можно утверждать, что потребительская кооперация по объему человеческого потенциала и бизнес-идей, по масштабам рынка, который ей предстоит освоить, призвана стать важнейшим фактором обеспечения достойных условий жизни гражданского общества⁹, тесно интегрируя государственный интерес с социальными группами.

На субъектно-объектном уровне (рис. 1) малый ромб взаимосвязи отображает индивидуальный подуровень управления процессами деятельности, когда приоритет принятия решений зависит от знаний, качества и возможностей различных представителей систем. «Как бы ни фрагментировалось экономическое знание, как бы ни возрастало число самых разнообразных, частных теорий, все они, в конечном счете, отражают природу человеческой деятельности...»¹⁰. Пайщик в рамках проектной системы – потребительской кооперации – оказывается полноправным собственником своих интеллектуально-трудовых способностей. При этом человек (пайщик) делается личностью в полном смысле этого слова, экономика становится нравственной и подчиненной человеку¹¹. В соответствии с законом РФ от 19.06.1992 № 3085-1 «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации» пайщик – это гражданин (или юридическое лицо), внесший вступительный и паевой взносы и принятый в члены потребительского общества. Члены потребительского общества (пайщики) образуют потребительское общество и составляют социальную основу потребительского общества. Действия пайщиков сосредоточены на стремлении достижения локальной максимальной полезности посредством снижения трансакционных издержек. В результате в коллективе создается предпосылка для появления «ассоциативной атмосферы» как стратегии максимизации полезности, которая препятствует распространению оппортунизма. По мнению О. Уильямсона, повыше-

⁹ Макарова Н.Н., Суркова В.В. Проблемы формирования и оценки налогового вклада субъектов малого предпринимательства // Аудит и финансовый анализ. 2016. № 5. С. 18–21.

¹⁰ Экономическая теория в современной России: глобальные тенденции и национальные традиции: монография. – М.: Экономический факультет МГУ, ТЕИС, 2003. С. 18.

¹¹ Марков Ю.Г. Жизнь требует перемен // Вестник аналитики. 2014. № 2 (56). С. 45–54.

ние производительности происходит благодаря чувству ответственности за внесение справедливого вклада в общее дело¹².

В рамках подхода, базирующегося на рациональном выборе, институты рассматриваются как «правила игры» как внешние ограничения рациональной деятельности индивидуума, которые через механизм санкций и путем снижения трансакционных издержек «побуждают» рациональных акторов к определенным стратегиям поведения, обеспечивая тем самым социальное взаимодействие, то есть «стремящиеся к максимизации личной выгоды, обычно считают для себя выгодным сотрудничать с другими игроками, если игра носит повторяющийся характер, если индивид располагает информацией о поведении других игроков в прошлом и если число игроков невелико»¹³.

Одной из форм экономической игры может быть кооперативная, которая представляет кооператив как сформированную коалицию, где возможен обмен информацией между участниками. В кооперативных играх рассматриваются «ситуации (в контексте неоднородности предпочтений), когда выгоды от коллективных действий получают все игроки (участники кооператива)»¹⁴. При этом между членами кооператива заключается соглашение, которое они вынуждены выполнять, в отношении кооперативного излишка (cooperative surplus), реализуемого в кооперативе и не выступающего в качестве прибыли. Кооператив должен обеспечить реализацию интересов своих членов, что приведет к ситуации, при которой они предпочтут быть активными в рамках данной коалиции и максимизировать свой результат.

Исходя из теории игр, вытекают условия возникновения кооперативного поведения: бесперебойное взаимодействие индивидуумов в малочисленных группах, доступный и свободный обмен информацией. Следовательно, истинные кооперативы, которые базируются на хозяйственной демократии и саморегулировании, обеспечивают индивидуальные интересы своих членов, можно сформировать только «снизу».

Ограничения и возможности социально-экономического развития потребительской кооперации создаются институциональной сре-

¹² Williamson O. Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications. A Study in the Economics of Internal Organization. N.Y.: Free Press, 1975.

¹³ Норт, Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / Пер. с англ. А. Н. Нестеренко. — М.: Начала, 1997. С. 28.

¹⁴ Юрманова Е.А. Неинституциональный исследовательский инструментарий современной кооперативной теории и практики // Journal of Institutional Studies (Журнал институциональных исследований). 2013. Т. 5. № 3. С. 86.

дой. От системы потребительской кооперации зависит благосостояние миллионов малообеспеченных потребителей. Для того чтобы потребительская кооперация могла включаться в контекст социально-экономического развития с альтернативными формами хозяйствования и функциональными эквивалентами, необходимо проведение серьезных институциональных изменений. Одна из целей государства в создании условий для развития потребительской кооперации состоит в изменении институциональной среды, формировании адекватных институтов поддержки и возможности участия государства по их реализации.

Работа выполнена при поддержке гранта РФФИ, проект № 17-02-00182 «Институциональная модель инновационного развития системы потребительской кооперации».

Список литературы

1. Закон РФ от 19.06.1992 № 3085-1 «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации».
2. Егоров В.Г. Место и роль кооперации в рыночной экономике (теоретический анализ): дис. докт. экон. наук: 08.00.01. — М.: Институт стран СНГ, 2014.
3. Кабанов В.В. Крестьянская община и кооперация России XX века. — М.: ИРИ, 1997.
4. Клейнер Г.Б. Какая экономика нужна России и для чего? (Опыт системного исследования) // Вопросы экономики. 2013. № 10.
5. Макаров В.Л. О математических моделях конкуренции между предприятиями // Экономическая наука современной России. 2002. № 1.
6. Макарова Н.Н., Суркова В.В. Проблемы формирования и оценки налогового вклада субъектов малого предпринимательства // Аудит и финансовый анализ. 2016. № 5.
7. Марков Ю.Г. Жизнь требует перемен // Вестник аналитики. 2014. № 2 (56).
8. Норт, Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / Д. Норт; пер. с англ. А. Н. Нестеренко. — М.: Начала, 1997.
9. Олейник Н.А. Институциональная экономика: учеб. пособие. — М.: ИНФРА-М, 2013.
10. Экономическая теория в современной России: глобальные тенденции и национальные традиции: монография / Под ред. А.А. Пороховского. — М.: Экономический факультет МГУ, ТЕИС, 2003.
11. Юрманова Е.А. Неинституциональный исследовательский инструментарий современной кооперативной теории и практики // Journal of Institutional Studies (Журнал институциональных исследований). 2013. Т. 5. № 3.
12. Williamson O. Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications. A Study in the Economics of Internal Organization. — N.Y.: Free Press, 1975.

References

1. Zakon RF ot 19.06.1992 № 3085-1 «O potrebitel'skoi kooperatsii (potrebitel'skikh obshchestvakh, ikh soyuzakh) v Rossiiskoi Federatsii».
2. Egorov V.G. Mesto i rol' kooperatsii v rynochnoi ekonomike (teoreticheskii analiz): dis. dokt. ekon. nauk: 08.00.01. – M.: Institut stran SNG, 2014.
3. Kabanov V.V. Krest'yanskaya obshchina i kooperatsiya Rossii XX veka. – M.: IRI, 1997.
4. Kleiner G.B. Kakaya ekonomika nuzhna Rossii i dlya chego? (Opyt sistemnogo issledovaniya) // Voprosy ekonomiki. 2013. № 10.
5. Makarov V.L. O matematicheskikh modelyakh konkurentsii mezhdru predpriyatiyami // Ekonomicheskaya nauka sovremennoi Rossii. 2002. № 1.
6. Makarova N.N., Surkova V.V. Problemy formirovaniya i otsenki nalogovogo vklada sub»ektov malogo predprinimatel'stva // Audit i finansovyi analiz. 2016. № 5.
7. Markov Yu.G. Zhizn' trebuet peremen // Vestnik analitiki. 2014. № 2 (56).
8. Nort, D. Instituty, institutsional'nye izmeneniya i funktsionirovanie ekonomiki / D. Nort; per. s angl. A. N. Nesterenko. – M.: Nachala, 1997.
9. Oleinik N.A. Institututsional'naya ekonomika: ucheb. posobie. – M.: INFRA-M, 2013.
10. Ekonomicheskaya teoriya v sovremennoi Rossii: global'nye tendentsii i natsional'nye traditsii: monografiya / Pod red. A.A. Porokhovskogo. – M.: Ekonomicheskii fakul'tet MGU, TEIS, 2003.
11. Yurmanova E.A. Neoinstitututsional'nyi issledovatel'skii instrumentarii sovremennoi kooperativnoi teorii i praktiki // Journal of Institutional Studies (Zhurnal institutsional'nykh issledovaniy). 2013, T. 5. № 3.
12. Williamson O. Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications. A Study in the Economics of Internal Organization. – N.Y.: Free Press, 1975.

В. Г. Кещян

*Доктор экономических наук, профессор,
vazgen.k@bk.ru*

*Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова,
Москва, Российская Федерация*

В. М. Русаков

*Аспирант,
VladimirRusakoff@gmail.com*

*Кафедра финансовых рынков,
Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова,
Москва, Российская Федерация*

Понятие «риск» на финансовых рынках и количественные методы его оценки

Аннотация: Понятие «риск» является основополагающим понятием любого вида деятельности. Любая деятельность, в том числе инвестирование на финансовом рынке, связано с различного рода рисками и неопределенностью. Поэтому для осуществления успешной инвестиционной деятельности разобраться с этим понятием является первостепенной задачей. Также в данной статье представлены основные методы количественной оценки различных видов рисков, такие как методы расчета риска через среднеквадратическое отклонение, через коэффициент бета (β) и через показатель VaR.

Ключевые слова: риск, неопределенность, методы оценки риска, среднеквадратическое отклонение, бета, VaR.

V. G. Keschyian

*Dr. Sci. (Econ.), Prof.,
vazgen.k@bk.ru*

*Plekhanov Russian University of Economics,
Moscow, Russian Federation*

V. M. Rusakov

*Postgraduate student,
VladimirRusakoff@gmail.com*

*Department of financial markets,
Plekhanov Russian University of Economics,
Moscow, Russian Federation*

The concept «risk» in the financial markets and quantitative methods of his assessment

Annotation: *A concept «risk» is a fundamental concept for any kind of activities. All activities, including investing in financial market, connect with different kind of risks and uncertainty. Therefore the main task for success investing is to understand this concept. Also this article shows different quantitative methods of estimating risk, such as estimating risk with standard deviation, with coefficient beta (β) and VaR.*

Keywords: *risk, uncertainty, methods of estimating risk, standard deviation, beta, VaR.*

Понятие «риск» является обширным понятием, оно имеет множество различных интерпретаций. Например, в контексте осуществления деятельности компании «риск – это возможное (предвидимое или непредвидимое) событие, которое в состоянии изменить ожидаемый в определенный период времени результат хозяйственной деятельности компании и/или ее положение в отрасли, регионе, стране»¹.

Традиционно считается, что риск является объективной экономической категорией, потому что в процессе любой деятельности субъект сталкивается с необходимостью, принять какое-либо решение, не имея полной уверенности в успехе этих начинаний, т.е. любой субъект сталкивается с неопределенностью при принятии решений.

Неопределенность – это неспособность людей спрогнозировать вероятность реализации тех или иных событий. «Различие между терминами риск и неопределенность заключается в том, что риск можно отнести к измеримой неопределенности, а неопределенность к неизмеримой неопределенности. Обычно слово «риск» употребляют весьма вольно: так называют неопределенность любого вида, связанную с непредвиденными обстоятельствами неблагоприятного толка; точно также термин «неопределенность» подразумевает благоприятный исход. Мы говорим о риске убытков и о неопределенности выигрыша»².

Структурно риск можно описать с помощью следующих характеристик: опасности и возможности, т.е. следует рассматривать риск не только как то, что несет негативные последствия, подразумевая какие-то опасности и угрозы, также под риском следует рассматривать и новые дополнительные возможности. «Опасность является ключевой характеристикой риска (нет опасности – нет риска). Она определяет

¹ Екатеринославский Ю.Ю. Интегративный риск-менеджмент компаний: диагностика, этапы и программы управления рисками. Проблемы анализа риска. 2012. Том 9. № 5. С. 80–90. [2]

² Найт Ф.Х. Риск, неопределенность и прибыль. – М.: Дело, 2003. С. 225). [3]

источник, носителя риска, а значит, и окружающую среду, где обитает носитель риска»³.

Применительно к финансовому рынку риск можно рассматривать как возможные убытки, которые может понести инвестор в результате осуществления своих инвестиционных стратегий. Поэтому многие современные исследователи финансового рынка сходятся на мнении о том, что управление риском и его оценка является более важной задачей, чем вычисление ожидаемой доходности вложений. «Управляющий не может контролировать цены на рынке, он может контролировать риски»⁴. Следовательно, контроль рисков особенно важен потому, что позволяет оценить не то, сколько можно заработать, а то, сколько можно потерять при том или ином варианте инвестирования.

Как уже отмечалось выше, риск является фундаментальным условием существования экономического субъекта, т.е. риск является неотъемлемой составляющей управления активами на финансовом рынке. Как и при осуществлении любой деятельности, инвестирование в ценные бумаги связано с неопределенностью, поэтому требует оценки не только ожидаемой доходности, но и рисков, которые будет принимать на себя инвестор в том или ином варианте инвестирования.

Традиционно инвестиционный риск принято делить на два вида: системный (рыночный) и несистемный (диверсифицируемый).

Системный (рыночный) риск

Системный риск (systematic risk) влияет на весь рынок в целом, он присущ финансовому рынку и является его неотъемлемой частью.

Ниже приведены два определения системного риска, описывающие его наиболее полно:

1. «Системный риск в финансовом секторе — это риск, оказывающий влияние на всю финансовую систему и реальную экономику посредством каскадного эффекта, эффекта заражения и цепной реакции»⁵.

³ Фадейкина Н., Демчук И. Фундаментальное положение теории риска, риск-менеджмента и раскрытие их содержания в международных и отечественных стандартах // РИСК: РЕСУРСЫ, ИНФОРМАЦИЯ, СНАБЖЕНИЕ, КОНКУРЕНЦИЯ. 2013. № 4. С. 184–188. [6]

⁴ Чеботарев Ю. Торговые работы на Российском фондовом рынке. — М.: Омега-Л, 2006. С. 54. [7]

⁵ Taylor J.B. Systemic Risk and the Role of Government. Dinner Keynote Speech Conference on Financial Innovation and Crises Federal Reserve Bank of Atlanta Jekyll Island. Georgia, May 12, 2009. [12]

2. «Системный риск – риск финансовой сферы, имеющий разрушительное влияние на реальный сектор экономики. Такая взаимосвязь обеспечивает системность риска. Негативные эффекты реализуются через воздействие на поставки товаров и услуг, спрос на другие товары и услуги, а также действуют в течение длительного периода времени»⁶.

Несистемный (диверсифицируемый) риск

Диверсифицируемый риск (*idiosyncratic risk*) – это риск, который оказывает влияние только на отдельные компании, считается, что он поддается уменьшению.

Если в нашем портфеле только один актив, то риск (волатильность) портфеля будет зависеть только от этого актива. Если в составляемом нами портфеле будет несколько некоррелированных активов, то риск портфеля становится значительно меньше. Таким образом, чем больше различных активов, тем меньше диверсифицируемый риск (рис. 1). Другими словами, с увеличением числа ценных бумаг в портфеле диверсифицируемый риск снижается, но до определенного уровня, ограниченного рыночным риском.

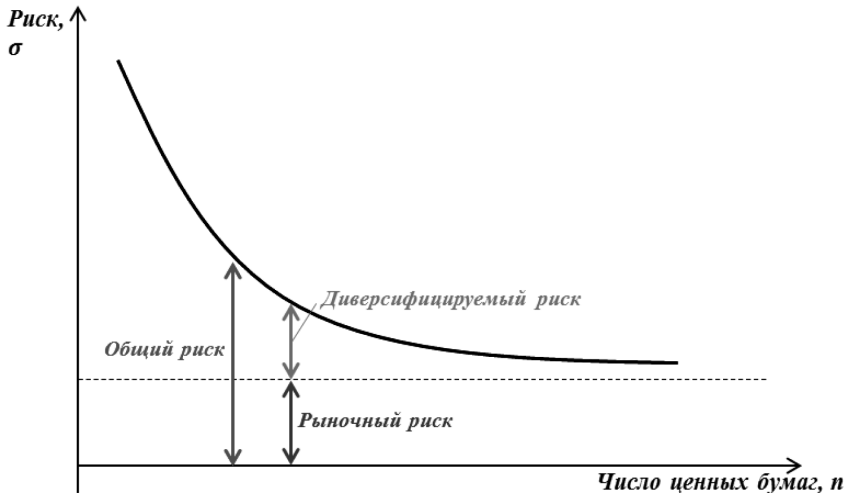


Рис. 1. Деление общего риска на рыночный и диверсифицируемый⁷

⁶ Саввина О.В. Концепт «системный финансовый риск» // Вестник Российского Экономического Университета им. Г.В. Плеханова. 2013. № 11(65). С. 70–76. [4]

⁷ Рисунок разработан автором.

Можно выделить следующие уровни диверсификации:

1) По классам активов: акции, облигации или депозиты, недвижимость, товарный активы (золото, серебро), производный финансовые инструменты (фьючерсы, опционы); причем по каждому из классов также можно произвести диверсификацию, например, в виде, представленном ниже:

- по видам акций: обыкновенные и привилегированные;
- по видам облигаций: корпоративные и государственные.
- по видам деривативов: фьючерсы, опционы, форварды, свопы.

2) По странам: финансовые рынки развитых стран (США, Великобритания, Япония, Германия) и развивающихся стран (Россия, Индия, Китай, ЮАР, Бразилия, Аргентина, Мексика):

- по биржам развитых стран: биржи США – NYSE, CME, NASDAQ, биржи Великобритании – группа лондонских фондовых бирж, биржи Японии – группа японских фондовых бирж;
- по биржам развивающихся стран: биржи России – Московская биржа, Санкт-Петербургская биржа, биржа Китая – Шанхайская фондовая биржа, Шэньчжэньская фондовая биржа, биржи Индии – Бомбейская фондовая биржа, Национальная фондовая биржа Индии.

3) По отраслям: нефть и газ, потребительский сектор (ритейл), телекоммуникации, транспорт, финансы, химия и нефтехимия, электроэнергетика, металлургия, строительство, автопроизводители и проч.

4) По размеру капитализации: крупнейшие компании (голубые фишки), средние компании и компании малой капитализации.

5) По видам торговых систем: трендовые, контртрендовые, флетовые.

Методы количественной оценки риска

Существуют следующие три подхода к количественной оценке риска:

1. Подход, основанный на рассмотрении риска как дисперсии или среднеквадратического отклонения доходности актива.

Дисперсия и стандартное отклонение доходности финансового инструмента показывают степень предполагаемого разброса его доходности относительно среднего значения.

Пусть вектор (r_1, r_2, \dots, r_T) показывает доходность определенного актива за период T , тогда выборочная дисперсия актива вычисляется по формуле (1)⁸:

⁸ Буренин А.Н. Управление портфелем ценных бумаг – М.: Научно-техническое общество имени академика С.И.Вавилова, 2008. С. 14. [1]

$$\sigma^2 = \frac{1}{T} \cdot \sum_{t=1}^T (r_t - \bar{r})^2, \quad (1)$$

где σ^2 – выборочная дисперсия, r_t – доходность актива в момент времени t , \bar{r} – средняя доходность актива за период времени T .

Для того, чтобы посчитать несмещенную (исправленную) дисперсию необходимо воспользоваться формулой (2):

$$\sigma^2 = \frac{1}{T-1} \cdot \sum_{t=1}^T (r_t - \bar{r})^2. \quad (2)$$

Несмещенная оценка дисперсии считается более точной, чем выборочная дисперсия, потому что при расчете выборочной дисперсии используется не среднее значение генеральной совокупности доходности \bar{r} , а выборочное среднее.

На практике лучше пользоваться не показателем дисперсия, а показателем среднеквадратическое отклонение, т.к. дисперсия представляет собой отклонение доходности актива от среднего в квадрате. Среднеквадратическое (стандартное) отклонение вычисляется как корень из дисперсии и рассчитывается по формуле (3):

$$\sigma = \sqrt{\sigma^2}. \quad (3)$$

Для того, чтобы рассчитать дисперсию портфеля, состоящего из n ценных бумаг, воспользуемся формулой (4):

$$\sigma_p^2 = \sum_{i=1}^n x_i^2 \sigma_i^2 + \sum_{i=1}^n \sum_{\substack{j=1 \\ i \neq j}}^n x_i x_j cov_{ij}, \quad (4)$$

где σ_p^2 – дисперсия портфеля, x_i – удельный вес i -ого актива в портфеле, x_j – удельный вес j -ого актива в портфеле, cov_{ij} – ковариация доходностей i -го и j -го актива, она рассчитывается по формуле (5):

$$cov_{ij} = \frac{1}{T} \cdot \sum_{t=1}^T (r_i^t - \bar{r}_i)(r_j^t - \bar{r}_j), \quad (5)$$

где r_i^t – доходность i -ой акции в момент времени t , r_j^t – доходность j -ой акции в момент времени t , \bar{r}_i – средняя доходность i -ой акции за период времени T , \bar{r}_j – средняя доходность j -ой акции за период времени T .

Так как ковариация актива с самим собой равна дисперсии – формула (6):

$$cov_{ii} = \sigma^2, \quad (6)$$

то выражение (4) можно упростить и переписать в виде (7):

$$\sigma_p^2 = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n x_i x_j cov_{ij}. \quad (7)$$

В матричном виде риск портфеля можно записать через формулу (8):

$$\sigma_p^2 = X^T \cdot COV \cdot X, \quad (8)$$

где X – вектор-строка удельных весов активов в портфеле (размерности $1 \times n$), X^T – вектор-столбец (транспонированный вектор X) удельных весов активов в портфеле (размерности $1 \times n$), $COV = \parallel cov_{ij} \parallel_{n \times n}$ – ковариационная матрица, т.е. квадратная матрица $n \times n$, у которой на пересечении i -ой строки и j -го столбца стоит ковариация i -го и j -го актива, и отсюда следует, что она симметрична относительно диагонали, а на диагонали у нее находятся дисперсии соответствующих активов.

2. Оценивание рыночного риска через показатель бета (β).

Важным понятием при оценивании риска, в частности общего рыночного риска, является понятие «рыночного портфеля».

Под рыночным портфелем подразумевают такой портфель, который состоит из всех финансовых активов, имеющих на рынке, причем удельный вес в нем должен быть равен удельному весу этих активов в совокупной стоимости всех финансовых активов на рынке.

К сожалению, такой портфель составить практически невозможно, т.к. для этого потребуется включить всевозможные финансовые инструменты, которые есть на рынке (и это не только акции, но и облигации, и недвижимость, и производные финансовые инструменты). Поэтому в практической деятельности под рыночным портфелем подразумевают портфель на основе рыночного индекса с широкой базой, т.е. индекса, в котором представлено максимальное количество компаний из различных отраслей и с различными удельными весами в зависимости от капитализации компании. Например, в качестве такого индекса на американском фондовом рынке может выступать индекс S&P500, в который входит 500 наиболее крупных по капитализации компаний, а для российского рынка в качестве таких индексов с широкой базой можно взять индекс ММВБ или РТС.

Индекс РТС является основным индикатором, определяющим поведение рынка ценных бумаг России. Он вычисляется на основании 50 акций компаний с наибольшей капитализацией. Рассчитываться индекс РТС начал в 1995 году, его начальное значение составляло 100 пунктов. Кроме самого индекса РТС есть еще и его модификации, например, такие как РТС-2 (рассчитывается по акциям «второго эшелона»), технические индексы РТС и индексы РТС по отраслям.

Индекс ММВБ также вычисляется на основании 50 акций наиболее капитализированных эмитентов на российском фондовом рынке.

Этот индекс «начал рассчитываться с 22 сентября 1997 года, и его начальное значение было 100 пунктов»⁹.

Основное отличие двух вышеописанных индексов заключается в том, что индекс ММВБ рассчитывается по рублевым ценам, в то время как индекс РТС рассчитывается по ценам в долларах США.

Рыночный портфель используется для измерения коэффициента бета (β) или рыночного риска. Этот коэффициент показывает зависимость между доходностью отдельного актива и доходностью рынка (рыночного портфеля). Она рассчитывается по формулам (9) или (10):

$$\beta_i = \frac{cov_{im}}{\sigma_m^2}, \quad (9)$$

$$\beta_i = \frac{\sigma_i}{\sigma_m} corr_{im}, \quad (10)$$

где β – бета i -го актива, cov_{im} – ковариация доходности i -го актива с доходностью рыночного портфеля, $corr_{im}$ – корреляция доходности i -го актива с доходностью рыночного портфеля.

Таким образом, величина β актива показывает то, насколько риск этого актива превосходит риск рыночного портфеля или же наоборот, насколько риск конкретного финансового инструмента меньше рыночного риска. Активам, у которых бета больше единицы, присущ больший риск, чем у рыночного портфеля, а активы с бетой меньше единицы – менее рискованны, чем рыночный портфель. Если же бета принимает значение, меньшее нуля, то это означает, что доходность актива обратно пропорциональна рыночной доходности, т.е. когда рынок падает, то актив растет и наоборот, когда рынок в целом растет, то доходность актива падает.

«Бета портфеля – это средневзвешенное значение величин бета активов, входящих в портфель, где весами выступают их удельные веса в портфеле. Она рассчитывается по формуле (11)»¹⁰:

$$\beta_p = \sum_{i=1}^n x_i \beta_i, \quad (11)$$

где β_p – бета портфеля, β_i – бета i -ого актива, x_i – удельный вес i -го актива, n – количество активов в портфеле.

3. Оценка риска с помощью показателя *VaR*.

VaR (Value at Risk) – это показатель, определяющий количество денежных средств, которыми рискует инвестор. Другими словами, на-

⁹ <http://www.moex.com/ru/index/MICEXINDEXCF>.

¹⁰ Буренин А.Н. Управление портфелем ценных бумаг. – М.: Научно-техническое общество имени академика С.И. Вавилова, 2008. С. 90–91. [1]

хождение VaR — это один из методов определения риска портфеля или определение величины денежных средств, которые может потерять инвестор.

Более формально показатель VaR можно определить как индикатор риска, определяющий максимальную сумму денежных средств, которую потенциально может потерять портфель инвестора в течение заданного периода времени с определенной доверительной вероятностью.

Основная задача при оценивании риска с помощью VaR состоит в том, чтобы построить распределение прибылей и убытков за определенный период времени и определить ту точку на графике этого распределения, соответствующую заданному уровню доверительной вероятности.

Если предположить, что функция плотности распределения прибылей и убытков какого-то актива имеет известное распределение, например, нормальное (гауссово) распределение, и она будет следовать ему в дальнейшем, то в таком случае, определить VaR не составляет большого труда — его можно найти по известному распределению с заданной вероятностью.

Например, дана случайная величина $\Delta P = (\Delta P_1, \Delta P_2, \dots, \Delta P_T)$, показывающая значения прибылей и убытков за период T , в данном случае ΔP_p , $t = 1 \dots, T$ рассчитывается по формуле (12):

$$\Delta P_t = P_{t+1} - P_t, \quad (12)$$

где ΔP — прибыль/убыток за период с момента времени t по $t + 1$ (изменение стоимости портфеля), P_t — стоимость портфеля в момент времени t , P_{t+1} — стоимость портфеля в момент времени $t + 1$.

Если предположить, что функция распределения этой случайной величины соответствует нормальному распределению со средним значением ΔP_{cp} и дисперсией σ_p^2 , то VaR , отвечающий 95%-ному доверительному интервалу, показана на рисунке 2.

Показатель VaR можно оценить как через абсолютные, так и относительные значения. Абсолютный VaR показывает потери относительно нуля — на рисунке 2 обозначено как $VaR(0)$, а относительный VaR — потери по сравнению со средним ΔP_{cp} . На рисунке 2 относительный VaR обозначен как $VaR(\Delta P_{cp})$.

Таким образом, VaR портфеля можно рассчитать по формуле (13):

$$VaR_p = P_p \sigma_p Z_\alpha, \quad (13)$$

где VaR_p — VaR портфеля, P_p — стоимость портфеля, σ_p — среднее квадратическое отклонение доходности портфеля, Z_α — число среднееквadra-



Рис. 2. Распределение прибылей и убытков для заданного портфеля ¹¹

тических отклонений, которые соответствуют уровню доверительной вероятности α .

Список литературы

1. Буренин А.Н. Управление портфелем ценных бумаг. — М.: Научно-техническое общество имени академика С.И. Вавилова, 2008.
2. Екаториновский Ю.Ю. Интегративный риск-менеджмент компаний: диагностика, этапы и программы управления рисками. Проблемы анализа риска. 2012. Том 9. № 5. С. 80–90.
3. Найт Ф.Х. Риск, неопределенность и прибыль. — М.: Дело, 2003.
4. Саввина О.В. Концепт «системный финансовый риск» // Вестник Российского Экономического Университета им. Г.В. Плеханова. 2013. № 11(65). С. 70–76.
5. Тихомиров Н.П., Тихомирова Т.М. Риска-анализ в экономике. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003.
6. Фадейкина Н., Демчук И. Фундаментальное положение теории риска, риск-менеджмента и раскрытие их содержания в международных и отечественных стандартах // РИСК: РЕСУРСЫ, ИНФОРМАЦИЯ, СНАБЖЕНИЕ, КОНКУРЕНЦИЯ. 2013. № 4. С. 184–188.
7. Чеботарев Ю. Торговые роботы на Российском фондовом рынке. — М.: Омега-Л, 2006.
8. Шарп У., Александер Г., Бэйли Дж. «Инвестиции» / Пер. с англ. — М.: ИНФРА-М, 2001.
9. Bernstein P.L. Against the Gods: The remarkable story of risk. — N.Y.: J.Wiley & Sons, 1996
10. Rachev S. et al., Desirable properties of an ideal risk measure in portfolio theory // International Journal of Theoretical and Applied Finance. 2008. Vol.11, No.1. PP. 19–54.

¹¹ Рисунок разработан автором.

11. Sereda E.N. et al. Distortion risk measure in portfolio optimization. In.: Guerard Jr., John B. (Eds.). Handbook of Portfolio Construction. – New York: Springer-Verlag, 2010.
12. Taylor J.B. Systemic Risk and the Role of Government. Dinner Keynote Speech Conference on Financial Innovation and Crises Federal Reserve Bank of Atlanta Jekyll Island. Georgia, May 12, 2009.
13. The Concept of Systemic Risk. European Central Bank Financial Stability Review, December 2009.
14. <http://www.moex.com/ru/index/MICEXINDEXCF>

References

1. Burenin A.N. Upravlenie portfelem tsennykh bumag. – M.: Nauchno-tehnicheskoe obshchestvo imeni akademika S.I.Vavilova, 2008.
2. Ekaterinoslavskii Yu.Yu. Integrativnyi risk-menedzhment kompanii: diagnostika, etapy i programmy upravleniya riskami. Problemy analiza riska. 2012. Tom 9. № 5. S. 80–90.
3. Nait F.Kh. Risk, neopredelennost' i pribyl'. – M.: Delo, 2003.
4. Savvina O.V. Kontsept «sistemnyi finansovyi risk» // Vestnik Rossiiskogo Ekonomicheskogo Universiteta im.G.V. Plekhanova. 2013. № 11 (65). S. 70–76.
5. Tikhomirov N.P., Tikhomirova T.M. Riska-analiz v ekonomike. – M.: YUNITI-DANA, 2003.
6. Fadeikina N., Demchuk I. Fundamental'nye polozheniya teorii riska, risk-menedzhmenta i raskrytie ikh sodержaniya v mezhdunarodnykh i otechestvennykh standartakh // RISK: RESURSY, INFORMATSIYa, SNABZhenIE, KONKURENTSIYa. 2013. № 4. S. 184–188.
7. Chebotarev Yu. Torgovye roboty na Rossiiskom fondovom rynke. – M.: Omega-L, 2006.
8. Sharp U., Aleksander G., Beili Dzh. «Investitsii» / Per. s angl. – M.: INFRA-M, 2001.
9. Bernstein P.L. Against the Gods: The remarkable story of risk. – N.Y.: J.Wiley & Sons, 1996.
10. Rachev S. et al., Desirable properties of an ideal risk measure in portfolio theory // International Journal of Theoretical and Applied Finance. 2008. Vol.11. No.1. PP. 19–54.
11. Sereda E.N. et al. Distortion risk measure in portfolio optimization. In.: Guerard Jr., John B. (Eds.). Handbook of Portfolio Construction. – New York: Springer-Verlag, 2010.
12. Taylor J.B. Systemic Risk and the Role of Government. Dinner Keynote Speech Conference on Financial Innovation and Crises Federal Reserve Bank of Atlanta Jekyll Island. Georgia, May 12, 2009.
13. The Concept of Systemic Risk. European Central Bank Financial Stability Review, December 2009. 14. <http://www.moex.com/ru/index/MICEXINDEXCF>

А. А. Куликова

*Старший преподаватель,
ms.Kulikovaanna@mail.ru*

*Кафедра «Управление информационными системами
и программирования»,
Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова,
Москва, Российская Федерация*

Е. Е. Борисенко

*Студент 3-го курса,
borisenko.ekaterina777@yandex.ru*

*Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова,
Москва, Российская Федерация*

М. И. Волкова

*Студент 3-го курса,
mariavolkova30@gmail.com*

*Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова,
Москва, Российская Федерация*

Методы управления экономической безопасностью предприятия

Аннотация: В статье авторами проведен комплексный анализ методов и моделей управления экономической безопасностью предприятия. Было определено понятие экономической безопасности, ее цели, приведена классификация различных методов ее обеспечения, а также детально проработаны варианты создания моделей управления экономической безопасностью предприятия.

Ключевые слова: угрозы, сферы предприятия, экономическая безопасность предприятия, методы и модели управления безопасностью, служба управления экономической безопасностью предприятия.

A. A. Kulikova

*Senior lecturer,
ms.Kulikovaanna@mail.ru*

*Department of management information
systems and programming,
Plekhanov Russian University of Economics,
Moscow, Russian Federation*

E. E. Borisenko

*3-year student,
borisenko.ekaterina777@yandex.ru
Plekhanov Russian University of Economics,
Moscow, Russian Federation*

M. I. Volkova

*3-year student,
mariavolkova30@gmail.com
Plekhanov Russian University of Economics,
Moscow, Russian Federation*

Methods of economic security management of a company

Annotation: *The article presents a comprehensive analysis of methods and models of managing economic security of an enterprise. The concept of economic security and its goals are defined. The paper also suggests a classification of methods as well as various models for managing economic security of a company.*

Keywords: *threats, sphere of the enterprise, economic security of a company, methods and models of economic security, economic security management service.*

В настоящее время компании, осуществляя свою деятельность, сталкиваются с огромным количеством угроз, которые могут проявляться в различных формах. В связи с этим предприятия постоянно стремятся к успешному развитию и функционированию, а для этого им следует совершенствовать свои методы управления экономической безопасностью.

Экономическая безопасность предприятия (ЭБП) предполагает наиболее эффективное использование активов, ресурсов фирмы, позволяющие выявить болевые точки в его деятельности, определить основные направления и наиболее действенные способы повышения эффективности работы предприятия, в целях предупреждения ее внутренних и внешних угроз.

Внутренние угрозы компании представляют собой ее неустойчивость с экономической и финансовой точки зрения, а также, например, нарушение законодательства РФ сотрудниками фирмы или же совершение действий, противоречащих интересам деятельности компании. Все это, несомненно, приносит ущерб предприятию, портит ее имидж.

Внешние угрозы отражаются в нестабильности макроэкономической ситуации в стране, конкуренции на рынке, в постоянном изменении законодательства, в мошенничестве и промышленном шпионаже, а также в коррупции и криминальной деятельности отдельных структур [6].

ЭБП также позволяет добиться максимальной финансовой и экономической устойчивости и независимости фирмы.

Экономическая устойчивость представляет собой умение руководства компании при неблагоприятных условиях деятельности сохранить свое состояние и динамику развития [4].

Экономическая безопасность любого предприятия ставит себе следующие цели:

- 1) свести к минимуму риск банкротства, т.е. грамотно управлять финансовыми потоками;
- 2) стать наиболее конкурентоспособным с технологической точки зрения;
- 3) обеспечить инвестиционную безопасность;
- 4) снизить риск возникновения неэффективного менеджмента, иными словами, подобрать высококлассный персонал;
- 5) защитить информацию, сохранить коммерческую тайну предприятия.

Для достижения вышеуказанных целей любой компании следует определить возможные методы для создания модели управления ЭБП.

Существует множество всевозможных способов, методов, моделирования, которые основаны на экономическом анализе конкретной фирмы. Среди таких методов можно выделить следующие:

а) математическое программирование, что в настоящее время является одним из основных средств, с помощью которого становится возможным определить результат изучаемого явления, процесса, посредством применения ЭВМ;

б) методы математической статистики, которые предполагают использование законов распределения, вариационного ряда, а в случае анализа многомерной модели — регрессии, корреляции, спектрального, дисперсионного, компонентного, факторного, ковариационного методов [5];

в) использование теории игр, т.е. теории математических моделей, позволяющих принять оптимальное решение в условиях конфликта, а иногда и неопределённости двух или нескольких сторон, у каждой из которых есть свой интерес;

г) исследование операций, изучающих экономические системы, а также хозяйственную деятельность предприятий в целом. Цель данного исследования состоит в поиске лучшего набора структурно взаимосвязанных элементов системы, чтобы получить максимум выгоды, наилучший экономический показатель из большинства возможных.

Очевидно, руководствуясь этими методами, ученые разработали огромное количество экономико-математических моделей, которые относительно характера использования имеют следующую классификацию:

1) оптимизационные модели, предполагающие четкое нахождение решения поставленной задачи, а также последующую оценку его эффективности с помощью построения целевой функции;

2) экономико-математические модели без управления, т.е. статические модели, которые нужны для того, чтобы исследовать различные объекты при помощи установления количественных соотношений их параметров;

3) имитационное моделирование, представляющее собой взаимосвязанность таких элементов, как: имитационные модели «больших систем», экспертные процедуры и программирование структуры модели на ЭВМ [5];

4) игровые модели, основанные на теории игр.

Ученые, исследующие проблему экономической безопасности предприятия, безусловно, использовали вышеописанные методы для построения модели ЭБП, но как такового общего метода её построения не существует.

Следует отметить, что существуют и другие методы управления ЭБП, главная цель которых состоит в применении специальных систем финансирования убытков компании. Иными словами, нужно покрыть их таким образом, чтобы в случае возникновения какого-либо неблагоприятного происшествия, инцидента, руководство компании сумело быстро исправить свое положение. В данном случае, предприятия используют такие методы, как хеджирование и страхование, так как именно они смогут обеспечить непрерывное финансирование и защитить финансовые потоки фирмы. Но если мы говорим о повышении и улучшении уровня ЭБП, то применения данных систем недостаточно, потому что они тоже имеют свои минусы:

1) можно применять только по отношению к некоторым рискам;

2) нуждаются в существенном финансировании;

3) зависят от рынка страховых услуг.

Именно поэтому необходимо было найти альтернативные способы управления экономической безопасностью. Среди таких методов были выделены финансовые и операционные, а также их сочетания.

Одним из способов, который помогает компании локализовать и предотвратить различные угрозы ЭБП, является метод стратегических

организационных изменений, предполагающий проведение структурных модификаций в компании. При таком методе будет происходить своего рода распределение рисков и угроз ЭБП для того, чтобы максимально снизить масштабы их концентрации. Приведем пример применения вышеуказанного метода для транспортной компании. В данном случае диверсификация будет представлена сочетанием перевозок с логистическим бизнесом, более того, потребуются развивать специальную инфраструктуру, товары будут передвигаться либо в одном, либо в нескольких регионах страны. Также можно отметить, что существует и диверсификация флота, по видам грузов, по капиталу [2].

Если ресурсы компании, как материальные, так и нематериальные, используются для создания двух и более видов продукции и в разных географических точках, то в данном случае возникает эффект экономии на масштабах. Ведь в материальные активы фирмы входят мощности, способные оказать услуги сезонного, переменного спроса или же спроса, характеризующегося постепенным снижением, а также включаются основные фонды, обладающие избыточной производственной мощностью. Если же речь идет о составе нематериальных ресурсов компании, то к ним относится прежде всего деловая репутация, опыт руководителей, а также технические знания.

Далее рассмотрим финансово-страховые методы, служащие для обеспечения ЭБП. Такие способы обеспечения экономической безопасности объединяют страховые и нестраховые риски компании, т.е. представляют собой комбинацию страховой и финансовой защиты. В результате использования такого метода фирма застраховывает не только традиционные риски, например, риски несчастного случая, но и спекулятивные, потому что валютный рынок предусматривает как частичные потери, так и выигрыши, что обеспечивает своего рода компенсацию потерь.

Есть и другие финансовые методы управления ЭБП, предполагающие гибкие корректировки структуры капитала компании и использование инструментов резервного финансирования для хеджирования денежных потоков. Здесь имеется ввиду, что любая компания способна осуществлять свою деятельность с меньшим рычагом, и тем самым становится возможным увеличение чистого дохода, а также более спокойная реакция на перепады доходности. Безусловно, управление долговым рычагом позволяет фирме получить те же выгоды, что и от хеджирования и страхования. Но нельзя забывать, что в случае стабильности денежных потоков наличие долговых обязательств не

влияет пагубно на деятельность фирмы, а если случаются непредвиденные потери, или возникает упущенная выгода, то компания сталкивается с проблемами.

Фирма сталкивается с издержками банкротства, когда из-за потери стоимости не может погасить долговые обязательства. Причина образования таких проблем заключается в недостатке капитала после резкого уменьшения прибыли. Чтобы предотвратить возникновение таких ситуаций, нужно воспользоваться инструментами хеджирования денежных потоков, рынок которых в настоящее время интенсивно развивается. Главным достоинством использования данных инструментов является тот факт, что в процессе своей деятельности компания извлекает пользу от долговых обязательств и одновременно уменьшает свой долговой рычаг, если случаются форс-мажорные обстоятельства. В результате фирме удастся решить проблему издержек банкротства и сократить искажение инвестиционных решений [2].

Как нами уже было отмечено, экономисты давно занимаются исследованием методов управления ЭБП, особенное значение изучению данной проблемы уделил В. С. Гусев, который утверждает, что прежде всего компании нужно оценить свою экономическую защищенность, т.е. определить следующие показатели развития:

- 1) финансовая устойчивость и платёжеспособность;
- 2) рентабельность деятельности фирмы, определить эффективность ее управления;
- 3) рыночная устойчивость;
- 4) оборачиваемость средств, т.е. деловая активность;
- 5) инвестиционная привлекательность.

Далее следует использовать «N-мерную параметрическую интерпретацию состояния экономической безопасности и финансовой состоятельности промышленного предприятия», состоящую из следующих показателей:

- 1) балансовая прибыль;
- 2) рентабельность активов;
- 3) коэффициент обеспеченности собственными средствами;
- 4) коэффициент текущей ликвидности.

Очевидно, что данная модель обеспечения экономической безопасности лишена такого качества, как системность, более того, методы В. С. Гусева помогают управлять лишь финансовыми потоками предприятия, не рассматривая при этом ряд важных для экономической безопасности объектов, характеризующих экономические интересы хозяйствующего субъекта [5].

О. С. Грунин разработал другую концепцию экономической безопасности и предложил совершенно иной подход к созданию модели обеспечения ЭБП. Были сформулированы особые меры для гарантирования безопасности основных фондов, персонала компании, конфиденциальности информации, такие модели представляются графически, и включают:

- а) объект безопасности;
- б) объект угрозы;
- в) источники угроз;
- г) угрозы;
- д) варианты защиты и т.д.

В своей модели О. С. Грунин попытался устранить недостатки модели В. С. Гусева, однако моделирование всего лишь трех главных объектов компании не дает возможности комплексно управлять ЭБП. Эти ученые обращали внимание лишь на риски, рассматривая их отдельно от моделирования самой системы безопасности. Следует отметить, что важную роль исследователи отводят игровым моделям, так как они создают перспективы для мелких компаний, но в то же время их невозможно использовать в крупных предприятиях из-за огромного количества транзакций.

Особое место в управлении ЭБП занимает служба обеспечения экономической безопасности. Ее целью, непосредственной обязанностью, является не только предотвращение утечки информации, но и участие в кадровой политике. Разумеется, службы экономической безопасности принимают активное участие в использовании других инструментов управления, финансовых, технических. Например, если происходит поглощение одной компании другой, т.е. осуществляется диверсификация предприятия, то службой экономической безопасности производится комплексный анализ угроз и последствий такой сделки, с целью снижения последующего риска использования активов в деятельности компании.

Если же мы говорим о финансовом мониторинге, контроллинге, управленческом учете, то данная служба в праве проводить дополнительные проверки для обеспечения руководителей предприятия достоверной информацией, полученной исключительно из конфиденциальных источников.

Таким образом, методологический подход к созданию системы экономической безопасности предприятия состоит в выборе набора методов, применение которых определяется особенностями той или иной компании и спектр таких методов разнообразен.

Можно выделить несколько этапов создания модели экономической безопасности предприятия. На первом этапе следует выявить возможные угрозы, именно тогда формируется комплекс объектов ЭБП. Компании следует воспользоваться такими методами обеспечения экономической безопасности, как статистические методы, интуитивно-логические, аналитические. Целесообразность каждого из этих методов можно определить исходя из рода деятельности предприятия и особенностей его функционирования. Отметим, что ключевым методом в управлении ЭБП является моделирование, позволяющее на ранних стадиях математически или же графически описать конкретную ситуацию. На втором этапе следует в большей мере воспользоваться аналитическими методами, так как здесь требуется определить возможности управления рисками и механизмы их противодействию. Здесь же оценивается уровень экономической устойчивости, защищенности компании. На третьем этапе разрабатывается механизм прогнозирования состояния компании, а также распределяются функции между сотрудниками фирмы для обеспечения управления экономической безопасностью предприятия. Здесь следует воспользоваться методами, устанавливающими пороговые значения индикаторов экономической безопасности. Не может существовать единого неизменного перечня индикаторов экономической безопасности предпринимательства, поскольку каждое предприятие, а также особенности его предпринимательской деятельности особые и индивидуальные. Для показателей должны быть обоснованы удовлетворительные минимальные значения и допустимые диапазоны изменений, должен существовать возможность составления рейтинга предприятий, в том числе в динамике.

Следуя вышесказанному, можно сделать вывод о том, что обеспечение экономической безопасности предприятия играет ключевую роль в развитии и дальнейшем процветании любой компании.

Список литературы

1. Бельченко С.В., Халиков М.А., Щепилов М.В. Управление транзакционными издержками интегрированной группы предприятий: модели и методы. – Москва, 2011. 171 с.
2. Корезин А.С., Поскочинова О.Г. Альтернативные методы управления экономической безопасностью транспортного предприятия // Журнал университета водных коммуникаций. 2014. № 1. С. 162–168.
3. Максимов Д.А. Модели и методы оценки и управления экономической безопасностью предприятия: авт. дис. на соиск. уч. ст. к.э.н. РЭУ им. Г.В. Плеханова. Москва, 2011.

4. Максимов Д.А., Осельская А.В. Финансовая устойчивость как основополагающий фактор экономической безопасности предприятия // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2016. № 6. С. 365–368.
5. Мошкова Р.А. Система управления экономической безопасностью внутренней бизнес-среды промышленного предприятия // Transport business in Russia. 2012. № 6. С. 13–16.
6. Халиков М.А. Максимов Д.А., К вопросу о содержании понятия «Экономическая безопасность предприятия» и классификации угроз безопасности // Международный журнал экспериментального образования. 2015. № 3. С. 588.
7. Халиков М.А., Хечумова Э.А., Шардин А.А. Методология учета и оценки рисков производственной и финансовой сфер деятельности предприятия // Ученые записки Российской Академии предпринимательства. 2010. № 23. С. 165–180.

References

1. Bel'chenko S.V., Halikov M.A., Shhepilov M.V. Upravlenie transakcionnymi izderzhkami integrirovannoj grupy predpriyatij: modeli i metody Moskva, 2011. 171 s.
2. Korezin A.S., Poskochinova O.G. Al'ternativnye metody upravlenija jekonomicheskoy bezopasnost'ju transportnogo predpriyatija. Zhurnal universiteta vodnyh kommunikacij. 2014. № 1. S. 162–168.
3. Maksimov D.A. Modeli i metody ocenki i upravlenija jekonomicheskoy bezopasnost'ju predpriyatija: avt. dis. na soisk. uch. st. k.je.n. RJeU im. G.V. Plehanova. Moskva, 2011.
4. Maksimov D.A., Osel'skaja A.V. Finansovaja ustojchivost' kak osnovopolagajushhij faktor jekonomicheskoy bezopasnosti predpriyatija // Mezhdunarodnyj zhurnal prikladnyh i fundamental'nyh issledovanij. 2016. № 6. S. 365–368.
5. Moshkova R.A. Sistema upravlenija jekonomicheskoy bezopasnost'ju vnutrennej biznes-sredy promyshlennogo predpriyatija // Transport business in Russia. 2012. № 6. S. 13–16.
6. Halikov M.A. Maksimov D.A., K voprosu o soderzhanii ponjatija «Jekonomicheskaja bezopasnost' predpriyatija» i klassifikacii ugroz bezopasnosti // Mezhdunarodnyj zhurnal jeksperimental'nogo obrazovanija. 2015. № 3. S. 588.
7. Halikov M.A., Hechumova Je.A., Shardin A.A. Metodologija ucheta i ocenki riskov proizvodstvennoj i finansovoj sfer dejatel'nosti predpriyatija // Uchenye zapiski Rossijskoj Akademii predprinimatel'stva. 2010. № 23. S. 165–180.

Н. В. Пономарёва

*Кандидат экономических наук, доцент,
nyronomareva@rea.ru.*

*Кафедра бухгалтерского учета и налогообложения,
Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова,
Москва, Российская Федерация*

Е. В. Голубцова

*Кандидат экономических наук,
katarina.golubtsova@gmail.com*

*Кафедра бухгалтерского учета и налогообложения,
Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова,
Москва, Российская Федерация*

Е. С. Новикова

*Кандидат экономических наук,
eknov1981@gmail.com*

*Кафедра экономической теории,
Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова,
Москва, Российская Федерация*

**Налоговая политика российского государства
в условиях реализации экономики замкнутого цикла**

Аннотация: *В данной статье предпринята попытка анализа налоговой политики российского государства в условиях реализации экономики замкнутого цикла с учетом рассмотрения лучших зарубежных практик в данной области. В дополнение к этому, проанализированы преимущества и недостатки введения тех или иных экологических налогов и сборов на примере других стран, а также представлены рекомендации по дальнейшему усовершенствованию Налогового кодекса РФ.*

Ключевые слова: *экономика замкнутого цикла, налоговые инструменты государственного регулирования, экологические налоги.*

N. V. Ponomareva

*Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof.,
nyronomareva@rea.ru*

*Department of Accounting and Taxation,
Plekhanov Russian University of Economics,
Moscow, Russian Federation*

E. V. Golubtsova

Cand. Sci. (Econ.),

katarina.golubtsova@gmail.com.

*Department of Accounting and Taxation,
Plekhanov Russian University of Economics,
Moscow, Russian Federation*

E. S. Novikova

Cand. Sci. (Econ.),

eknov1981@gmail.com

*Department of Economics,
Plekhanov Russian University of Economics,
Moscow, Russian Federation*

Russian Tax policy in conditions of circular economy

Annotation: *This research paper covers the analysis of tax policy in Russia in conditions of circular economy implementation taking into account best Western practices in this field. Additionally, researchers have outlined advantages and disadvantages for launching of special ecological taxes and fees at the example of other countries. Some recommendations for further improvement of the Russian Tax code are provided.*

Keywords: *circular economy, tax tools for the government regulation, ecological taxes.*

На сегодняшний день, мировое сообщество столкнулось одновременно с несколькими проблемами глобального уровня, носящими разнонаправленный характер. Во-первых, дальнейшее развитие экономики потребления не представляется возможным без внедрения новых методов производства, которые бы смогли значительно удешевить стоимость производства товаров и услуг, одновременно с этим увеличив продолжительность их использования, что, к сожалению, по своей сути, формирует конфликт интересов для той или иной компании, производящей продукцию.

Вместе с тем производство товаров и услуг компаниями происходит в рамках линейной модели посредством сформированных глобальных цепочек создания стоимости: определенное количество потребляемых ресурсов используется для производства продукта, после чего компании занимаются предоставлением дополнительных услуг потребителю до выхода данного продукта из строя, после чего продукт выбрасывается, тем самым нанося значительный ущерб окружающей среде.

По подсчетам Мирового экономического форума 65 миллиардов тонн сырья было использовано компаниями для производства товаров в 2010 году, и эта цифра увеличится до 82 миллиардов тонн к 2020 году [5]. Таким образом, линейная модель потребления ресурсов и производства товаров и услуг формирует систему, при которой возрастающее потребление способствует большим выбросам, тем самым, в дополнение, загрязняя окружающую среду [2].

Рассматриваемая комплексная проблема может быть решена при помощи внедрения принципов экономики замкнутого цикла, при которой важным аспектом производства товаров и услуг становится принцип безотходного производства, увеличивая тем самым жизненный цикл продукта, и снижая количество отходов как от самого производства товара, так и при его утилизации. Вместе с тем, получение дополнительной прибыли компаниями возможен не за счет более частой смены приобретаемого товара, а от числа оказываемых дополнительных услуг, необходимых для долгосрочного функционирования продукта.

В связи с таким кардинальным переходом в структуре производства товаров и услуг, возникает потребность в анализе побочных факторов, которые должны учитываться государством для устойчивого функционирования социального, экономического и политического взаимодействия в том или ином обществе.

Например, стоит обратить внимание на то, что при такой экономике замкнутого цикла экономический рост в обществе возможен за счет все большего использования человеческих ресурсов в секторах экономики со значительной долей научно-исследовательских разработок (НИОКР). Конкурентоспособность компаний будет зависеть от наиболее рационального использования имеющихся ресурсов с одновременным высоким уровнем производительности как труда, так и эффективного использования сырья и материалов.

Таким образом, новый подход в производстве товаров и услуг требует нововведений и в налоговой сфере. Налоговая политика государства, направленная на внедрение экономики замкнутого цикла, должна способствовать:

- получению максимальных доходов бюджета при реализации международного разделения труда;
- устойчивому влиянию государства в региональном взаимодействии;
- производству товаров, востребованных на мировых рынках [2].

В настоящее время налоговая система не только Российской Федерации, но и других стран мира создает больше препятствий, чем сти-

мулов к внедрению экономики замкнутого цикла. Это связано с тем, что использование природных ресурсов не облагается такими высокими налогами, как использование труда наемных работников.

Распространенной мировой практикой стало и субсидирование потребления не возобновляемых источников энергии, которое по своим объемам более чем в два раза превышает дотации на возобновляемые ресурсы. Такое положение вещей еще больше усложняет внедрение продуктов, произведенных в рамках циркулярной экономики.

Есть и еще одна негативная сторона высоких «зарплатных» налогов: стимулирование предпринимателей к постепенной замене человеческого труда машинами и оборудованием, даже если это связано с применением альтернативных источников энергии. Сокращение издержек на рабочую силу достигается также и переносом трудоемких видов деятельности на аутсорсинг в страны с низкими доходами. Такой подход не отвечает государственным интересам, так как сокращает налоговую базу и, следовательно, бюджетные доходы. Кроме того, безработица увеличивает государственные социальные расходы.

Значительные налоговые выплаты работодателей сдерживают и осуществление трудоемких НИОКР, результатом которых могут стать новые безотходные технологии. Та же проблема существует с ремонтом и техническим обслуживанием, продлевающим жизненный цикл товара в концепции циркулярной экономики.

Зарубежные исследователи этой проблемы склоняются к необходимости перехода от налогов на труд к налогам на природные ресурсы и потребление. Результатом, по их мнению, должно стать создание новых рабочих мест и сокращение загрязнения окружающей среды.

В повторное использование товаров вовлечено меньшее количество не возобновляемых ресурсов, но в большей степени используются трудовые ресурсы. Отсюда появляется главная проблема налогового стимулирования циркулярной экономики: необходимость перераспределения налогового бремени между добычей ресурсов и использованием труда персонала в пользу первого. Это особенно актуально в связи с постепенным исчезновением полезных ископаемых, ростом цен на них и, как следствие, удорожанием потребительских товаров.

Для раскрытия всего экономического потенциала экономики замкнутого цикла предлагаются следующие нововведения в налоговой системе:

- уменьшение налоговой нагрузки на использование рабочей силы (подходные налоги, отчисления на государственное социальное страхование);
- повышение ставок экологических налогов;

- увеличение налогов на потребление (НДС, налога с продаж, акцизы).

Такие нововведения в налоговых системах должны способствовать развитию экономики замкнутого цикла, что будет отвечать не только национальным экономическим интересам, но и принесет пользу окружающей среде и обществу. Перераспределение налогового бремени будет стимулировать вложение денег в продление жизненного цикла производимой продукции посредством ремонта и технического обслуживания. Следствием проведения вышеописанной налоговой политики по прогнозам должно стать решение еще одной глобальной проблемы: снижение уровня вредных выбросов через внедрение современных экологических технологий.

На практике, реализация экономических методов стимулирования экономики замкнутого цикла ставит серьезные задачи и вызывает множество сложностей при воплощении в реальной жизни.

Так, в странах Европейского союза давно распространена практика взимания экологических налогов в целях стимулирования сокращения вредного воздействия на окружающую среду. Доля их в общем объеме налоговых поступлений значительна, но тенденции к ее увеличению не наблюдается (Таблица 1). Существуют четыре группы обязательных «зеленых» платежей: налоги на энергию, транспортные налоги, налоги на загрязнение и налоги на ресурсы. Экологические налоги делают производство и потребление товаров, наносящих вред окружающей среде, более дорогими, соответственно структура цены меняется.

Таблица 1

Доля экологических налогов в общем объеме всех налоговых платежей и отчислений на социальное страхование (%)¹

Страна	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Германия	5,81	5,83	5,58	5,34	5,2	4,97
Франция	4,48	4,45	4,41	4,47	4,44	4,75
Финляндия	6,57	7,18	6,98	6,71	6,62	6,65
Австрия	5,68	5,87	5,74	5,58	5,59	5,51
Великобритания	7,46	7,24	7,37	7,46	7,5	7,43
Швеция	6	5,66	5,65	5,51	5,18	5,14
Нидерланды	9,79	9,64	9,12	9,04	8,95	8,98

¹ По данным Евростата http://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&pcode=t2020_rt320&plugin=1 http://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-datasets/-/T2020_RT320.

Продолжение таблицы 1

Страна	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Евросоюз (28 стран)	6,37	6,38	6,35	6,33	6,33	6,31

Зарубежные специалисты всё чаще говорят о негативных последствиях чрезмерно высоких экологических налогов, которые в наибольшей степени затрагивают интересы наименее обеспеченных слоёв населения и средний класс. Это выражается в росте цен на электроэнергию, бензин и другие товары первой необходимости. К вредным последствиям относят и подрыв конкурентоспособности компаний на внешнем рынке. В Великобритании, например, экологические налоги стали причиной превращения этой страны из нетто-экспортёра в нетто-импортёра цемента. Это стало следствием переноса вредного производства в третьи развивающиеся страны. Такая же ситуация наблюдается и с производством энергоёмкой продукции. [3]

К социальным издержкам «зеленых» налогов можно отнести безработицу. В некоторых странах было также отмечено снижение заработной платы в связи с ростом предложения рабочей силы. Сотрудники теряют свои рабочие места в связи с закрытием вредных производств и переносом их в другие страны.

Введение зеленых налогов иногда наталкивается на препятствия. Так, во Франции в 2009 году в рамках реализации принципа «загрязнитель платит» был введен налог на большегрузный автомобильный транспорт, перевозивший товары по французским дорогам. Так называемый «топливный туризм» не только загрязнял окружающую среду, но и создавал пробки на дорогах. Однако инициатива была встречена протестным движением, инициатором которого явились заинтересованные деловые круги. Результатом стало аннулирование принятого решения в ноябре 2016 года. Между тем в Бельгии подобная система успешно работает с апреля 2016 года.

В таких странах, как Англия, Германия, Австрия, Дания, Швеция, Нидерланды, которые уже имеют более чем десятилетний опыт реализации «зелёных налоговых реформ», не наблюдается снижения поступлений от налогов на доходы и прибыль (Таблица 2) и взносов на социальное обеспечение (Таблица 3). Уменьшение этих платежей благотворно влияет на эффективность вложения средств и повышает позиции страны в международных рейтингах инвестиционной привлекательности. Реализация же налоговой политики, направленной на внедрение экономики замкнутого цикла предполагает снижение именно этих плате-

жей при одновременном повышении бюджетного значения экологических налогов.

Таблица 2

Доля подоходного налога и налога на прибыль в ВВП (в %) ²

Страна	2009	2012	2014	2015
Германия	10,4	11,0	11,4	11,6
Дания	27,7	28,4	32,2	29,2
Швеция	15,5	14,5	14,9	15,5
Австрия	11,5	12,0	12,6	13,2
Великобритания	12,1	11,6	11,2	11,5
Нидерланды	10,0	9,1	9,6	10,5

Таблица 3

Доля платежей на социальное обеспечение в ВВП (в %) ³

Страна	2007	2009	2011	2012	2013	2014
Германия	12,8	13,9	13,8	13,9	13,9	13,9
Дания	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Швеция	11,8	10,9	9,9	10,2	10,0	9,9
Австрия	13,7	14,2	14,1	14,2	14,6	14,7
Великобритания	6,1	6,2	6,2	6,2	6,1	6,0
Нидерланды	12,6	12,8	13,8	14,7	14,9	14,9

Нельзя отметить в вышеупомянутых развитых странах и ярко выраженной тенденции к увеличению поступлений от налогов на товары и услуги, к которым, в первую очередь, относятся НДС, акцизы и налог с продаж (в случае с США) (Таблица 4). Косвенные налоги имеют один существенный недостаток, они ограничивают платежеспособный спрос, так как включаются в цену облагаемых товаров и услуг. Повышение ставок налогов на потребление было бы нежелательно и для конечных потребителей, и для бизнеса, так как оно обернется снижением потребления и уменьшением доходов.

В Российской Федерации не существует экологических налогов, но есть «зеленые» так называемые парафискальные платежи:

- экологический сбор, предусмотренный Федеральным закон от 24.06.1998 № 89-ФЗ «Об отходах производства и потребления»,

² <http://www.oecd.org/tax/tax-policy/revenue-statistics-ratio-change-latest-years.htm>.

³ <http://www.oecd.org/tax/tax-policy/revenue-statistics-ratio-change-latest-years.htm>.

Доля налогов на товары и услуги в ВВП (в %) ⁴

Страна	2007	2009	2011	2012	2013	2014
Германия	10,2	10,8	10,4	10,3	10,2	10,1
Дания	16,2	15,2	15,1	15,1	15,1	15,0
Швеция	12,0	12,7	12,4	12,3	12,3	12,1
Австрия	11,2	11,6	11,6	11,8	11,7	11,7
Великобритания	11,5	11,2	12,6	12,4	13,5	12,7
Нидерланды	11,2	10,8	10,8	10,7	10,9	11,1

который должны уплачивать производители и импортеры товаров, подлежащих утилизации после утраты ими потребительских свойств, в случае невозможности самостоятельной утилизации отходов;

- плата за негативное воздействие на окружающую среду, введенная Федеральным законом от 10.01.2002 № 7-ФЗ «Об охране окружающей среды», которой облагается загрязнение вредными веществами атмосферного воздуха, водных объектов, недр, почв, захоронение отходов производства и потребления человека [4].

Необходимо отметить, что эти платежи не реализуют в полной мере фискальную и регулируемую функции. Экологический сбор и плата за негативное воздействие на окружающую среду обладают существенными недостатками: отсутствием целевого характера платежей и низкой бюджетной значимостью. Причиной незначительных поступлений являются не только низкие ставки, но и неэффективное администрирование этих платежей, которое осуществляется Росприроднадзором, а не налоговыми органами. Введение этих платежей увеличило налоговую нагрузку на хозяйствующие субъекты и не было никак компенсировано снижением ставок налога на прибыль или отчислений во внебюджетные фонды [1].

Обобщая вышесказанное, необходимо отметить, что в развитых зарубежных странах налоговые инструменты не в полной мере задействованы в механизме внедрения экономики замкнутого цикла. Существующее теоретическое обоснование эффективной налоговой политики основывается на необходимости повышения экологических и

⁴ <http://www.oecd.org/tax/tax-policy/revenue-statistics-ratio-change-latest-years.htm>.

косвенных налогов при одновременном уменьшении налоговой нагрузки на использование рабочей силы. Реализация разработанных положений на практике сталкивается с рядом трудностей, связанных со следующими обстоятельствами:

1) экологические налоги увеличивают цену электроэнергии, что негативно сказывается на бизнесе и домохозяйствах;

2) перенос энергоемкого и вредного производства в развивающиеся страны из-за высоких «зеленых» налогов способствует росту безработицы, снижению рентабельности инвестиций и подрывает конкурентоспособность компаний на внешних рынках;

3) попытки введения некоторых экологических налогов наталкиваются на протестные движения;

4) повышение косвенных налогов, которое должно сопровождаться снижением налогов на использование рабочей силы снижает платежеспособный спрос.

Преимущества экономики замкнутого цикла не вызывают сомнений, как и необходимость ее стимулирования экономическими методами. Теоретический подход к реализации налоговой политики, стимулирующей внедрение циркулярной экономики, применим и к российской действительности с учетом вышеперечисленных сложностей. Однако, это потребует включения в Налоговый кодекс РФ экологических налогов, а также тщательного анализа дополнительных операций в производстве, налог на которые должен быть увеличен (различного рода выбросы, неэффективная утилизация отходов, и т.д.), и, наоборот, вливание дополнительных денежных средств для повышения конкурентоспособности определенных секторов экономики (развитие НИОКР, повышение квалификации работников и их переобучение, и т.д.).

Только при помощи такого последовательного анализа экономической ситуации в Российской Федерации, а также грамотной реализации налоговой политики, внедрение экономики замкнутого цикла в нашей стране может быть эффективной.

Список литературы

1. Голубцова Е.В. Роль налогов в экологическом развитии России // Российское предпринимательство. 2012. № 21. С. 184–190.
2. Новикова Е.С. Экономика замкнутого цикла: новый подход в формировании и развитии глобальных промышленных сетей / В книге: Современные проблемы хозяйственного развития с позиций экономической теории. — Москва, 2017. С. 162–170.

3. Пономарёва Н.В., Голубцова Е.В. Зарубежный опыт экологического налогообложения на пути к «зеленой» экономике // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. 2012. № 6. С. 41–46.
4. Пономарёва Н.В., Голубцова Е.В. О введении экологического сбора // Финансы. 2015. № 12. С. 29–32.
5. Towards the circular economy: accelerating the scale-up across global supply chains, World economic forum. 2014. P. 64.

References

1. Golubtsova E.V. The role of taxes in the ecological development of Russia // Journal of Russian Entrepreneurship. 2012. № 21. С. 184–190.
2. Novikova E.S. The circular economy: new approach in the creation and development of global industrial networks / Textbook: Modern problems of national economic development. – Moscow, 2017. S. 162–170.
3. Ponomareva N.V., Golubtsova E.V. Foreign experience of environmental taxation on the way to a «green» economy // Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics. 2012. № 6. P. 41–46.
4. Ponomareva N.V., Golubtsova E.V. About introduction of an ecological gathering // Finance. 2015. № 12. P. 29–32.
5. Towards the circular economy: accelerating the scale-up across global supply chains. World economic forum. 2014. P. 64.

Г-О. Т. Рамазанов

*Аспирант,
rgadji@mail.ru*

*Управление экономического развития, инвестиций
и внешнеэкономических связей,
Администрация города Махачкалы,
Республика Дагестан, Российская Федерация
Кафедра «Экономики»,
Московский авиационный институт
(национальный исследовательский университет),
Москва, Российская Федерация*

Г. В. Тихонов

*Кандидат экономических наук, доцент,
eka_kaf@mail.ru*

*Кафедра «Экономики»,
Московский авиационный институт
(национальный исследовательский университет),
Москва, Российская Федерация*

Особенности спроса на инновации

Аннотация: *В статье рассматривается инновационный спрос, факторы, имеющие влияние на это явление, модель диффузии и т.д. Приведены наиболее яркие примеры инновационного спроса, перечислены шаги внедрения инноваций и различные модели их принятия потребителями. Статья состоит из введения, основной части, заключения и списка литературы.*

Ключевые слова: *институциональная ловушка, бартер, коррупция, товар, транспортировка, неэффективность, экономика, производство, продуктивность.*

G-O. T. Ramazanov

*Postgraduate student,
rgadji@mail.ru*

*Economic Development,
Investments and Foreign Economic Relations Department,
Administration of Makhachkala,
Makhachkala, Russian Federation
Economics Department,
Moscow Aviation Institute (National Research University),
Moscow, Russian Federation*

G. V. Tikhonov

*Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof.,
eka_kaf@mil.ru*

*Economics Department,
Moscow Aviation Institute (National Research University),
Moscow, Russian Federation*

The characteristics of demand on innovation

Annotation: *The article examines the institutional «traps», the way of restraint of the emergence of new «traps», work on eliminating them. Describes in detail the types of traps, the skills of the various authors listed a number of mechanisms of elimination, the most successful solutions to this problem. The article consists of introduction, main part, conclusion and list of references.*

Keywords: *institutional trap of barter, corruption, commodity, transportation, inefficiency, economy, production, productivity.*

Спрос на инновацию выражается характером взаимодействия субъектов рынка и имеет свои особенности. Характеризующие спрос на инновационную продукцию факторы отличны от факторов, определяющих спрос на традиционную продукцию. Спрос на инновацию характеризуется следующими положениями:

- инновационный спрос есть дериват конечного спроса на продукцию.

Оценку инноваций возможно выявить через анализ состояния определенных отраслей. Рынок инноваций способен продуктивно действовать на базе устройства агрегатного спроса. При расширении возможно передвижение инноваций по отраслям, что придаем им мультипликативность. Мультипликатор инвестиций обеспечивает связь роста в определенной отрасли с ростом экономики, выявляет точки роста, также сильные, способные способствовать развитию экономики отрасли-локомотивы.

На опыте мировой практики, применение механизма агрегатного спроса в определенном объеме приведет к динамичному экономическому оживлению. Так в западной Германии после войны удачно применили закон об инвестиционной помощи: из поднявшихся вследствие резкой окупаемости средств среди отведенного потребительского сноса легкопромышленных отраслей шли отчисления на долю отраслей тяжелой промышленности. В Японии государство оказывало помощь содействующим резкому росту экономики благодаря вызывающему максимальный кумулятивный эффект по полной технологической цепи развитию предприятиям. Характеризуя по

форме участия в инновационной деятельности, отрасли выделяют в следующие вилы (по Ш. Пересу): движущие отрасли (центр/основа технологического уклада), разрабатывающие базисные технологии и требуемые для них ресурсы; несущие отрасли, использующие базисные технологии, способствующие развитию производства в новых технологических направлениях; отрасли, которые рассматривают влияние новых технологических принципов сквозь технически связанные обратные связи с производителями несущих отраслей. Самые прогрессирующие отрасли – заказчики базисной технологии содействуют таким образом развитию несущих базисную технологию отраслей в экономике нашей страны направление организаций, занятых в сфере движущих отраслей, направлено на удовлетворение спроса личного потребления. Транснациональный уровень отрасли стимулирует спрос: высокий уровень способствует расширению внешней интеграции отрасли, последняя продукция распространяется на больших иностранных рынках, продукция распространяется с большей скоростью, возрастает спрос;

- на инновационный спрос влияют связанные с экономическим и политическим положением предпочтения в потреблении. Известно три сектора спроса (государственный, экспортоориентированный, конечное потребление). На сегодня прогрессирует конечное потребление. В процессе реформ в экономике спрос государства прекратил занимать приоритетное положение. Реализация конечных продуктов не характерных промышленности РФ маловозможна в экспортоориентированном секторе. Инновационный спрос наиболее распространен на легкую промышленность, пищевую, машиностроение. Спрос на качественную продукцию приводит к улучшению характеристик товара, использованию инновационных технологий. Рост рынка конечного потребления способствует росту инноваций в сфере услуг;
- на инновационный спрос воздействуют региональные факторы. В РФ, где регионы развиты по-разному, инновационный рынок локализован, развивается в рамках конкретного региона или отрасли. Разница в уровне развитости регионов и локализация рынков есть результат создания структуры экономики страны согласно учету специализации определенных регионов;
- инновационный спрос связан с обстоятельством зависимости на рынка старой продукции и новой. Спад спроса на затяжную продукцию способствует возникновению спроса на новые виды этой продукции, что в свою очередь, способствует обновлению. Сохранение же необ-

новленного аналогичного товара тормозит рост спроса на новый товар. Следовательно, на него требуется установить более низкую цену в целях поддержания спроса;

- на инновационный спрос влияет совместимость моделей имеющихся и новых технологий. При производстве новой техники необходимо учитывать его конструктивные свойства в целях эффективного распространения.

Несоответствие с отраслевыми стандартами приводит к затруднениям с последующим его обслуживанием и невозможности послужить комплектующим элементом, что чревато дефицитом спроса на него. Таким образом, на спрос влияют правила продажи, наличие гарантии и сервисного обслуживания.

- Связь размера расходов на научные исследования и научные проекты с созданием новой продукции, реализацией ее в производстве, формированием на нее обусловлена быстротой распространения нового товара при увеличении поставщиком расходов на научные исследования и проекты.

- Техническая развитость изготовителя способствует переходу к качественному производству, что ускоряет представление новой продукции разного рода и способствует, таким образом, появлению на нее спроса.

- Техническая развитость организаций-производителей оказывает значимое в ситуации с инфляцией воздействие на темп усвоения нового продукта. Наряду с тем темп освоения в ситуации рыночной конкуренции способствует производству и предложению нового товара.

На спрос значимо влияет фактор устанавливаемой цены. Новая продукция продвигается за счет скидок и других льгот, что также может послужить преградой доступу на рынок фирмам-конкурентам. Спрос на научно-техническую продукцию определяется профессиональностью и компетентностью работников предприятия-производителя. Гарантия качества товара зависит от уровня образованности инженеров и рабочих кадров. Внедрение инноваций воспринимается по-разному. Так есть ранние последователи, расположенные к риску и довольно быстро принимающие инновационные идеи. Раннее большинство осторожно по отношению к инновации, но в отличие от среднего жителя принимают ее быстрее. Есть категория запоздалого большинства, настороженное отношение к инновации которых сопровождается более поздним ее принятием после проверки большинством. Отстающий процент, привязанный к устоявшимся традициям и готовый принять инновацию только после очень долгой ее проверки большинством и становления ее своего рода традицией.

При внедрении инновации личное влияние имеет немалое значение для процесса принятия инновации. Это есть влияние одного потребителя на другого посредством заявления им о продукте. Данный эффект имеет значимость при оценивании инновационного продукта и эффективен в рискованных ситуациях, воздействует на поздних последователей.

Принятие и распространение инновации зависит от ее характеристик. Среди них выделяют: относительное преимущество над подобного рода продукцией, совместимость ценностей и опыта потребителя, относительная сложность понимания назначения новинки и употребления, ограниченность инновационного продукта. Так как потребности покупателя скрытны, инициатором является поставщик инновационного продукта. Для начала выявляют потребность, которую задают пользователи продукта; затем, проанализировав альтернативные варианты возможностей, делается выбор определенного поставщика. На стадии появления потребности необходимым для продавца инновационного продукта является выявление конкретного пользователя его продукта и дальнейшее поставление информации по продукту именно ему. После появления потребности анализом имеющихся поставщиков продукта занимается отдел коммерческой логистики или снабжения. Перед продавцом в данном случае стоит задача – передача информации отделу, где при вынесении решения участвуют не только снабженец, но и другие лица (начальник отдела, коммерческий, финансовый, технический директор и т. д.) Данное поведение соответствует модели разделения, в котором выделяют покупающий центр. Недостаток такой модели заключается в не прогнозируемости поведения участников, сложность в анализировании их взаимоотношений. Известна также двухэлементная модель – отношения только между покупателем и продавцом. Взаимоотношение между двумя сторонами данной модели, как отмечает один из первых исследователей модели Хоканссон, имеют близкий, долговременный характер. Системная модель представляет собой полный анализ процесса. Наиболее известна простая в применении и экспериментально проверяемая модель, которую выдвинул в 1969 году Бассет – модель диффузии, предназначение которой в изучении объема сбыта новой продукции. Модель имеет вид:

$$S_t = a (M - Q_{t-1}) + b (Q_{t-1} / M) (M - Q_{t-1})$$

S_t – объем сбыта в период t ;

Q_{t-1} = S_t – накопленный объем сбыта;

M – рыночный потенциал (равен количеству потенциальных потребителей товара);

a, b – параметры модели.

То есть количество покупателей пропорционально количеству проданной продукции. Модель применяется предприятием также в целях увеличения клиентуры. Суть модели состоит в том, что бывают потребители-инноваторы, неподверженные влиянию, поведение которых описано первым слагаемым в правой части уравнения, и имитаторы, делающие покупку под воздействием других, то есть подражающие им (второе слагаемое).

Различают последовательные шаги принятия потребителем инновации: узнавание (имеется недостаточная информация о продукте), интерес (целенаправленный поиск информации), оценка, проба (более полное знакомство с продуктом), восприятие (постоянное пользование продуктом). При внедрении новинки следует вести покупателя последовательно по данным шагам. Вступая в партнерские отношения, стороны сталкиваются с проблемой возникающей дистанции, в которую включены: социальная дистанция, связанная с первоначальным недоверием между новыми партнерами; технологическая дистанция, которая имеет немалую значимость при поставке технически непроработанной продукции; культурная дистанция, связанная с вопросом установления контакта через национальные границы. Возникающие дистанции способны постепенно исчезать. Так, например, проблема географических дистанций решается посредством открытия филиалов. Для определения и прогнозирования поведения потребителей на рынке инноваций необходимо проводить тщательное исследование с применением особых подходов.

Список литературы

1. Бабкин А.В., Чистякова О.В. Развитие инновационного предпринимательства в России: понятие, динамика, проблемы, направления развития // Экономическое возрождение России. 2014. С. 157–170.
2. Балашов А. И., Е. М. Рогова, Е. А. Ткаченко. Инновационная активность российских предприятий: проблемы измерения и условия роста: Монография. – СПб.: СПбГПУ, 2010. 206 с.
3. Бекетов Н.В., Яковлева Н.И. Развитие национальной инновационной системы и перспективы технологического развития Российской экономики // Дайджест – Финансы. 2010. № 12(192). С. 7–14.
4. Игошин Н.В. Инвестиции. Организация управления и финансирование. – М.: Юнити-Дана, 2001

5. Миланова Е. А. Анализ методических подходов к оценке отраслевого инвестиционного потенциала [электронный ресурс: science-bsea.narod.ru/].
6. Развитие городов: инновации плюс потенциал городов [сайт]. URL: <http://www.tula-forum.ru/researches/inno/part2/> (дата обращения: 15.03.2014).
7. Федеральный Закон «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений».
8. Чиркова Т.В. Деловой климат в России – проблемы и пути решения. Модернизация российской экономики. Прогнозы и реальность. Сборник научных трудов Международной научно-практической конференции. 2015. С. 208–2013.

References

1. Babkin A.V., Chistyakova O.V. Razvitie innovatsionnogo predprinimatel'stva v Rossii: ponyatie, dinamika, problemy, napravleniya razvitiya // Ekonomicheskoe vozrozhdenie Rossii. 2014. S.157–170.
2. Balashov A. I., E. M. Rogova, E. A. Tkachenko. Innovatsionnaya aktivnost' rossiiskikh predpriyatii: problemy izmereniya i usloviya rosta: Monografiya. – SPb.: SPbGPU, 2010. 206 s.
3. Beketov N.V., Yakovleva N.I. Razvitie natsional'noi innovatsionnoi sistemy i perspektivy tekhnologicheskogo razvitiya Rossiiskoi ekonomiki // Daidzhest – Finansy. 2010. № 12(192). S. 7–14.
4. Igoshin N.V. Investitsii. Organizatsiya upravleniya i finansirovanie. – M.: Yuniti-Dana, 2001.
5. Milanova E. A. Analiz metodicheskikh podkhodov k otsenke otraslevogo investitsionnogo potentsiala [elektronnyi resurs: science-bsea.narod.ru/]
6. Razvitie gorodov: innovatsii plus potentsial gorodov [sait]. URL: <http://www.tula-forum.ru/researches/inno/part2/> (data obrashcheniya: 15.03.2014).
7. Federal'nyi Zakon «Ob investitsionnoi deyatel'nosti v Rossiiskoi Federatsii, osushchestvlyаемой v forme kapital'nykh vlozhenii».
8. Chirkova T.V. Delovoi klimat v Rossii – problemy i puti resheniya. Modernizatsiya rossiiskoi ekonomiki. Prognozy i real'nost'. Sbornik nauchnykh trudov Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii. 2015. S. 208–2013.

О. Б. Репкина

*Доктор экономических наук, доцент,
olrepk@mail.ru*

*Российская академия предпринимательства,
Москва, Российская Федерация*

Особенности инновационной среды управления в рамках стратегий развития отечественной экономики

Аннотация: *В статье определена важность формирования и развития инновационной среды управления, рассмотрены основные стратегии развития инновационной среды управления, выделены основные составляющие инновационной среды управления в современных условиях развития отечественной экономики.*

Ключевые слова: *инновационная среда управления, стратегия развития, долгосрочное экономическое развитие.*

О. В. Repkina

*Dr. Sci. (Econ.), Assoc. Prof.,
olrepk@mail.ru*

*Russian Academy of entrepreneurship,
Moscow, Russian Federation*

Features innovative environmental management strategies of local development

Annotation: *The article defines the importance of the formation and development of innovative environmental management, the basic strategy of innovation management, identified the main components of innovative environment of management in modern conditions of development of the domestic economy.*

Keywords: *innovation management, strategy development, long-term economic development.*

В современных условиях представление об экономическом развитии все чаще ассоциируется с инновационным развитием. Для чего создаются надлежащие условия как на макро-, так и на микроуровнях. В нормативных документах, касающихся стратегических целей развития рассмотрены и проанализированы три варианта развития отечественной экономики. Так в Прогнозе долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года, разработанного Минэкономразвития России, предусмотрено три сценария стратегического развития: консервативный, инновационный и форсированный.

Все сценарии призваны составить стратегические направления развития отечественной экономики с учетом реальных и перспективных факторов. Каждый вариант (сценарий) предполагает определенную степень изменений структуры экономики, социальной сферы и других элементов экономической системы с учетом регионального аспекта и конкретных преимуществ на мировом рынке.

Таким образом, предложенные в Прогнозе сценарии долгосрочного экономического развития с одной стороны, носят прогнозный характер, а с другой, требуют определенных усилий по изменению текущих условий с целью достижения прогнозных значений.

Проведем сравнительную характеристику разработанных на государственном уровне основных сценариев развития отечественной экономики (см. табл. 1).

Таблица 1¹

**Основные характеристики сценариев долгосрочного
экономического развития**

Основные характеристики	Консервативный вариант	Инновационный вариант	Форсированный вариант
Социальное развитие	Частичная модернизация социальной сферы и частичная реализация целей социального развития.	Масштабная модернизация социальной сферы на федеральном и региональном уровнях.	Масштабная модернизация социальной сферы на федеральном и региональном уровнях.
	Усиление дифференциации по доходам, низкая доступность социальных услуг	Снижение дифференциации доходов	Снижение дифференциации доходов
	Доля среднего класса около трети населения	Доля среднего класса приближается к половине населения	Средний класс будет составлять более половины населения
Конкурентные преимущества	Используется потенциал нефтегазового сектора и транзитный. Сохранение невысокой конкурентоспособности машиностроительного сектора	Рост технологической конкурентоспособности и снижение энергоёмкости	Рост технологической конкурентоспособности и снижение энергоёмкости
	Рост производительности труда в 1,3 раза к 2018 г. и в 1,9 раза к 2030 г.	Рост производительности труда в 1,4 раза к 2018 г., в 2,3 раза к 2030 г.	Рост производительности труда в 1,5 раза к 2018 г. и в 2,7 раза к 2030 г.

¹ Составлено автором по материалам «Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года» (разработан Минэкономразвития России). Документ предоставлен КонсультантПлюс. www.consultant.ru.

Продолжение таблицы 1

Основные характеристики	Консервативный вариант	Инновационный вариант	Форсированный вариант
Изменение структуры экономики	Доминирование сырьевого сектора	Диверсификация экономики и экспорта	Диверсификация экономики и экспорта
	Развитие энергоемких производств	Рост доли высокотехнологичных отраслей и экономики знаний	Рост доли высокотехнологичных отраслей и экономики знаний
	Рост импорта товаров и технологий		
Финансирование экономического роста	Приток капитала на уровне 0,1–0,3% ВВП	Приток капитала на уровне 1–2,5% ВВП	Приток капитала в корпоративный и банковский сектор на уровне 3–6,5% ВВП
	Счет текущих операций сбалансирован	Счет текущих операций сбалансирован	Дефицит счета текущих операций 3–6% ВВП
Региональный аспект	Рост регионального неравенства при формировании новых энерго-сырьевых кластеров на Урале, в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке	Сокращение регионального неравенства. Формирование новых центров инновационного развития, в том числе в Поволжье, на Урале и в Сибири	Сокращение регионального неравенства. Формирование новых центров инновационного развития, в том числе в Поволжье, на Урале и в Сибири
Место в мировой экономике	Усиление зависимости от конъюнктуры рынков углеводородов и сырья, а также импорта технологий	Специализация на рынках сырья с глубоким уровнем переработки и высокотехнологичной продукции	Специализация на рынках сырья с глубоким уровнем переработки и высокотехнологичной продукции
		Реализация потенциала многосторонней интеграции и создание сильного евразийского регионального объединения	Реализация потенциала многосторонней интеграции и создание сильного евразийского регионального объединения

Остановимся более подробно на материале, представленном в таблице. Здесь видны явные преимущества инновационного и форсированного вариантов экономического развития практически по всем характеристикам. Однако критический взгляд на современное состояние социально-экономических аспектов в нашей стране не дает полной уверенности в наличии предпосылок развития по наиболее прогрессивному направлению развития.

Первая из рассматриваемых характеристик – социальное развитие. Консервативный вариант предполагает незначительную дифференциацию социальной сферы, продолжение расслоения общества и частичную реализацию целей социального развития. Инновационный и форсированный варианты более социальноориентированы и это, очевидно, несет в себе более устойчивый потенциал социального развития. Однако рассмотрим имеющиеся предпосылки развития социальной сферы в рамках предложенных направлений.

Личность (человек) является основным звеном общества, а следовательно основным элементом его социально-экономического развития. Однако в нашей стране наблюдается диспропорциональные различия возрастной структуры регионального развития. Динамика демографических процессов показывает, что отдельные субъекты Российской Федерации, даже при повышении уровня рождаемости, будут продолжать испытывать дефицит рабочей силы.

Основные проблемы демографического развития: рост демографической нагрузки, неравномерность депопуляционных процессов, неравномерность развития регионов, снижение уровня образования и профессиональной подготовки кадров, ухудшение морального и физического здоровья населения; неравномерность развития человеческого капитала.

В современных условиях «качество» человеческий капитал можно рассматривать как фактор конкурентоспособности, достигаемой уровнем квалификации, уровнем образования, знаний, навыков и умений личности. То есть человеческий капитал можно рассматривать и как фактор конкурентоспособности и как предпосылку устойчивого развития экономической системы. Инновационный сценарий развития экономики приводит к необходимости изменения отношения к человеческому капиталу, так как усиливается значение инновационноориентированного поведения личности (организационные инновации).

Все большее распространение частной собственности, либерализация экономики, дисбаланс интересов различных социальных категорий населения приводит к дифференциации социально-экономического развития и не лучшим образом сказываются на состоянии человеческого потенциала.

Здесь не стоит забывать, что основная и определяющая цель социального развития – удовлетворения социальных потребностей населения и, в частности, работников. Именно решение данной проблемы способно создать условия устойчивого развития всего общества. Отметим, что социальное развитие все чаще ассоциируют с развитием личности, а

демографические проблемы рассматривают отдельно. Но именно демографическая ситуация создает условия для воспроизводства рабочей силы, формирования отдельных социальных групп, являющихся основой существующей социально-экономической системы. «Система управления, структурно должна включать в себя элементы, которые необходимы для управления каждой функциональной системой и взаимодействием этих систем друг с другом»².

Процесс социального развития состоит из демографического (половозрастной состав, уровень материального и морального здоровья, уровень образования и др.) и трудового потенциалов (культурный, социально-психологический, занятость населения и др. аспекты), а также социальной инфраструктуры. И подвергается непосредственному воздействию со стороны всех сфер жизнедеятельности.

Значительные различия в экономическом и социальном развитии регионов создают предпосылки для регионализации социальной политики. И здесь особое значение необходимо отвести улучшению качественных характеристик населения, а именно посредством реализации государственной молодежной политики регионов. Это позволит стабилизировать миграционные процессы и создать устойчивые предпосылки развития общества, используя собственный потенциал регионов.

Таким образом, качественное и количественное развитие человеческого капитала, в основе которого лежит социальное развитие — основа развития социально-экономической системы, общества, региона и страны и предпосылка для реализации приемлемого сценария долгосрочного экономического развития.

«Наряду с основами политики Российской Федерации в области развития науки и технологий на период до 2020 года и дальнейшую перспективу (утверждены Президентом Российской Федерации 11 января 2012 г.) и Стратегией инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года (распоряжение Правительства Российской Федерации № 2227-р от 8 декабря 2011 г.), долгосрочный прогноз научно-технологического развития Российской Федерации является одним из ключевых элементов системы управления экономическим и научно-технологическим развитием страны»³.

² Залещанский Б.Д., Репкина О.Б. Системы управления в современных условиях хозяйствования // Ученые записки Российской Академии предпринимательства. 2012. № 31. С. 250.

³ «Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года» (разработан Минэкономразвития России). Документ предоставлен КонсультантПлюс www.consultant.ru Дата обращения: 10.07.2015.

Инновационный сценарий долгосрочного развития отечественной экономики обоснован тем, что современные требования рынка не позволяют полагаться и ограничиваться возможным ростом энерго-сырьевого комплекса России, а повышение конкурентоспособности отечественной экономики и повышение ее эффективности возможно только при «превращении инновационных факторов в ведущий источник экономического роста и прорыв в повышении эффективности человеческого капитала на рубеже 2020–2022 годов.

В рамках Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года (распоряжение Правительства Российской Федерации № 2227-р от 8 декабря 2011 г.) данный вариант развития научно-технической сферы определен как предпочтительный»⁴.

Таким образом, инновационный путь развития становится приоритетным направлением развития отечественной экономики. «Актуальные задачи в рамках данных приоритетов будут реализовываться в государственных программах Российской Федерации, включая Государственную программу Российской Федерации «Развитие науки и технологий», Государственную программу Российской Федерации «Развитие образования», Государственную программу Российской Федерации «Экономическое развитие и инновационная экономика», Государственную программу Российской Федерации «Развитие промышленности», Государственную программу Российской Федерации «Информационное общество». При этом посредством государственных программ общая инновационная политика будет связана с решением задач инновационного развития в различных секторах экономики и социальной сферы»⁵.

Следующая характеристика сравнения сценариев долгосрочного экономического развития – конкурентные преимущества. Здесь также явное преимущество инновационного и форсированного вариантов долгосрочного развития, заключающееся в росте технологической конкурентоспособности и, что особенно перспективно, в снижении энергоемкости, а также более существенном повышении производительности труда.

⁴ «Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года» (разработан Минэкономразвития России). Документ предоставлен КонсультантПлюс www.consultant.ru Дата обращения: 10.07.2015.

⁵ «Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года» (разработан Минэкономразвития России). Документ предоставлен КонсультантПлюс www.consultant.ru Дата обращения: 10.07.2015.

По данным Российского статистического ежегодника⁶ наблюдается снижение производительности труда в 2015 и 2016 годах (см. табл. 2).

Таблица 2

Темпы роста (снижения) производительности труда по видам экономической деятельности (в процентах к предыдущему году)

Год	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Всего	103,2	103,8	103,5	101,8	100,9	96,8	99,8

Говоря о конкурентоспособности также необходимо отметить особую роль регионального аспекта. Ведь именно на этом уровне чаще всего зарождаются проблемы и именно с этого уровня начинается положительная динамика решения глобальных проблем. Конкурентоспособность экономических субъектов регионов лежит в основе развития регионов и создания конкурентоспособной национальной системы.

Таким образом, к составляющим конкурентоспособности региона можно отнести: экономическую эффективность хозяйствующих субъектов региона, развитие социальной системы, формирование инновационной системы – основной составляющей долгосрочного устойчивого развития. Однако необходимо отметить некоторые особенности конкурентных отношений регионов. Здесь также хотелось обратить особое внимание на такую составляющую конкурентоспособности региона как человеческий капитал. Развитие отдельных хозяйствующих субъектов региона можно рассматривать как результат применения интеллектуального, финансового и инновационного потенциала человека. То есть, положительная динамика развития человека как носителя конкурентных преимуществ региона играет немалую роль в повышении конкурентоспособности региона.

Поскольку разные регионы имеют разные ресурсы и практически отличающиеся условия хозяйствования, то функцию стабилизатора берет на себя государство. Именно оно позволяет регионам развивать и усиливать свои позиции в одном (приоритетном) направлении и пользоваться благами, созданными другими регионами, которые в данных условиях не обеспечены соответствующей базой. Конкурентоспособность региона создает условия для повышения конкурентоспособности наци-

⁶ Официальный сайт Госкомстат РФ. Российский статистический ежегодник. 2016. http://www.gks.ru/bgd/regl/b16_13/Main.htm; Эффективность экономики России. http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/efficiency/#.

ональной системы эффективно функционировать в рамках своего конкурентного пространства. Таким образом, рост технологической конкурентоспособности и повышение производительности труда, предусмотренных сценариями долгосрочного развития, напрямую зависят от повышения конкурентоспособности регионов, для чего необходимо провести комплексные действия во всех сферах жизнедеятельности.

Однако рассмотренные особенности отечественного развития, отмеченные еще при анализе первой характеристики – социальной системы, также не дают четкой уверенности в наличии объективных предпосылок развития по более прогрессивным направлениям долгосрочного развития.

Одной из основных характеристик предполагаемых сценариев долгосрочного экономического развития является также финансирование экономического роста, куда определен такой показатель как «приток капитала».

Доля инвестиций в основной капитал в ВВП (см. табл. 3) свидетельствует о некоторой стабилизации, но по данным таблицы 4 в динамике притока капитала за счет прямых иностранных инвестиций в экономику России, как в абсолютных значениях, так и по доле в ВВП инвестиции в экономику России сокращаются.

Таблица 3⁷

**Доля инвестиций в основной капитал в ВВП
(в текущих ценах; в процентах к итогу)**

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Доля инвестиций в основной капитал в ВВП	20,7	20,9	21,2	20,5	19,6	20,4

Таблица 4⁸

Прямые иностранные инвестиции в экономику России

	2011	2012	2013	2014	2015
Прямые иностранные инвестиции (миллионов долларов США)	55084	50588	69219	22031	6478
Валовой внутренний продукт (млрд. руб.)	59698	66927	71017	77945	80804

⁷ Официальный сайт Госкомстат РФ. Эффективность экономики России. http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/efficiency/#.

⁸ Официальный сайт Госкомстат РФ. Российский статистический ежегодник. 2016. http://www.gks.ru/bgd/regl/b16_13/Main.htm.

Продолжение таблицы 4

	2011	2012	2013	2014	2015
Курс руб. к доллару ⁹	31,9	32,4	29,8	45,1	50,2
Доля прямых иностранных инвестиций в ВВП (%)	2,94	2,44	2,9	1,28	0,40

Следующие характеристики, такие как изменение структуры экономики и место в мировой экономике напрямую связаны с развитием сырьевого сектора и диверсификацией экономики. Это, в свою очередь, является следствием развития высокотехнологичных отраслей и экономики знаний — основного звена инновационноориентированной экономики. Таким образом, по факту любое прогрессивное развитие сводится к инновационному пути развития. А как уже было отмечено в статье, инновационное или прогрессивное развитие — напрямую связано с развитием человеческого капитала. Составной же частью человеческого капитала является развитие наиболее инновационноориентированной категории населения — молодежи.

Таким образом, прогрессивные стратегии долгосрочного экономического развития не могут обойтись без использования человеческого потенциала, а значит, требуют определенного внимания государства к развитию человеческого капитала, например, посредством государственной молодежной политики. В нашей стране данная область практически изолирована от структурных направлений развития и относится скорее к категории предпринимательства и патриотического воспитания. А ведь именно молодежная политика способна создать предпосылки для развития социальной системы, системы воспроизводства рабочей силы, решение демографических проблем, количественного и качественного развития человеческого капитала, инновационноориентированного развития, повышения конкурентоспособности региона и страны на мировом рынке и создать условия для реализации наиболее перспективных стратегий долгосрочного экономического развития.

Список литературы

1. «Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW>.

⁹ По данным Центрального банка РФ. http://www.cbr.ru/currency_base/dynamics.aspx?VAL_NM_RQ=R01010&date_req1=12.12.2011&date_req2=19.12.2017&rt=1&mode=1

2. Постановление Правительства от 15 апреля 2014 г. № 316 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Экономическое развитие и инновационная экономика»». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc; base=LAW; n=182376>.
3. Залешанский Б.Д., Репкина О.Б. Системы управления в современных условиях хозяйствования // Ученые записки Российской Академии предпринимательства. 2012. № 31. С. 249–253.
4. Официальный сайт Центрального банка РФ <http://www.cbr.ru>.
5. Официальный сайт Госкомстат РФ. Эффективность экономики России. <http://www.gks.ru>.
6. Официальный сайт Госкомстат РФ. Российский статистический ежегодник. 2016. http://www.gks.ru/bgd/regl/b16_13/Main.htm.

References

1. «Prognoz dolgosrochnogo sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiya Rossiiskoi Federatsii na period do 2030 goda» [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupa: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc; base=LAW>.
2. Postanovlenie Pravitel'stva ot 15 aprelya 2014 g. № 316 «Ob utverzhdanii gosudarstvennoi programmy Rossiiskoi Federatsii «Ekonomicheskoe razvitie i innovatsionnaya ekonomika»». [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupa: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc; base=LAW; n=182376>.
3. Zaleshchanskii B.D., Repkina O.B. Sistemy upravleniya v sovremennykh usloviyakh khozyaistvovaniya // Uchenye zapiski Rossiiskoi Akademii predprinimatel'stva. 2012. № 31. S. 249–253.
4. Ofitsial'nyi sait Tsentral'nogo banka RF <http://www.cbr.ru>.
5. Ofitsial'nyi sait Goskomstat RF. Effektivnost' ekonomiki Rossii. <http://www.gks.ru>
6. Ofitsial'nyi sait Goskomstat RF. Rossiiskii statisticheskii ezhegodnik. 2016. http://www.gks.ru/bgd/regl/b16_13/Main.htm.

Е. В. Трохова

*Кандидат экономических наук, доцент,
Permiakova.EV@rea.ru*

*Кафедра международного бизнеса и таможенного дела,
Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова,
Москва, Российская Федерация*

А. А. Тупякова

icb@rea.ru

*Кафедра международного бизнеса и таможенного дела,
Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова,
Москва, Российская Федерация*

**Влияние инвестиционной привлекательности
и иностранных инвестиций
на устойчивое развитие региональной экономики
(на примере Сибирского федерального округа)**

Аннотация: *В статье рассмотрена роль инвестиционного потенциала и иностранных инвестиций в устойчивом развитии региональной экономики; проанализированы методики оценки инвестиционной привлекательности регионов РФ; оценена корреляционная связь между показателями иностранного инвестирования и социально-экономическими индикаторами субъектов Сибирского федерального округа.*

Ключевые слова: *инвестиционный потенциал, инвестиционная привлекательность, устойчивое развитие, Сибирский федеральный округ.*

E. V. Trokhova

*Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof.,
Permiakova.EV@rea.ru*

*International Business and Customs Department,
Plekhanov Russian University of Economics,
Moscow, Russian Federation*

A. A. Tupyakova

icb@rea.ru

*International Business and Customs Department,
Plekhanov Russian University of Economics,
Moscow, Russian Federation*

Influence of investment attractiveness and foreign investments on the sustainable development of the regional economy (on the example of the Siberian Federal District)

Annotation: *The article considers the role of investment potential and foreign investments in sustainable development of the regional economy, methods for assessing the investment attractiveness of Russian regions, the correlation between foreign investment and socio-economic indicators of the Siberian Federal District regions.*

Keywords: *investment potential, investment attractiveness, sustainable development, Siberian Federal District.*

Начиная со второй половины XX века термин «устойчивое развитие» привлекает к себе все больше внимания в профессиональном сообществе. На первый взгляд, термин может показаться нелогичным, ведь слово «устойчивый» предполагает, что экономика должна стоять на месте, быть неизменной по своей структуре, в то время как развитие — это движение вперед, которое обеспечивает прогресс. Однако, если углубиться в смысл данного понятия, то становится ясно, что устойчивость развития предполагает постоянный, непрерывный, сбалансированный рост во всех сферах деятельности.

В современной экономической литературе сложилось множество трактовок и подходов к понятию «устойчивого развития». В данной работе, говоря об устойчивом развитии, мы будем опираться на базисную концепцию: развитие считается устойчивым, если происходящие позитивные изменения обеспечивают сбалансированность его составляющих — экономической, социальной и экологической.

Учитывая обширную территорию России, на которой крайне неравномерно сосредоточены финансовые, природные, производственные, человеческие и другие ресурсы, проблема устойчивого и гармоничного развития региональной экономики имеет первостепенное значение. Кроме того, тяжесть политических и экономических решений все чаще делегируется региональным органам власти, что способствует их большей вовлеченности в реализацию экономической политики государства и значительной ответственности за векторы развития экономики.

Интенсивность устойчивого экономического развития во многом зависит от инвестиционного потенциала региона, то есть способности региона использовать имеющиеся и привлекать новые инвестиционные ресурсы и реализовывать их в целях и масштабах, определенных региональной экономической политикой.

Наряду с категорией «инвестиционный потенциал» существует более широкое понятие «инвестиционная привлекательность», которое включает в себя инвестиционный потенциал и представляет собой совокупность объективных признаков, средств, возможностей и ограничений, обуславливающих интенсивность привлечения инвестиций в основной капитал региона ¹.

Основное отличие этих двух понятий в том, что инвестиционная привлекательность подразумевает субъективный взгляд инвестора на регион как на объект инвестирования. Инвестиционный потенциал – категория более конкретная, обладает рядом объективных характеристик и условий инвестиционного проекта, которые остаются неизменными для всех категорий инвесторов. Кроме того, инвестиционный потенциал – это стабильная величина в отличие от инвестиционной привлекательности, которая зависит и от такого понятия, как инвестиционные риски. Под инвестиционными рисками понимается вероятность потери инвестиций и дохода от них. Эта величина рассчитывается как средневзвешенная сумма экономического, финансового, управленческого, социального, экологического, криминального, законодательного видов рисков ².

Таким образом, инвестиционная привлекательность региона в самом общем смысле представляет собой инвестиционный потенциал региона, скорректированный с учетом инвестиционных рисков.

В отечественной и зарубежной экономической литературе существует несколько подходов к классификации регионов по уровню развития инвестиционного потенциала. Первый подход основывается на оценке таких макроэкономических показателей, как ВВП, национальный доход, объем производства промышленной продукции, соотношение сбережения и потребления, законодательные условия регулирования инвестиционной деятельности и др.

Второй подход представляет собой анализ набора факторов, которые влияют на инвестиционный климат региона. К таким факторам относятся: факторы, характеризующие экономический потенциал; ус-

¹ Гришина И., Шахназаров А., Ройзман И. Комплексная оценка инвестиционной привлекательности и инвестиционной активности российских регионов: методика определения и анализ взаимосвязей // Инвестиции в России. 2011. № 4. С. 118–120.

² Орлова Е.Р. Инвестиции: учеб. пособие / Е.Р. Орлова. – 7-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство «Омега-Л», 2012. – 240 с.

ловия хозяйствования; зрелость рыночной среды; политические факторы; социальные факторы; организационно-правовые условия³.

Согласно третьему подходу инвестиционный потенциал подразделяется на несколько видов потенциалов. Данный подход более всего удовлетворяет концепции устойчивого развития региональной экономики, так как позволяет оценить сбалансированность развития региона и его «слабые» места. Разные авторы, придерживающиеся данного подхода, отбирают разное количество потенциалов. Например, в основе методики Березнева А.В. лежит расчет 6 частных потенциалов: природно-географического, производственного, финансового, инновационного, инфраструктурного и социального⁴.

И.В. Гришина, И.И. Ройзман и А.Г. Шахназаров, оценивая инвестиционную привлекательность регионов России для частных инвесторов, используют 17 факторов, которые объединяют в 3 потенциала — природно-географический, социальный и производственно-финансовый. После проведения математических преобразований полученный объединенный инвестиционный потенциал корректируют с учетом инвестиционных рисков и получают оценку инвестиционной привлекательности региона⁵.

В России существует 3 официальных рейтинга регионов по уровню инвестиционного потенциала/привлекательности. Рассмотрим методики, на которых они основаны (таблица 1): методика рейтингового агентства «Эксперт РА»; методика Национального Рейтингового Агентства (НРА); методика Агентства стратегических инициатив (АСИ).

Наиболее широкое распространение в России получила методика, разработанная рейтинговым агентством «Эксперт РА». Она направлена на расчет инвестиционного потенциала, состоящего из 9 частных потенциалов, и инвестиционных рисков, которые, в свою очередь,

³ Фетисов Г.Г. Методы оценки инвестиционного климата регионов России и пути его улучшения. Центр дистанционного образования «Элитариум». Санкт-Петербург. 2012. — Электрон. дан. — Режим доступа: http://www.elitarium.ru/2011/05/30/ocenka_investicionnogo_klimata.html (дата обращения: 13.11.2017).

⁴ Формирование и оценка инвестиционного потенциала региона: Монография / Под ред. Березнева С.В., Мамзиной Т.Ф., Начевой М.К., Шевелевой О.Б. — М.: Издательский дом «Экономическая газета», 2012. — 234 с.

⁵ Гришина И., Шахназаров А., Ройзман И. Комплексная оценка инвестиционной привлекательности и инвестиционной активности российских регионов: методика определения и анализ взаимосвязей // Инвестиции в России. 2011. № 4. С. 118—120.

Таблица 1

Сравнительная характеристика основных методик рейтингования регионов по уровню инвестиционной привлекательности ⁶

Название рейтинга	«Эксперт РА»	НРА	АСИ
	Рейтинг инвестиционной привлекательности регионов России	Рейтинг инвестиционной привлекательности субъектов РФ дистанционный	Национальный рейтинг состояния инвестиционного климата в субъектах РФ
Описание	Строится на оценке двух относительно независимых параметров – инвестиционного потенциала и инвестиционного риска	Складывается из факторов, которые оказывают влияние на целесообразность и уровень рисков инвестиционных вложений на территории данного региона. Каждому фактору присваивается свой вес.	Дает оценку усилий региональных и федеральных органов власти по созданию и совершенствованию условий ведения бизнеса
Разделы, из которых складывается методика	Интегральный инвестиционный потенциал складывается из 9 потенциалов: природно-ресурсный, трудовой, производственный, потребительский, инфраструктурный, инновационный, институциональный, финансовый, туристический. Инвестиционные риски включают в себя 6 частных рисков: экономический, социальный, финансовый, управленческий, экологический, криминальный	7 факторов: 1) обеспеченность региона природными ресурсами и качество окружающей среды; 2) трудовые ресурсы; 3) инфраструктура; 4) внутренний рынок; 5) производственный потенциал; 6) институциональная среда и социально-политическая стабильности; 7) финансовая устойчивость региона и предприятий	4 раздела: 1) регуляторная среда – 5 показателей; 2) институты для бизнеса – 4 показателя; 3) инфраструктура и ресурсы – 4 показателя; 4) поддержка малого предпринимательства – 4 показателя
Число показателей	15	54	17
Достоинства	Комплексно охватывает все стороны жизнедеятельности региона, что отвечает условиям концепции устойчивого развития; прозрачность и гибкость; наиболее широкое использование в России	Комплексно охватывает все стороны жизнедеятельности региона, что отвечает условиям концепции устойчивого развития.	Полный анализ состояния бизнес-среды в регионе

⁶ Разработано по материалам официальных сайтов рейтинговых агентств: <http://www.ra-national.ru/>; <http://asi.ru/>; <https://raexpert.ru/>.

Название рейтинга	«Эксперт РА»	НРА	АСИ
	Рейтинг инвестиционной привлекательности регионов России	Рейтинг инвестиционной привлекательности субъектов РФ дистанционный	Национальный рейтинг состояния инвестиционного климата в субъектах РФ
Недостатки	Большое влияние экспертных оценок на итоговый показатель	Большое количество показателей из-за чего прозрачность методики ухудшается	Не учитывает социальные, экологические, природно-ресурсные, инновационные аспекты развития региона

формируются 6 частными рисками (таблица 1)⁷. Главным достоинством этой методики является то, что она в полной мере отвечает условиям концепции устойчивого развития, анализируя развитие региона с разных сторон с точки зрения привлекательности для инвестора.

По результатам рейтинга, составленного в 2016 г., к регионам с максимальным потенциалом и минимальным риском (1А) относятся 3 региона России (Московская область, г. Санкт-Петербург, Краснодарский край) и 2 региона с высоким потенциалом и умеренными рисками (г. Москва и Свердловская область). Подавляющее число регионов (43) относится к регионам с пониженным инвестиционным потенциалом.

Национальное рейтинговое агентство разработало собственную методику, которая затрагивает 7 различных факторов инвестиционной привлекательности⁸. Эти факторы являются активным фоном для всех инвестиционных проектов, реализуемых на территории региона, влияют на риск и доходность данных проектов (таблица 1). Данная методика, с одной стороны, также комплексно оценивает инвестиционный потенциал региона и удовлетворяет концепции устойчивого развития, однако большое количество показателей усложняет восприятие рейтинга, теряется его прозрачность.

Согласно рейтингу НРА, подсчитанному в 2016 году, больше всего в России регионов в группах IC5-IC6 (средняя инвестиционная привлекательность) и IC7-IC9 (умеренная инвестиционная привлекательность). К ним относятся 52 региона России из 80 исследуемых.

⁷ Как составляется рейтинг инвестиционной привлекательности в России / Эксперт РА. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://raexpert.ru/ratings/regions/2016/> (дата обращения: 13.11.2017).

⁸ Методология дистанционного рейтинга инвестиционной привлекательности регионов / Национальное рейтинговое агентство. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.ra-national.ru/ru/taxonomy/term/3097?type=rating> (дата обращения: 20.04.2017).

Третья методика, разработанная Агентством стратегических инициатив (АСИ), является наиболее узкой и направленной на оценку только региональной бизнес-среды. Большая часть показателей формируется на базе опросов, проводимых среди предпринимателей региона⁹. По результатам рейтинга выявляются лучшие практики регионов, что способствует усилению региональной конкуренции за инвестиции, в том числе иностранные. Она релевантна для той категории инвесторов, которые заинтересованы только в снижении административных барьеров, получении налоговых льгот и которые не оценивают регион с точки зрения его устойчивого развития.

В 2016 г. и 2017 г. АСИ представило результаты только 20 наиболее привлекательных для инвестиций регионов России, оперируя тем фактом, что именно с этих регионов нужно брать пример и не акцентировать внимание на регионах-аутсайдерах. Данная позиция не дает полноты картины и не показывает, что инвестиционный потенциал нашей страны распределен крайне неравномерно. Резонно, что отстающие регионы должны учиться на практике наиболее развитых регионов и стремиться попасть в топ-20, однако оценивать инвестиционную привлекательность в региональном разрезе, не учитывая проблем, которыми охвачено более половины российских регионов, нельзя. По данному рейтингу в число топовых регионов не входят те, которые заняли передовые позиции в рассмотренных ранее рейтингах: Красноярский край, Сахалинская обл., Нижегородская обл. и пр. Московская обл. и Санкт-Петербург вернулись в группу 20 в 2017 г.

Существенные отклонения в данном рейтинге — результат узкого набора показателей и отсутствия анализа социальной, инновационной, природно-ресурсной составляющей, которые необходимы для комплексной оценки инвестиционной привлекательности территории.

Проанализировав различные подходы к оценке уровня инвестиционной привлекательности региона, было выявлено, что наиболее объективной и комплексной является методика, разработанная рейтинговым агентством «Эксперт РА». Она раскрывает все аспекты развития региона (природно-ресурсный потенциал, трудовые ресурсы, инновационное развитие, инфраструктурная обеспеченность, финансовая устойчивость, социальная стабильность и пр.), что в полной мере удовлетворяет концепции устойчивого развития.

⁹ Национальный рейтинг состояния инвестиционного климата в субъектах РФ / Агентство стратегических инициатив. — Электрон. дан. — Режим доступа: <https://asi.ru/investclimate/rating/> (дата обращения: 13.11.2017).

Говоря об инвестиционной привлекательности, необходимо отметить, что по мере улучшения делового климата в регионе иностранные капиталовложения смогут стать действенным инструментом реализации устойчивого экономического развития, так как они сопровождаются более современными и совершенными технологиями, опытом, системой менеджмента. Решение этой задачи лежит на плечах региональной инвестиционной политики, направленной на привлечение иностранных инвестиций, создание благоприятного налогового климата, снижение административных барьеров и развития инвестиционной инфраструктуры.

Согласно рассмотренной выше методике Национального Рейтингового Агентства, инвестиционная привлекательность региона для иностранного инвестора складывается из следующих весовых составляющих:

1. Региональная инфраструктура (16,43%). Иностранцы большое внимание уделяют уровню развития и доступности транспортной, телекоммуникационной, жилищной и финансовой инфраструктуры.

2. Производственный потенциал (15,95%). Инвесторы проводят оценку результатов деятельности предприятий, которые уже работают в регионе, размер активов и эффективность их использования.

3. Внутренний рынок региона (15,24%). Оценка размера и динамики развития внутреннего рынка региона дает иностранному инвестору представление об уровне спроса, покупательной способности населения, конкурентной среде.

4. Финансовая устойчивость регионального бюджета (14,29%). Данный параметр складывается из суммы налоговых поступлений, сбалансированности бюджета, регионального государственного долга.

5. Институциональная среда и социально-политическая стабильность региона (14,29%). В эту группу факторов входит эффективность регионального законодательства, особенности взаимодействия органов власти с иностранными инвесторами, налоговое законодательство. Нередко именно данная группа факторов является «слабым» местом региона. Согласно проведенному ЕУ исследованию наиболее частой проблемой, возникающей в процессе работы в регионе, являются административные и бюрократические проблемы¹⁰. Низкий уровень раз-

¹⁰ Инвестиционный климат в России: мнение иностранных инвесторов / ООО «Эрнст энд Янг – оценка и консультационные услуги» – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.fiac.ru/pdf/EY-investment-climate-in-russia-2015-rus.pdf> (дата обращения: 13.11.2017).

вития институциональной среды может оттолкнуть иностранного инвестора даже при условии высоких экономических показателей.

6. Кадровая обеспеченность региона (13,10%). В вышеупомянутом исследовании ЕУ 16% иностранных инвесторов-респондентов отметили дефицит квалифицированных трудовых ресурсов как одну из самых острых в российских регионах.

7. Ресурсно-минеральный потенциал региона (10,71%).

Проанализируем, как данные факторы на практике отражают инвестиционную привлекательность регионов. Для этого обратимся к рейтингу НРА. Ожидаемо возглавляют рейтинг столичные регионы – Москва и Санкт-Петербург, которые как раз обладают вышеперечисленными качествами. Кроме того, эти регионы обладают очень высоким потребительским потенциалом. Через эти мегаполисы проходит большая часть финансовых ресурсов страны, очень развита торговля, строительство.

Высокой инвестиционной привлекательностью обладают, например, Республика Татарстан, Краснодарский край, Московская, Сахалинская, Тюменская, Белгородская, Самарская области и др.

В Республике Татарстан наиболее привлекательным для инвестиций сектором экономики является добывающая промышленность за счет крупных месторождений нефти на территории региона, наличия высокотехнологичных отраслей обрабатывающей сферы, а также за счет наличия развитой инновационной инфраструктуры и благоприятного делового климата. Основными факторами инвестиционной привлекательности Тюменской и Сахалинской области также являются богатые нефтегазовые ресурсы. Однако в отличие от Республики Татарстан экономика данных регионов держится в основном за счет добывающего сектора и для того, чтобы снизить свои риски, им необходимо диверсифицировать экономику, развивать инновационную инфраструктуру, чтобы привлекать капиталы в высокотехнологичное производство.

В Краснодарском крае также присутствует высокий потребительский потенциал, кроме того, регион обладает развитой транспортной, финансовой инфраструктурой, богатыми природными и рекреационными ресурсами, характеризуется благоприятным географическим положением. Экономика Самарской области высоко диверсифицирована, включая отрасли АПК, пищевой промышленности, автомобилестроения и нефтепереработки. Также инвестиционной привлекательности региона способствуют достаточно высокий трудовой и образовательный потенциал населения, развитая транспортная инфраструктура и активная региональная инвестиционная политика. Ин-

вестиционную привлекательность Белгородской области формируют развитая финансовая инфраструктура, экологическая безопасность, политическая стабильность в регионе, благоприятная инвестиционная политика в регионе.

Таким образом, ключевыми факторами, стимулирующими привлечение инвестиций в регион, являются, во-первых, базовые конкурентные преимущества региона (природные ресурсы, столичный статус, выгодное экономико-географическое положение, высокая численность населения), во-вторых, активная деятельность региональных властей по созданию благоприятного климата, внутренний потребительский рынок, финансовая устойчивость бюджета и предприятий, которые расположены на территории региона.

Что касается Сибирского федерального округа, то, как уже было выявлено ранее, в большей мере влияние инвестиционной привлекательности на устойчивое развитие экономики прослеживается через методики «Эксперта РА» и Национального рейтингового агентства (таблица 2). Рейтинг АСИ, представляя результаты рейтинга только по 20 регионам, в 2017 г. не включил ни одного региона СФО (в 2016 г. Томская область занимала 12-е место).

Таблица 2

Позиции регионов СФО в рейтингах инвестиционной привлекательности ¹¹

Субъект	Рейтинговое агентство «Эксперт РА»			Национальное Рейтинговое Агентство (НРА)		
	2015	2016	Изменение	2015	2016	Изменение
Республика Алтай	3С2	3С2	Подтвержден	IC8	IC9	Понижен
Республика Бурятия	3С1	3В1	Повышен	IC7	IC7	Подтвержден
Республика Тыва	3D	3D	Подтвержден	IC9	IC9	Подтвержден
Республика Хакасия	3В2	3В2	Подтвержден	IC6	IC7	Понижен
Алтайский край	3В1	3В1	Подтвержден	IC7	IC8	Понижен
Забайкальский край	3С1	3С1	Подтвержден	IC8	IC8	Подтвержден

¹¹ Составлено авторами по: Рейтинг инвестиционной привлекательности регионов 2016 года / Эксперт РА. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://raexpert.ru/project/regcongress/2016/ranking> (дата обращения: 13.11.2017); Рейтинг инвестиционной привлекательности субъектов РФ дистанционный / Национальное рейтинговое агентство. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.ra-national.ru/ru/ratings/provinces?type=rating> (дата обращения: 13.11.2017).

Продолжение таблицы 2

Субъект	Рейтинговое агентство «Эксперт РА»			Национальное Рейтинговое Агентство (НРА)		
	2015	2016	Изменение	2015	2016	Изменение
Красноярский край	2В	2В	Подтвержден	1С5	1С5	Подтвержден
Иркутская область	2В	2В	Подтвержден	1С5	1С5	Подтвержден
Кемеровская область	2В	2В	Подтвержден	1С7	1С8	Понижен
Новосибирская область	2В	2В	Подтвержден	1С4	1С5	Понижен
Омская область	3В1	3В1	Подтвержден	1С5	1С6	Понижен
Томская область	3В1	3В2	Понижен	1С4	1С3	Повышен

Согласно данным рейтинга регионов по инвестиционной привлекательности, который составляется рейтинговым агентством «Эксперт РА», в десятку регионов-лидеров по инвестиционному потенциалу входит Красноярский край. Доля региона в общероссийском инвестиционном потенциале составляет 2,3%, что является очень высоким показателем, учитывая, что 20,4% приходится на Москву и Московскую область. Высокие показатели Красноярского края складываются в основном за счет богатейшего природно-ресурсного потенциала (1-е место по природно-ресурсному потенциалу в рейтинге), достаточно развитого промышленного комплекса – машиностроение, цветная металлургия, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная промышленность, ТЭК. Инновационный потенциал в крае формируется за счет биоэнергетического кластера в г. Лесосибирске и ядерно-космического кластера инновационных технологий в г. Железногорске. Также в крае на базе научных и образовательных институтов реализуются инновационные проекты, действует Краевой региональный инновационно-технологический бизнес-инкубатор и др.

Высокие позиции занимают Новосибирская, Кемеровская и Иркутская области (15-е, 16-е и 18-е места соответственно), суммарно регистрируя долю 4,4% в общероссийском инвестиционном потенциале.

Индустриальной развитостью Новосибирской области обусловлены высокие значения показателей по данному региону. При этом наиболее значимыми для экономики являются такие отрасли обрабатывающей промышленности, как машиностроение и металлообработка, пищевая и химическая промышленность. На базе Академпарка (АО

«Технопарк Новосибирского Академгородка») формируется инновационный потенциал области в сфере информационно-коммуникационных технологий, приборостроения и наукоемкое оборудования, биотехнологий и медицины, нанотехнологий и новых материалов.

По рейтингу НРА в 2016 г. область потеряла свои позиции по сравнению с 2015 г., и ей был присвоен рейтинг IC5 (Средний уровень инвестиционной привлекательности – второй уровень).

Кемеровская область – угольный регион страны. На сегодняшний день она добывает более 70% каменного и коксующегося угля в России и концентрирует в себе значительную долю производства проката черных металлов, выплавки стали и чугуна¹². В качестве «инновационного локомотива» выступает Кузбасский технопарк, за период существования которого было зарегистрировано более 60 резидентов, которые работали по следующим направлениям: добыча и переработка угля, энергетика, переработка рудных и нерудных полезных ископаемых, машиностроение, экология и медицина¹³.

НРА оценило инвестиционную привлекательность Кемеровской области как умеренную, в то время как «Эксперт РА» оценил регион на уровень 2В (средний потенциал – умеренный риск). Данные разночтения диктуются разницей в методиках расчета. Если говорить о рейтинге АСИ, который в большей степени оценивает институциональные условия ведения бизнеса, то в 2015 г. Кемеровская область заняла первую позицию в рейтинге среди регионов Сибири и 21-е место в России. Во многом на данный результат повлияла эффективная политика региональных органов власти, направленная на создание комфортных условий ведения бизнеса.

Иркутская область – регион, который производит четверть всей целлюлозы в стране. Область специализируется на таких видах деятельности, как машиностроение, металлургическое производство, производство кокса и нефтепродуктов, химическая промышленность, производство резиновых и пластмассовых изделий. Развитая научная и инновационная инфраструктура представлена 9 институтами Иркутского научного центра СО РАН, 5 институтами Восточносибирского

¹² Распоряжение от 30 января 2013 г. №68-р «О стратегии привлечения инвестиций в Кемеровскую область на период до 2030 года» – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/465200408> (дата обращения: 22.04.2017).

¹³ Сайт Кузбасского технопарка. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://technopark42.ru/departments/park/technopark42> (дата обращения: 13.11.2017).

центра СО РАМН, 20 прикладными научно-исследовательскими и проектными институтами¹⁴.

Томская область повысила свой инвестиционный потенциал в 2016 г. по сравнению с 2015 г. на 4 позиции, но расширение инвестиционных рисков (падение в рейтинге на 6 пунктов) повлияло на снижение общего уровня инвестиционной привлекательности региона. Наиболее острыми в области являются социальный и экологический риски (67 и 58 место соответственно). Стоит отметить, что область входит в 10 наиболее развитых регионов по инновационному потенциалу по версии «Эксперт РА». Кроме того, это единственный регион в СФО, который вошел в рейтинг АСИ. В Томске с 2006 г. открыта Особая экономическая зона технико-внедренческого типа (ОЭЗ ТВТ «Томск»), на территории которой зарегистрировано 67 резидентов. Основные льготы, которые предполагает ОЭЗ ТВТ, — это снижение налоговой нагрузки, отсутствие таможенных пошлин и возможность аренды земли с последующим выкупом зданий и сооружений¹⁵.

Наиболее отстающими в инвестиционном развитии регионами Сибири являются Республики Тыва, Алтай, Хакасия и Забайкальский край. На территории данных субъектов отмечены серьезные социально-экономические, демографические и климатические проблемы, поэтому очень трудно говорить об инвестиционном развитии регионов. Этим объясняются их последние места в рейтинге.

Из-за различий в методиках расчета позиции регионов СФО в рейтингах инвестиционной привлекательности отличаются. Но при этом стоит отметить, что те регионы, которые характеризуются благоприятной средой для привлечения инвестиций и высокими частными производственными, инновационными, природно-ресурсными, институциональными потенциалами (Красноярский край, Новосибирская, Кемеровская и Иркутская области), занимают лидирующие позиции по таким показателям, как привлечение ПИИ, число организаций с участием иностранного капитала и др.

Рассмотрев основные показатели, характеризующие уровень инвестиционной привлекательности региона, необходимо выявить, каким образом иностранные инвестиции влияют на устойчивое экономическое развитие региональной экономики.

¹⁴ Инвестиционный портал Иркутской области — Электрон. дан. — Режим доступа: <http://www.invest.irkobl.ru/O-regione> (дата обращения: 13.11.2017).

¹⁵ ОЭЗ ТВТ «Томск» / Россия. Особые экономические зоны. — Электрон. дан. — Режим доступа: <http://www.russez.ru/oez/innovation/tomsk/tomsk/> (дата обращения: 13.11.2017).

Так как понятие устойчивое развитие оценивается с разных сторон, то логично будет рассчитать коэффициент корреляции между параметрами иностранных инвестиций, поступающих в регион, и основных показателей экономического роста, инновационного развития, социальной стабильности, финансового положения региона: ВРП на душу населения; валовое накопление основного капитала; внутренние затраты на исследования и разработки; объем инновационных товаров, работ, услуг; среднемесячная начисленная заработная плата; величина прожиточного минимума; уровень безработицы; доходы регионального бюджета.

Для нашей задачи будем использовать коэффициент корреляции Пирсона, который показывает, как те или иные переменные связаны друг с другом. Он считается по формуле (1):

$$k_{\text{корр}} = \frac{\sum(x - x_{\text{ср}})(y - y_{\text{ср}})}{\sqrt{\sum(x - x_{\text{ср}})^2} \sqrt{\sum(y - y_{\text{ср}})^2}}, \quad (1)$$

где $x_{\text{ср}}$ – среднее значение выборки по переменной x ,
 $y_{\text{ср}}$ – среднее значение выборки по переменной y .

Так как эта формула сложна для восприятия, путем математических преобразований ее можно привести к виду (2):

$$k_{\text{корр}} = \frac{n * \sum x_i y_i - (\sum x_i * \sum y_i)}{\sqrt{[n * \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2] * [n * \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2]}}, \quad (2)$$

где n – число регионов (12).

Разберем расчет данного коэффициента на примере взаимосвязи притока ПИИ в экономику региона на душу населения и ВРП на душу населения по итогам 2015 г.

Шаг 1. Пусть X – это значение притока ПИИ на душу населения, а Y – ВРП на душу населения. Подставим данные значения в таблицу (таблица 3):

Таблица 3

Присвоение значений переменным X и Y ¹⁶

Регион	ПИИ на душу насел., долл. США	ВРП на душу насел., тыс. руб.
	X	Y
Республика Алтай	0,2	182,02

¹⁶ Составлено авторами.

Продолжение таблицы 3

Регион	ПИИ на душу насел., долл. США	ВРП на душу насел., тыс. руб.
	X	Y
Республика Бурятия	31	188,2
Республика Тыва	57,6	147,81
Республика Хакасия	8,6	298,76
Алтайский край	4	188,43
Забайкальский край	186,8	210,14
Красноярский край	875,6	496,6
Иркутская область	18,2	376,05
Кемеровская область	256,2	274,99
Новосибирская область	94,4	324,15
Омская область	10,2	302,79
Томская область	357,7	397,46
Сумма Σ	1900,16	3387,393

Шаг 2. Рассчитываем произведение X и Y, квадраты показателей X и Y (таблица 4):

Таблица 4

Расчет промежуточных показателей ¹⁷

Регион	X	Y	XY	X*X	Y*Y
Республика Алтай	0,2	182,02	36,40419	0,04	33131,619
Республика Бурятия	31,0	188,20	5824,891	957,9025	35420,467
Республика Тыва	57,6	147,81	8512,258	3316,608	21847,179
Республика Хакасия	8,6	298,76	2554,412	73,1025	89258,517
Алтайский край	4,0	188,43	748,0818	15,7609	35507,259
Забайкальский край	186,8	210,14	39243,78	34875,56	44159,122
Красноярский край	875,6	496,60	434805,6	766622,8	246608,72
Иркутская область	18,2	376,05	6836,53	330,5124	141411,16
Кемеровская область	256,2	274,99	70451,66	65638,44	75617,837
Новосибирская область	94,4	324,15	30592,85	8907,584	105070,29
Омская область	10,2	302,79	3076,31	103,2256	91679,635
Томская область	357,7	397,46	142156,3	127920,7	157976,13
Сумма Σ	1900,16	3387,393	744839	1008762	1077687,9

Шаг 3. Получив необходимые промежуточные значения, перейдем к расчету непосредственно коэффициента корреляции (3):

¹⁷ Рассчитано авторами.

$$\begin{aligned}
 k_{\text{корр}} &= \frac{n * \sum x_i y_i - (\sum x_i * \sum y_i)}{\sqrt{[n * \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2] * [n * \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2]}} \\
 &= \frac{12 * 744839 - 1900,16 * 3387,393}{\sqrt{(12 * 1008762 - 1900,16^2) * (12 * 1077687,9 - 3387,393^2)}} \\
 &= 0,71
 \end{aligned}$$

Шаг 4. Мы можем сделать вывод о силе корреляционной связи показателей в соответствии с таблицей значений (таблица 5):

Таблица 5

Интерпретация коэффициента корреляции ¹⁸

Значение	Интерпретация
от 0 до 0,3	очень слабая связь
от 0,3 до 0,5	слабая связь
от 0,5 до 0,7	средняя связь
от 0,7 до 0,9	высокая связь
от 0,9 до 1	очень высокая связь

Если же в результате коэффициент получается со знаком «-», это означает, что между показателями существует обратная зависимость, то есть, чем больше X, тем меньше Y. Сила связи оценивается так же, как и в таблице 4.

По такому же алгоритму получаем коэффициенты корреляции между показателями иностранных инвестиций и валовым накоплением основного капитала; внутренними затратами на исследования и разработки; объемом инновационных товаров, работ, услуг; среднемесячной начисленной заработной платой; величиной прожиточного минимума; уровнем безработицы; доходами регионального бюджета.

По результатам проведенных расчетов, наибольшая зависимость была выявлена между показателем числа организаций с участием иностранного капитала и объема инновационных товаров, работ услуг, а также внутренних затрат на исследования и разработки (0,92 и 0,78 соответственно). Данный факт говорит о том, что чем больше будет создаваться предприятий с иностранным капиталом, тем более вероятно инновационное развитие региона. Высокие зависимости наблюдаются между показателями притока ПИИ на душу населения и ВРП

¹⁸ Составлено авторами по: Малыгин В.И. Высшая математика: Учебное пособие / В.И. Малыгин. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 365 с.

на душу населения и валовым накоплением основного капитала. Средняя зависимость выявлена с показателями социальной сферы и показателем дохода регионального бюджета (таблица 6).

Таблица 6

Коэффициент корреляции социально-экономических показателей и параметров иностранных инвестиций¹⁹

Наименование коэффициента	Значение коэффициента	Связь показателей
$k_{\text{корр}}$ ПИИ на душу населения и ВРП на душу населения	0,71	Высокая
$k_{\text{корр}}$ ПИИ на душу населения и валового накопления основного капитала	0,73	Высокая
$k_{\text{корр}}$ ПИИ на душу населения и среднемесячной начисленной заработной платой	0,66	Средняя
$k_{\text{корр}}$ ПИИ на душу населения и прожиточного минимума	0,60	Средняя
$k_{\text{корр}}$ Организаций с участием ин. капитала и уровня безработицы	-0,50	Средняя
$k_{\text{корр}}$ Организаций с участием ин. капитала и внутренних затрат на исследования и разработки	0,78	Высокая
$k_{\text{корр}}$ Организаций с участием ин. капитала и объема инновационных товаров, работ, услуг	0,92	Очень высокая
$k_{\text{корр}}$ ПИИ на душу населения и доходов регионального бюджета	0,68	Средняя

Исходя из полученных результатов, можно сделать вывод, что инвестиционное развитие, и в частности приток иностранных инвестиций, существенно влияют на все стороны развития региона, то есть на его устойчивое развитие. Особенно это касается инновационной составляющей региональной экономики. Так как и на федеральном, и на региональном уровнях уже осознали необходимость перехода на инновационную модель экономики, наращивание инновационного потенциала является наиболее значимым аспектом устойчивого развития экономики.

Список литературы

1. Архипова Л.С., Гагарина Г.Ю. Пространственная дифференциация регионов РФ и их конкурентоспособность // Вестник Удмуртского университета. Серия «Экономика и право». 2015. Т. 25, вып. 4. С. 19–27.
2. Гришина И., Шахназаров А., Ройзман И. Комплексная оценка инвестиционной привлекательности и инвестиционной активности российских ре-

¹⁹ Составлено авторами.

- гионов: методика определения и анализ взаимосвязей // Инвестиции в России. 2011. № 4. С. 118–120.
3. Инвестиционный климат в России: мнение иностранных инвесторов / ООО «Эрнст энд Янг – оценка и консультационные услуги» – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.fiac.ru/pdf/EY-investment-climate-in-russia-2015-rus.pdf> (дата обращения: 13.11.2017).
 4. Инвестиционный портал Иркутской области – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.invest.irkobl.ru/O-regione> (дата обращения: 13.11.2017).
 5. Как составляется рейтинг инвестиционной привлекательности в России / Эксперт РА. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://raexpert.ru/ratings/regions/2016/> (дата обращения: 13.11.2017).
 6. Малыхин В.И. Высшая математика: Учебное пособие / В.И. Малыхин. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 365 с.
 7. Методология дистанционного рейтинга инвестиционной привлекательности регионов / Национальное рейтинговое агентство. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.ra-national.ru/ru/taxonomy/term/3097?type=rating> (дата обращения: 20.04.2017).
 8. Национальный рейтинг состояния инвестиционного климата в субъектах РФ / Агентство стратегических инициатив. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://asi.ru/investclimate/rating/> (дата обращения: 13.11.2017).
 9. Орлова Е.Р. Инвестиции: учеб. пособие / Е.Р. Орлова. – 7-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство «Омега-Л», 2012. – 240 с.
 10. ОЭЗ ТВТ «Томск» / Россия. Особые экономические зоны. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.russez.ru/oez/innovation/tomsk/tomsk/> (дата обращения: 13.11.2017).
 11. Распоряжение от 30 января 2013 г. №68-р «О стратегии привлечения инвестиций в Кемеровскую область на период до 2030 года» – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/465200408> (дата обращения: 22.04.2017).
 12. Рейтинг инвестиционной привлекательности регионов 2016 года / Эксперт РА. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://raexpert.ru/project/regcongress/2016/ranking> (дата обращения: 13.11.2017).
 13. Рейтинг инвестиционной привлекательности субъектов РФ дистанционный / Национальное рейтинговое агентство. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.ra-national.ru/ru/ratings/provinces?type=rating> (дата обращения: 13.11.2017).
 14. Сайт Кузбасского технопарка. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://technopark42.ru/departments/park/technopark42> (дата обращения: 13.11.2017).
 15. Фетисов Г.Г. Методы оценки инвестиционного климата регионов России и пути его улучшения. Центр дистанционного образования «Элитариум». Санкт-Петербург, 2012. – Электрон. дан. – Режим доступа: http://www.elitarium.ru/2011/05/30/ocenka_investicionnogo_klimata.html (дата обращения: 13.11.2017).

16. Формирование и оценка инвестиционного потенциала региона: Монография под ред. Березнева С.В., Мамзиной Т.Ф., Начевой М.К., Шевелевой О.Б. – М.: Издательский дом «Экономическая газета», 2012. – 234 с.

References

1. Arkhipova L.S., Gagarina G.Yu. Prostranstvennaya differentsiatsiya regionov RF i ikh konkurentosposobnost' // Vestnik Udmurtskogo universiteta. Seriya «Ekonomika i pravo». 2015. T. 25, vyp. 4. S. 19–27.
2. Grishina I., Shakhnazarov A., Roizman I. Kompleksnaya otsenka investitsionnoi privlekatel'nosti i investitsionnoi aktivnosti rossiiskikh regionov: metodika opredeleniya i analiz vzaimosvyazei // Investitsii v Rossii. 2011. № 4. S. 118–120.
3. Investitsionnyi klimat v Rossii: mnenie inostrannykh investorov / ООО «Ernst end Yang – otsenka i konsultatsionnye uslugi» – Elektron. dan. – Rezhim dostupa: <http://www.fiac.ru/pdf/EY-investment-climate-in-russia-2015-rus.pdf> (data obrashcheniya: 13.11.2017).
4. Investitsionnyi portal Irkutskoi oblasti – Elektron. dan. – Rezhim dostupa: <http://www.invest.irkobl.ru/O-regione> (data obrashcheniya: 13.11.2017).
5. Kak sostavlyayetsya reiting investitsionnoi privlekatel'nosti v Rossii / Ekspert RA. – Elektron. dan. – Rezhim dostupa: <https://raexpert.ru/ratings/regions/2016/> (data obrashcheniya: 13.11.2017).
6. Malykhin V.I. Vysshaya matematika: Uchebnoe posobie / V.I. Malykhin. – 2-e izd., pererab. i dop. – M.: INFRA-M, 2009. – 365 s.
7. Metodologiya distantsionnogo reitinga investitsionnoi privlekatel'nosti regionov / Natsional'noe reitingovoe agentstvo. – Elektron. dan. – Rezhim dostupa: <http://www.ra-national.ru/ru/taxonomy/term/3097?type=rating> (data obrashcheniya: 20.04.2017).
8. Natsional'nyi reiting sostoyaniya investitsionnogo klimata v sub»ektakh RF / Agentstvo strategicheskikh initsiativ. – Elektron. dan. – Rezhim dostupa: <https://asi.ru/investclimate/rating/> (data obrashcheniya: 13.11.2017).
9. Orlova E.R. Investitsii: ucheb. posobie / E.R. Orlova. – 7-e izd., ispr. i dop. – M.: Izdatel'stvo «Omega-L», 2012. – 240 s.
10. O EZ TVT «Tomsk» / Rossiya. Osoby ekonomicheskie zony. – Elektron. dan. – Rezhim dostupa: <http://www.russez.ru/oez/innovation/tomsk/tomsk/> (data obrashcheniya: 13.11.2017).
11. Rasporyazhenie ot 30 yanvarya 2013 g. №68-r «O strategii privlecheniya investitsii v Kemerovskuyu oblast» na period do 2030 goda – Elektron. dan. – Rezhim dostupa: <http://docs.cntd.ru/document/465200408> (data obrashcheniya: 22.04.2017).
12. Reiting investitsionnoi privlekatel'nosti regionov 2016 goda / Ekspert RA. – Elektron. dan. – Rezhim dostupa: <https://raexpert.ru/project/regcongress/2016/ranking> (data obrashcheniya: 13.11.2017).
13. Reiting investitsionnoi privlekatel'nosti sub»ektov RF distantsionnyi / Natsional'noe reitingovoe agentstvo. – Elektron. dan. – Rezhim dostupa: <http://>

- www.ra-national.ru/ru/ratings/provinces?type=rating (data obrashcheniya: 13.11.2017).
14. Sait Kuzbasskogo tekhnoparka. – Elektron. dan. – Rezhim dostupa: <http://technopark42.ru/departments/park/technopark42> (data obrashcheniya: 13.11.2017).
 15. Fetisov G.G. Metody otsenki investitsionnogo klimata regionov Rossii i puti ego uluchsheniya. Tsentr distantsionnogo obrazovaniya «Elitarium». Sankt- Peterburg, 2012. – Elektron. dan. – Rezhim dostupa: http://www.elitarium.ru/2011/05/30/ocenka_investicionnogo_klimata.html (data obrashcheniya: 13.11.2017).
 16. Formirovanie i otsenka investitsionnogo potentsiala regiona: Monografiya pod red. Berezneva S.V., Mamzinoi T.F., Nachevoi M.K., Shevelevoi O.B. – M.: Izdatel'skii dom «Ekonomicheskaya gazeta», 2012. – 234 s.

Часть II. ОТРАСЛЕВОЙ СЕКТОР КАК ОСНОВА ЭКОНОМИКИ РОССИИ

С. Ю. Бабенкова

*Кандидат экономических наук,
sbabenkova@ivran.ru*

*Институт востоковедения РАН,
Москва, Российская Федерация*

В. В. Киселёв

*Доктор экономических наук, профессор,
vfkisele@yandex.ru*

*Российская академия предпринимательства,
Москва, Российская Федерация*

Рынок Сукук как секьюритизация финансовых активов в посткризисном пространстве

Аннотация: Когда упоминается понятие «Сукук», то обычно в качестве определена приводится некий исламский эквивалент облигаций. Однако, в отличие от «традиционных» облигаций, которые осуществляют своеобразную юридическую передачу долга от одного контрагента другому, Сукук предоставляет инвестору долю актива, а также соразмерные с этим активом денежные потоки и риск. Таким образом, ценные бумаги Сукук придерживаются исламских законов (Шариата), которые запрещают выплату процентов или продажу долга.

Появление Сукука стало одним из самых значительных событий на исламских рынках капитала в последние годы. Если рассматривать механизм Сукука, то в первом приближении, его звенья действуют как мост, связывая своих эмитентов, в первую очередь суверенные фонды и корпорации на Ближнем Востоке и Юго-Восточной Азии, с широким кругом инвесторов, многие из которых стремятся диверсифицировать свои запасы за пределами портфелей традиционных активов.

Выпуск Сукук показал свою устойчивость в периоды турбулентности и кризисных явлений, происходящих на мировых рынках капитала. Его выпуск за период с 2008 по 2009 гг. увеличился с 14,9 млрд. долл. США до 23,3 млрд. долл. США. Лидирующие позиции на данном направлении рынка заняли страны Азии. Несмотря на это, рынок этих ценных бумаг остается нишевым, и он по-прежнему имеет огромный потенциал для роста. Темпы роста Сукук на настоящий момент составляют порядка 10-15% на мировых финансовых рынках.

В настоящее время, многие аналитики и специалисты в области исламских финансов, стали указывать не только на партнерскую или беспроцентную составляющую данных финансов, но и давать им такую характеристику, как «зелёные финансы». Необходимо отметить, что прежде всего это не связано с ассоциацией

зелёного цвета, как цвета Ислама, а связано с определённой «эко» или социальной функцией, которые в своей основе содержат исламские финансы.

Ключевые слова: *финансовые рынки, Сукук, исламские финансы, арабские страны.*

S. Yu. Babenkova

*Cand.Sci. (Econ.),
sbabenkova@ivran.ru*

*Institute of Oriental Studies of the Russian Academy of Sciences,
Moscow, Russian Federation*

V. V. Kiselev

*Dr. Sci. (Econ.), Prof.,
vfkisele@yandex.ru*

*Russian Academy of Entrepreneurship,
Moscow, Russian Federation*

Sukuk market as securitisation of financial assets in post-crisis space

Annotation: *When the concept Sukuk is mentioned, some Islamic equivalent of bonds is usually given as a definition. But as opposed to traditional bonds, which perform peculiar legal delegation from one counterpart to another, Sukuk provides the investor with asset share, as well as money flows and risks commensurate with this asset. Therefore, Sukuk securities keep within the Islamic laws (Shariat) which prohibit payment of interest or sale of debt. The appearance of Sukuk has become one of the most significant events in Islamic capital markets over the last few years. When the mechanism of Sukuk considered, at a first approximation its elements act as a bridge connecting its emitents, primarily sovereign wealth funds and corporations in the Middle East and South-Eastern Asia, with a broad range of investors, many of whom seek to diversify their stockpile beyond the portfolio of traditional assets.*

The release of Sukuk showed its stability in the periods of turbulence and crises taking place in the global capital markets. Its release from 2008 to 2009 increased from \$14.9 billion to \$23.3 billion. Asian countries took the leading position in this area of the market. Despite this, the securities market remains niche, and it still has a great potential for growth. Currently, the growth rate of Sukuk is 10-15% in the global financial markets. Currently, many analysts and specialists in the field of Islamic Finance not only point at partnership or interest-free component of the finance, but also characterize it as green finance. It must be noted that it is not connected with the association of the green colour with the colour of Islam. It is related to a peculiar social or eco-function that contain Islamic Finance in their basis.

Keywords: *financial markets, Sukuk, Islamic Finance, Arab countries.*

В период кризисных экономических и политических явлений, происходящих в последнее время в ряде стран арабского региона, партнерское финансирование показало себя относительно жизнеспособ-

ной альтернативной финансовой системой. Рынок партнерского финансирования за последнее десятилетие значительно расширился, а Сукук¹ стал одним из ключевых инструментов рынка капитала, используемым эмитентами, начиная от государственных фондов, суверенных фондов, корпораций, финансовых институтов и т.д. для целей финансирования проектов и инфраструктуры.

Сукук считается наиболее привлекательным компонентом деятельности, составляющей партнерское финансирование в целом.

С 2011 г. рынок Сукук показывал устойчивый рост, при этом в 2012 и 2013 гг. аналитиками и специалистами наблюдались рекордные выпуски этих ценных бумаг, как на внутреннем, так и на международном уровне. В течение 2014 и в 2015 гг. выпуски Сукук вошли в фазу², которая лучше всего описывается как фаза «консолидации», где внешние силы, такие как возникающие фазы неопределенности в глобальной финансовой системе, резкое падение цен на нефть и политические и социальные проблемы в странах региона MENA³, достаточно широко повлияли на выпуск и стабильность данных бумаг.

Сукук является одним из основных инструментов в управлении ликвидности на Международном Исламском Финансовом Рынке (ИФМ)⁴.

Справочно: Рынок Сукук постоянно расширяется и теперь в него включены не только управляющие различными фондами, но и крупные корпоративные инве-

¹ صكوك — акт, документ, расписка (Баранов Х.К. Арабско-русский словарь / Х.К. Баранов; Под редакцией В.А. Костина. — М.: Издатель Валерий Костин, 2007.)

² 2012 и 2013 гг. были рекордными для выпусков Сукук. В 2014 году рынок замедлился до отметки 100 млрд. долларов США. В 2015 году произошло значительное сокращение выпуска. Было выпущено ценных бумаг на сумму порядка 60,6 млрд. долл. США (по сравнению с 2014 г. рынок показал падение на 43%). Общая сумма международных выпусков Сукук (внешние рынки) составила 20,88 млрд. долл. США в 2015 г. по сравнению с уровнем 2014 г., размер которого составил 26,4 млрд. долл. США.

В 2015 году примерно 50% от общего объема рынка пришлось на эмитентов из Малайзии (8,4 млрд. долл. США), остальные 50% приходятся на рынки, Бахрейна, Турции, Индонезии, Брунея, Пакистана, Саудовской Аравии, ОАЭ, Катара.

³ Ближний Восток и Северная Африка.

⁴ ИФМ является органом стандартизации исламской индустрии финансовых услуг (IFSI), в котором основное внимание уделяется стандартизации исламских финансовых контрактов и основных продуктов, относящихся к сегментам капитала и денежного рынка, корпоративного финансирования и торгового финансирования IFSI. (URL: <http://www.iifm.net/>).

сторы. Также Сукук пришел на рынок исламского страхования⁵. Активный приход розничных инвесторов, особенно в Индонезию и Бахрейн открыл еще одну стабильную площадку для них на рынке Сукук. Низкие процентные ставки по банковским депозитам и риски потери ликвидности привело к смещению вектора интересов розничных инвесторов на рынок Сукук, что является достаточно положительным сигналом для последнего. Относительно проблем с ликвидностью, с которой столкнулись рынки в 2015 г. благодаря, в том числе падению мировых цен на нефть, отразилось на Сукук, в части замедления его темпов роста (рынки Юго-Восточной Азии, стран – экспортеров нефти Персидского залива), однако открытие новых ниш на рынках Европы, Азии и Африки, позволило немного стабилизировать ситуацию на рынке.

Центральный Банк Малайзии (*Bank Negara Malaysia*) в январе 2015 г. объявил о прекращении выпуска краткосрочных инвестиционных Сукук⁶, которые использовались как на внутреннем, так и на международном рынках. Это решение привело к потерям 40 млрд. долл. США, однако в январе 2016 г. Банк возобновил выпуск краткосрочного Сукук Мубараха сроком на 9 и 12 месяцев для управления ликвидностью.

Сукук по своей структуре во многом схожи с традиционными в нашей стране сертификатами долевого участия⁷.

По мнению специалистов, существует не менее пяти важных основных различий между Сукук и традиционными облигациями (далее – облигации):

1. Сукук указывает на владение активом. Облигации указывают на долговое обязательство.

⁵ Исламское страхование представляет собой договоренность лиц, подверженных определенным рискам, об урегулировании определенного вреда (ущерба), возникающего в результате наступления страховых случаев. Это происходит путем внесения взносов на основе обязательства по благотворительности, и из этих средств формируется страховой фонд, который обладает статусом юридического лица и несет независимую финансовую ответственность. (Шариатский Стандарт № 26. Исламское страхование. Для целей данной статьи автор будет использовать определения и понятия, приводимые в Шариатских стандартах (1-57), если не указано иное. Полный текст шариатских стандартов Организации бухгалтерского учета и аудита исламских финансовых учреждений, утвержденных до месяца раби' аль-аввала 1438 г.х. (декабря 2016 г.). – М.: Издательство «Исламская книга», 2017 г. – 920 с.)

⁶ Инвестиционный Сукук – это бумаги одинаковой стоимости, представляющие собой равные доли в общей стоимости на имущество, либо права на узуфрукт, либо права на услуги или права собственности на активы (имущество) определенных проектов или конкретной инвестиционной деятельности. Это право возникает после получения стоимости Сукук, закрытия подписки и начала использования средств, полученных для той цели, для которой осуществлялась эмиссия Сукук.

⁷ Сертификат долевого участия – ценная бумага, предоставляющая право участия в капитале компании, но ограничивающая некоторые права ее владельца по сравнению с обычными акционерами (URL: https://dic.academic.ru/dic.nsf/fin_enc/17898).

2. Активы, под которые осуществляется выпуск Сукук должны соответствовать нормам исламского права. Активы, под которые выпущены облигации, могут включать товары или услуги, которые противоречат вышеуказанным нормам.

3. Сукук оценивается по стоимости активов, поддерживающих их. Цена на облигации основана на кредитном рейтинге.

4. Сукук увеличиваться в стоимости прямопропорционально увеличению стоимости активов. Прибыль от облигаций заложена в фиксированной процентной ставке.

5. При продаже Сукук осуществляется продажа права собственности на активы, поддерживающие их. При продаже облигаций осуществляется продажа долга.

Исходя из вышесказанного можно отметить следующее. Сукук «опирается» на материальные (реальные) активы, а не на долг и осуществляемые с ним сделки. Финансовые отношения между эмитентом и потребителем в случаях владения облигациями сильно отличаются от отношений между эмитентом и покупателем Сукук. В случае сделки купли-продажи облигаций покупатель выступает в качестве кредитора, а эмитент облигаций в качестве получателя кредита. При Сукук покупатель приобретает актив, который имеет ценность, и не участвует в неявном кредитном соглашении.

Еще одно важное различие между облигациями и Сукук заключается в том, что активы, связанные с сертификатами Сукук, соответствуют всем этико-правовым законам Ислама. В случае облигаций, данная бумага может подкрепляться активами, которые не соответствуют шариату, и при этом эти активы могут быть объединены вместе с другими видами активов без ведома покупателя облигации. Потребитель Сукук уверен, что стоимость бумаги соответствует активам, которые находятся в общественном благе и не связаны с деятельностью или продуктами, которые противоречат Исламу.

Сукук используют в качестве инструмента секьюритизации активов⁸, его основная цель — привлечение финансовых средств инвесторов для финансирования проектов на возвратной и платной основе.

В зависимости от актива, лежащего в основе Сукук, можно говорить, в том числе о:

1. Секьюритизации прав финансовой аренды (лизинга), то есть Сукук, удостоверяющий права собственности на сдаваемые в аренду

⁸ Основанием для такого суждения служит определенная связь указанной ценной бумаги с активом.

активы. Эмитент сертификатов (Сукук) является продавцом сдаваемого в аренду имущества в отношении которого имеется обещание взять в аренду актив, а подписчики являются покупателями актива. Привлеченные посредством подписки средства являются покупной ценой имущества. Держатели сертификатов совместно владеют активами, находящимися в общедолевой собственности, получая прибыль и неся по этим активам убытки. Вышеописанные отношения между ними происходят на основании договора партнерства (Мушарака).

2. Секьюритизации проектного финансирования. Бумаги равной стоимости, выпущенные с целью использования средств от подписки на производство товаров, в результате чего произведенные товары переходят в собственность держателей сертификатов.

3. Секьюритизации партнерства. В данном случае ценные бумаги подтверждают участие в партнерстве, представляющем собой проекты или виды деятельности управляемые на основе договора о партнерстве посредством назначения одного из партнеров или иного лица управляющим проектом.

Наряду с вышеперечисленными видами Сукук существуют, в том числе:

- Сукук Мудараба. Ценные бумаги должны подтверждать участие в партнерстве и представлять собой проекты или виды деятельности, управляемые на основе договора доверительного управления, посредством назначения одного из партнеров или иного лица на должность управляющего деятельностью.
- Сукук Мурабаха. Бумаги равной стоимости, выпущенные с целью финансирования приобретения товара посредством договора Мурабаха, в результате чего держатели бумаг становятся собственниками товара, приобретенного на основе этого договора.
- Сукук Мушарака. Бумаги равной стоимости, выпущенные с целью использования привлеченных средств для создания нового проекта или в развитие действующего проекта и т.д. Держатели бумаг становятся владельцами проекта или активов, связанных с непосредственной (реальной) деятельностью предприятия (фирмы), пропорционально своим долям. Управление Сукук Мушарака осуществляется на основе договора о партнерстве, на основании договора доверительного управления или на основании инвестиционного агентского соглашения.
- Сукук Салам. Бумаги равной стоимости, выпущенные с целью привлечения капитала на основании договора авансового финансирования в результате чего товары, которые должны быть

поставлены по договору Салам переходят в собственность держателей бумаг⁹.

По степени передачи рисков инвесторам можно выделить:

- Сукук, основанные на активах. Инвесторы принимают риски «заемщика», а актив используется для предоставления финансирования, но не в качестве обеспечения.
- Сукук, обеспеченные залогом активов. Инвесторы принимают риски актива. «Заемщик» не предоставляет каких-либо дополнительных гарантий. Данная структура является одним из механизмов секьюритизации активов.

В принципе облигации и Сукук имеют схожие концепции. Обе бумаги могут быть превращены в наличные денежные средства путем продажи их на финансовом рынке. Также эти бумаги могут иметь определенные рейтинги, присвоенные рейтинговыми агентствами, которые будут показывать их инвестиционную привлекательность в краткосрочных или долгосрочных периодах. Наряду с этим, существуют достаточно большое количество схожих черт в структурах облигаций и Сукук, что позволяет потребителям бумаг иметь множество вариантов при изучении и внедрении на рынок этих финансовых инструментов.

Исторически Сукук Иджара имел привилегированное место в структуре международных суверенных и корпоративных эмитентов, в то время как квази-суверенные эмитенты, похоже, предпочитали структуру Сукук Вакала¹⁰. На внутреннем рынке, предпочтение отдавалось

⁹ Мушарака – разделение. В контексте бизнеса и торговли – это совместное предприятие, в рамках которого все партнеры разделяют между собой его прибыли и убытки.

Мурабаха-термин исламского права, который означает определенный вид продажи. Продавец соглашается с покупателем предоставить ему определенный вид товара с определенной наценкой, добавленной к его затратам.

Мударaba – особый вид партнерства, где один партнер предоставляет денежные средства другому партнеру с целью их инвестирования в коммерческое предприятие.

Салам (салам) – это продажа, в которой продавец берет на себя обязательство поставить определенный товар покупателю в будущем в обмен на немедленно уплаченный платеж.

Иджара – термин исламского права, обозначающий предоставление чего-либо в аренду. (Муххамад Таки Усмани. Введение в исламские финансы / Пер. с англ. Ля. Рыбы-Финанс. – М.: Исламская книга, 2016).

¹⁰ Сукук вакала биль-истисмар – это бумаги, подтверждающие участие в партнерстве и представляющие собой проекты или виды деятельности, управляемые на основе инвестиционного агентского соглашения посредством назначения агента для управления деятельностью от имени держателей бумаг.

Сукук Мурабаха для суверенных эмитентов, а корпоративные и квази-суверенные эмитенты на внутреннем рынке предпочитают Сукук Мушарака и Сукук Мурабаха.

Выпуск Сукук показал свою устойчивость в периоды турбулентности и кризисных явлений, происходящих на мировых рынках капитала. Лидирующие позиции на данном направлении рынка заняли страны Азии. Несмотря на это, рынок этих ценных бумаг остается нишевым, он по-прежнему имеет огромный потенциал для роста. Темпы роста Сукук на настоящий момент составляют порядка 10–15% на мировых финансовых рынках.

В настоящее время многие аналитики и специалисты в области исламских финансов стали не только указывать на партнерскую или беспроцентную составляющую данных финансов, но и давать им такую характеристику, как «зелёные финансы». Необходимо отметить, что прежде всего это не связано с ассоциацией зелёного цвета как цвета Ислама, а связано с определённой «эко» или социальной функцией, которую в своей основе содержат исламские финансы.

«Зеленый» Сукук — это вид инвестиций, разрешенных Шариатом и направляемых, в том числе, в развитие возобновляемых источников энергии или иных экологических проектов, направленных на сохранение и охрану окружающей среды¹¹. В связи с продолжающимся падением мировых цен на углеводороды и изменением климата рынок возобновляемых источников энергии имеет большой потенциал для размещения финансовых средств, соответствующих Шариату.

Как было упомянуто выше, одной из областей, которые обычно связаны с «Зеленым» Сукук, является окружающая среда и ее сохранение. Таким образом, этот инструмент становится общим инструментом для реализации эко программ на мировом рынке. Например, в 2007 г. Европейский инвестиционный банк (ЕИБ) эмитировал «эко» облигации на сумму в 600 млн евро. Эти бумаги были ориентированные на возобновляемые источники энергии и энергоэффективность промышленных и социальных объектов.

Впоследствии в 2008 г. Всемирный банк выпустил общую облигацию на сумму 440 млн. долл. США для поддержки климатической программы. В 2013 г. Африканский банк развития выпустил «зеленую» облигацию на сумму 500 млн. долл. США для финансирования программ по недопущению изменения климата в Африке. По состоянию на июнь 2015 года Всемирный банк выпустил более 100 ценных бумаг на об-

¹¹ В основе «зеленого» скука находятся экологические активы.

щую сумму 8,5 млрд. долл. США. На сегодняшний день на рынке вращаются «зеленые» облигации на сумму 65,9 млрд долларов США.

Исламский банк развития (ИБР) на Конференции Организации Объединенных Наций по глобальному потеплению проведенной в Париже в 2015 году, высказал свою заинтересованность в выпуске «Зеленых» Сукук для финансирования проектов, связанных с климатом. В настоящее время ИБР располагает пилотными проектами на сумму 180 млн. долл. США для финансирования чистой энергии по всему миру.

Выручка от «Зеленого» Сукука может быть использована для финансирования и рефинансирования задолженности по строительству, поддержки правительственных субсидий, выделяемых на охрану окружающей среды, поддержки инициатив в рамках целей устойчивого развития, разработанных Организацией Объединенных Наций, а также для инвестиционных стратегий частных компаний или компаний, управляющих активами.

Наиболее активные и крупные игроки на рынке «зеленых» Сукук являются, Малайзия¹² и ОАЭ¹³. Так, во II квартале 2017 года было выпущено ценных бумаг данного рода на сумму более 30 млрд. долл. США. Наряду с этим за 2016 год выпуск облигаций на развивающихся рынках возрос с 2,3 млрд. долл. США, до 9,2 млрд. долл. США (темпы роста составили более 50%).

Справочно: Малайзийская компания солнечной энергии «Tadai Energy» в июле 2017 года вышла на рынок с «Зеленым» Сукуком со сроком владения 16 лет, получив от инвесторов 59,2 млн. долл. США. Этот выпуск стал еще одним шагом на пути реализации в стране программы по новой системе устойчивого развития рынков страны.

В 2014 г. Малайзийская Комиссия по безопасности пересмотрела свое руководство по Сукуку, включив в него новые требования с целью выпуска ценных бумаг (сукук) «Социально ответственного инвестирования» (SPI)¹⁴.

¹² 30% доли рынка относятся к исламским фондам Малайзии.

¹³ Исходя из 10 ведущих исламских финансовых рынков.

¹⁴ В целом аналогом SPI (в первом приближении) можно считать Социальные облигации, которые являются относительно новой концепцией во всем мире. Первый SIB был выпущен в сентябре 2010 г. Правительством Великобритании, чтобы финансировать программу реабилитации заключенных. В 2012 г. в США, в частности в Нью-Йорке, последовали примеру путем запуска аналогичной программы реабилитации заключенных. С тех пор программы SIB были объявлены в Канаде, Бельгии, Нидерландах, Германии и Австралии, как на уровне национального правительства, так и на местном и государственном уровнях.

В этих новых руководящих принципах Сукук установлено, что финансовые поступления от Сукук «Социально ответственного инвестирования» должны быть использованы для сохранения окружающей среды, природных ресурсов, уменьшения расходования энергии, содействия использованию возобновляемых технологий и сокращения выбросов парниковых газов в атмосферу.

Первым Сукуком, выпущенным в соответствии с этим постановлением, была эмиссия ценных бумаг вышеупомянутой «Tadau Energy». Данный «новаторский подход» Малайзии к финансированию проектов, ответственных за защиту окружающей среды, был высоко оценен Всемирным банком. Банком был отмечен в первую очередь огромный потенциал эко-проектов, которые могут включать в себя проекты по солнечным батареям, паркам, биогазовым установкам, ветряным станциям, производству и эксплуатацию электромобилей, внедрению и эксплуатации экодому и т.д., наряду с этим прибыль, полученная от «Зеленых» Сукук, может быть использована для субсидий и налоговых льгот.

В дальнейшем, по оценкам специалистов, долгосрочный выпуск «Зеленых» Сукук может привести Малайзию к созданию «зеленого» хаба ценных бумаг.

Еще одна инициатива возникла в Совете сотрудничества стран Персидского залива, где Бизнес-совет по вопросам чистой энергии, Инициатива по климатическим связям, Союз стран Персидского залива и Ассоциация «Сукук» создали проект под названием «Зеленый» Сукук и Рабочая группа». Целью проекта является разработка эко проектов, экологических стандартов, ориентированных на рынки капитала исламских финансов. В настоящее время группа разрабатывает «Зеленый» Сукук для заинтересованных эмитентов, включая правительства, компании, финансовые фирм.

Исламские финансы до середины 2000-х годов были основным нишевым звеном на финансовом рынке и сейчас они составляют порядка 2 трлн. долл. США. Однако, выпуск Малайзией вышесказанных ценных бумаг показал проявление положительных тенденций инвесторов как к исламским финансам, так и к «Зеленым» Сукук, что в дальнейшем может привести к объединению этих двух финансовых направлений на крупнейшем рынке страны и банки развития.

Перспективы «Зеленого» Сукука в будущем можно рассмотреть исходя из ряда факторов, в том числе:

1. Увеличение спроса на энергоснабжение. Широко известно, что потребность в чистой энергии и энергоэффективность в будущем будет возрастать из-за постоянного роста населения. Например, в стра-

нах Персидского залива прогнозируется, что до 2020 г. население вырастет более чем на 53 млн. человек, что на 30% превысит население в 2000 г. Этот прогноз делает страны Залива одними из самых быстрорастущих регионов в мире, и, как следствие, происходит увеличение спроса на энергоресурсы, воду, транспортную и городскую инфраструктуру. Также, по оценкам специалистов, ожидается, что население мира вырастет с 6 млрд. человек в 1999 г. до 9 млрд. человек к 2044 г., что также приведет к глобальному увеличению потребления энергии.

2. Увеличение спроса на финансирование энергии. Значительное увеличение населения в конечном итоге приведет к увеличению спроса на финансирование инвестиций для чистой энергетики и проектов для удовлетворения энергопотребностей населения. С этой целью Высший энергетический совет Дубая учредил «Dubai Integrated – 2030», стратегический план к 203 г. использования солнечной энергии в размере 5% от всей потребляемой энергии эмирата. Кроме того, в «Видении (Стратегии) – 2030» определено, что Абу-Даби планирует увеличить долю энергии, не связанную с углеводородами к 2020 г. до 40–60%.

3. Растущее осознание инвесторами необходимости и целесообразности Сукук «Социально ответственных инвестиций» (SRI). Банк «Barclays» планировал инвестировать 1 млрд. фунтов стерлингов (1,48 млрд долларов США) в «Зеленую» облигацию к 2016 г., в это время швейцарские банки планировали инвестировать 2 млрд. долл. США в «Зеленые» облигации.

«Зеленый» Сукук, на наш взгляд, может являться хорошей моделью для финансирования проектов и инфраструктур, не подверженных большим финансовым потрясениям, а также поможет преодолеть сложившийся разрыв между традиционными и исламскими финансовыми рынками. Финансирование «Зеленых» Сукук в экологически устойчивые инфраструктурные проекты, могут иметь положительный синергетический эффект как среди исламских, так и среди традиционных экологически ориентированных инвесторов.

Также «Зеленый» Сукук будет способствовать увеличению и более широкому участию обычных инвесторов на рынке Сукук, которые нацелены на этические и социально-ориентированные инвестиции.

Проблема «Зеленых» Сукук может заключаться в нескольких факторах:

1. Вторичный рынок для этих ценных бумаг в настоящее время, не достаточно развит. На нем осуществляет свою деятельность небольшое число инвесторов, владеющих фондами для Сукук, а также отсутствуют инвесторы, которые традиционно ожидают от рынка высокой и мгновенной ликвидности.

2. Также из основных проблем активного внедрения «Зеленых» Сукук, является отсутствие нормативной базы и определенной стандартизации¹⁵, что также ограничивает признание данных бумаг со стороны международного финансового сообщества. Рынок заставляет промышленность достаточно быстро находить новые экологические направления своей деятельности, однако достаточно большое количество времени, затраченное Шариатскими Советами, правительствами стран, на разработку, внедрение, реализацию программ и нормативно-законодательной базы для «Зеленых» Сукук может привести к большим издержкам и финансовым потерям для инвесторов.

3. «Зеленый» Сукук может иметь более высокий профиль риска. Это связано с тем, что многие «зеленые» проекты имеют достаточно сложную степень технического и технологического исполнения, а также высокую себестоимость и низкую и долгую финансовую отдачу в виде чистой прибыли.

4. Отсутствуют гарантии для инвесторов, что их денежные средства будут иметь достаточно большую экономическую эффективность в краткосрочной перспективе и при этом будут вложены в эко проекты.

Период с 2015—2017 гг. ознаменовался достаточно резким изменением политической, социальной и финансовой среды стран арабского мира. Правительства Персидских монархий столкнулись с дефицитом бюджета в связи с полученными низкими доходами от продажи углеводородов. Региональные конфликты повлекли за собой проблемы для стран Персидского залива, в части увеличения расходов на их поддержание. Эти факторы подвигли правительства этих стран на получение займов у крупнейших банков для покрытия своих расходов и проблем в бюджете.

Например, Саудовская Аравия прогнозирует за год привлечь порядка 36 млрд. долл. США Банки залива получают проблемы с ликвидностью, так как депозиты и займы буквально «высасывают» высоколиквидные активы из банковского сектора. Ставки по межбанковским депозитам значительно выросли для большинства банков стран Пер-

¹⁵ Рыночные нормы и стандарты для «Зеленых» Сукук в настоящее время развиваются. Это показывает нам, что рынок находится в стадии формирования. По своей сути, это саморегулируемый рынок, хотя существуют различные ненормативные руководящие принципы, к которым можно отнести в первую очередь принципы «Зеленая облигация» Международной ассоциации рынка капитала. Эти принципы были созданы группой банков в 2014 году и своей целью они определили, в том числе использование поступлений на экологические проекты, процесс оценки и отбора экологических проектов, управление доходов и оценку отчетности.

сидского залива, впервые рынок депозитов показал снижение их доходности для клиентов. Региональные фондовые индексы снизились на 30% по отношению к 2015 г. Такое падение цен на активы отрицательно сказывается на доверии потребителей финансовых продуктов и услуг. Все финансовые излишки и накопленные резервы, которые имели вышеуказанные страны за счет получения сверх прибылей от продажи нефти, постепенно были использованы для финансирования расходов по государственным программам¹⁶.

Сукук предоставляет возможность странам – донорам, странам с низкими экономическими показателями, получить финансирование на развитие их инфраструктур, социальной базы, инвестиционных проектов через диверсифицированную базу инвесторов. Процесс выдачи Сукука также помогает развивать правовую и административную инфраструктуры в этих странах, повышать политическую и финансовую прозрачность, а также как следствие доверие инвесторов экономикам данных стран.

Наряду с этим рассмотренный тип финансовых инструментов («Зеленый» Сукук) возможно будет привлекать большое количество прямых иностранных инвестиций, поскольку исходя из мировых тенденции в области экономики и энергетики, все больше институциональных инвесторов, правительств, крупных финансовых игроков, будут диверсифицировать свои риски, частично инвестировав свои средства в «Зеленые» активы. Возможно, что многие страны будут использовать платформу «Зеленых» Сукук, созданную в Малайзии и ОАЭ для аккумуляции своих денежных средств и внедрению неких start-up проектов. Поэтому, в недалеком будущем, можно будет увидеть новый класс активов. Также «зеленые» финансовые рынки помогут получить новые притоки капитала и побудить потенциальных эмитентов использовать данную платформу для сбора денежных средств, что в конечном итоге привлечет новые технологии в развитие мирового рынка капитала.

Будет ли рынок Сукук являться тем механизмом и тем защитным «зонтиком для инвесторов» от последствий различных кризисных явлений? При проведении анализа данных по объемам выпуска, темпам роста, открытию новых рынков, можно отметить, что определённый островок безопасности данные ценные бумаги могут обеспечить. Однако необходимо помнить, что как, и партнерские финансы, так и рынок Сукук напрямую зависят от высоколиквидных активов. К сожалению

¹⁶ В случае сохранения ситуации с текущим уровнем расходов Саудовская Аравия использует все свои избыточные резервы к 2020 г.

нию экономические проблемы стран Персидского залива, не могут дать нам полной и уверенной ясности, что этих активов будет достаточно для удовлетворения всех участников рынка.

Возможно, рынок будет трансформироваться, находя новые пути, решения, продукты и услуги, в непростых условиях политической обстановки стран арабского региона.

Список литературы

1. Коран / Пер. И.Ю. Крачковского. – Изд. 19-е. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2017. – 537 с.
2. Баранов Х.К. Арабско-русский словарь / Под. Ред. В.А. Костина. – М.: Валерий Костин, 2007. – 944 с.
3. Шариатские стандарты. Полный текст шариатских стандартов Организации бухгалтерского учета и аудита исламских финансовых учреждений, утвержденных до месяца раби' аль-аввала 1438 г.х. (декабря 2016 г.). – М.: Издательство «Исламская книга», 2017 г. – 920 с.
4. Муххамад Таки Усмани. Введение в исламские финансы / Пер. с англ. Ля. Рыбы-Финанс. – М.: Исламская книга, 2016. – 160 с.
5. Islamic Finance Outlook 2017 Edition [Электронный ресурс] – September 2016 – Режим доступа: <https://www.spratings.com/documents/20184/0/Islamic+Finance+Outlook+2017/5abbe572-c826-4622-bd13-1aba725281fc>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. англ.
6. John McKenna. What is Islamic finance? [Электронный ресурс] – 16 May 2017 – Режим доступа: <https://www.weforum.org/agenda/2017/05/what-is-islamic-finance/>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. англ.
7. IIFM releases 5th Sukuk Report [Электронный ресурс] – March 2016 – Режим доступа: <https://www.islamicfinance.com/wp-content/uploads/2016/04/IIFM-Sukuk-Report-5th-Edition-A-Comprehensive-study-of-the-Global-Sukuk-Market.pdf>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. англ.

References

1. Koran / Per. I.Yu. Krachkovskogo. – izd. 19-e. – Rostov-na-Donu: Feniks, 2017. – 537 s.
2. Baranov Kh.K. Arabsko-russkii slovar' / Pod. Red. V.A. Kostina. – M.: Valerii Kostin, 2007. – 944 s.
3. Shariatskie standarty. Polnyi tekst shariatskikh standartov Organizatsii bukhgalterskogo ucheta i audita islamskikh finansovykh uchrezhdenii, utverzhdennykh do mesyatsa rabi' al'-avvalya 1438 g.kh. (dekabrya 2016 g.). – M.: Izdatel'stvo «Islamskaya kniga», 2017 g. – 920 s.
4. Mukhkhhammad Taki Usmani. Vvedenie v islamskie finansy / Per. s ang. Lya. Riby-Finans. – M.: Islamskaya kniga, 2016. – 160 s.
5. Islamic Finance Outlook 2017 Edition [Elektronnyi resurs] – September 2016 – Rezhim dostupa: <https://www.spratings.com/documents/20184/0/>

Islamic+Finance+Outlook+2017/5abbe572-c826-4622-bd13-1aba725281fc, svobodnyi. – Zagl. s ekrana. – Yaz. angl.

6. John McKenna. What is Islamic finance? [Elektronnyi resurs] – 16 May 2017 – Rezhim dostupa: <https://www.weforum.org/agenda/2017/05/what-is-islamic-finance/>, svobodnyi. – Zagl. s ekrana. – Yaz. angl.
7. IIFM releases 5th Sukuk Report [Elektronnyi resurs] – March 2016 – Rezhim dostupa: <https://www.islamicfinance.com/wp-content/uploads/2016/04/IIFM-Sukuk-Report-5th-Edition-A-Comprehensive-study-of-the-Global-Sukuk-Market.pdf>, svobodnyi. – Zagl. s ekrana. – Yaz. angl.

О. И. Башлакова

avdeeva2@yandex.ru

*ООО «Бизнеспромкомплект»,
Финансовый университет при Правительстве РФ,
Москва, Российская Федерация*

Стратегия развития регионального рынка: страховые программы — опыт прошлых лет

Аннотация: *В данной статье рассматриваются вопросы стратегического планирования развития страхового рынка регионов, которое осуществлялось через введение концепций и программ развития и поддержки регионального страхового рынка. Дается описание программ и концепций, перечисляются регионы, где были введены подобные программы, оценивается их роль в развитии регионального страхового рынка.*

Ключевые слова: *Страховой рынок регионов, программы и концепции развития и поддержки регионального страхового рынка, результативность, эффективность развития.*

O. I. Bashlakova

avdeeva2@yandex.ru

*BusinessPromComplect company,
Financial University under the Government of the Russian Federation,
Moscow, Russian Federation*

The development strategy of the regional market: insurance programs — the experience of past years

Annotation: *This article discusses the issues of strategic planning of development of the insurance market of the regions, which is implemented through the introduction of concepts and programs of development and support of the regional insurance market. Describe programs and concepts, lists the regions where they were introduced similar programs, to evaluate their role in the development of the regional insurance market.*

Keywords: *The insurance market of the regions, programs and concepts for the development and support of the regional insurance market, effectiveness and development.*

Одной из проблем современных региональных страховых рынков является хаотичность их развития. В настоящий момент у подавляющего большинства регионов не существует стратегии развития страхового рынка.

В этой связи представляется актуальным вернуться к практике 2000-х годов, когда многие регионы разрабатывали и внедряли у себя концепции и программы развития и поддержки страхового рынка.

Региональные концепции и программы развития и поддержки страхового рынка стали активно приниматься субъектами Российской Федерации еще в конце 90-х годов.

Среди регионов, где были введены в действие концепции и программы, можно выделить Алтайский край, Амурскую область, Белгородскую область, Брянскую область, Вологодскую область, Калужскую область, Кировскую область, Краснодарский край, Москву, Нижегородскую область, Оренбургскую область, Саратовскую область, Сахалинскую область, Свердловскую область, Республику Удмуртия, Санкт-Петербург, Хабаровский край. Также необходимо отметить, что концепция и программа развития и поддержки страхования была введена в действие Координационным Советом Ассоциации «Сибирское соглашение» для всех регионов, входящих в Сибирский федеральный округ.

Региональные программы/концепции развития и поддержки страхового рынка вводились на срок от 3 лет до 5 лет.

Первые такие программы/концепции были разработаны и введены в регионах в период с 1998 по 2001 г. (Брянская область, Белгородская область, Оренбургская область и другие)

В 2002–2010 годы целый ряд регионов пролонгировали свои страховые программы (например, регионы, входящие в Сибирский Федеральный округ, Амурская область). Также в этот период вводятся в действие новые программы страхования (Калужская область, Вологодская область, Свердловская область и другие)

К основным целям региональных концепций и программ развития и поддержки страхового рынка было отнесено [4–12].

1. Совершенствование, развитие и поддержка страхового рынка на территории региона.

2. Формирование государственных приоритетов в развитии страхового рынка региона как одного из ведущих финансовых секторов рыночной экономики.

3. Создание эффективной системы страховой защиты имущественных интересов хозяйствующих субъектов и населения;

4. Использование инвестиционных возможностей страховых организаций в развитии экономики региона.

К основным задачам региональных концепций и программ было отнесено следующее [4–7]:

1. Разработка и принятие нормативных правовых актов, способствующих развитию страхования в регионе.

2. Обеспечение потребностей экономики и населения регионов в социально значимых видах страхования.

3. Формирование эффективной инфраструктуры страхового рынка.
4. Снижение нагрузки на расходную часть бюджета региона путем стимулирования хозяйствующих субъектов к страхованию объектов.
5. Развитие конкуренции на страховом рынке, обеспечение финансовой устойчивости страховых организаций и гарантий страховых выплат.
6. Обеспечение надежности системы страхования за счет сотрудничества с крупными наиболее стабильными страховыми компаниями, способными адаптироваться к динамично меняющейся конъюнктуре рынка.
7. Повышение страховой культуры и уровня осведомленности населения и хозяйствующих субъектов о страховых услугах.
8. Повышение эффективности и доступности страховой защиты для населения.
9. Увеличение спроса на различные страховые услуги платежеспособной части населения.
10. Проведение долгосрочного страхования жизни граждан для решения социальных и демографических проблем.

За время действия концепций и программ развития и поддержки страхового рынка многие из поставленных целей и задач были реализованы в целом ряде регионов.

В этой связи можно говорить о том, что такие концепции и программы явились индикатором развития региональных страховых рынков. Результативность принятых в целом ряде регионов программ (концепций) развития и поддержки страхового рынка может являться одним из новых критериев оценки эффективности функционирования региональных страховых рынков.

В подтверждение вышесказанного проведем оценку страхового рынка региона через призму реализации целей и задач, поставленных программой (концепцией) развития и поддержки страхового рынка. Для анализа возьмем Амурскую область, т.к. в этом регионе подобные программы принимались дважды: в 2001 году и в 2010 году.

В 2001 году Постановлением Главы Администрации Амурской области № 338 от 09.06.2001 была принята Концепция (программа) развития страхования в Амурской области. Программа была рассчитана на один год, что, на мой взгляд, является слишком незначительным сроком для того, чтобы на страховом рынке произошли какие-то существенные изменения.

В 2010 году распоряжением губернатора Амурской области № 311-р от 06.09.2010 года была принята Концепция (программа) развития страхования в Амурской области на 2010–2012 годы.

На момент введения в действие программы для страхового рынка региона были характерны следующие проблемы [7]:

1. Низкий охват страховыми услугами физических и юридических лиц.
2. Высокая стоимость продуктов по целому ряду видов страхования на фоне низкой платежеспособности населения и хозяйствующих субъектов региона.
3. Общее недоверие к институту страхования со стороны населения, государственных структур, хозяйствующих субъектов.
4. Незначительные инвестиции в экономику региона со стороны страховых компаний, работающих в нем.

Программа предусматривала решение следующих задач на страховом рынке региона:

1. Достижение значения собранной страховой премии по всем видам страхования (за исключением ОМС) в 2012 году на уровне 4,5 млрд. рублей [7].

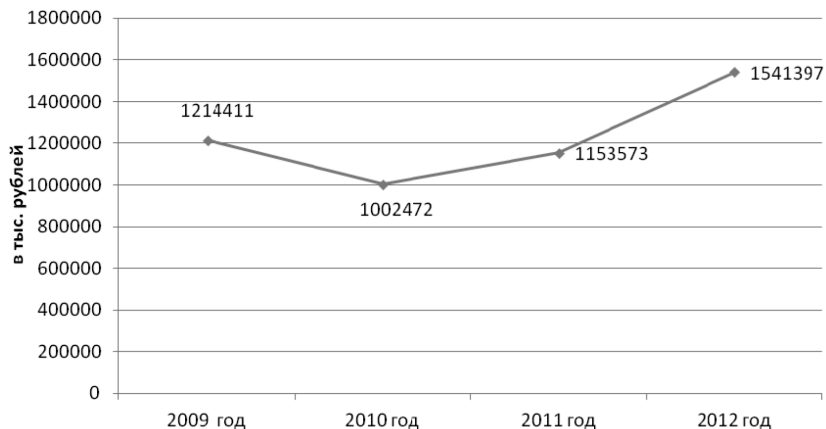


Рисунок 1. Динамика страховой премии по всем видам страхования (исключая ОМС) в Амурской области за период с 2009 года по 2012 год

Как видно из представленного графика, задача этого пункта программы не была выполнена. К 2012 году объем собранной страховой премии по всем видам страхования (исключая ОМС) составил 1 541 397 000 рублей [1].

2. Инвестирование страховыми компаниями, работающими в регионе, дополнительных финансовых средств в его экономику до 1 млрд. рублей в год. [7].

Таблица 1

Поступления по всем видам страхования (исключая ОМС) 10 крупнейших страховых компаний, работающих в Амурской области, в 2012 году [3]

№	Название	Город	Поступления (тыс. рублей + % от всего рынка)
1.	ВСК	Москва	277 433 (18%)
2.	РОСГОССТРАХ	Люберцы	265 563(17,23%)
3.	ГЕЛИОС	Москва	100 248(6,5%)
4.	УРАЛСИБ	Москва	90 504 (5,87%)
5.	СОСЬЕТЕ ЖЕНЕРАЛЬ СТРАХОВАНИЕ ЖИЗНИ	Москва	87 438(5,67%)
6.	ППФ СТРАХОВАНИЕ ЖИЗНИ	Москва	84 698(5,5%)
7.	РОССИЯ	Москва	76 384 (4,96%)
8.	СТРАХОВАЯ ГРУППА МСК	Казань	70 428 (4,57%)
9.	ИНГОССТРАХ	Москва	67 629 (4,39%)
10.	СОГЛАСИЕ	Москвы	60 725 (3,94%)

Из представленной таблицы видно, что основные компании, работающие на рынке Амурской области, не являются региональными. Все они являются филиалами с головным офисом в Москве. И вся их инвестиционная политика определяется исключительно Москвой. Всего 10 крупнейших компаний собрали в Амурской области за 2012 год 1 181 060 000 рублей, что составляет 76,63% всех поступлений за указанный период [3].

Учитывая все вышеизложенное, не представляется реальным инвестирование в экономику региона 1 000 000 000 рублей ежегодно страховыми компаниями, работающими на его рынке. Таким образом, можно констатировать, что очередная поставленная программой задача не была реализована.

3. Развитие страхования сельскохозяйственного производства.

На момент запуска программы в регионе практически не существовало сельскохозяйственного страхования.

Как видно из приведенного графика в Амурской области с введением программы стало развиваться сельскохозяйственное страхование, которое после небольшого спада в 2011 году, демонстрирует значительный рост в поступлениях – 142,94% [1]. Таким образом, можно констатировать, что задача в части введения сельскохозяйственного страхования в регионе была решена.

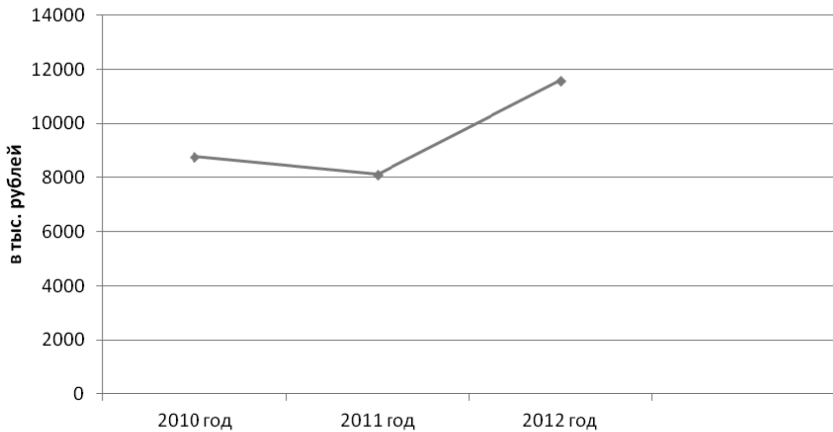


Рисунок 2. Динамика поступлений по сельскохозяйственному страхованию в Амурской области за период с 2010 по 2012 год [2]

4. Развитие страхования в социальной сфере.

Программа предусматривала развитие страхования в социальной сфере с целью повышения социальных гарантий населению Амурской области, что в значительной мере могло бы снизить напряженность в данной сфере. Предполагалось уделить особое внимание таким видам страхования, как ДМС, страхование от несчастного случая, страхование жизни.

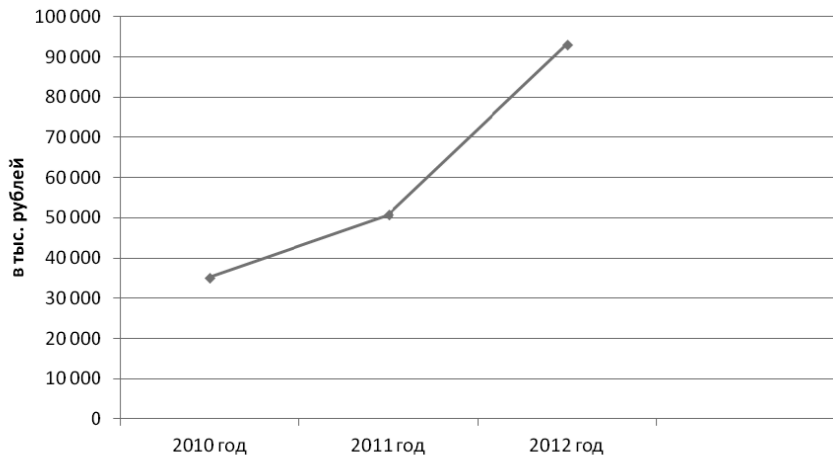


Рисунок 3. Динамика поступлений по страхованию жизни в Амурской области за период с 2010 по 2012 годы[1]

Как видно из приведенного графика, с момента введения программы страхование жизни в регионе развивается значительными темпами. Прирост премии в 2012 году составил 183% [2].

По страхованию от несчастных случаев и болезней в 2011 был продемонстрирован прирост премии в 117%, а в 2012 году в 120% [2].

По ДМС ситуация на региональном рынке развивалась в период действия программы крайне нестабильно и напоминала «качели»: после прироста страховой премии на 123,39% в 2011 году, резкое значения прироста до уровня 73,14% [2].

Таким образом, можно констатировать, что с введением программы в регионе были достигнуты успехи в таких социально значимых видах страхования, как страхование жизни и страхование от несчастных случаев и болезней. Ситуация с развитием ДМС в регионе продолжала оставаться нестабильной и требовала дополнительного изучения. Задачи программы в части развития страхования в социальной сфере были решены частично.

5. Страхование инвестиционной деятельности.

Страхование финансовых рисков в регионе развито крайне слабо. Только в 2012 году появились первые поступления по данному виду страхования. Динамика поступлений по виду отрицательная. Можно сказать, что заявленная задача по развитию страхования финансовых рисков не была решена.

6. Формирование страховой культуры.

Одним из результатов повышения страховой культуры населения и хозяйствующих субъектов региона является растущий спрос на страховые услуги.

За время действия программы стали развиваться такие виды страхования, как страхование имущества юридических лиц, страхование домов, квартир, прочих строений физических лиц. До 2012 года в страховом портфеле Амурского региона не было поступлений по данным видам страхования.

Среди населения значительно вырос спрос на страхование автотранспортных средств. Прирост страховой премии по данному виду страхованию за 2012 год составил 138,9% [2].

За время действия программы был зафиксирован прирост премии по страхованию жизни и страхованию от несчастного случая и болезней.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что основные задачи, поставленные в Концепции (программе) развития страхования в Амурской области на 2010–2012 годы были выполнены.

Благодаря действию программы произошли следующие позитивные изменения в работе страхового рынка Амурской области:

1. Зафиксирована положительная динамика страховой премии по всему страховому портфелю.

2. Стали развиваться с нуля, такие виды, как агрострахование, страхование имущества юридических лиц, страхование квартир и домов, принадлежащих физическим лицам.

3. Произошел прирост страховой премии по таким видам, как автострахование, страхование жизни, страхование от несчастных случаев и болезней.

Однако можно констатировать, что целый ряд задач, поставленных в программе, так и не был решен:

1. До конца действия программы (2012 год) не была достигнута амбициозная цель, которая заключалась в том, чтобы объем общих сборов по всем видам страхования (за исключением ОМС) был на уровне 4,5 млрд. рублей.

2. Не произошло значительного роста инвестиций (до 1 млрд. рублей в год) в экономику региона со стороны работающих в нем страховых компаний.

3. Не произошло значительных изменений в развитии такого вида, как страхование финансовых рисков.

Таким образом, на примере проведенного анализа страхового рынка Амурского региона, можно сделать вывод о том, что:

1. Оценка эффективности функционирования регионального страхового рынка на определенном этапе его развития можно производить через призму результативности исполнения задач зафиксированных в программах (концепциях) развития страхования в регионе.

2. Такая оценка будет давать представление о реальном состоянии развития регионального страхового рынка, о его значимых достижениях, проблемах и перспективах развития, так как цели и задачи, поставленные программой, отображают потребности именно этого рынка страхования.

Однако, в большинстве регионов работа в соответствии с принятыми концепциями и программами развития и поддержки страхового рынка ограничилась одним сроком, а результаты работы не были отражены в официальных документах.

Для динамичного и результативного функционирования региональных страховых рынков необходимо, чтобы концепции и программы развития и поддержки страхового рынка вводились регионами в действие

на постоянной основе каждые 3 года. Каждая следующая концепция и программа должны содержать обязательный раздел с отчетом о результатах, поставленных в предыдущих концепциях и программах целей и задач. Только в этом случае можно говорить о стратегическом планировании развития региональных страховых рынков в Российской Федерации.

Список литературы

1. Сборы и выплаты по видам и по регионам // Страхование сегодня – страховой портал. Раздел – Аналитика. Динамика рынка – Режим доступа <http://www.insur-info.ru> (01.11.2017).
2. Динамика сборов и выплат по регионам и по видам страхования // Страхование сегодня – страховой портал. Раздел – Аналитика. Динамика рынка – Режим доступа <http://www.insur-info.ru> (01.11.2017).
3. Крупнейшие страховые компании // Страхование сегодня – страховой портал. Раздел – Аналитика. Динамика рынка – Режим доступа <http://www.insur-info.ru> (01.11.2017).
4. Постановление Брянской областной Думы от 24.02.2000 № 2-1023 «Об утверждении программы развития и поддержки страхового рынка Брянской области на 1999–2001 годы» // ЦФО-ИНФО Центральный Федеральный Округ. Раздел-Архив – Режим доступа <http://www.cfo-info.com> (01.11.2017).
5. Постановление Губернатора Тульской области от 22.02.2001 № 75 «О концепции развития страхового рынка Тульской области на 2001–2003 годы» // ЦФО-ИНФО Центральный Федеральный Округ. Раздел-Архив – Режим доступа <http://www.cfo-info.com> (01.11.2017).
6. Постановление Государственного Совета Удмуртской республики от 18.09.2001 № 440-П о введении «Республиканской целевой программы развития страхового рынка Удмуртской Республики в 2001–2003 годах» // Семерка. Российский правовой портал. Раздел-Региональное – Режим доступа <http://www.7law.info>.
7. Распоряжение Губернатора Амурской области от 06.09.2010 № 311-р «О Концепции развития страхования в Амурской области на 2010–2012 годы» // Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации – Режим доступа <http://www.docs.cntd.ru> (01.11.2017).
8. Балабанова А.В. Управление экономическим ростом: модели и стратегии. – М.: Российская академия предпринимательства, 2004.
9. Батадеев В.А. Институционализация страхования в экономической парадигме устойчивого развития // Путеводитель предпринимателя. 2011. № 9.
10. Грызункова Ю.В. Проблемы организации страхования на случай природных и техногенных катастроф в России // Экономика и политика. 2014. № 2(3).
11. Страхование в Российской Федерации. Сборник статистических материалов за 2015 год / Под ред. И.Ю. Юргенса, А.А.Цыганова. – М.: ООО «НПО «МАКСС Групп», Объединенная редакция журналов «Организация про-

даж страховых продуктов» и «Управление в страховой компании». – М.: «Богородский печатник», 2016. 272 с.

12. Цыганов А.А. Институциональное развитие страхового рынка Российской Федерации / Автореф. дисс. на соиск уч. степ. докт. экон. наук. – М.: 2007.

References

1. Sborny i vyplaty po vidam i po regionam. //Strakhovanie segodnya – strakhovoi portal. Razdel – Analitika. Dinamika rynka – Rezhim dostupa <http://www.insur-info.ru> (01.11.2017).
2. Dinamika sborov i vyplat po regionam i po vidam strakhovaniya //Strakhovanie segodnya – strakhovoi portal. Razdel – Analitika. Dinamika rynka – Rezhim dostupa <http://www.insur-info.ru> (01.11.2017).
3. Krupneishie strakhovye kompanii //Strakhovanie segodnya – strakhovoi portal. Razdel – Analitika. Dinamika rynka – Rezhim dostupa <http://www.insur-info.ru> (01.11.2017).
4. Postanovlenie Bryanskoj oblastnoi Dumy ot 24.02.2000 № 2-1023 «Ob utverzhdenii programmy razvitiya i podderzhki strakhovogo rynka Bryanskoj oblasti na 1999-2001 gody» // TsFO-INFO Tsentral’nyi Federal’nyi Okrug. Razdel-Arkhiv – Rezhim dostupa <http://www.cfo-info.com> (01.11.2017).
5. Postanovlenie Gubernatora Tul’skoj oblasti ot 22.02.2001 № 75 «O kontseptsii razvitiya strakhovogo rynka Tul’skoj oblasti na 2001–2003 gody» // TsFO-INFO Tsentral’nyi Federal’nyi Okrug. Razdel-Arkhiv – Rezhim dostupa <http://www.cfo-info.com> (01.11.2017).
6. Postanovlenie Gosudarstvennogo Soveta Udmurtskoj respubliky ot 18.09.2001 № 440-II o vvedenii «Respublikanskoj tselevoi programmy razvitiya strakhovogo rynka Udmurtskoj Respubliki v 2001–2003 godakh» //Semerka. Rossiiskii pravovoi portal. Razdel-Regional’noe – Rezhim dostupa <http://www.7law.info>.
7. Rasporyazhenie Gubernatora Amurskoj oblasti ot 06.09.2010 № 311-r «O Kontseptsii razvitiya strakhovaniya v Amurskoj oblasti na 2010–2012 gody» // Elektronnyi fond pravovoi i normativno-tekhnicheskoj dokumentatsii – Rezhim dostupa <http://www.docs.cntd.ru> (01.11.2017).
8. Balabanova A.V. Upravlenie ekonomicheskim rostom: modeli i strategii. – М.: Rossiiskaya akademiya predprinimatel’stva, 2004.
9. Batadeev V.A. Institutsializatsiya strakhovaniya v ekonomicheskoi paradigme ustoichivogo razvitiya // Putevoditel’ predprinimatelya. 2011. № 9.
10. Gryzenkova Yu.V. Problemy organizatsii strakhovaniya na sluchai prirodnykh i tekhnogennykh katastrof v Rossii // Ekonomika i politika. 2014. № 2(3).
11. Strakhovanie v Rossiiskoi Federatsii. Sbornik statisticheskikh materialov za 2015 god / Pod red. I.Yu. Yurgensa, A.A.Tsyganova. – М.: ООО «NPO «MAKSS Grupp», Ob»edinennaya redaktsiya zhurnalov «Organizatsiya prodazh strakhovykh produktov» i «Upravlenie v strakhovoi kompanii». – М.: «Bogorodskii печатник», 2016. 272 s.
12. Tsyganov A.A. Institutsional’noe razvitiye strakhovogo rynka Rossiiskoi Federatsii/ Avtoref. diss. na soisk uch. step. dokt. ekon. nauk. – М.: 2007.

В. Н. Воронина

*Кандидат экономических наук,
vikavoronina@inbox.ru*

*Кафедра экономики,
Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»,
Москва, Российская Федерация*

Приборостроительная отрасль Российской Федерации и проблемы импортозамещения в современных условиях

Аннотация: *Целью статьи является необходимость решения зависимости отечественной промышленности и всего народного хозяйства от поставок из-за рубежа практически всего спектра используемых сегодня в России приборов, от самых сложных до простейших. Очевидно также, что указанная проблема приобрела особую остроту в условиях, введенных в отношении Российской Федерации санкций со стороны ряда стран Запада.*

Для достижения цели в статье решены задачи: проанализирована текущая ситуация с производством приборов в Российской Федерации; выявлены проблемы функционирования приборостроительной отрасли РФ в условиях введения экономических санкций; проведена оценка перспективы и последствия отказа от импорта приборов и начала производства полного их спектра внутри страны.

Ключевые слова: *приборостроение, приборостроительная отрасль, продукция, индексы производства, стратегия, импортозамещение, проблемы, преимущества, недостатки.*

V. N. Voronina

*Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof.,
vikavoronina@inbox.ru*

*Department of Economics,
National Research Nuclear University MEPhI
(Moscow Engineering Physics Institute),
Moscow, Russian Federation*

Instrument-making branch of the Russian Federation and problem of import substitution in modern conditions

Annotation: *The purpose of the article is the need to solve the dependence of domestic industry and the entire national economy on the supply from abroad of virtually the entire range of instruments used today in Russia, from the most complex to the simplest. It is also clear that this problem has become particularly acute under the conditions imposed on the Russian Federation by a number of Western countries.*

For achievement of the goal in article tasks are solved: the current situation with production of devices in the Russian Federation is analyzed; problems of functioning of instrument-making branch of the Russian Federation in the conditions of imposition of economic sanctions are

revealed; assessment of prospect and a consequence of refusal of import of devices and the beginning of production of their full range within the country is carried out.

Keywords: instrument making, instrument-making industry, products, production indices, strategy, import substitution, problems, advantages, disadvantages

Введение

С конца 80-х гг. XX века и вплоть до начала XXI века в России наблюдался резкий спад объемов производства в приборостроительной отрасли, как, впрочем, и во всем отечественном машиностроении. Доля машиностроительной продукции в структуре ВВП России снизилась с 38% в 1990 г. до 21% в 2008 г. [8]

Изучение изменений в промышленной сфере, темпов подъема или спада традиционно начинают с оценки динамики индекса производства, который определяется как отношение текущего объема производства в денежном выражении к объему промышленного производства в предыдущем периоде. Изучение индекса производства по виду экономической деятельности «Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования» наглядно демонстрирует способность отрасли к устойчивости в период экономических кризисов и воздействия различных внешних факторов. Безусловно, в целом за период 2000–2014 гг. изменения индекса производства в отечественном приборостроении нельзя признать позитивным (рис. 1).

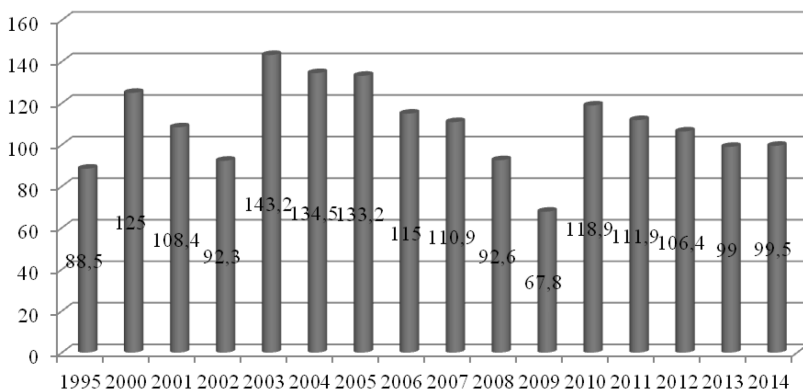


Рис. 1. Динамика индекса производства по виду экономической деятельности «Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования», в % к предыдущему году ¹

¹ Составлено автором. Источники: Российский статистический ежегодник. 2004: Стат. сб. / Росстат. – М., 2004. 725 с.; Российский статистический ежегодник. 2015: Стат. сб. / Росстат. – М., 2015. 728 с.

Впрочем, данные, представленные на рисунке 1, свидетельствуют, что после существенного снижения индекса производства в приборостроительной отрасли в 2002 и в 2009 гг., в следующие за ними годы зарегистрирован относительный прирост производства приборов.

В целом следует отметить, что позитивные изменения в развитии экономической ситуации в России в начале 2000-х гг., вызванные резким ростом цен на экспортируемую нефть, позволили изменить ситуацию и возродить приборостроение, являющееся одной из базовых отраслей промышленности. Об этом, в частности, свидетельствует рост количества действующих приборостроительных предприятий (рис. 2) и увеличение объема товаров, производимых ими (рис. 3).

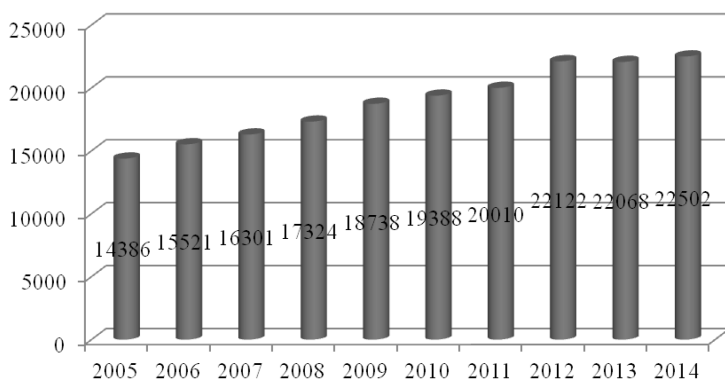


Рис. 2. Число действующих организаций по виду экономической деятельности «Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования»²

Основная номенклатура продукции, выпускаемая сегодня приборостроительными предприятиями России, следующая – это:

- измерительные приборы (манометры, мановакууметры, вакуумметры, датчики давления, преобразователи давления, цифровые комплексы для измерения давления, вольтметры, тесламетры, измерители звука, веберметры, измерители скорости воздуха и др.);
- приборы для бытовых целей (электромиксеры, электромясорубки) и медицинских учреждений (воздушные стерилизаторы

² Составлено автором. Источники: Российский статистический ежегодник. 2004: Стат. сб. / Росстат. – М., 2004. 725 с.; Российский статистический ежегодник. 2015: Стат. сб. / Росстат. – М., 2015. 728 с.

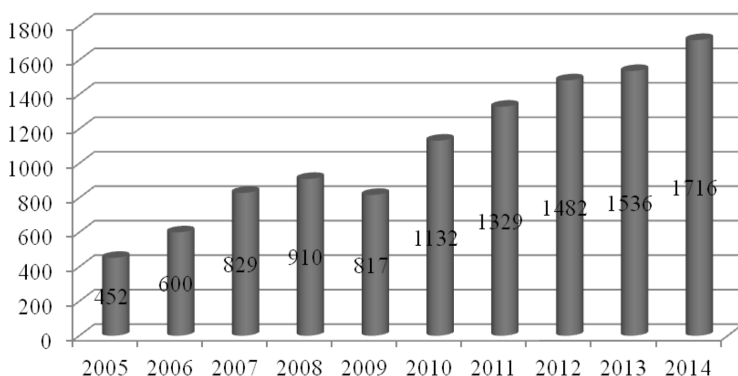


Рис. 3. Объем отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами по виду экономической деятельности «Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования», в фактически действовавших ценах; млрд руб.³

ГП-80, ГП-40 и др., ультразвуковые аэрозольные ингаляторы «РОТОР», «Муссон-1М», приборы магнитооптической терапии «Магнолия», аппараты для физиотерапевтических процедур «Ультратон АМП-2ИИТ»);

- приборы для регуляции и контроля технологических процессов, приборы для автоматизации процессов (электромагнитные, клапаны, пирометры, дозировочные насосы, агрегаты и фильтры, приборы пневматики и др.);
- чувствительные элементы (мембраны, сиффоны);
- оборудование для АЭС;
- электрическая техника для переработки сельхозпродуктов и прочее оборудование для сельского хозяйства (зернодробилки, сепараторы, маслобойки и др.);
- коллекторные электродвигатели, автокомпрессоры.

Рынком сбыта данной продукции отечественных приборостроительных предприятий являются отечественные же предприятия энергетики, газовой и сельскохозяйственной промышленности, медицинские учреждения и ряд других.

Несмотря на развитие отрасли, для отечественных производителей приборов, электронной бытовой техники, тестового и измеритель-

³ Составлено автором. Источники: Российский статистический ежегодник. 2004: Стат. сб. / Росстат. – М., 2004. 725 с.; Российский статистический ежегодник. 2015: Стат. сб. / Росстат. – М., 2015. 728 с.

ного оборудования основной проблемой по-прежнему является завоевание рынка сбыта при достаточно жесткой конкуренции с аналогичными импортными товарами.

Действительно, начиная с 1993 г. наблюдалось снижение доли российских производителей в приборостроении в пользу импортных приборов. В результате в 2014 г. на российском рынке доля импортных приборов составляла 80–90% [9]. Однако после введения санкций ситуация в отечественном приборостроении стала понемногу меняться.

В 2014 г. в отношении нашей страны и отдельных отечественных компаний в связи с присоединением Крыма и конфликтом на юго-востоке Украины Евросоюзом, США, государствами Большой семерки и некоторыми другими странами, являющимися партнерами США и ЕС, были введены экономические санкции. Это существенно ограничило, помимо всего прочего, доступ России к новым технологиям.

Кроме того, в результате проведенной российским правительством девальвации национальной валюты, что привело к росту рублевых цен на зарубежные товары, сократилась доступность импорта в целом.

Многие отечественные предприятия вынуждены были отказаться от закупок современных приборов или значительно сократить объемы их приобретения. В наибольшей степени это коснулось предприятий, попавших под западные санкции. Кроме того, потерпели убытки и продавцы современных импортных приборов в Российской Федерации, объем продаж которых существенно сократился уже в конце 2014 года и особенно резко — в 2–2,5 раза — в 2015 г. [9]

Все это в комплексе обусловило рост потребности в отечественных аналогах приборов и замещении их импорта, что для приборостроения в условиях санкций стало важнейшей проблемой, впрочем, как и для всей российской промышленности, затронув все отрасли экономики.

Импортозамещение сегодня трактуется [10] как снижение объемов или полное прекращение импорта определенных товаров за счет выпуска в стране такого же товара или его аналога. О качестве товара при этом не упоминается, но предполагается, что оно будет как минимум таким же.

В российских условиях импортозамещение следует рассматривать в качестве государственной экономической стратегии и промышленной политики, ориентированной на защиту внутренних производителей посредством замещения импортируемых промышленных товаров на товары отечественного производства.

Основными преимуществами импортозамещения в приборостроительной отрасли являются:

- обеспечение национальной безопасности;

- гарантия высокого уровня занятости населения;
- снижение зависимости от колебаний валютного курса;
- развитие научной сферы и высокотехнологичных отраслей экономики;
- поддержка отечественных товаропроизводителей;
- возможность трансформации импортозамещающих товаров в экспортные, т.е. использование мировых конъюнктурных изменений для реализации стратегии опережающего развития и др.

Стратегия импортозамещения в приборостроительной отрасли предполагает разработку и производство приборов в России, но с некоторыми существенными нюансами. Предусматривается возможность использования импортных электрорадиоэлементов (ЭРИ), например, произведенных в Китае и Юго-восточной Азии. Пока все производить в России нецелесообразно по причине небольшой номенклатуры российских ЭРИ, которая не позволяет, по меньшей мере в ближайшие 3–5 лет, создавать из них современные приборы. Кроме того, производить всю электронику Россия не в состоянии — даже если бы это было необходимо.

Такой подход позволит обеспечить нормальное производство и поддержку российских потребителей независимо от любых политических или экономических решений третьих стран.

Однако следует учесть, что для отечественного импортозамещения в приборостроительной отрасли характерен ряд проблем, в числе которых:

- расход ресурсов на многие отрасли одновременно, что не способствует получению стратегического конкурентного преимущества для отдельных отраслей, и в том числе — для приборостроения на мировом рынке и приводящий к потере преимущества страны от специализации и международной торговли;
- трата ресурсов на повторные разработки уже известных и применяемых в мире технологий;
- снижение уровня конкуренции посредством ввода прямого запрета импортных товаров, что ведет к дефициту, росту цен, снижению качества отечественных аналогов и необходимости значительного прямого государственного регулирования многих сфер экономики;
- возникновение коррупционных схем, связанных с государственным финансированием новых производств;
- общее повышение роли государства в экономике и увеличение государственных расходов [11–13].

Кроме обозначенных и, так сказать, объективных недостатков политики импортозамещения в приборостроительной отрасли необходимо отметить, что зачастую в России за импортозамещение выдается организация производства импортных приборов в России, т.е. откровенное мошенничество. В таких случаях меняются на отечественные таблички изготовителя импортных устройств, либо производится крупноузловая или же «декоративная» сборка зарубежных приборов, когда производство приборов сводится к установке уже готового импортного устройства в отечественный корпус.

Используются и схемы совместных предприятий, когда зарубежные производители, единолично владея технической информацией и программным обеспечением для своей продукции, передают сборочному российскому предприятию только выполнение небольшого объема операций. Это позволяет им сохранять технический контроль над технологией и продукцией совместного предприятия, защищать ее посредством патентов и юридических прав от попыток копирования конкурентами, распространять свою торговую марку и контролировать сбыт продукции. В результате стратегия импортозамещения сводится к организации производства импортных приборов и систем в России, что не способствует доступу к потребителям продукции российских производителей, реально производящих отечественные приборы.

Еще одной проблемой, порождаемой импортозамещением в приборостроении, является вопрос о том, каким образом осуществить замещение импорта — копированием уже существующих образцов и технологий или же путем замены одних поставщиков импортной продукции на других, более лояльных нашей стране. Снижение в до- и послеперестроечное время национального промышленного потенциала послужило причиной практической изоляции традиционных отраслей промышленности от инновационных перспективных идей, и особенно в области приборостроения.

Так же необходимо отметить, что лишь небольшое количество приборостроительных предприятий нашей страны способно к реализации импортозамещения с помощью собственных средств. В связи с санкциями они утратили возможность получения западных кредитов, а ставки российских банков весьма высоки и однозначно завышены для нормального кредитования производства. Все это определяет необходимость государственной поддержки отечественного производителя, но и здесь скрыта очередная проблема: далеко не все предприятия заинтересованы в реальном импортозамещении и тем более выходе на мировой конкурентный рынок. В большей степени для таких производителей интерес

представляет лишь государственное финансирование, выделяемое под различные программы, в том числе и на импортозамещение.

Фактически при этом заранее разрабатывают заведомо неконкурентный на рынке продукт, за который, однако, заказчики заплатят завышенные цены. В качестве подтверждения этого можно привести тот факт, что до сих пор ни один российский производитель не организовал массовый сбыт не только на зарубежном, но даже и на внутреннем гражданском рынке своих MOS-FET и IGBT-транзисторов [14], хотя их производство и развернуто в стране. В подавляющем большинстве случаев используются другие изделия, и, как правило, импортного производства. Иначе говоря, подобные работы выполняются в плановом порядке и за счет государственных средств, но мирового рынка «новые» приборы и устройства не видят.

Выводы

Задача замещения импортной продукции отечественными аналогами во многом определяется характером зависимости российской экономики от импорта. Для развития российской приборостроительной отрасли и реализации стратегии импортозамещения необходимо решение целого ряда проблем, в числе которых:

- происходящая почти повсеместно подмена реального импортозамещения организацией производства импортных приборов и систем в России;
- отсутствие доступа продукции российских производителей к отечественным потребителям;
- неоднозначность вопроса об использовании различных способов замещения импорта, что говорит о явной неэффективности его замены как минимум в некоторых случаях;
- практическая изоляция российских отраслей промышленности от инновационных перспективных идей в области приборостроения;
- неспособность большинства приборостроительных предприятий к реализации программ импортозамещения с помощью лишь собственных средств и без государственной поддержки;
- наличие у ряда производителей интереса к государственному финансированию для неправомерного обогащения, без последующего выхода на мировой рынок.

Если указанные проблемы не будут оперативно решены, то программу импортозамещения в приборостроении следует признать контрпродуктивной. Однако даже полное решение вышеотмеченных про-

блем не дает однозначно позитивного эффекта, поскольку отставание нашей страны в области высоких технологий и производства наиболее сложных приборов и устройств общеизвестно. Следовательно, программа импортозамещения должна иметь применительно к приборостроительной отрасли четко локализованный секторальный характер, а от ее реализации следует ожидать лишь тот эффект, который она может дать. Поэтому пытаться производить в России всю продукцию мирового приборостроения однозначно не следует, какие бы санкции ни вводились против нашей страны.

Список литературы

1. Шульгин Г.К. Совершенствование методов регулирования инновационной деятельности в приборостроительной отрасли // Право и экономика: сб. науч. трудов. Вып. 3 / Под ред. Н.Н. Косаренко. – М., 2008.
2. Борисова В.Н., Почукаева О.В. Инновационное машиностроение как фактор развивающегося импортозамещения // Проблемы прогнозирования. 2015. № 3. С. 31–42.
3. Фальцман В.К. Импортозамещение в отраслях экономики России // Проблемы прогнозирования. 2015. № 5. С. 52–62.
4. Курбанов А.Х., Наружный В.Е. Перспективы реализации программы импортозамещения в интересах оборонно-промышленного комплекса России в современных условиях // Проблемы современной экономики. 2015. № 3 (55). С. 72–77.
5. Березинская О., Ведев А. Производственная зависимость российской промышленности от импорта и механизм стратегического импортозамещения // Вопросы экономики. 2015. № 1. С. 103–115.
6. Плотников В.А., Вертакова Ю.В. Импортозамещение: теоретические основы и перспективы реализации в России // Экономика и управление. 2014. № 11(109). С. 38–47.
7. Шумаев В., Морковкин Д. Импортозамещение как стратегическое направление инновационно-индустриального развития экономики России // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2014. № 4. С. 123–126.
8. Воронина В. Инновационные приборостроительные предприятия – фундамент развития российской экономики // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2012. № 3 (11). С. 72–77.
9. Боднарь Д. Импортозамещение. Сеанс второй // 21 ноября [Электронный ресурс] URL: 2014http://www.elcomdesign.ru/market/interview_153.html (дата обращения 17.09.2016).
10. Василенко Т.А. К вопросу о перспективах импортозамещения в России // Сибирская финансовая школа. 2016. №1 (114). С. 69–72.
11. Зайченко С.А. Реальное импортозамещение в приборостроении или завуалированный импорт? // Февраль 2015 г. [Электронный ресурс] URL: <http://>

www.infstest.ru/UserFiles/Files/statia_importozam_2015.pdf (дата обращения 17.09.2016 г.).

12. Ряховский Д.И., Тарасов Н.Н. Современные особенности функционирования предприятий оборонно-промышленного комплекса и их влияние на формирование стратегического развития // Вестник ИЭАУ. 2014. № 5.
13. Бабенков В.И., Афанасьев М.В., Бабенков А.В. Механизмы взаимодействия государства и бизнеса по приоритетным инновационным проектам // Научно-технические ведомости СПбГУ. Экономические науки. 2015. № 1 (211). С. 102-110. DOI: 10.5862/ЖЕ.211.10.
14. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева; под общ. ред. Б.А. Райзберга. 6-е изд., перераб. и доп. Кострома: ИНФРА-М, 2011. 512 с.

References

1. Shul'gin G.K. Sovershenstvovanie metodov regulirovaniya innovatsionnoi deyatel'nosti v priborostroitel'noi otrasli [Perfection of methods of regulation of innovative activity in instrument-making industry]. *Pravo i ekonomika: sb. nauch. trudov. Vyp. 3 / pod red. N.N. Kosarenko.* – М., 2008 (in Russ.).
2. Borisov V.N., Pochukaeva O.V. Innovative machine engineering as a factor of developing import substitution. *Studies on Russian Economic Development*. 2015; 26(3):225-232. DOI: 10.1134/S1075700715030028 (in Eng.).
3. Fal'tsman V.K. Import substitution in the economic sectors of Russia. *Studies on Russian Economic Development*. 2015; 26(5): 452–459. DOI: 10.1134/S1075700715050056 (in Eng.).
4. Kurbanov A.Kh., Naruzhnyi V.E. Program of import substitution in the interests of the defense-and-industry complex of Russia in contemporary context: perspectives of implementation. *Problems of Modern Economics*. 2015; 3(55):72-77 (in Russ.).
5. Berezinskaya O., Vedev A. Dependency of the Russian industry on imports and the Strategy of import Substitution industrialization. *Problems of Economic Transition*. 2015; 1: 103–115 (in Russ.).
6. Plotnikov V.A., Vertakova Yu.V. Russian Federation Import Substitution: How It Fares in the Face of Foreign Political and Economic Crises. *Economics and Management*. 2014; 11(109): 38–47 (in Russ.).
7. Shumayev V., Morkovkin D. Import substitution as the strategic direction of innovative industrial development of the Russian economy. *RISK: Resources, Information, Supply, Competition*. 2014; 4: 123–126 (in Russ.).
8. Voronina V. Innovative instrument making enterprises form Russian economy foundation. *MIR (Modernization. Innovation. Research)*. 2012; 3(3(11)): 72–77 (in Russ.).
9. Bodnar' D. Importozameshchenie. Seans vtoroi [Import substitution. Session Two]. November 21 [Electronic resource] URL: 2014http://www.elcomdesign.ru/market/interview_153.html (Accessed 17.09.2016).

10. Vasilenko T. To a question of prospects of import substitution in Russia. Siberian Financial School. 2016; 1(114):69-72 (in Russ.).
11. Zaichenko S.A. Real'noe importozameshchenie v priborostroenii ili zavualirovannyi import? February 2015 [Electronic resource] URL: http://www.inftest.ru/UserFiles/Files/statia_importozam_2015.pdf (Accessed 17.09.2016).
12. Ryakhovskiy D.I., Tarasov N.N. Modern features of functioning of the enterprises of the defense-industrial complex and their influence on the formation of strategic development. Vestnik IEAU = Bulletin of Economics and Anticrisis Management Institute. 2014; № 5.
13. Babenkov V.I., Afanasyev M.V., Babenkov A.V. Mechanisms of interaction between the state and business on priority innovation projects. St. Petersburg State Polytechnical University Journal. Physics and Mathematics. 2015; 1(211): 102–110. DOI: 10.5862/JE.211.10 (in Russ.).
14. Sovremennyi ekonomicheskii slovar' [The Dictionary of Modern Economics] / B.A. Raizberg, L.Sh. Lozovskii, E.B. Starodubtseva; pod red. B.A. Raizberga. 6-e izd., pererab. i dop. Kostroma: INFRA-M, 2011. – 512 p. (in Russ.).

А. З. Гусов

*Доктор экономических наук, профессор,
dissovet@rusacad.ru*

*Заведующий кафедрой «Управление персоналом»,
Российская академия предпринимательства*

*Профессор кафедры «Менеджмент»,
Российский университет дружбы народов,
Москва, Российская Федерация*

Й. Э. Гули

*Аспирант,
gouly75@yahoo.fr*

*Кафедра «Менеджмент»,
Российский университет дружбы народов,
Москва, Российская Федерация*

Мировой опыт развития агропромышленных комплексов на основе кластерного подхода

Аннотация: *В статье рассмотрен опыт развития агропромышленных кластеров в различных странах. Показано, что в современном мире формирование агропромышленных кластеров создает благоприятные условия для роста производства и внедрения высоких технологий, а также позволяет обеспечить эффективное социально-экономическое развитие регионов.*

Ключевые слова: *кластер, агропромышленный кластер, мировой опыт агропромышленных кластеров, конкурентоспособность, агропромышленный комплекс.*

A. Z. Gusov

*Dr. Sci. (Econ.), Prof.,
dissovet@rusacad.ru*

*Head of the «Personnel Management» Department,
Russian Academy of Entrepreneurship*

*Professor of Management department,
Peoples Friendship University of Russia,
Moscow, Russian Federation*

Y. E. Gouly

*Postgraduate student,
gouly75@yahoo.fr*

*Management Department,
Peoples Friendship University of Russia,
Moscow, Russian Federation*

World experience of development of agro-industrial complexes based on the clusters approach

Annotation: *In the article experience of development of agro-industrial clusters in different countries. It is shown that in the modern world the formation of agribusiness clusters create favorable conditions for the growth of production and introduction of high technologies, as well as to ensure effective socio-economic development of regions.*

Keywords: *Cluster, agro-industrial cluster, international experience of agro-industrial clusters, competitiveness, agro-industrial complex.*

Агропромышленный кластер можно трактовать как регионально локализованную, инновационно нацеленную интегрированную структуру, которая организована на основе промышленного и аграрного производства, которая служит для создания индустриальной основы с целью увеличения конкурентоспособности и производительности продуктовой области региона (страны), перераспределения добавленной стоимости и комплексного применения социально-финансового потенциала территории.

Для эффективного развития кластеров необходимо наличие соответствующего ресурсного обеспечения (капитальных, трудовых, природных и иных ресурсов), высокий уровень формирования опорных сфер (венчурных фондов, компаний, которые проводят рекламные исследования, научно-экспериментальных учреждений); платежеспособного спроса (также сегментов покупателей, которые требуют качественные товары); в том числе конкуренции и желания плодотворного партнерства (эффективные кластеры основываются на сдержанном конкурентном давлении и взаимной поддержке деловых партнеров).

Хотя основой и импульсом создания кластеров выступают хозяйственные центры предпринимательского сектора, которые, обычно владеют значимыми ресурсами и возможностями, существенная роль в формировании «организационного ядра» кластера возлагается на плечи государственных учреждений, которые должны содействовать развитию агропромышленных кластеров согласно следующим направлениям:

1. Научная аргументированность и технологическая общедоступность с ориентацией на перспективу. Развитие агропромышленных кластеров должно осуществляться на базе научно-аргументированных и технологически доступных решений, способных в комплексе с коммерческими механизмами гарантировать направление инвестиционных потоков в промышленное развитие агропромышленного комплекса с перспективой перевода его на наиболее высокую технологическую степень.

2. Формирование сильной инновационной платформы. Постоянный рост и активное развитие фирм агропромышленного кластера имеют все шансы быть обеспечены лишь на базе формирования сильной инновационной платформы, которая проявляет воздействие на целевые ориентиры деятельности аналогичных образований.

3. Формирование и оптимизация институционального обеспечения деятельности кластеров. С целью эффективного функционирования агропромышленных кластеров немаловажно сформировать соответствующую институциональную среду, формальные образующие которой должны отвечать принципам прозрачности, наибольшего содействия и в наименьшей степени требуемого вмешательства в коммерческую деятельность хозяйствующих субъектов в составе кластерного образования.

4. Направленность на достижение национальных и региональных приоритетов на базе государственно-индивидуального партнерства. Долгосрочное формирование агропромышленных кластеров обязано осуществляться с учетом национальных и региональных приоритетов, но его направление в конкретное стратегическое русло должно происходить не директивными способами, а в результате предоставления всесторонней помощи органами государственной и муниципальной власти, что дает возможность объединить круг интересов бизнеса и государства.

В случае эффективного внедрения кластерной модели формирования агропромышленного комплекса можно рассчитывать на получение важных с точки зрения положительных структурных изменений, социально-экономического увеличения и стабильного формирования экономики региона (страны), преимуществ (охват наибольшего числа субъектов хозяйствования и привлечение их к активной совместной работе, достижению существенной экономии затрат, стимулирование инноваций).

Об эффективности кластерной стратегии в развитии сельского хозяйства свидетельствует мировой опыт, в частности, успешное функционирование агропромышленных кластеров в США, Канаде, Австралии,

Бразилии, Финляндии, Нидерландах, Дании, Турции, Польше, Швеции, Италии, Японии, Франции, Португалии, которое имеет поддержку в виде формирования соответствующего законодательства относительно регулирования их деятельности, предоставления налоговых льгот, субсидий, а также разработки и реализации целевых программ развития.

Всемирно известными являются агропромышленный кластер в Саскатуне (Канада); агропромышленный кластер в Дании и Швеции (Apple Kingdom); винодельческие агропромышленные кластеры в Чили и Австралии; кластер по производству чая и вина в Грузии; кластер органической соли – в Турции; кластер по производству тюльпанов в Голландии; сельскохозяйственные кластеры в Марокко и Португалии. Относительно эффективности кластеров можно привести пример Финляндии, которая, имея всего лишь 0,5% мировых ресурсов леса, благодаря высокой производительности кластеров, обеспечивает 10% мирового экспорта продукции деревообработки¹.

В мировой практике агропромышленные кластеры можно условно сгруппировать по европейскому, американскому и японскому направлениям.

В США, согласно Конституции и традициям, правительства штатов или отдельных территорий играют важную роль в формировании и реализации агропромышленных кластеров, поскольку неоднократно инициировали мероприятия по поддержке развития частного сектора. В 90-е гг. 20-го столетия с для практического ускорения внедрения кластерной модели по инициативе губернатора Аризоны была создана специальная комиссия относительно процесса идентификации кластеров в штате². Данный опыт особо ценен, поскольку главную роль в начале своей деятельности в штате Аризона играли местные университеты, на основе выводов и предложений которых специальная комиссия вместе с представителями частного сектора определяла функции участников в сформированном кластере, а на следующем этапе данная комиссия уже оценивала эффективность его деятельности, помогая преодолевать препятствия на пути развития кластера.

Для американского агропромышленного кластера характерно то, что, во-первых, почти все они принимают участие в глобальной конкурентной борьбе, а, во-вторых, в целом независимы от государства.

¹ Пятинкин С.Ф. Развитие кластеров: сущность, актуальные подходы, зарубежный опыт / Пятинкин С.Ф., Быкова Т.П. – Минск: Тесей, 2008. С. 72.

² Irshad H. Clusters. A key to Rural Prosperity / H. Irshad // Rural Development Division. – Alberta, 2009. – 19p.

При этом главные составляющие деятельности агропромышленных кластеров — это приоритет развития инновационности; активное развитие разных видов партнерства. Кроме того, при создании и развитии кластеров обеспечивается решение следующих задач: 1) связать региональные и глобальные факторы развития в процессе их формирования; 2) определить необходимую и целесообразную структуру формирующегося кластера.

Зависимость от отдельного направления сельскохозяйственного производства от природно-климатических условий и других факторов на ограниченной территории содействует высокой степени эффективности кластерных технологий в аграрном секторе США. Таким образом формировались соево-кукурузный и зерновой пояса в США, агропромышленные кластеры в Калифорнии и Луизиане, сельскохозяйственные кластеры в Каллаламе (Вашингтон) и Оклахоме (США).

В качестве определенных примеров эффективного использования кластерного подхода с целью наращивания и увеличения степени реализации возможностей агропромышленного комплекса можно привести деятельность кластерных объединений в Канаде.

Основной акцент в развитии агропромышленных кластеров в Канаде делается на формирование инновационности и внедрении высоких технологий. Наиболее характерным для Канады является развитие провинции Онтарио, правительство которой в 1993 г. объявило об объединении существенного количества различных программ развития в одну общую, которая получила название jOCA (jobs Ontario Community Action). Данная программа объединила в себе 22 программы, которые прежде выполнялись под управлением 6 министерств. Программа jOCA является образцом нового пути сотрудничества правительства Онтарио с общинами и муниципалитетами. Для реализации этой программы было выделено 300 млн. канадских долларов на трехлетний период. Программа состояла из трех компонентов: развитие общин; финансирование общин; капитал общин. Эти компоненты обеспечивали финансирование различных нужд общин на период реализации программы. Инновационный шаг относительно создания Программы jOCA требовал дальнейших управленческих инноваций, одной из которых стало создание CEDS (Community Economic Development Secretariat) — Секретариата по экономическому развитию общин, задачей которого стала связь воедино все элементы Программы jOCA³. Необходимо отме-

³ Irshad H. Clusters. A key to Rural Prosperity / H. Irshad // Rural Development Division. — Alberta, 2009. — 19p.

тить, что эти меры помогли Канаде в сжатые сроки получить один из наивысших результатов среди развитых стран в кластеризации агропромышленного комплекса, а программы развития кластеров реализуются во всех уголках страны.

Последним трендом в Канаде является активное формирование кластеров, которые объединяют классические для агропромышленного комплекса структуры с организациями, которые специализируются на туризме, информационно-коммуникационных технологиях, изготовлении восстанавливаемых источников энергии, нанотехнологиях. В настоящее время функционирует одиннадцать аналогичных локаций, а также: биофармацевтический кластер в Монреале; аграрный биотехнологический кластер в Саскатуне; агротуристический кластер Альберт; кластер природных технологий оздоровления в Онтарио и др. На государственном уровне помощь в таких инициативах предусматривает: формирование специальной исследовательской инфраструктуры, предоставления высококвалифицированных кадров, организационная помощь формированию новых компаний и их увеличение, помощь в развитии внешних связей, частичное ресурсное обеспечение ⁴.

В Канаде характерным для кластерных процессов является то, что созданию и развитию кластеров содействуют все уровни власти: федеральный, региональный и муниципальный, но форма поддержки при этом разная. В частности, наиболее ощутимую поддержку кластерных процессов обеспечивают органы местного самоуправления путем создания необходимой инфраструктуры в регионе, лоббирования интересов участников. Вместе с тем кластеризация в этой стране является частью национальной инновационной политики. Определяющим аспектом инновационной стратегии Канады является привлечение в первую очередь существующих в государстве наработок в области инноваций, новейших разработок и технологий для повышения инновационного потенциала, уровня знаний и конкурентоспособности страны.

Первый опыт кластерного развития в мировой практике был осуществлен в 20-ом веке. в агропромышленном комплексе Дании, которая стала ключевой с позиции потребительского рынка и инвестиционного потенциала аграрной сферы. Необходимо отметить, что в Дании функционирует 29 ведущих кластеров, в которых принимает участие 40% всех фирм страны, обеспечивающих 60% экспорта. На первом эта-

⁴ The UNIDO Approach to Cluster Development: Key Principles and Project Experiences for Inclusive Growth. UNIDO, 2013. Электронный ресурс. Режим доступа: http://www.unido.org/fileadmin/user_media_upgrade/What_we_do/Topics/Business_investment_and_technology_services/CUP/UNIDO_CLUSTER_APPROACH.PDF.

по кластеризации экономики Дании были проведены исследования промышленных комплексов по схеме «спрос-предложение» в региональном масштабе по четырем отраслям: сельское хозяйство, текстильное производство, изготовление офисного оборудования и средств защиты окружающей среды. Каждое исследование промышленного комплекса проводилось как исследование отдельной экономической системы взаимоотношений между производителями и пользователями технологий. Особую роль в развитии аграрной сферы Дании играет «молочная вертикаль» от переработки молока к поставщикам технологий и оборудования. Датский Совет по развитию бизнеса как орган, который отвечает перед Правительством за разработку концепции кластеризации, инициировал ряд новых разработок в этом направлении. По проектам кластеризации было выделено 25 млн. долларов для разработки перспективной сетевой структуры страны. В настоящее время сельское хозяйство Дании полностью кластеризовано ⁵.

Показательным является пример Чили, где по инициативе главы государства был создан кластер чилийского вина. Объединение на основании кластерной идеологии работы фермеров, научных учреждений, органов государственной власти и привлечения зарубежных экспертов дало возможность в несколько раз нарастить экспорт вина, существенно поднять уровень его качества и претендовать на многочисленные международные награды, опережая Аргентину, в которой вдвое больше виноградников (Чили занимает четвертое место в мире по экспорту вина и достигает до 3 млрд. долларов годовой прибыли, а Аргентина занимает лишь 14-е место ⁶).

Цветочный кластер в Эквадоре также имеет показательную историю. В этой стране было большое количество незадействованных сельскохозяйственных площадей, которые решили использовать для возделывания цветов, так как этот сегмент имеет наивысшую рентабельность. В результате учреждения кластера и привлечения иностранных инвесторов, а также специалистов из Нидерландов, которые поставляют технологии, саженцы и семена, Эквадор занимает третье место в мире по экспорту цветов ⁷.

⁵ Borisova O., Abramova L., Zageeva L., Popkova E., Morozova I., Litvinova T. Role of agricultural clusters in provision of food security // European research studies. 2015. Vol. 18. No. 3. P. 287–298.

⁶ Gblvez-Nogales E. Agro-based clusters in developing countries: staying competitive in a globalized economy. – FAO, Rome, 2010. – 106 p.

⁷ Sather B. Socio-economic unity in the evolution of an agricultural cluster // European planning studies. 2014. Vol. 22. No. 12. P. 2605–2619.

Примечательным является опыт Австрии, которая имеет наиболее значимые достижения в создании кластера свиноводства. Участниками Австрийского кластера свиноводства являются Венский Университет и такие коммерческие организации, как Voest Alpine, Pioneer, Raiffeisen Bank и др. Кроме фермерского органического агропроизводства, цепями кластера свиноводства является оптовая и розничная торговля, ресторанный бизнес ⁸.

Формирование кластеров в странах ЕС преимущественно происходит по шотландской модели, где ядром общего производства становится крупное предприятие, которое объединяет вокруг себя более мелкие субъекты хозяйствования. Именно шотландская модель кластеризации агропромышленного комплекса была рекомендована Европейской Комиссией для внедрения в странах ЕС. Однако страны ЕС не стремятся копировать шотландскую модель, что связано с особенностями регионального управления – Эдинбург исторически имеет контроль над налоговой, экономической и монетарной политикой Шотландии, тогда как другие страны ЕС такого права не имеют ⁹.

Несмотря на доминирование шотландской модели, существует и итальянская, суть которой состоит в более равноправном сотрудничестве малого, среднего и крупного бизнеса. Отход от парадигмы ресурсно-ориентированной экономики имеет следствия минимизации уровня урбанизации. Одним из популярных образов жизни, основанных на таком процессе, стало образование сети эко-поселений. В свою очередь функционирование любых эко-поселений предусматривает и наличие соответствующих эко-кластеров, к которым относят кластер органического земледелия и производства продуктов питания ¹⁰.

Наиболее успешной и эффективной формой развития сельского хозяйства в ЕС являются агропромышленные кластеры в Германии. При этом процессы кластеризации характеризуются значительной централизацией. Если на начальных этапах кластерные образования в Германии создавались спонтанно и хаотично, то в настоящее время кластеры в Германии формируются при активной поддержке государства,

⁸ Sather B. Socio-economic unity in the evolution of an agricultural cluster // European planning studies. 2014. Vol. 22. No. 12. P. 2605–2619.

⁹ Zhu C.J., Luo R.J., Ma H.M. Agricultural industry cluster sustainable development based on the perspective of the scientific outlook on development // Advanced materials research. 2012. Vol. 524. P. 3563–3568.

¹⁰ Looijen A. European Agricultural Clusters: how can European Agricultural Clusters be measured and identified? / A. Looijen, W. Heijman // Economics of Agriculture. 2013. № 2. P. 337–353.

которая реализуется через обеспечение научных заведений современным оборудованием и обеспечение их финансовыми ресурсами.

В результате исследования было выявлено, что среди стран ЕС наиболее акцентированную политику относительно развития и поддержки кластеров в агропромышленном комплексе реализует правительство Франции. Политика, результатом которой является постоянная реализация амбициозной программы развития конкурентоспособных кластеров во Франции, была начата после выступления Премьер-министра Франции Жан-Пьер Раффарен в сентябре 2004 г. на совещании Межведомственного комитета по пространственному планированию и развитию (CIADT)¹¹. Она получила официальное название политики французского правительства по повышению конкурентоспособности кластеров и начала реализовываться с 2005 г. Политика Франции по повышению конкурентоспособности кластеров побуждает заинтересованные стороны сотрудничать между собой, чтобы стимулировать инновации и создание большей добавленной стоимости, и в то же время конкурировать друг с другом на открытом рынке.

На первой фазе реализации данной политики во Франции был начат конкурс проектов кластеров на право получить официальную аккредитацию как «конкурентоспособный кластер», который официально определяется как объединение на определенной территории бизнеса, учебных центров и научно-исследовательских учреждений, которые: 1) сотрудничают, выполняя действия, направленные на генерирование синергии путем реализации инновационных общих проектов; 2) имеют необходимую критическую массу для международной открытости. В 2005 г. список составили 66 кластеров, которые были признаны конкурентоспособными (фактически или потенциально). В 2009 г. данный список вырос до 71 кластера. Аккредитованные кластеры были отнесены к трем группам: глобальные, которые действуют на мировых рынках (7 проектов), потенциально глобальные (11 проектов) и национальные кластеры (53 проекта). Уровень государственной финансовой поддержки кластеров зависел от данной классификации. На первом этапе (2005–2008 гг.) на поддержку развития конкурентоспособности кластеров правительство выделило 1,5 млрд. евро, затем, такая же сумма была выделена на втором этапе (2009–2011 гг.). Эти средства распределялись в

¹¹ Jelliss A.D. Role of Food, Beverage, and Life Science Clusters in Enhancing Canadian Performance in U.S. and Other Export Markets / Arvin D. Jelliss // Presentation to The Competitiveness Institute (TCI) 9th Global Conference on «Connecting Clusters». – Cairns, Australia. October 7–11, 2009. – 15 p.

следующей пропорции: глобальные кластеры – 50%, потенциально глобальные и национальные – по 25%¹². В дополнение к целевой финансовой поддержке были приняты положения, в соответствии с которыми компании, которые принимают участие в разработке общих инновационных проектов по кластерам, получают налоговые льготы. Местная власть, в первую очередь регионов и крупных городов, также вовлечена в содействие развитию конкурентоспособности кластеров в рамках своих полномочий и финансов.

Одной из важных современных тенденций международного уровня координации кластерного развития в Европе является формирование трансграничных агропромышленных кластеров.

Опыт развития трансграничного сотрудничества в экономически развитых странах, прежде всего в ЕС, имеет несколько примеров создания конкурентоспособных трансграничных кластеров в агропромышленном секторе, которые объединяют фермерские хозяйства, перерабатывающие и маркетинговые фирмы, а также учреждения пограничных регионов двух или более стран, которые поддерживают это сотрудничество.

Появлялись такие кластеры в условиях разного институционального окружения. Ряд кластеров данного типа возникли эволюционно, путем постепенного объединения, например, как датско-шведский (а с 1 января 2011 г. в нем появилась еще и немецкая составляющая) молочный кластер «Arla Foods» или трансграничные агропромышленные кластеры при участии австрийских регионов: «Lebensmittel OO», «Linz Cluster OO» и «TECH for TASTE». Некоторые трансграничные кластеры сформировались за счет политического давления или поощрения к трансграничному сотрудничеству со стороны ЕС (англо-ирландский «ICBAN») или в благоприятном институциональном окружении, под руководством более крупной формы сотрудничества – еврорегионов, как это происходит с формированием немецко-польского продовольственного кластера «Viadrina». Другие трансграничные кластеры были целенаправленно созданы по инициативе и в существенной мере на средства национальных правительств (примером является с франко-испанский кластер «Agrimir Innovation»). Трансграничные кластеры, созданные под патронатом ЕС или национальных правительств отдель-

¹² Jelliss A.D. Role of Food, Beverage, and Life Science Clusters in Enhancing Canadian Performance in U.S. and Other Export Markets / Arvin D. Jelliss // Presentation to The Competitiveness Institute (TCI) 9th Global Conference on «Connecting Clusters». – Cairns, Australia. October 7–11, 2009. – 15 p.

ных государств имели больше средств и льгот. Руководство «эволюционных» кластеров имеет собственные плюсы: оно является менее ограниченным в выборе направления развития кластера и имеет больше оперативного пространства для краткосрочных решений.

Анализ опыта развития кластеризации агропромышленного комплекса в странах с развитой рыночной экономикой позволяет сделать вывод о том, что в связи с принципиально разным организационным построением сельскохозяйственного производства, уровнем развития производительных сил и инфраструктуры, историческими и социальными условиями жизни возможности его использования как целостной системы в условиях развивающихся стран, ограничены. На практике могут найти применение лишь отдельные элементы организационно-экономического механизма, который применяется для активизации развития кластерных образований в агропромышленном комплексе.

Таким образом, мировой опыт свидетельствует о том, что залогом успешного формирования агропромышленного кластера является наличие и объединение следующих составляющих: предприятий-лидеров, поставщиков сырья, поставщиков материалов. Проведенный теоретический анализ позволяет выявить ряд основных преимуществ кластеризации агропромышленного комплекса. Для администраций: появляются коммуникации с бизнесом и общинами; возрастает социальная ответственность бизнеса и понимание его важности для территории; формируется инфраструктура обеспечения производства. Для бизнеса: улучшается кадровая инфраструктура; появляется инфраструктура для исследований и разработок; снижаются затраты; появляются возможности для более успешного выхода на международные рынки. Потребитель продукции получает высококачественный продукт, в производстве которого были задействованы представители кластера. При установлении новых требований потребителя к продукту он может быть быстро модернизирован или изменен, так как члены кластера работают в тесной кооперации.

Список литературы

1. Амелина Т.Н. Формирование агропромышленного кластера в России // Научное сообщество студентов XXI столетия. экономические науки: сб. ст. по мат. XVI междунар. студ. науч.-практ. конф. 2014. № 1(16). С. 93–98.
2. Максимова Т.П. Теоретические аспекты формирования агропромышленных кластеров в экономике российской федерации. /Вестник МГОУ. Серия: Экономика. 2015. № 3. С. 16–22.
3. Пятинкин С.Ф. Развитие кластеров: сущность, актуальные подходы, зарубежный опыт / Пятинкин С.Ф., Быкова Т.П. – Минск: Тесей, 2008.

4. Irshad H. Clusters. A key to Rural Prosperity / H. Irshad // Rural Development Division. – Alberta, 2009.
5. Patrick Dambron. Les clusters en France – pourquoi les poles de competitivite/ Harmattan, 2008. 246 p.
6. Официальный сайт Глобальной кластерной обсерватории <http://www.clusterobservatory.org/index.html>.

References

1. Amelina T.N. Formirovanie agropromyshlennogo klastera v Rossii // Nauchnoe soobshchestvo studentov XXI stoletiya. ehkonomicheskie nauki: sb. st. po mat. XVI mezhdunar. stud. nauch.-prakt. konf. 2014. № 1(16). С.93–98.
2. Maksimova T.P. Teoreticheskie aspekty formirovaniya agropromyshlennykh klasterov v ehkonomike rossijskoj federacii. /Vestnik MGOU. Se-riya: EHkonomika. 2015. № 3. S.16–22.
3. Pyatinkin S.F. Razvitie klasterov: sushchnost', aktual'nye podhody, zarubezhnyj opyt / Pyatinkin S.F., Bykova T.P. – Minsk: Tesej, 2008.
4. Irshad H. Clusters. A key to Rural Prosperity / H. Irshad // Rural Development Division. – Alberta, 2009.
5. Patrick Dambron. Les clusters en France – pourquoi les poles de competitivite/ Harmattan, 2008. 246 p.
6. Oficial'nyj sajt Global'noj klasternoj observatorii <http://www.clusterobservatory.org/index.html>.

А. В. Дорофеева

*Магистрант,
nastya05011@yandex.ru*

*Департамент корпоративных финансов и корпоративного управления,
Финансовый университет при Правительстве РФ,
Москва, Российская Федерация*

Научный руководитель

В. Б. Фролова

*Кандидат экономических наук, профессор,
viktorinafrolova@mail.ru*

*Департамент корпоративных финансов и корпоративного управления,
Финансовый университет при Правительстве РФ,
Москва, Российская Федерация*

Исследование инновационного подхода к развитию отечественного страхового рынка

Аннотация: *В статье рассматриваются варианты инноваций и возможности их внедрения в отечественный страховой бизнес с учетом оценки потенциального эффекта от реализации инноваций, таких как развитие системы «умного» страхования, применения скоринговой модели и сегментирования страховых продуктов и услуг.*

Ключевые слова: *инновации, инновационный продукт, интернет вещей, страховой рынок, страховой тариф, телемедицина, «умное» страхование, управление финансами страховщика.*

A. V. Dorofeeva

*Masterstudent,
nastya05011@yandex.ru*

*Department of Corporate Finance and corporate governance,
Financial University under the Government of the Russian Federation,
Moscow, Russian Federation*

Scientific manager

V.B. Frolova

*Cand. Sci. (Econ.), Prof.,
viktorinafrolova@mail.ru*

*Department of Corporate Finance and corporate governance,
Financial University under the Government of the Russian Federation,
Moscow, Russian Federation*

Investigation of the innovative approach to development of the domestic insurance market

Annotation: *The article examines the options for innovation and the possibility of their introduction into the domestic insurance business taking into account the assessment of the potential effect of innovation, such as the development of a smart insurance system, the application of a scoring model and the segmentation of insurance products and services.*

Keywords: *innovation, innovative product, internet of things, insurance market, insurance tariff, telemedicine, smart insurance, financial management of the insurer.*

Современный страховой рынок функционирует недостаточно эффективно, в том числе и на фоне нестабильности среды бизнеса¹, менеджмент страховых организаций озадачен поиском новых путей развития рынка и отдельных компаний. В последние годы все большее внимание со стороны государства и корпораций уделяется разработке инноваций, тестируются пилотные проекты по их внедрению, в частности, на страховом рынке. Поэтому автор провел исследование, по каким линиям страхового бизнеса возможна разработка инноваций и каким образом их внедрение может повлиять на развитие отечественного рынка страхования. В основу исследования автора легли статьи периодических изданий, информационно-аналитические материалы Банка России, Всероссийского союза автостраховщиков, рейтинговых агентств, а также ресурсы сети Интернет.

Одним из важных элементов современной экономики является страховой рынок. Его становление и развитие обусловлено необходимостью обеспечения механизма защиты от рисков и угроз. Однако в России вплоть до настоящего времени национальные страховые рынки развиты недостаточно, а значительная часть взаимоотношений по поводу страхования связана лишь с обеспечением обязательных видов страховой защиты. Одной из неутешительных тенденций также является сохранение низкой доли страховых премий в объеме ВВП страны, так на рисунке 1 автором продемонстрирована фактическая динамика доли страховых премий в величине ВВП России с 2007 по 1-ое полугодие 2015 г., а также прогнозные значения по данным Стратегии инновационного развития России до 2020 года (далее – Стратегия 2020). Необходимо отметить, что доля премий в объеме ВВП РФ колеблется около 1,2–1,3%, только по итогам II квартала 2017 г. показатель вырос

¹ Фролова В.Б., Ивакина А.А. Влияние санкций на финансовый потенциал страхового бизнеса в России. Современные научные исследования и инновации. 2014. № 11. Ч. 2 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: web.snauka.ru/issues/2014/11/40574 (дата обращения: 04.10.2017).



Рис. 1. Фактическая динамика доли страховых премий в ВВП России с 2007 по 1-ое полугодие 2015 г. и прогнозы до 2020 г.²

до 1,41%³, при этом еще в 2015 г. в США он составлял 7,3%, в странах Западной Европы – от 5 до 12%⁴.

Как уже было отмечено ранее, в последние годы развитию инновационного сектора экономики уделяется серьезное внимание как со стороны коммерческих организаций, заинтересованных в создании уникального торгового предложения для удержания имеющихся и привлечения потенциальных клиентов, так и со стороны государственного сектора, что, в частности, подчеркивается в Стратегии 2020. Страховой рынок все в большей степени вовлекается в процесс создания инноваций, необходимость их разработки отмечена в Стратегии развития страховой деятельности в Российской Федерации до 2020 года.

В современной науке понятия «инновация», «инновационный продукт» и «инновационная деятельность» с течением времени становятся все более привычными, несмотря на это на сегодняшний день в научных кругах не сложилось единого подхода к определению понятия «инновация».

² Моисеев А.В. Законодательное регулирование рынка страховых услуг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: council.gov.ru/media/files/41d59cfbd8e0b5b34b26.pdf (дата обращения: 16.10.2017).

³ Центральный банк Российской Федерации: Обзор ключевых показателей деятельности страховщиков, II квартал 2017. 2017. С. 21.

⁴ Аналитическое кредитное рейтинговое агентство АКРА [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.acra-ratings.ru/research/104 (дата обращения: 28.10.2017).

До относительно недавнего времени на законодательном уровне вопрос определения «инновации» не был решен. Термин наряду с понятиями «инновационный проект», «инновационная инфраструктура» и другими появился в законодательстве в июле 2011 г. в связи со вступлением в силу Федерального закона (далее – ФЗ) Российской Федерации «О внесении изменений в ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике». Именно в нем закреплено, что инновация – «введенный в употребление новый или значительно улучшенный продукт (товар, услуга) или процесс, новый метод продаж или новый организационный метод в деловой практике, организации рабочих мест или во внешних связях»⁵.

В таблице 1 представлены некоторые отечественные и зарубежные определения инновации. Следует отметить некоторое разночтение в представленных определениях. Наиболее полным определением инновации, по мнению автора, является следующая трактовка: инновации – это новый или усовершенствованный товар (работа, услуга, бизнес-процесс), повышающий эффективность деятельности компании и направленный на удовлетворение общественной потребности.

Таблица 1

Подходы к определению термина «инновация»

Автор	Определение
Э.М. Коротков	«изменение, повышающее эффективность управления и определяющее развитие фирмы, укрепление позиции фирмы, изменения не стихийно возникающие, а запланированные и разработанные, реализуемые и реализованные»
К. Найт	«особый случай процесса изменения в организациях»
Л.С. Бляхман	«целенаправленные изменения, сознательно вносимые в процесс воспроизводства для лучшего удовлетворения имеющейся или формирующейся общественной потребности» ⁶
И.Т. Балабанов	«материализованный результат, полученный от вложения капитала в новую технику или технологию, новые формы организации производства труда, обслуживания и управления, включая новые формы контроля, учета, методов планирования, анализа и т.п.»

⁵ Федеральный закон от 23.08.1996 № 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике», ст. 2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_11507/c0a49fc869aeeb5b28ca88d3d37b7d8f7474375f (дата обращения: 07.10.2017).

⁶ Егорова М.С. Определение сущности технологических изменений через призму понятий «инновация», «изменение» и «технология». Современные проблемы науки и образования. 2014. № 5. С. 315.

Продолжение таблицы 1

Автор	Определение
А.С. Кулагин	«новая или улучшенная продукция (товар, работа, услуга), способ (технология) ее производства или применения, нововведение или усовершенствование в сфере организации и (или) экономики производства и (или) реализации продукции, обеспечивающие экономическую выгоду, создающие условия для такой выгоды или улучшающие потребительские свойства продукции...» ⁷

Отличие инновации в страховой деятельности в том, что ее использование повышает эффективность деятельности страховой компании.

Важным аспектом является определение перечня критериев, позволяющих называть продукт или услугу инновацией. Проанализировав работу Жилкиной А.Н.⁸, автором предлагается рассматривать в качестве основных критерии, представленные в Таблице 2.

Таблица 2

Критерии отнесения продуктов и услуг к инновациям⁹

Критерий	Характеристика
Научно-технологическая новизна	Наличие существенно отличающихся или новых характеристик товаров и услуг по сравнению с ранее производимыми, отсутствие товаров-субститутов
Устойчивость к рискам	Минимизация вероятности наступления риска или снижение затрат на устранение его последствий в случае реализации
Экономичность	Минимальная, но достаточная для сохранения свойств товара или услуги стоимость инновации
Социально-экономическая значимость	Улучшение качества товаров и услуг, увеличение рентабельности, совершенствование бизнес-процессов компании, экономия ресурсов (материальных, трудовых и др.)
Практическая применимость	Возможность реального внедрения инновации в компанию

Внедрение инновационного подхода в страховой деятельности должно способствовать:

- снижению издержек имеющихся бизнес-процессов (например, расширение автоматизации);

⁷ Таланова Н.В., Алексеева Н.В. Инновация как ключевая категория экономического развития страны. Вестник российского университета кооперации. 2016. №1 (23). С. 91.

⁸ Жилкина А. Н. Управление инновационным развитием страхового бизнеса: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством (управление инновациями)». – Санкт-Петербург, 2012. – С. 21.

⁹ Разработано автором.

- увеличению уровня удовлетворенности продуктами/услугами клиентов и повышения их лояльности к страховщику;
- созданию принципиально новых и трудно копируемых конкурентами страховых продуктов и услуг.

Одной из важных для развития страхового бизнеса тенденций является то, что в ряде отечественных страховых компаний активизировался процесс внутренней перестройки системы управления, что связано со стремлением выстраивать работу с учетом реально существующих интересов хозяйствующих субъектов. Деятельность в сфере страхования строится на специфических знаниях, умениях и навыках, успешная реализация которых требует координации труда отдельных сотрудников. Ключевая роль в решении этой задачи принадлежит страховому менеджменту, который должен оперативно систематизировать и обобщать передовой опыт отечественной и зарубежной практики управления. Обострение конкурентной борьбы на отечественном страховом рынке выдвигает задачу совершенствования работы страховых организаций.

Страховые компании, реформирующие системы управления, оказываются в более выгодном положении, они стимулируют проведение преобразований у конкурентов. Это обуславливает непрерывный поиск менеджментом новых путей развития и положительно отражается на развитии отечественного рынка страхования в целом.

В последнее время к страховщикам все в большей степени приходит осознание необходимости более тщательного и глубокого изучения потребностей клиентов. С этой целью передовые отечественные страховые компании разрабатывают новые методы изучения потребностей клиентов. Например, одним из наиболее надежных страховщиков по версии Рейтингового агентства RAEX СПАО «Ингосстрах» (рейтинг надежности ruAAA, прогноз «Стабильный») ¹⁰ 28 июня 2016 г. запущен онлайн-проект «IngoLab – Лаборатория инноваций». Проект рассчитан на действующих и потенциальных клиентов, всех, кто хочет предложить идеи по развитию продуктов и услуг по линии розничного бизнеса. Сервис позволяет оставить свои предложения, ознакомиться с идеями других пользователей проекта, поделиться понравившимися идеями в социальных сетях. В рамках проекта производится сбор мнений о продуктах и услугах, планируется предоставление возможности протестировать продукты и услуги, находящиеся на этапе внедрения,

¹⁰ Рейтинговое агентство RAEX («Эксперт РА») [Электронный ресурс]. – Режим доступа: raexpert.ru/ratings/insurance/?scale_type_id=1&sort=rating&type=asc (дата обращения: 28.10.2017).

поделиться мнением о качестве обслуживания, процессе урегулирования убытков, работе контактных центров, развитии веб-сайта, мобильных сервисов и Личного кабинета.

Внедрение проекта имеет синергетический эффект: при его реализации существует возможность не только создать инновации, но и улучшить обратную связь с клиентами, повысить степень лояльности. Для проекта создана система мотивации: начисление бонусных баллов за предложения, которые можно будет обменивать на призы. За год существования проекта подано 65 идей (см. рисунок 2). Стоит отметить, что процент одобренных идей не велик (около 14%¹¹), однако треть идей еще рассматривается.



Рис. 2. Статистика проекта «IngoLab – Лаборатория инноваций» СПАО «Ингосстрах» (июль 2016 г. – октябрь 2017 г.)¹²

По инициативе акционера компании Олега Дерипаски в компании осуществляется внедрение производственной системы, ее философия во многих аспектах перекликается с методами бережливого производства¹³. Система предполагает активное вовлечение в процесс оптимизации деятельности сотрудников компании, как ТОП-менеджеров, так и линейных исполнителей, и направлена на постоянное

¹¹ $65 - 21 = 44$ идеи; $6 : 44 = 0,136$ (или 13,6%).

¹² Лаборатория инноваций СПАО «Ингосстрах» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: ingolab.ingos.ru/site/stat (дата обращения: 01.11.2017).

¹³ Издательский дом Коммерсантъ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.kommersant.ru/doc/2498414 (дата обращения: 01.11.2017).

стремление к устранению всех видов потерь, поскольку сотрудники, осуществляющие определенные задачи на своих рабочих местах, лучше видят проблемные участки и могут предложить более эффективные методы решения проблем. Развитие производственной системы также может стимулировать создание инновационных продуктов в страховании, поскольку сотрудники, ежедневно помогающие в решении вопросов клиентов, могут более оперативно сформулировать проблемы и предложить варианты их решения.

Проведенное исследование позволило автору выявить, что на сегодняшний день на отечественном страховом рынке существуют следующие проблемы, негативно влияющие на возможность внедрения новых страховых продуктов:

- низкий уровень доверия к механизму страхования;
- недостаточно развитая сеть продаж страховых продуктов;
- несовершенство способов заключения договоров страхования (длительность ведения переговоров, согласования условий договора);
- ограниченность предложений страховых услуг, ориентированных на дифференцированные сегменты покупателей;
- игнорирование возможностей изучения и адаптации зарубежного опыта создания и внедрения страховых продуктов и услуг.

Инновационные для России страховые продукты и услуги могут быть разработаны посредством использования технологии интернета вещей в форме страховой телематики или «умного» страхования (аналог подхода Pay-as-you-drive, который успешно используется в европейских странах для расчета страховых тарифов по КАСКО с 2002 г.¹⁴), когда необходимые страховой компании данные собираются и передаются в режиме реального времени. Данный подход используется зарубежными страховыми компаниями в андеррайтинге для разработки индивидуальных страховых тарифов. Например, в автостраховании компании устанавливают датчики, считывающие информацию о стиле вождения страхователей, анализируют ее и тарифицируют. Для клиентов такой метод работы страховщика ощущается как индивидуальный, при этом страховая компания, разрабатывая скоринговую модель тарификации самостоятельно выбирает не только параметры оценки, но и принимает решение о границах рисков, отделяющих группы страхователей.

¹⁴ Всероссийский союз автостраховщиков [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.ins-union.ru/rus/news/18/1335 (дата обращения: 05.11.2017).

Так, ПАО «МТС» и страховая компания INTOUCH создали первую в России программу с использованием технологии интернета вещей «Умные километры», позволяющую автомобилистам приобретать полис КАСКО на выгодных условиях. Программа запущена на территории Москвы, Санкт-Петербурга, Московской и Ленинградской областей. Суть программы в том, что с помощью GPS-трекера в автомобиле страхователя, страховщик может контролировать годовой пробег автомобиля: для водителей, проезжающих в год не более 10 000 км предлагается полис КАСКО со скидкой 15%, при пробеге не более 12 000 км – 7% от стоимости полиса¹⁵.

Скоринговая модель тарификации в автостраховании может включать следующие параметры оценки: возраст водителя, стаж, время поездок, погодные условия, сезон года, интенсивность движения, количество ДТП, ограничения проезда, проведение ремонтных работ, средняя скорость передвижения, средняя длина тормозного пути, количество полос движения, наличие пробок и остановок транспорта, светофоров, пешеходных переходов, уклон дорожного полотна и др.). Пример оценки стиля вождения страхователя представлен в Таблице 3.

Таблица 3

Скоринговая модель оценки стиля вождения клиента страховой компании в автостраховании¹⁶

1. Возраст автомобилиста, лет				
18-30		30-55		55 и более
q1		q2		q3
2. Водительский стаж, лет				
0-1	1-3	3-5	5-10	Более 10
q1	q2	q3	q4	q5
3. Время дня, часы				
00:00 – 7:00	7:00 – 10:00	10:00 – 17:00	17:00 – 20:00	20:00 – 00:00
q1	q2	q3	q4	q5

¹⁵ ProTarif.info [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.protarif.info/news/new?id=2270 (дата обращения: 05.11.2017).

¹⁶ Разработано автором.

4. Погодные условия				
Ясно, солнечно	Облачно	Дождь	Снегопад	Экстренные предупреждения МЧС
q1	q2	q3	q4	q5
5. Сезон года				
Зима		Весна	Лето	Осень
q1		q2	q3	q4
...				

Инновации также могут создаваться по другим линиям страхового бизнеса, например, в сегменте добровольного медицинского страхования. Как известно, с 2018 г. в силу вступает ФЗ от 29.07.2017 № 242-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам применения информационных технологий в сфере охраны здоровья», который закрепляет право оказания пациентам телемедицинских услуг. Для российского страхового бизнеса принятие закона является большим шагом вперед, поскольку значительный сегмент медицинских консультаций будет перенесен в виртуальное пространство: консультации пациентов с применением телемедицины могут быть осуществлены в целях «профилактики, сбора, анализа жалоб пациента и данных анамнеза, оценки эффективности лечебно-диагностических мероприятий, медицинского наблюдения за состоянием здоровья пациента; принятия решения о необходимости проведения очного приема (осмотра, консультации)»¹⁷. Данный закон по оценкам специалистов поможет снизить стоимость приема врача с 1500–2500 руб. до 500 руб.¹⁸ и постепенно снизить убыточность данного вида страхования.

Внедрение инноваций в сегмент добровольного медицинского страхования позволит снизить риски некачественного медицинского

¹⁷ Федеральный закон от 29.07.2017 № 242-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам применения информационных технологий в сфере охраны здоровья», статья 3 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_221184/30b3f8c55f65557c253227a65b908cc075ce114a (дата обращения: 06.11.2017).

¹⁸ Вести. Медицина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: med.vesti.ru/articles/doctors_patients/telemeditsina-v-rossii-chto-nas-zhdet-v-2018-godu/ (дата обращения: 06.11.2017).

обслуживания, для оказания помощи смогут привлекаться частные практикующие врачи, международные медицинские центры, что приведет к увеличению конкуренции и удешевлению стоимости услуг для страховщиков, появится возможность оцифровать медицинскую документацию, в результате произойдет высвобождение архивных помещений, будет упрощена процедура поиска информации о предшествующих визитах пациента и проводимом ранее лечении и др.

Использование технологии интернета вещей предоставляет страховым компаниям возможность использования «умных» гаджетов (фитнес-браслеты, «умные» зубные щетки и детские соски, гипоаллергенные сенсоры, позволяющие осуществлять мониторинг биохимических показателей крови и пр.) для более глубокого анализа данных о состоянии здоровья клиента и индивидуальной тарификации. В основу методики тарификации могут быть заложены показатели возраста, наличия хронических заболеваний, перенесенных ранее операций, образа жизни, характера и графика работы и др.

По оценкам специалистов развитие рынка телемедицины в РФ в 3–5-летней перспективе может принести компаниям порядка 18–20 млрд. руб.¹⁹

Успешное развитие страхового рынка России возможно, в первую очередь, за счет стимулирования добровольных видов страхования. Для достижения данной цели автором предлагаются следующие решения:

- своевременное внесение изменений в нормативно-правовую базу, являющуюся юридической основой для внедрения страховых продуктов и услуг, увеличивающее уровень доверия страхователей;
- внедрение более сегментированных страховых продуктов и услуг, которые увеличат интерес к рынку;
- использование возможностей современных IT-технологий, в т.ч. страховой телематики, «умных» гаджетов;
- изучение и адаптация зарубежных продуктов и услуг, вывод их на российский страховой рынок с целью обеспечения ускоренного достижения уровня развития зарубежных страховых рынков.

Таким образом, в заключение важно отметить, что для достижения уровня развития страхового дела, сопоставимого с зарубежным,

¹⁹ Портал «Страхование сегодня» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.insur-info.ru/press/129973 (дата обращения: 06.11.2017).

необходимо осуществить переход на качественно новый уровень развития, при этом Россия имеет возможность учесть ошибки других стран, выбрать из накопленного мирового опыта то, что в большей мере соответствует отечественному уровню социально-экономического развития и менталитету. На уровне отдельных страховых компаний результатом поддержки инновационного развития может быть достижение ряда положительных финансовых эффектов и рост финансовых результатов компаний, что может являться одним из методов решения проблемы повышения качества менеджмента финансов страховщиков.

Список литературы

1. Фролова В.Б., Ивакина А.А. Влияние санкций на финансовый потенциал страхового бизнеса в России. Современные научные исследования и инновации. 2014. № 11. Ч. 2 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: web.snauka.ru/issues/2014/11/40574 (дата обращения: 04.10.2017).
2. Центральный банк Российской Федерации: Обзор ключевых показателей деятельности страховщиков, II квартал 2017. 2017.
3. Аналитическое кредитное рейтинговое агентство АКРА [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.acra-ratings.ru/research/104 (дата обращения: 28.10.2017).
4. Моисеев А.В. Законодательное регулирование рынка страховых услуг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: council.gov.ru/media/files/41d59cfbd8e0b5b34b26.pdf (дата обращения: 16.10.2017).
5. Федеральный закон от 23.08.1996 № 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_11507/c0a49fc869aeeb5b28ca88d3d37b7d8f7474375f (дата обращения: 07.10.2017).
6. Егорова М.С. Определение сущности технологических изменений через призму понятий «инновация», «изменение» и «технология». Современные проблемы науки и образования. 2014. № 5.
7. Таланова Н.В., Алексеева Н.В. Инновация как ключевая категория экономического развития страны. Вестник российского университета кооперации. 2016. № 1 (23).
8. Жилкина А. Н. Управление инновационным развитием страхового бизнеса: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством (управление инновациями)». Санкт-Петербург, 2012.
9. Рейтинговое агентство RAEX («Эксперт РА») [Электронный ресурс]. – Режим доступа: raexpert.ru/ratings/insurance/?scale_type_id=1&sort=rating&type=asc (дата обращения: 28.10.2017).
10. Лаборатория инноваций СПАО «Ингосстрах» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: ingolab.ingos.ru/site/stat (дата обращения: 01.11.2017).

11. Издательский дом Коммерсантъ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.kommersant.ru/doc/2498414 (дата обращения: 01.11.2017).
12. Всероссийский союз автостраховщиков [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.ins-union.ru/rus/news/18/1335 (дата обращения: 05.11.2017).
13. ProTarif.info [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.protarif.info/news/new?id=2270 (дата обращения: 05.11.2017).
14. Федеральный закон от 29.07.2017 № 242-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам применения информационных технологий в сфере охраны здоровья» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_221184/30b3f8c55f65557c253227a65b908cc075ce114a (дата обращения: 06.11.2017).
15. Вести. Медицина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: med.vesti.ru/articles/doctors_patients/telemeditsina-v-rossii-chto-nas-zhdet-v-2018-godu/ (дата обращения: 06.11.2017).
16. Портал «Страхование сегодня» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.insur-info.ru/press/129973 (дата обращения: 06.11.2017).

References

1. Frolova V.B., Ivakina A.A. Vliyaniye sanktsii na finansovyye potentsialy strakhovogo biznesa v Rossii. Sovremennyye nauchnyye issledovaniya i innovatsii. 2014. № 11. Ch. 2 [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa: web.snauka.ru/issues/2014/11/40574 (data obrashcheniya: 04.10.2017).
2. Tsentral'nyi bank Rossiiskoi Federatsii: Obzor klyuchevykh pokazatelei deyatel'nosti strakhovshchikov, II kvartal 2017. 2017.
3. Analiticheskoye kreditnoye reitingovoye agentstvo AKRA [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa: www.acra-ratings.ru/research/104 (data obrashcheniya: 28.10.2017).
4. Moiseev A.V. Zakonodatel'noye regulirovaniye rynka strakhovykh uslug [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa: council.gov.ru/media/files/41d59cfbd8e0b5b34b26.pdf (data obrashcheniya: 16.10.2017).
5. Federal'nyi zakon ot 23.08.1996 № 127-FZ «O nauke i gosudarstvennoy nauchno-tekhnicheskoy politike» [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa: www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_11507/c0a49fc869aeeb5b28ca88d3d37b7d8f7474375f (data obrashcheniya: 07.10.2017).
6. Egorova M.S. Opredeleniye sushchnosti tekhnologicheskikh izmeneniy cherez prizmu ponyatii «innovatsiya», «izmeneniye» i «tekhnologiya». Sovremennyye problemy nauki i obrazovaniya. 2014. № 5.
7. Talanova N.V., Alekseeva N.V. Innovatsiya kak klyuchevaya kategoriya ekonomicheskogo razvitiya strany. Vestnik rossiiskogo universiteta kooperatsii. 2016. № 1 (23).
8. Zhilkina A. N. Upravleniye innovatsionnym razvitiem strakhovogo biznesa: avtoreferat dissertatsii na soiskaniye uchenoi stepeni kandidata ekonomicheskikh

- nauk po spetsial'nosti 08.00.05 «Ekonomika i upravlenie narodnym khozyaistvom (upravlenie innovatsiyami)». Sankt-Peterburg, 2012.
9. Reitingovoe agentstvo RAEX («Ekspert RA») [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupa: raexpert.ru/ratings/insurance/?scale_type_id=1&sort=rating&type=asc (data obrashcheniya: 28.10.2017).
 10. Laboratoriya innovatsii SPAO «Ingosstrakh» [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupa: ingolab.ingos.ru/site/stat (data obrashcheniya: 01.11.2017).
 11. Izdatel'skii dom Kommersant»» [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupa: www.kommersant.ru/doc/2498414 (data obrashcheniya: 01.11.2017).
 12. Vserossiiskii soyuz avtostrakhovshchikov [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupa: www.ins-union.ru/rus/news/18/1335 (data obrashcheniya: 05.11.2017).
 13. ProTarif.info [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupa: www.protarif.info/news/new?id=2270 (data obrashcheniya: 05.11.2017).
 14. Federal'nyi zakon ot 29.07.2017 N 242-FZ «O vnesenii izmenenii v otdel'nye zakonodatel'nye akty Rossiiskoi Federatsii po voprosam primeneniya informatsionnykh tekhnologii v sfere okhrany zdorov'ya» [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupa: www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_221184/30b3f8c55f65557c253227a65b908cc075ce114a (data obrashcheniya: 06.11.2017).
 15. Vesti. Meditsina [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupa: med.vesti.ru/articles/doctors_patients/telemeditsina-v-rossii-chto-nas-zhdet-v-2018-godu/ (data obrashcheniya: 06.11.2017).
 16. Portal «Strakhovanie segodnya» [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupa: www.insur-info.ru/press/129973 (data obrashcheniya: 06.11.2017).

С. В. Криворучко

*Доктор экономических наук, профессор,
SKrivoruchko@fa.ru*

*Финансовый университет при Правительстве РФ,
Москва, Российская Федерация*

Т. С. Брагина

*Магистр,
bragina.tamara.94@mail.ru*

*Финансовый университет при Правительстве РФ,
Москва, Российская Федерация*

**Оценка доступности платежных услуг
и способы ее повышения:
международный опыт и российская практика**

Статья подготовлена по результатам исследований,
выполненных за счет бюджетных средств
по государственному заданию Финуниверситета 2017 года.

Аннотация: Авторы поднимают проблему повышения доступности финансовых услуг, как одну из задач решаемых сегодня как в мире, так и в России. Оценка проводится на примере доступности платежных услуг, что позволяет предложить меры по их дальнейшему развитию.

Ключевые слова: финансовая доступность, платежная услуга, электронные платежи, транзакционные счета.

S. V. Krivoruchko

*Dr. Sci. (Econ.), Prof.,
SKrivoruchko@fa.ru*

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Moscow, Russian Federation*

T. S. Bragina

*Magister,
bragina.tamara.94@mail.ru*

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Moscow, Russian Federation*

Assessment of availability of payment services and ways increasing it: international experience and Russian practice

Article is prepared by results of the researches executed
at the expense of budgetary funds on the state task
of the Financial University of 2017.

Annotation: *Authors lift a problem of increasing of availability of financial services as one of tasks solvable today as in the world, so in Russia. Assessment is carried out on the example of availability of payment services that allows to propose measures for their further development.*

Keywords: *financial availability, payment service, electronic payments, transaction accounts.*

По данным ООН, более 2 млрд. человек во всем мире не имеют доступа к официальным финансовым услугам, что создает неравные условия для экономического и социального развития, а также угрозу финансовой стабильности и безопасности мировой финансовой системы.

Глобальное партнерство за финансовую доступность (GPII) для измерения финансовой доступности, простоты использования и качества финансовых услуг опирается на показатели финансовой доступности G20¹. Так, рекомендуемыми ключевыми показателями оценки финансовой доступности и качества предоставляемых финансовых услуг являются глобальные индикаторы уровня проникновения финансовых услуг. К таким индикаторам относятся следующие показатели: 1) Количество открытых счетов людьми старше 15 лет; 2) Количество совершенных/полученных электронных платежей; 3) Получение заработной платы или других государственных трансфертных платежей на открытый счет; 4) Количество субъектов МСП, имеющих открытый финансовый счет.

Говоря о развитии доступа к электронным платежным услугам, стоит отметить неоднородность качественного доступа к сети интернет или мобильным телефонам в различных странах. Например, доступ в диапазоне 90,9%–100% имеет население таких стран как Китай, Монголия, Индия, Саудовская Аравия, Ирак, Скандинавские страны, Испания, Россия, США, Австралия, Турция, Франция, Германия, Польша, Чехия, Словакия, Швейцария, Колумбия, Бразилия. А население таких стран как Мексика, Пакистан, Украина, Белоруссия, большая часть

¹ Всемирный банк [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://databank.worldbank.org/data/download/g20fidata/Indicators_note_formatted.pdf (дата обращения: 01.09.2017).

стран Африканского континента и Индонезия имеют доступ в диапазоне 24,37%–90,9%.

Кроме того, в Китае, Бразилии и Индии – странах, где новое поколение людей более открыто к инновациям и хорошо технически «подковано», наблюдается наибольший спрос на инновационные технологии. Частота мобильных платежей в этих странах составляет: несколько раз в день – 24% в Китае, 15% в Бразилии, 11% в Индии; один раз в неделю – 32% в Китае, 30% в Индии, 27% в Бразилии; не используют данную технологию – 8% в Индии, 10% в Китае, 15% в Бразилии².

Приведенная статистика иллюстрирует особенности развития сферы платежных услуг каждой отдельно взятой страны в зависимости от состояния платежной инфраструктуры, уровнем предоставляемых розничных платежных услуг населению, а также неоднородность развития.

В связи с постепенным глобальным развитием рынка платежных услуг подгруппа по финансовой грамотности и защите прав потребителей Глобального партнерства за финансовую доступность (GPII) разработала план рабочих мероприятий (рабочий план 2017) на ближайшие пять лет. Странами-организаторами являются Китай, Россия и США. Участвующие в проекте страны: Аргентина; Австралия; Бразилия; Франция; Германия; Италия; Мексика; Южная Корея.

Основной целью плана является создание на основе потенциала развитых и развивающихся стран базы программ по финансовой грамотности, лучших практик использования цифровых финансовых продуктов и услуг общественными, частными и неправительственными организациями в сфере защиты прав потребителей и финансового образования.

Также GPII разработаны принципы, которые поощряют правительства разных стран развивать цифровой подход к финансовым услугам. Эти принципы были одобрены министрами финансов G20 и управляющими центральных банков на встрече в Чэнду 22–23 июля 2016 года. К принципам инновационной доступности финансовых услуг относятся³:

- Принцип 1: содействие развитию цифровых финансовых услуг в качестве приоритета при разработке всеохватывающей финансовой системы, в том числе через осуществление координации, контроля и оценки национальных стратегий и планов действий.

² Global payments 2020: Transformation and convergence// Банк BNY Mellon. – 2016.

³ Digital Financial Inclusion: Emerging Policy Approaches// GPII. – 2017.

- Принцип 2: баланс продвижения инноваций для достижения цифровых финансовых включений с идентификацией, оценкой, мониторингом и управлением новыми рисками.
- Принцип 3: Обеспечение благоприятных и соразмерных правовых и нормативных рамок для цифровой финансовой доступности, принимая во внимание соответствующие международные стандарты стандартизации и рекомендации.
- Принцип 4: расширение цифровой экосистемы, в том числе финансовых услуг, информационно-коммуникационных технологий, инфраструктуры для безопасного и надежного использования цифровых финансовых услуг во всех соответствующих географических местах, особенно в сельских районах.
- Принцип 5: создание комплексного подхода к потребителю и защита данных.
- Принцип 6: поддержка программ, способствующих повышению цифровой и финансовой грамотности населения.
- Принцип 7: облегчение доступа к цифровым финансовым услугам, удовлетворяющим многочисленные потребности людей, с использованием систем идентификации клиентов на основе риск-ориентированного подхода к надлежащей проверке клиентов.
- Принцип 8: отслеживание прогресса в цифровой финансовой доступности через всеобъемлющие и надежные данные измерений и систем оценки.

Также, при содействии GPFi подготовлено руководство по построению всеобъемлющей экосистемы цифровых электронных платежей. К ключевым задачам при построении всеобъемлющих цифровых платежных экосистем относятся ⁴:

- 1) Управление различными заинтересованными сторонами;
- 2) Баланс инноваций, защиты рынка и целостности системы;
- 3) Построение доверия в системе цифровых платежей;
- 4) Создание соответствующей нормативно-правовой среды.

Сегодня существует множество факторов, которые могут отрицательно повлиять на доступ к транзакционным счетам и помешать их регулярному использованию. К наиболее важным мы относим: высокие комиссии по операциям с использованием счетов, а также высокие косвенные затраты (например, затраты на поездку в филиал или

⁴ Building inclusive digital payments ecosystems: Guidance Note for Governments// GPFi for the German G20 Presidency. – May 2017.

другую точку обслуживания), низкий уровень доходов широких слоев населения, размер теневой экономики и занятости, недостаточное внимание к гендерным аспектам, религиозным и культурным традициям, ограниченное понимание и низкая финансовая грамотность, дизайн транзакционных счетов и платежных услуг, который не в состоянии удовлетворить потребности различных типов конечных пользователей, а также восприятие со стороны пользователей, небезопасность транзакционных счетов.

Все эти факторы могут действовать на практике как барьеры для принятия и регулярного использования транзакционных счетов для перевода денежных средств.

Под финансовой доступностью Банк России понимает состояние финансового рынка, при котором всё дееспособное население страны, а также субъекты малого и среднего предпринимательства имеют полноценную возможность получения базового набора финансовых услуг, которая характеризуется совокупностью следующих условий: возможность доступа к услуге, востребованность финансовых услуг, качество финансовых услуг, полезность финансовых услуг.

Первый показатель — *доступ*, анализирует возможность потребителей получать доступ к финансовым (платежным) услугам.

Далее рассмотрим доступность платежных услуг в России в разрезе федеральных округов.

В России по состоянию на 01.01.2016 23,66% взрослого населения использовали дистанционный доступ к банковским счетам для осуществления переводов денежных средств, что на 7,84% меньше, чем на 01.01.2017. Самая большая часть взрослого населения 65%, использующая мобильное устройство для осуществления переводов денежных средств, на 01.01.2016 года проживала в ДВФО⁵, однако на 01.01.2017 года первое место занял ЦФО, доля взрослого населения, использующая дистанционный доступ, составила 45,48. Самые низкие показатели использования дистанционного доступа к банковским счетам для осуществления переводов денежных средств четрез мобильное устройство на 01.01.2016 наблюдались в КФО — 0% и в СКФО — 13,95% а на 01.01.2017 — в СКФО — 4,65%.

⁵ Здесь и далее: ЦФО — Центральный федеральный округ; СЗФО — Северо-Западный федеральный округ; ЮФО — Южный федеральный округ; СКФО — Северо-Кавказский федеральный округ; ПФО — Приволжский федеральный округ; УФО — Уральский федеральный округ; СФО — Сибирский федеральный округ; ДВФО — Дальневосточный федеральный округ; КФО — Крымский федеральный округ. КФО вошел в состав ЮФО в июле 2016 года. На момент проведения опроса КФО не был частью ЮФО.

В целом по России интернет-банкинг через стационарный компьютер/ноутбук на 01.01.2016 года пользовалось 12,4% взрослого населения, что на 0,04 меньше, чем на 01.01.2017 года. Через мобильное устройство интернет-банкинг на 01.01.2016 года пользовалось 8,75%, в 2017 – 11,13%, через мобильный банк на 01.01.2016 – 9,25%, на 01.01.2017 – 15,63%. Самые высокие показатели на 01.01.2016 год присущи ДВФО (35% жителей ДВФО пользовались интернет-банкинг через стационарный компьютер/ноутбук, 31,7% – через мобильное устройство, 41,7% заходили в мобильный банк через приложение), а на 01.01.2017 год сразу трем регионам: ЦФО (16,74% жителей ЦФО пользовались интернет-банкинг через стационарный компьютер/ноутбук, 16,06% – через мобильное устройство, 22,85% заходили в мобильный банк через приложение), УФО (18,88% жителей УФО пользовались интернет-банкинг через стационарный компьютер/ноутбук, 20,28% – через мобильное устройство, 18,88% заходили в мобильный банк через приложение), ДВФО (17,54% жителей ДВФО пользовались интернет-банкинг через стационарный компьютер/ноутбук, 16,59% – через мобильное устройство, 18,01% заходили в мобильный банк через приложение).

В России на 01.01.2016 год 37,9% взрослого населения имели зарплатную карту и 19,9% – расчетную (дебетовую) карту, кроме зарплатной. Самая большая доля взрослого населения, имеющего зарплатную карту, проживает в УФО (49,7% взрослого населения округа), СЗФО (42,3%) и ЮФО (45,5%), самая маленькая – в ДВФО (25%) и КФО (22,2%). Больше всего граждан, имеющих расчетные (дебетовые) карты, проживает в ДВФО (36,7% взрослого населения округа), меньше всего – в УФО (7%).

На 01.01.2017 показатель количества зарплатных карт у взрослого населения возрос на 1,9% и составил 54,00%, показатель расчетных карт возрос на 5,53% и составил 39,63%. Самая большая доля взрослого населения в 2017, имеющего зарплатную карту, проживает в ЦФО (62,9% взрослого населения округа) и СКФО (58,14%), самая маленькая – в ПФО (45,97%) и ДВФО (45%). Больше всего граждан, имеющих расчетные (дебетовые) карты, проживает в ДВФО (51,67% взрослого населения округа), СФО (46,92% взрослого населения округа) и ЦФО (43,21% взрослого населения округа), меньше всего – в СЗФО (31,76%).

На 01.01.2016 год в России количество электронных средств платежа для перевода электронных денежных средств составило 107 577 513, из которых 80 629 446 принадлежит ЦФО – самое большое значение, самое маленькое значение у УФО – 17 717, (КФО – 0%). На 01.01.2017 год показатель в целом по России увеличился на 50 559 628 и составил

158 137 141. Самое большое значение у ЦФО – 122 496 522, самое маленькое у УФО – 29 437. Количество безналичных платежей на 01.01.2017 год по России увеличилось по сравнению с 01.01.2016 годом на 4 682 400 623 и составило 17 996 353 921. Самым большим регионом по количеству совершенных безналичных платежей, как на 01.01.2016, так и на 01.01.2017 год является ЦФО – 5 119 444 121 в 2016 и 6 595 426 950 на 01.01.2017 год соответственно. Самым маленьким на 01.01.2016 является КФО – 14 829 622, на 01.01.2017 год является СКФО – 227 809 053 (рисунок 4). Объем безналичных платежей на 01.01.2017 год составил 40 259 млрд. руб., что на 8 279 млрд. руб. больше, чем на 01.01.2016 год. ЦФО занимает первое место по объему безналичных платежей на 01.01.2016 и на 01.01.2017 год (на 01.01.2016 года – 15 497 млрд. руб., 2017 – 19 304 млрд. руб.), последнее место на 01.01.2016 года КФО – 68 млрд. руб., на 01.01.2017 СКФО – 703 млрд.руб.

На 01.01.2016 год доля взрослого населения, получающего внутренние и /или международные денежные переводы составляла 39,46%, на ДВФО приходится большая часть взрослого населения – 75%, КФО – самая маленькая часть населения 7,41%. Доля взрослого населения, отправляющего внутренние и/или международные денежные переводы составляла 77,72%, на ДВФО приходится большая часть взрослого населения – 90%, СКФО – самая маленькая часть населения 54,64%. На 01.01.2017 год доля взрослого населения, получающего внутренние и/или международные денежные переводы составляла 38,06%, на ЮФО приходится большая часть взрослого населения – 58,11%, ПФО – самая маленькая часть населения 3,43%. Доля взрослого населения, отправляющего внутренние и /или международные денежные переводы составляла 79,13%, на СЗФО приходится большая часть взрослого населения – 93,24% и на ЦФО – 87,78% СКФО – самая маленькая часть населения 13,95%.

Доля взрослого населения, совершающего безналичные платежи, в России на 01.01.2017 составила 60,75%. Самая высокая доля принадлежит СФО – 72,99% и ЦФО – 71,95%. Самая маленькая доля – СКФО – 12,79%. Доля взрослого населения, осуществляющего безналичные переводы/платежи с использованием дебетовой карты, в России на 01.01.2016 составила 19,9%. Самая высокая доля принадлежит СФО – 27,0%. Самая маленькая доля – КФО – 7,4%. Доля взрослого населения, осуществляющего безналичные переводы/платежи с использованием дебетовой карты, в России на 01.01.2017 увеличилась на 1,98 и составила 19,9%. Самая высокая доля принадлежит УФО – 37,76%. Самая маленькая доля – СКФО – 3,49%.

Вторым показателем является востребованность, которая выражается в степени вовлеченности потребления финансовых услуг населением.

По данным Центрального Банка, количество активных счетов, открытых в кредитных организациях физическими лицами, составляет 187438,7 тыс.

Согласно данным Федеральной службы статистики, типология использования банковских услуг зависит от территории проживания, наличие или отсутствия высшего, или среднего образования, а также уровня занятости населения и возрастной группы. К числу наиболее не заинтересованных можно отнести население старше 55 лет и имеющее доходы ниже 35 тыс. руб., скорее всего это связано с тем, что люди пенсионного возраста являются отстраненными от нововведений. А также в городах примерно 28% молодежи до 28 лет не пользуются банковскими услугами, возможно, этот факт обусловлен тем, что потребителями являются родственники или члены семьи.

Что касается использования банковских карт, то их появление у 47% населения связано с зарплатным проектом, и лишь 23% карт оформлены лично. Весомым фактором повышения финансовой доступности является повышение компьютерной грамотности среди всех слоев населения, увеличение и распространение сети Интернет, рост спроса на смартфоны, а также желание производителей следовать нововведениям на рынке розничной платежной индустрии, что пассивно вовлекает в пользование услугами.

Третий показатель — качество финансовых услуг, который включает в себя финансовую грамотность, а также уровень раскрытия информации. Уровень финансовой грамотности, как правило зависит от наличия или отсутствия образования, заинтересованности населения в финансовых нововведениях.

Выводы. Мы считаем, что именно дальнейшее повышение доступа к транзакционным счетам и соответственно получения доступа к ПУ на основе использования электронных платежных инструментов и электронных каналов доступа является основной задачей для решения проблемы финансовой доступности в мировой и российской практике.

Выше приведённые данные показывают, что в России существует проблема финансовой доступности платежных услуг в ряде регионов.

Поэтому необходимо решать проблему как в общем, за счет развития доступа к платежным услугам в целом по стране, так и с учетом региональных особенностей.

Предлагаем следующие направления развития розничных платежных услуг (далее – РПУ), повышающие финансовую доступность:

- развитие платежной инфраструктуры
- увеличение востребованности РПУ;
- повышение качества РПУ;
- увеличение полезности РПУ.

Уточняя вышеперечисленные критерии, можно определить, что финансовая доступность розничных платежных услуг складывается из наличия доступа к платежной инфраструктуре и достаточного уровня финансовой грамотности, т.е. такого положения дел, когда лицо знает, какие услуги представлены на рынке и как ими пользоваться.

Список литературы

1. Всемирный банк [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://databank.worldbank.org/.pdf> (дата обращения: 21.10.2017).
2. Обзор состояния финансовой доступности в российской федерации [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://cbr.ru/finmarkets/files20161110.pdf> (дата обращения: 12.11.2017).
3. Global payments 2020: Transformation and convergence // Банк BNY Mellon. – 2016.
4. Digital Financial Inclusion: Emerging Policy Approaches // GPFi. – 2017.

References

1. Vsemirnyiy bank [Elektronnyiy resurs] – Rezhim dostupa: <http://databank.worldbank.org/data/download/.pdf> (data obrascheniya: 21.10.2017).
2. Obzor sostoyaniya finansovoy dostupnosti v rossiyskoy federatsii [Elektronnyiy resurs] – Rezhim dostupa: <http://cbr.ru/finmarkets/files/pdf> (data obrascheniya: 12.11.2017).
3. Global payments 2020: Transformation and convergence // Bank BNY Mellon. – 2016.
4. Digital Financial Inclusion: Emerging Policy Approaches // GPFi. – 2017.

С. В. Криворучко

*Доктор экономических наук, профессор,
SKrivoruchko@fa.ru*

*Финансовый университет при Правительстве РФ,
Москва, Российская Федерация*

Т. Р. Маклакова

*Магистр,
tan.grand94@ya.ru*

*Финансовый университет при Правительстве РФ,
Москва, Российская Федерация*

Мировая практика развития биометрии при оказании платежных услуг для повышения их доступности

Статья подготовлена по результатам исследований,
выполненных за счет бюджетных средств
по государственному заданию Финуниверситета 2017 года

Аннотация: Авторы рассматривают проблемы развития системы идентификации клиентов при оказании дистанционных финансовых услуг. Показаны технологии в сфере розничных платежных услуг, благодаря использованию которых показатели доступности платежных услуг на мировом и российском рынке безналичных расчетов увеличиваются с каждым годом.

Ключевые слова: удалённая идентификация, финансовая услуга, биометрия, мошенничество, финансовая доступность.

S. V. Krivoruchko

*Dr. Sci. (Econ.), Prof.,
SKrivoruchko@fa.ru*

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Moscow, Russian Federation*

T. R. Maklakova

*Magister,
tan.grand94@ya.ru*

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Moscow, Russian Federation*

World practice of developing biometrics in the provision of payment services to improve their accessibility

Article is prepared by results of the researches executed at the expense of budgetary funds on the state task of the Financial University of 2017.

Annotation: *The authors consider the problems of developing the system of customer identification in the provision of remote financial services. Technologies in the field of retail payment services are shown, thanks to which the indicators of accessibility of payment services on the world and Russian market of non-cash payments increase every year.*

Keywords: *remote identification, financial service, biometrics, fraud, financial accessibility.*

Развитие рынка платежных услуг позволяет потребителям получать качественные услуги и сервисы, а государству увеличивать долю безналичных расчетов. Так, число безналичных расчетов в мире увеличилось на 40,57% в 2015 году по отношению к 2011 году (с 308,1 млрд. до 433,1 млрд.), на 11,17% в 2015 году по отношению к 2014 году (с 389,6 млрд. до 433,1 млрд.)¹.

Наибольший рост числа безналичных транзакций наблюдается в развивающихся странах, а именно в странах Латинской Америки, Центральной Европы, Средней Азии, в Африке и в странах Азиатско-тихоокеанского региона (Малайзия, Таиланд, Индонезия, Филиппины, Пакистан, Шри-Ланка и Бангладеш). Совокупный рост в этих странах составил 21,6%. В то время как в развитых странах – Северная Америка, страны Еврозоны, Япония, Австралия, Северная Корея и Сингапур,

Десятью крупнейшими мировыми рынками по числу безналичных транзакций в 2015 году являются рынки США (135,4 млрд.), стран Еврозоны (70,5 млрд.), Китая (38,1 млрд.), Бразилии (29,0 млрд.), Англии (22,7 млрд.), Южной Кореи (21,1 млрд.), Японии (12,7 млрд.), России (12,7 млрд.), Канады (12,0 млрд.) и Австралии (9,6 млрд.). В России за период с 2011 года по 2016 год мы наблюдаем лавинообразный рост платежных услуг, так количество операций, совершенных с использованием платежных карт, увеличилось в 3,98 раза (с 4 млрд. операций до 16 млрд. операций). Объем, осуществляемых операций, также увеличился в 2,4 раза (с 17 млн. руб. до 40 млн. руб.).

Наибольшее распространение платежные карты получили в розничном секторе, где на долю операций, совершенных физическими лица-

¹ World Payments Report, 2017.

ми, приходится около 99,68% по количеству платежей и 94,48% — по объему. Тренд по увеличению как количества, так и объема операций по оплате товаров и услуг платежными картами наблюдается в последние 7 лет (см. рисунок). Несмотря на то, что объем снимаемых наличных денежных средств остается существенным, доля этого показателя сокращается за счет более высокого темпа роста объема операций по оплате физическими лицами товаров и услуг с использованием платежных карт.

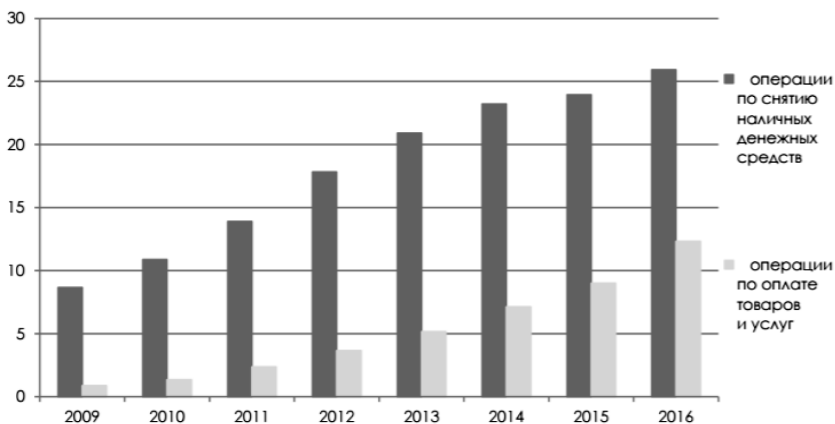


Рис. 1. Объем операций, совершенных физическими лицами, трлн. руб.²

Далее рассмотрим технологии в сфере розничных платежных услуг, способствующие росту доступности платежных услуг.

В настоящее время глобальные игроки рынка, такие как Visa и MasterCard предлагают способы бесконтактных платежей с определенной защитой персональных данных при оплате товаров и услуг.

Международная платежная система Visa ещё в 2015 году представила «умное» кольцо Visa Payment Ring, с помощью которого можно осуществлять бесконтактные платежи. Носимое устройство в виде кольца привязано к счету карты и имеет встроенный NFC-датчик, позволяющий оплачивать покупки без контакта с терминалом. В отличие от других носимых платежных устройств, кольцо не имеет встроенного аккумулятора, поэтому не нуждается в подзарядке, а также выдерживает погружение на глубину до 50 м. По словам старшего директора по инновациям Visa Криса Дина, в кольцо встроен чип Gemalto, который обеспечивает безопасность при проведении платежей.

² Разработано автором на основании источника: Национальная платежная система: итоги 2016 года // Некоммерческое партнерство «Национальный платежный совет». — 2017.

Технологии бесконтактной оплаты покупок уже давно получили широкое распространение. На данный момент они применяются в банковских картах платежных систем Visa (PayWave) и MasterCard (PayPass) для ускорения и упрощения безналичной оплаты покупок. Карты с технологией PayPass выпускает 43 крупных российских банка, карты с PayWave — 16. Технологии PayPass и PayWave применяются на картах с чипом и магнитной полосой. При расчетах такой картой не нужно вводить PIN-код, а также ставить подпись на чеке, если сумма покупки небольшая.

PayPass и PayWave начали распространять в России в 2008 г. Сравнительно небольшое количество банков, эмитирующих такие карты, объясняется сложностью и дороговизной этой технологии, да и сама карта стоит дороже обычных на 50–100% (в зависимости от дизайна и типа карты). Однако популярность услуг бесконтактных платежей в нашей стране неуклонно растет.

Развитие биометрии.

В 2014 году компания Zwipec разработала технологию для авторизации платежей с помощью отпечатков пальцев. В 2017 году MasterCard представила свою биометрическую карту. Принцип действия технологии заключается в следующем. При оформлении новой карты, в ее чип вносят сканы отпечатков пальцев владельца. При расчете за товар или снятии наличных, пользователь вставляет карту в терминал и держит палец на сканере карты. Она сверяет информацию со сканера с данными на чипе и при совпадении сведений проводит платеж или позволяет снять деньги. Новую систему уже испытывают в Южной Африке. В других странах, ожидают в MasterCard, она заработает к концу 2017 года (при условии, если ваш банк или финансовое учреждение согласится на участие в системе).

Российские банки также активно предлагают новинки в РПУ, так банк ПАО «ВТБ» в январе 2017 года запустил пилотный проект по подтверждению транзакций с помощью отпечатков пальцев — технология PLA (PIN less Authentication), разработанная компанией MasterCard³. В процессе аутентификации клиент запускает приложение на смартфоне, оно отправляет запрос в систему мобильного аутентификационного приложения-криптобиблиотеки (МБА). Пользователь вводит passcode, МБА расшифровывает ключ аутентификационного приложения, рассчитывает набор криптограмм, а затем формирует CAP-то-

³ CNews [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.cnews.ru/news/top/2017-0118_bank_vtb_pervyj_v_mi (дата обращения: 01.09.2017).

кен. После этого МАА диверсифицирует сессионные ключи, которые будут использоваться для организации защищенного соединения между приложением и сервером системы аутентификации. Затем приложение на смартфоне отправляет в систему аутентификации сформированный CAP токен. Далее система СА выполняет вычисления, касающиеся криптограмм, и сравнивает полученное и рассчитанное значение CAP-токена. После этого аутентификация считается завершенной, устанавливается защищенное соединение. При подтверждении транзакции система аутентификации направляет в МАА зашифрованную команду. МАА на защищенной одноразовой форме отображает детали операции и предлагает подтвердить ее с помощью pass-кода, известного только самому клиенту. Приложение отправляет в систему зашифрованное значение токена, система аутентификации проводит вычисления и сравнивает полученное и рассчитанное значение. Если значения совпадают, транзакция признается валидной.

Японская корпорация NEC работает по собственной технологии биометрии, которая распознает лица в режиме реального времени без непосредственной остановки лица перед камерой ⁴.

Израильская компания BioCatch в 2014 году получила \$10 млн. от инвесторов на продолжение разработок технологии поведенческой биометрической аутентификации для банков и интернет-магазинов. Клиенты, использующие облачные системы BioCatch, могут иметь доступ к анализу данных о более чем 400 поведенческих параметрах клиентов банка, посещающих их веб-сайты.

Разработка компании представляет собой подписной сервис, который предполагает размещение на интернет-сайте банка определенного кода. Специалисты банка по борьбе с мошенничеством имеют доступ к панели управления, на которой они видят образцы поведения клиента, информацию об устройстве, с которого человек заходит на сайт, и его местоположение. На основе этих данных подсчитываются баллы, устанавливающие степень подлинности клиента.

BioCatch является масштабируемой по каналам системой аутентификации. Для того чтобы создать профиль клиента, системе аутентификации BioCatch необходимо отследить около десяти посещений сайта пользователем. После этого система позволяет, например, установить, что в личный кабинет клиента банка постоянно заходят два разных че-

⁴ Biometrics Research Group [Электронный ресурс] – <http://www.biometricupdate.com/201703/keyo-offering-biometric-payment-system-with-palm-vein-authentication> (дата обращения: 01.09.2017).

ловека, возможно, муж и жена. Команда банка по борьбе с мошенничеством обычно изучает пользовательские сессии в течение определенного периода времени, но специалисты всегда могут связаться с экспертами BioCatch в режиме реального времени, если подозрительный случай разворачивается на их глазах ⁵.

Гонконгские специалисты в 2015 году запатентовали технологию двухуровневой системы распознавания личности. Технология позволяет отслеживать особенности формы, текстуры и движений губ. Специалисты считают, что сочетание уникального пароля с определенными движениями губ человека, произносящего его, предоставляет высочайший уровень безопасности. И такую защиту очень сложно преодолеть, поскольку практически невозможно симитировать движения губ другого человека.

Два человека могут сказать один и тот же пароль, но обученная система всё равно сможет отличить их, говорят авторы исследования. Подобный метод может быть более эффективным, чем некоторые системы распознавания личности, основанные на голосовых сообщениях, поскольку новую разработку можно использовать даже в шумных людных местах. Кроме того, технологию также можно интегрировать с существующими биометрическими системами безопасности — например, технологией распознавания лиц, чтобы повысить эффективность протоколов безопасности.

Исследователи планируют вначале «обкатать» свою инновационную технологию на контроле доступа в общественные здания и при обслуживании в банкоматах.

Создатели платформы Keuo предлагают идентификацию по ладони. Технология предполагает регистрацию пользователя заранее на платформе (создание учетной записи, связанной с кредитной картой) и использование живой ладони (по которой течет кровь) при оплате. Данный вид оплаты происходит без платежной карты, смартфона и наличных денежных средств. Тем самым является сам по себе достаточно надежным способом оплаты покупок.

Технология основана на определении 5 миллионов опорных точек на ладони человека. Кроме того, идентификация по ладони является более точной, чем идентификация с использованием отпечатков пальцев, что исключает большое количество мошеннических случаев. Сер-

⁵ Ассоциация российских банков [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://arb.ru/b2b/trends/novyy_sposob_borby_s_moshennichestvom_povedencheskaya_biometricheskaya_autentifi-9821618/ (дата обращения: 01.09.2017).

веры платформы, на которых хранится информация о персональных данных пользователей, защищены 256 – битным шифрованием, которое обеспечивает высокий уровень защиты данных⁶.

Рассмотренные выше новые формы организации безналичных электронных платежей на основе биометрии являются основным драйвером развития мирового рынка розничных платежей. Вместе с тем, существует вполне обоснованная тесная прямая связь между методами оплаты, используемыми физическими лицами при совершении покупок или оплате услуг, и объемом безналичных транзакций. Так, вытеснение чеков и кредитовых переводов денежных средств платежными картами стимулирует развитие технологий в сфере безналичных платежей и увеличивает число безналичных транзакций. Так, мы наблюдаем увеличение доли платежных карт в мире с 59% в 2011 году до 66% в 2015 году и уменьшение использования чеков (с 10% в 2011 году до 5% в 2015 году), и е увеличение объема безналичных транзакций с 308 млрд. в 2011 году до 433,1 млрд. в 2015 году.

Тенденция увеличения доли безналичных платежей в мире в целом и в России в частности сопутствует развитию смежных сфер, связанных с электронными платежами, а именно сферы безопасности данных платежей и их финансовой доступности для населения.

Развитие рынка платежных услуг по прогнозам экспертов, будет определяться следующими факторами:

- Около 50% корпоративных клиентов к 2017 году будут использовать аналитику для того, чтобы исследовать данные и события, связанные с безопасностью.
- Более 75% производителей устройств интернета вещей к 2019 году усовершенствуют свои возможности обеспечения безопасности и конфиденциальности.
- Почти 70% крупных международных американских и европейских корпораций подвергнутся кибератакам, целью которых будет срыв распределения товарных фондов.
- 80% потребителей в развитых странах в течение следующих двух лет перейдут к другим компаниям из-за того, что безопасность их персональных данных будет нарушена. Облачные сервисы будут включать функции обеспечения информационной безопасности, в том числе для привлечения корпоративной клиентуры.

⁶ Biometrics Research Group [Электронный ресурс] – <http://www.biometricupdate.com/201703/keyo-offering-biometric-payment-system-with-palm-vein-authentication> (дата обращения: 01.09.2017).

К 2020 году более 80% мировых компаний будут инвестировать в решения, реагирующие на инциденты, а более 25% предприятий будут защищать свой ИТ-периметр с помощью облачных сервисов безопасности⁷.

Выводы. Анализ тенденций развития розничных платежных услуг показал, что основным трендом является развитие дистанционных каналов оказания платежных услуг, а это требует дополнительного развития систем биометрической идентификации.

В настоящее время в России обсуждается введение нового вида идентификации – полной удаленной идентификации. На рассмотрении Федерального Собрания Российской Федерации находится законопроект № 157752-7 «О внесении изменений в Федеральный закон «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма», предполагающий развитие удаленной идентификации клиентов кредитных организаций посредством развития функционала ЕСИА и создания Единой биометрической системы (ЕБС).

В то же время любые иные виды верификации физического лица с использованием биометрических персональных данных, не связанные с установлением его личности, могут осуществляться в общеустановленном порядке.

Формирование и использование системы удаленной идентификации обеспечит:

- повышение заинтересованности клиентов-физических лиц в банковских услугах, в том числе среди активного населения, работающего в условиях жесткого недостатка свободного времени;
- увеличение количества обращений в кредитные организации за оказанием соответствующих услуг; увеличение количества обращений к сервисам кредитных организаций;
- рост инновационного потенциала Российской Федерации путем создания на государственном уровне условий для появления нового рынка сбора, обработки и использования биометрических персональных данных.

⁷ Digital.Report – информационно-аналитический портал о цифровой экономике и ИКТ-политике в странах Евразии. Режим доступа: <https://digital.report/idc-v-50-onlayn-operatsiy-budet-ispolzovatsya-biometricheskaya-autentifikatsiya-k-2021-godu/> (дата обращения: 01.09.2017).

Список литературы

1. Ассоциация российских банков [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://arb.ru/b2b/trends/novyy_sposob_borby_s_moshennichestvom_povedencheskaya_biometricheskaya_autentifi-9821618/ (дата обращения: 01.09.2017).
2. Всемирный банк [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://databank.worldbank.org/.pdf> (дата обращения: 21.10.2017).
3. Biometrics Research Group [Электронный ресурс] – <http://www.biometricupdate.com/201703/keyo-offering-biometric-payment-system-with-palm-vein-authentication> (дата обращения: 01.09.2017).
4. CNews [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.cnews.ru/news/top/2017-0118_bank_vtb_pervyj_v_mi (дата обращения: 01.09.2017).
5. Copyright Red Pixels Ventures Limited 2017 [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://gadgets.ndtv.com/internet/features/is-voice-biometrics-the-third-factor-of-authentication-the-world-needs-1671425> (дата обращения: 21.09.2017).
6. Digital.Report – информационно-аналитический портал о цифровой экономике и ИКТ-политике в странах Евразии. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://digital.report/idc-v-50-onlayn-operatsiy-budet-ispolzovatsya-biometricheskaya-autentifikatsiya-k-2021-godu/> (дата обращения: 01.10.2017).

References

1. Assotsiatsiya rossiyskih bankov [Elektronnyiy resurs] – Rezhim dostupa: https://arb.ru/b2b/trends/novyy_sposob_borby_s_moshennichestvom_povedencheskaya_biometricheskaya_autentifi-9821618/ (data obrascheniya: 01.09.2017).
2. Vsemirnyiy bank [Elektronnyiy resurs] – Rezhim dostupa: <http://databank.worldbank.org/.pdf> (data obrascheniya: 21.10.2017).
3. Biometrics Research Group [Elektronnyiy resurs] – <http://www.biometricupdate.com/201703/keyo-offering-biometric-payment-system-with-palm-vein-authentication> (data obrascheniya: 01.09.2017).
4. CNews [Elektronnyiy resurs] Rezhim dostupa: http://www.cnews.ru/news/top/2017-0118_bank_vtb_pervyj_v_mi(data obrascheniya: 01.09.2017).
5. Copyright Red Pixels Ventures Limited 2017 [Elektronnyiy resurs] Rezhim dostupa: <http://gadgets.ndtv.com/internet/features/is-voice-biometrics-the-third-factor-of-authentication-the-world-needs-1671425> (data obrascheniya: 21.09.2017).
6. Digital.Report – informatsionno-analitcheskiy portal o tsifrovoy ekonomike i IKT-politike v stranah Evrazii. [Elektronnyiy resurs] – Rezhim dostupa: <https://digital.report/idc-v-50-onlayn-operatsiy-budet-ispolzovatsya-> (data obrascheniya: 01.10.2017).

А. В. Русавская

*Доктор экономических наук, профессор,
rusavskaya.alewtina@yandex.ru*

*Российская академия предпринимательства,
Москва, Российская Федерация*

Развитие банковской системы России для стимулирования ее инвестиционных процессов в условиях финансового кризиса

Аннотация: *В статье рассматриваются проблемы развития банковской системы как важного стимулирующего фактора для инвесторов. Для улучшения инвестиционной деятельности необходима стабильная банковская сфера, доступное кредитование, долгосрочная, эффективная денежно-кредитная политика, что позволит успешно развиваться всей экономике России.*

Ключевые слова: *банковская система, кредитная политика, инвестор, инвестиционные процессы, финансовое оздоровление.*

A. V. Rusavskaya

*Dr. Sci. (Econ.), Prof.,
rusavskaya.alewtina@yandex.ru*

*Russian Academy of Entrepreneurship,
Moscow, Russian Federation*

Russia's banking system development for stimulation it's investment processes in the conditions of financial crisis

Annotation: *In the article problems of development of a banking system as the important stimulating factor for investors are considered. The stable bank sphere, available crediting, long-term, effective monetary policy is necessary for improvement of investment activities that will allow to develop successfully to all economy of Russia.*

Keywords: *banking system, credit policy, investor, investment processes, financial improvement.*

Инвестиционная политика нашего государства учитывает стимулирующее воздействие банковской системы на поддержку массовых инвестиций в экономику страны, развитие федеральных программ, направленных на совершенствование малых форм предпринимательства.

Существующая банковская система подвержена влиянию внешних и внутренних факторов развития экономики России, поэтому необхо-

димо учитывать современные требования к изменению финансовых пропорций, перераспределению кредитных и финансовых ресурсов, внедрению новых кредитных продуктов и инновационных технологий в банковскую сферу.

В последние годы в российской экономике наблюдается снижение, однако можно говорить о наметившемся восстановительном росте в 2016–2017 годы, при этом внешние условия остаются неблагоприятными, сохраняются санкции, введенные западными странами. В течение 2017 года появились условия для роста цен на нефть, что связано с ограничением добычи нефти странами ОПЕК, а также теми странами, которые не входят в Организацию стран-экспортеров нефти, что в целом повлияло на заинтересованность инвесторов, финансирующих российскую экономику. Некоторый рост экономики вместе с сохранением проведения традиционной кредитной политики банками способствовал снижению части просроченной задолженности и повышению качества кредитного портфеля банков через отчисления в резервы на возможные потери по ссудам, что позволило в 2016 году достигнуть объема полученной банками прибыли уровня 2013 г.¹

Для роста инвестиционного потенциала российской экономики в условиях финансового кризиса следует осуществить преобразование существующей кредитной системы на общегосударственном уровне по следующим направлениям:

1. Увеличить возможные резервы банковских институтов с учетом влияния на воспроизводственный процесс в экономике.
2. Осуществить глобальную проверку стратегически важных инвестиционных проектов, финансирование которых будет осуществляться за счет государственных кредитно-финансовых институтов.
3. Дать оценку эффективности нормативно-правовых актов, регулирующих систему инвестиционного кредитования в их возможности залогового обеспечения, оценки и страхования кредитных, инвестиционных рисков, необходимости присутствия государственных кредитно-финансовых институтов в софинансировании инноваций и инвестиций.
4. Разработать основы кредитования субъектов малого и среднего предпринимательства с учетом регулирования процентной ставки, ставки залогового дисконтирования, размера, условий и сроков выдаваемых кредитов в зависимости от целей и места их в экономике субъекта РФ.

Адаптация этих составляющих в экономике РФ позволят сформировать качественно новую кредитную систему, направленную на раз-

¹ Годовой отчет банка России за 2016 г. Офф. Сайт ЦБ РФ www.sbr.ru.

витие инвестиционных процессов регионов РФ более эффективно и обеспечить экономическую стабильность страны.

Исследование банков, существующих на кредитном рынке, показывает тенденцию преобладания банковских институтов, связанных с государством, что связано с наличием ряда факторов:

- присутствие инфраструктуры отраслевых банков СССР;
- финансирование потребностей государства (муниципалитетов, местных властей и др.) и госкорпораций;
- монополизм государственных банков, имеющих высокую рентабельность и низкие удельные издержки;
- стабильность, связанная с поддержкой государственной власти;
- размещение бюджетных средств разных уровней и инвестиций в капиталы банков.

Банки, контролируемые государством, как крупные государственные, так и частные банки, имеющие иностранный капитал, превалируют в объемах кредитования физических лиц и нефинансового сектора.

Преобладание в кредитной системе России банков с государственным участием в капитале ставит их в привилегированное положение по отношению к коммерческим банкам. Подобная ситуация ставит вопрос об эффективности антимонопольного регулирования банковской системы. Крупные государственные и частные банки могут работать с высокими рисками, потому что в условиях финансового кризиса государство принимает меры по их поддержке с целью кредитования системного банковского краха. С позиции отечественного регулятора размеры банка должны соответствовать его устойчивости и, как следствие, гарантировать общую рентабельность деятельности.

Вместе с тем высокая рентабельность банков может стать фактором, тормозящим устойчивое развитие экономики в России. Завышенная норма рентабельности, упор на определенные сегменты банковских услуг может, с одной стороны, снизить объем кредитования, с другой — увеличить их стоимость до такой степени, что они будут недоступны для субъектов хозяйствования, что приведет к дестабилизации экономики страны.

Однако наличие небольших кредитных институтов в настоящее время нецелесообразно, так как для развития современных технологий, внедрения новых кредитных продуктов требуются инвестиции в таких объемах, которые мелкие банки не обеспечат.

По нашему мнению, следует придерживаться разумной позиции и оставить на рынке как системообразующие, так и универсальные и специализированные банки, что позволит создать новые кредитные

продукты и технологии, что и обеспечит экономику в достаточном объеме кредитными ресурсами. С позиции поддержки регионов следует предоставить субъектам Федерации право в использовании системы поддержки местных банков, как через обеспечение источников финансирования, так и через участие в кредитном риске. Субъекты РФ должны иметь право на размещение кредитных организаций на своей территории, использовать свой набор банковских услуг, иметь механизмы совместного инвестирования отраслей и предприятий.

Решение совместных проблем функционирования региональной банковской системы должно достигаться через развитие эффективной системы взаимодействия общества, финансового рынка и государства, направленных на координацию интересов всех социальных групп общества и предпринимательских структур при проведении социально-экономической, кредитной и инвестиционной политики. Это взаимодействие должно отражаться на участии государства в финансировании инвестиционных проектов, в стимулировании инвестиционной деятельности банков, что предполагает сочетание различных механизмов экономического регулирования — денежного, кредитного, налогового, бюджетного, таможенно-тарифного и др. При этом государственное участие в инвестиционных процессах экономики должно быть ограничено, оно целесообразно в неблагоприятные периоды для роста инвестиционной привлекательности регионов и отраслей.

Как показывает исследование, повышение норм инвестирования в основной капитал в 2009–2015 гг. более чем на 1/5 поддерживалось за счет бюджетных средств, при этом доля банков вдвое меньше, что объясняется отсутствием механизма повышения их заинтересованности в инвестировании экономики РФ (табл. 1).

Таблица 1

Структура инвестиций в основной капитал по источникам финансирования, %²

Показатель	2009 г.	2010 г.	2014 г.	2015 г.
Инвестиции в основной капитал	100	100	100	100
Собственные средства	37,1	41,2	45,7	55,1
Из них:				
прибыль	10,3	9,0	10,6	7,8
амортизация	18,2	20,5		
привлеченные средства	62,9	58,8	54,3	48,9

² www.gks.ru [Официальный сайт Росстат].

Продолжение таблицы 1

Показатель	2009 г.	2010 г.	2014 г.	2015 г.
Из них:				
бюджетные средства	21,9	19,4	17	16,7
кредиты банков	10,3	9,0	10,6	7,8

Как видим, кредитный источник формирования инвестиционных ресурсов являлся важным фактором роста нормы инвестирования в основной капитал: 10,3% – в 2009 г. и 7,8% – в 2015 г. Однако глобальный финансовый кризис и его последствия заметно повлияли на положительные тенденции инвестиционных процессов в российской экономике в условиях.

Часть государственных капитальных вложений реализуется через ФЦП, из которых финансируется развитие отраслей или социально-экономическое развитие регионов. Реализация ФЦП осуществляется на половину из средств федерального бюджета и на половину – за счет регионов и частных кредитных институтов.

Установлено, что в процессе реализации программ недостаточно используются механизмы софинансирования мероприятий с участием банков, при этом законодательно не установлены условия обеспечения эффективности финансирования мероприятий в размерах, определенных при их утверждении.

Как показала практика, в условиях рыночной экономики в регионах появилась проблема повышения эффективности кредитных отношений, использования кредита из сбережений в инвестиции. Это предопределяется потребностью реального сектора экономики в источниках для устойчивого экономического роста и перехода на современную технологическую основу.

Неравномерное развитие кредитной системы в регионах, различия в воспроизводственном потенциале территорий и проблемы бюджетно-налоговых отношениях между центром и субъектами РФ обуславливают разрыв между потребностями реального сектора экономики в денежных ресурсах и предложением займов со стороны банков, особенно на региональном уровне. Поэтому важно развивать инфраструктуру кредитных отношений на банковском рынке.

Для стимулирования инвестиционно-инновационного развития кредитных институтов и предпринимательства в регионах важны направления совершенствования кредитной системы – микрофинансирования и финансового рынка. Все это обеспечивает развитие экономики в регионах, использование заемных средств и содействует росту уровня жизни на региональном уровне.

Развитие взаимодействия банков и предпринимательства на уровне регионов сдерживает ряд проблем: отсутствие механизма стимулирования инвестиционных процессов через систему кредитного, налогового, бюджетного, таможенно-тарифного законодательства; софинансирования различных инвестиционных государственных программ и банков для развития предпринимательства в регионах; предоставление банковских продуктов и услуг некоторым регионам России.

Рост экономики нашей страны оценивается за девять месяцев 2017 года в 1,8%, по данным Росстата прогнозируемый рост ВВП на конец текущего года – 2,1%³, что может свидетельствовать о некотором оживлении инвестиционных процессов. Во многих секторах экономики так же, как и в научной сфере отмечена тенденция финансовых поступлений от государства. В структуре финансирования науки за 2016 г. государственные поступления составили 68%, или 643,4 млрд. руб. (из них 53,7% из федерального бюджета), поступления предпринимательских структур – только 28,1%, или 265,3 млрд. руб. финансирования⁴. В ведущих странах, наоборот, доля предпринимательского сектора в финансировании науки преобладает над государственным: в США наука финансируется за счет бизнеса – 64,2% национальных расходов, в Германии – 65,6%, в Китае – 74,7%⁵.

Эта же ситуация коснулась и банковской системы: преобладание кредитных институтов, связанных с государством. «Такому развитию банковского сектора способствовал ряд причин: размещение бюджетных средств, инвестиций в капиталы банков; обслуживание финансовых потребностей государства и гос. корпораций; возможности банков с гос. участием избежать банкротства; лидерство гос. банков по прибыльности и низким кредитным издержкам»⁶. Мы уже отмечали положительные и отрицательные стороны огосударствления банковской системы. Заметим только, что такая тенденция преобладания банков с государственным участием, их преимуществом над другими банками вряд ли изменится в ближайшие годы, тем более что только им под силу освоение новых инвестиционных продуктов (ПИФы, инвестиционное страхование жизни и др.), являющихся доходными и для банков, и для их клиентов.

³ Росстат <http://www.gks.ru>.

⁴ Статсборник ВШЭ «Наука. Технологии. Инновации», 2017 г. <http://www.hse.ru>.

⁵ Там же.

⁶ Назиров В.Р., Русавская А.В. Проблемы развития банковской системы России // Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2016 г. Вып. 47. С. 153–158.

В условиях финансового кризиса банки с государственным участием сохраняют свою финансовую устойчивость, выполняют национальные экономические задачи, решают инвестиционные проблемы, составляют конкуренцию иностранным банкам, имеют возможность разрабатывать новые банковские продукты (табл. 2).

Таблица 2

Основные банки с государственным участием на 01.01.2017 г.

№ п/п	Наименование банка	Доля государства (%)
1.	ВТБ	60,95
2.	ВТБ-24	92,92
3.	Сбербанк	52,32
4.	Газпромбанк	100 (госуд. банк)
5.	Внешэкономбанк	51
6.	Россельхозбанк	100 (госуд. банк)
7.	Банк Москвы	94,8
8.	Глобэкс	99,9
9.	Российский капитал	51
10.	Всероссийский банк Развития регионов	84,6

Российские банки в сложившихся условиях должны формировать рациональную стратегию своего развития, выстраивая эффективные взаимоотношения со своими корпоративными клиентами. Примером такого сотрудничества по стратегическим направлениям могут служить взаимоотношения Роснефти и Московского кредитного банка. Структуры Роснефти к концу 2017 г. вложили в капитал МКБ 22 млрд. руб. в качестве субсидированных депозитов на достаточно длительный срок — 49 лет (в 2015 г. нефтяная компания представила затем банку до 2021 г.), дабы избежать проблем, которые возникли у ФК «Открытие», «Промсвязьбанк», «Бинбанк», подвергнутых санации со стороны ЦБ РФ. Такое стратегическое партнерство банков с крупными корпоративными клиентами способствует укреплению финансовой устойчивости банков через поддержку их капиталов и снижение кредитных рисков.

Дальнейшее развитие банковской системы (2018—2020 гг.) будет строиться с учетом интересов инвесторов, клиентов банков, финансово-кредитной политики ЦБ РФ и складывающихся внешних и внутренних факторов на финансовом рынке.

Список литературы

1. Годовой отчет Банка России за 2016 г. Официальный сайт ЦБ РФ www.sbr.ru.
2. Отчет о развитии банковского сектора и банковского надзора в 2016 г. Официальный сайт ЦБ РФ www.sbr.ru.
3. Назиров В. Р., Русавская А. В. Проблемы развития банковской системы России // Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2016 г. Вып. 47. С. 153–158.
4. Русавская А. В., Гладков И. В. Особенности банкротства кредитных организаций и их финансовое оздоровление в России // Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2016. Вып. XLIX. С. 347–353.
5. Гладков И. В. Меры регулирования для обеспечения финансовой устойчивости организаций в России // Путеводитель предпринимателя. 2017. XXXVI. С. 65–70.
6. Статсборник ВШЭ «Наука. Технологии. Инновации», 2017 г. [http ps//www.hse.ru](http://ps/www.hse.ru).
7. www.banki.ru
8. Агентство по страхованию вкладов. Официальный сайт АСВ <https://www/acv.org.ru>.

References

1. Godovoi otchet Banka Rossii za 2016 g. Ofits. Sait TsB RF www.sbr.ru.
2. Otchet o razvitii bankovskogo sektora i bankovskogo nadzora v 2016 g. Ofits. Sait TsB RF www.sbr.ru.
3. Nazirov V.R., Rusavskaya A.V. Problemy razvitiya bankovskoi sistemy Rossii // Uchenye zapiski Rossiiskoi akademii predprinimatel'stva. 2016 g. Vyp. 47. S. 153–158.
4. Rusavskaya A.V., Gladkov I.V. Osobennosti bankrotstva kreditnykh organizatsii i ikh finansovoe ozdorovlenie v Rossii // Uchenye zapiski Rossiiskoi akademii predprinimatel'stva. 2016. Vyp. XLIX. S. 347–353.
5. Gladkov I.V. Mery regulirovaniya dlya obespecheniya finansovoi ustoichivosti organizatsii v Rossii // Putevoditel' predprinimatelya. 2017. XXXVI. S. 65–70.
6. Statsbornik VShE «Nauka. Tekhnologii. Innovatsii», 2017 g. [http ps//www.hse.ru](http://ps/www.hse.ru).
7. www.banki.ru
8. Agentstvo po strakhovaniyu vkladov. Ofits. Sait ACB <https://www/acv.org.ru>.

Т. А. Чеботарёва

*Старший преподаватель,
chta12@mail.ru*

*Институт мировых цивилизаций,
Москва, Российская Федерация*

Совершенствование торговли на российском рынке лесной продукции

Аннотация: *Анализируется современная ситуация сложившаяся на российском рынке лесной продукции. Выявляются достоинства и недостатки экономического взаимодействия всех субъектов лесного сектора экономики взаимосвязанных по технологическому принципу. Рассмотрены фактически применяемые способы лесной интернет — торговли. Предлагаются способы совершенствования современной модели торговли лесной продукцией на основе создания лесной биржи имеющей статус электронной товарной биржи и обладающей всеми биржевыми инструментами и функциями, что позволит применять современные маркетинговые технологии, гарантировать качество продукции и создать прозрачную всероссийскую базу данных конъюнктуры продукции лесного сектора экономики.*

Ключевые слова: *лесной сектор экономики, торговля, лесная биржа, электронная торговая площадка, лесная продукция, качество продукции.*

T. A. Chebotariova

*Chief lecturer,
chta12@mail.ru*

*Institute of world civilizations,
Moscow, Russian Federation*

Improving trade at the Russian market of forest product

Annotation: *Examines the modern situation in the Russian market of forest products. Identify the advantages and disadvantages of economic interaction of all actors of the forest sector of interrelated technological principle. Reviewed actually applied methods of forest online trading. Suggests ways of improvement of current patterns of trade in forest products through the establishment of the forest exchanges with the status of the electronic commodity exchanges and having all the exchange tools and features that will allow to apply modern marketing techniques to ensure quality products and to create a transparent database of all-Russian market products of the forestry sector.*

Keywords: *forest sector, trade, forestry stock exchange, electronic trading platform, forest products, quality products.*

На долю России приходится четвертая часть всех лесов земного шара, что составляет 8090900 км² ¹. К сожалению, из-за отсутствия научно обоснованной национальной лесной политики удельный вес России в мировом лесопромышленном производстве и в мировой лесной торговле составляет всего несколько процентов. Большую часть российского экспорта лесопродукции составляют лесоматериалы круглые, Россия является мировым лидером по их экспорту (см. таблицу 1).

Таблица 1

Объемы и стоимость экспорта/импорта промышленного круглого леса ²

страна	объем экспорта (тыс. м ³)	стоимость экспорта (млн. \$)	объем импорта (тыс. м ³)	стоимость импорта (млн. \$)
Всего в мире	131 916	18 603	136 600	22 100
в том числе:				
Российская Федерация	20 899	1769	19	2
Новая Зеландия	16 558	1880	5	5
США	13 962	2468	909	91
Китай	60	36	53 627	12 088
Германия	3278	356	8317	734
Индия	14	5	7367	2280
Япония	258	31	4444	1067

Мировая статистика свидетельствует о том, что большинство зарубежных стран, обладающих лесными ресурсами, стремятся к увеличению объемов выпуска продукции на основе глубокой переработки древесины и ее отходов. По сравнению со многими зарубежными странами из каждой 1000 м³ заготовленной древесины в России выпускается бумаги и картона почти на порядок меньше. Это связано в первую очередь с тем, что в нашей стране не развито лесное машиностроение.

Однако в последние годы намечена уверенная тенденция роста объемов производства различных видов лесопродукции (см. таблицу 2).

¹ Площадь лесных земель: Лесная промышленность [Электронный ресурс: ЛесОнлайн]: URL: http://www.lesonline.ru/les_squares/ (дата обращения 07.11.2017).

² Экспорт/импорт лесоматериалов в мире за 2016 год по странам: Лесная промышленность [Электронный ресурс: ЛесОнлайн]: URL: http://www.lesonline.ru/les_world/ (дата обращения 07.11.2017).

Таблица 2

**Динамика объемов производства основных видов
лесной продукции в РФ за 2014–2016 гг.³**

Вид лесной продукции	единицы измерения	2014 год	2015 год	2016 год
Древесина необработанная	тыс. плот. м ³	38 225,987	37 501,33	40 085,18
Пиломатериалы	тыс. м ³	9757,76	9964,01	10 872,24
Древесноволокнистые плиты	тыс. усл. м ³	310 250,3	363 711,2	409 347,4
Фанера	м ³	17 519	19 387	28 943
Целлюлоза	т	2 025 323	2 216 196	2 323 476

Величина выручки от реализации по основным отраслям лесного сектора имеет тоже положительную динамику (см. таблицу 3).

Таблица 3

**Доходы от реализации продукции по отраслям лесного сектора,
тыс. руб. за 2014 – 2016 гг.⁴**

Отрасль лесного сектора РФ	2014 год	2015 год	2016 год
Лесное хозяйство и лесозаготовки, оказание ими услуг	60 254 633	66 994 936	68 805 278
Производство древесноволокнистых плит	15 397 550	15 598 654	15 876 572
Производство древесностружечных плит	29 435 646	34 534 645	36 664 468
Производство пиломатериалов, кроме профилированных, толщиной более 6 мм; производство железнодорожных и трамвайных шпал из древесины	58 001 115	75 369 583	89 307 312
Производство пиломатериалов, профилированных по кромке или по пласти; производство древесной шерсти, древесной муки; производство технологической щепы или стружки	4 738 487	4 551 139	96 296 020

³ По данным Росстата с января по ноябрь каждого года.

⁴ Шальнев А. Предварительные итоги работы ЛПК России в 2016 году // ЛесПромИнформ 2017, № 1 (123). С. 18.

Отрасль лесного сектора РФ	2014 год	2015 год	2016 год
Производство целлюлозы, древесной массы, бумаги, картона и изделий из них	307 245 036	403 509 658	479 718 210
Производство шпона, фанеры, плит, панелей	118 519 971	139 659 728	161 443 180

Однако, в исследуемом периоде отмечаются существенные колебания валютного курса рубля, который снижался значительно сильнее чем происходил рост цен на продукцию лесного сектора. В результате оценки результатов деятельности лесного сектора за последние годы можно ее охарактеризовать как удовлетворительную.

Значительный ущерб лесному сектору и в целом государству наносят незаконные рубки леса. В целом по Российской Федерации «в 2016 году объем незаконной рубки лесных насаждений составил 1,65 млн. м³, что на 36,4% больше объема незаконной рубки в 2015 году»⁵. Как правило, эти рубки ведутся в непосредственной близости от существующих путей транспорта, что избавляет нарушителей от необходимости строительства лесовозных дорог. В этой связи уместно напомнить, что экономически доступной для промышленного использования является только половина Российских лесов. Вывозка древесины из большей части лесов, расположенных в ее азиатской части – экономически не оправдана. В тоже время во многих крупных и богатых лесом регионах России отсутствуют предприятия по глубокой переработке древесного сырья, создание которых может обеспечить, по некоторым данным, увеличение доходности лесного бизнеса в несколько раз.

Между субъектами лесного сектора относящихся как лесному хозяйству, так и к лесопромышленникам и лесоэкспортерам существует технологическая взаимосвязь, которая при разумном ее использовании позволит более рационально и полноценно использовать лесные ресурсы, ибо отходы одного производства могут служить полноценным сырьем для другого. Такой симбиоз на основе «всеобъемлющего комбинирования – интеграции, основанной на вертикальной схеме (выстроенной по технологическому принципу) производств, состоящих из

⁵ Зубрин В.К. Годовой отчет о ходе реализации и оценке эффективности государственной программы Российской Федерации «Развитие лесного хозяйства» на 2013–2020 годы. – М.: Министерство природных ресурсов и экологии Российской Федерации, 2017. С. 3.

горизонтальных (параллельно-кооперируемых) структур»⁶ позволит использовать лесные массивы и получать экологический, хозяйственный и экономический эффекты. Взаимодействие субъектов лесного сектора по технологическому принципу возможно посредством электронной лесной биржи.

В настоящее время в интернете есть очень много торговых интернет-площадок, на которых продается и покупается продукция, связанная с лесной, деревообрабатывающей и смежными отраслями промышленности, а также технологиями. Вот лишь небольшой список некоторых из них:

- Лесная биржа URL: <http://www.wood.ru/ru/board.html>;
- Лесная биржа Palki.ru URL: <http://www.palki.ru/>;
- Информационно-торговый портал «Лесной Ресурс» URL: <http://леснойресурс.рф/>;
- Российская лесопромышленная торговая система URL: <http://www.woodtrade.ru/>;
- Всероссийская лесная биржа URL: <https://рослес.рф/>;
- Доска объявлений LESOSEKA.RU URL: <http://lesoseka.com/>;
- Лесная биржа URL: <http://woodsale.ru/>;
- Лесной Сайт – Лесная Биржа Бесплатных Объявлений URL: <http://lesnayabirzha.ru/>;
- Лесная биржа в социальной сети «В контакте» URL: https://vk.com/woods_forum и др.

Порядок взаимодействия продавцов и покупателей на этих интернет-площадках почти такой же, как и на AVITO или других сайтах размещающих объявления. Однако, ни одна из этих площадок с объявлениями не имеет статуса товарной биржи с возможностью организации тендера, аукционных торгов и применения других биржевых инструментов. Схема торговли через лесную товарную биржу может делать продукцию высокодоходной и пользующейся устойчивым спросом, а также позволит осуществлять непосредственную связь производителя и покупателя без цепочки посредников, которые, как правило, необоснованно завышают стоимость продукции.

Однако существенным недостатком интернет-торговли является то, что продавцы и покупатели подыскивая на разных интернет-площадках подходящий для себя вариант находящийся на экономически

⁶ Чеботарёва Т.А. Механизм государственного регулирования в лесном секторе экономики: российский и зарубежный опыт. Перспективы совершенствования в России // Образование. Наука. Научные кадры. 2017. № 4. С. 96.

доступном расстоянии, вынуждены затрачивать, много времени, что не всегда удобно, и не всегда возможно. На сегодняшний день не существует единой базы, позволяющей регистрировать спрос и предложение на конкретные виды продукции лесного сектора, что приводит к некой стихийности этого рынка. На таком рынке хорошо ориентироваться может только постоянный участник, остальные участники находятся в состоянии затруднительного поиска, связанного с обработкой большого количества информации.

Для того, чтобы упростить взаимодействие продавцов и покупателей на рынке лесопродукции предлагается усовершенствовать модель электронной лесной биржи с помощью создания единой всероссийской базы данных. Функции лесной биржи предлагается дополнить такими компетенциями как диспетчеризация и координация сделок по спросу и предложению лесопродукции между партнерами находящимся на экономически доступном расстоянии друг от друга, с тем, чтобы сделки были экономически целесообразными, и их стоимость не превышала средне-рыночных цен, сложившихся в каждом конкретном регионе.

На усовершенствованной лесной бирже производители лесопродукции смогут реализовывать излишки незавершенного производства и полуфабрикатов скапливающиеся на технологических или операционных переделах, например: дополнительной биомассы древесины полученной от рубок ухода; сырья и материалов, сэкономленных на технологических переходах и не востребованных заказами, а также для удовлетворения дополнительных потребности производителей в материалах с целью компенсации брака по переделам, обеспечения качественных характеристик заказа, гарантий эксплуатации и чрезвычайные ситуации.

Важной функцией в работе лесной биржи является гарантия качества обращающейся там продукции. За последние 50 лет продукция лесозаготовительной промышленности была зафиксирована ГОСТами 17462-77; 84^{7,8}. В статье Бондаревой Т.А.⁹ предлагается качество древесины определять тремя уровнями:

⁷ Продукция лесозаготовительной промышленности. Термины и определения. [Текст]: ГОСТ 17462-77– 1977. – Введ. 1978-01-01. – М.: Государственный комитет СССР по стандартам, 1978. 13 с.

⁸ Продукция лесозаготовительной промышленности. Термины и определения. [Текст]: ГОСТ 17462-84 – Введ. 1986 – 01-01. – М.: ИПК Издательство стандартов, 1985. 11 с.

⁹ Бондарева Т.А. Гарантии качества продукции производств лесного сектора экономики // Лесной вестник 2007. № 3. С. 81–82.

- изделия, отличающиеся от действующей нормативно-технической документации (индивидуальные заказы);
- лесопродукция изготовленная в соответствии с требованиями нормативно-технической документации;
- продукция из биомассы древесины изготовленная по международным стандартам.

Данная типология позволит обеспечивать всех покупателей лесопродукции качественным товаром.

Другие услуги, которые сможет оказывать модернизированная лесная товарная биржа:

- информационные — разнесение лотов по классификации с указанием координат, возможного транспорта и времени проведения сделки, отгрузки продукции;
- организация тендера, в случае если на лот объявилась два или более покупателей;
- сопровождение сделки: передача эталонного образца представителю покупателя, устанавливает связь между продавцом, покупателем, представителем покупателя на отгрузке, транспортировщиком, организует их работу;
- финансовое сопровождение сделки:
 - оплата покупателем приобретенной у продавца продукции;
 - оплата транспорта;
 - уплата налогов и пошлин;
 - оформление и выдача разрешительных документов на вывоз продукции (таможенное оформление груза).

Для ориентации случайных участников лесного рынка на электронной товарной лесной бирже можно применять современные маркетинговые технологии, например, такие как digital-маркетинг, который по определению данному Кулешовым С.М. и Пантелеевой Т.А. представляет «комплексное субъективно-личностное аллелопатическое взаимодействие между потребителем и рекламодателем посредством полного инструментария маркетинга, объединяющее все возможные цифровые каналы коммуникации. Специфика digital-маркетинга отражена такими инструментами как таргетированность, контроллинг и стоимость»¹⁰ [3, С. 99].

Внедрение предложенной модели электронной лесной товарной биржи позволит оптимально использовать лесные ресурсы, создать

¹⁰ Кулешов С.М., Пантелеева Т.А. Dital- рынок: ключевые тренды и направления развития отдельных сегментов // Образование. Наука. Научные кадры. 2017. № 3. С. 99.

полноценную информационную базу о состоянии конъюнктуры рынка биомассы древесины, максимально удовлетворять потребности в лесопродукции, получать дополнительные поступления в федеральный, региональный и местный бюджеты.

Список литературы

1. Бондарева Т.А. Гарантии качества продукции производств лесного сектора экономики // Лесной вестник. 2007. № 3. С. 81–82.
2. Зубрин В.К. Годовой отчет о ходе реализации и оценке эффективности государственной программы Российской Федерации «Развитие лесного хозяйства» на 2013–2020 годы. – М.: Министерство природных ресурсов и экологии Российской Федерации, 2017. 29 с.
3. Кулешов С.М., Пантелеева Т.А. Dital-рынок: ключевые тренды и направления развития отдельных сегментов // Образование. Наука. Научные кадры. 2017, № 3. С. 98 – 101.
4. Продукция лесозаготовительной промышленности. Термины и определения. [Текст]: ГОСТ 17462-77– 1977. – Введ. 1978-01-01. – М.: Государственный комитет СССР по стандартам, 1978. 13 с.
5. Продукция лесозаготовительной промышленности. Термины и определения. [Текст]: ГОСТ 17462-84 – Введ. 1986 – 01-01. – М.: ИПК Издательство стандартов, 1985. 11 с.
6. Чеботарёва Т.А. Механизм государственного регулирования в лесном секторе экономики: российский и зарубежный опыт. Перспективы совершенствования в России. // Образование. Наука. Научные кадры. 2017, №4. С. 94–97.
7. Шальнев А. Предварительные итоги работы ЛПК России в 2016 году // Лес-ПромИнформ 2017, № 1 (123). С. 16–21.
8. Площадь лесных земель: Лесная промышленность [Электронный ресурс: ЛесОнлайн]: URL: http://www.lesonline.ru/les_squares/ (дата обращения 07.11.2017).
9. Экспорт/импорт лесоматериалов в мире за 2016 год по странам: Лесная промышленность [Электронный ресурс: ЛесОнлайн]: URL: http://www.lesonline.ru/les_world/ (дата обращения 07.11.2017).

Reference

1. Bondareva T.A. Garantii kachestva produktsii proizvodstv lesnogo sektora ekonomiki // Lesnoi vestnik. 2007. № 3. S. 81–82.
2. Zubrin V.K. Godovoi otchet o khode realizatsii i otsenke effektivnosti gosudarstvennoi programmy Rossiiskoi Federatsii «Razvitie lesnogo khoziaistva» na 2013 – 2020 gody. – M.: Ministerstvo prirodnykh resursov i ekologii Rossiiskoi Federatsii, 2017. 29 s.
3. Kuleshov S.M., Panteleeva T.A. Dital- rynek: klyucheveye trendy i napravleniya razvitiya otdel'nykh segmentov // Obrazovanie. Nauka. Nauchnye kadry. 2017. № 3. S. 98–101.

4. Produktsiya lesozagotovitel'noi promyshlennosti. Terminy i opredeleniya. [Tekst]: GOST 17462-77– 1977. – Vved. 1978-01-01. – M.: Gosudarstvennyi komitet SSSR po standartam, 1978. 13 s.
5. Produktsiya lesozagotovitel'noi promyshlennosti. Terminy i opredeleniya. [Tekst]: GOST 17462-84 – Vved. 1986 – 01-01. – M.: IPK Izdatel'stvo standartov, 1985. 11 s.
6. Chebotareva T.A. Mekhanizm gosudarstvennogo regulirovaniya v lesnom sektore ekonomiki: rossiiskii i zarubezhnyi opyt. Perspektivy sovershenstvovaniya v Rossii. // Obrazovanie. Nauka. Nauchnye kadry. 2017. № 4. S. 94–97.
7. Shal'nev A. Predvaritel'nye itogi raboty LPK Rossii v 2016 godu // LesPromInform 2017, № 1 (123). S. 16–21.
8. Ploshchad' lesnykh zemel': Lesnaya promyshlennost' [Elektronnyi resurs: LesOnlain]: URL: http://www.lesonline.ru/les_squares/ (data obrashcheniya 07.11.2017).
9. Eksport/import lesomaterialov v mire za 2016 god po stranam: Lesnaya promyshlennost' [Elektronnyi resurs: LesOnlain]: URL: http://www.lesonline.ru/les_world/ (data obrashcheniya 07.11.2017).

Часть III. МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

А. З. Гусов

*Доктор экономических наук, профессор,
dissovet@rusacad.ru*

*Заведующий кафедрой «Управление персоналом»,
Российская академия предпринимательства*

*Профессор кафедры «Менеджмент»,
Российский университет дружбы народов,
Москва, Российская Федерация*

А. А. Байтурсунов

*Аспирант,
alibai85@mail.ru*

*Кафедра «Менеджмент»,
Российский университет дружбы народов,
Москва, Российская Федерация*

Особенности системы государственного регулирования и поддержки малого и среднего предпринимательства в Республике Казахстан

Аннотация: *В статье проведен анализ государственного стимулирования малого и среднего предпринимательства в Казахстане. Выявлены основные проблемы и разработаны соответствующие рекомендации по увеличению эффективности государственного стимулирования малого и среднего предпринимательства.*

Ключевые слова: *государственное стимулирование, предпринимательская деятельность, малое и среднее предпринимательство, конкуренция, власть, бизнес, инвестиции.*

А. Z. Gusov

*Dr. Sci. (Econ.), Prof.,
dissovet@rusacad.ru*

*Head of the «Personnel Management» Department,
Russian Academy of Entrepreneurship*

*Professor of Management department,
Peoples Friendship University of Russia,
Moscow, Russian Federation*

A.A. Baitursunov

*Postgraduate student,
alibai85@mail.ru*

*Management Department,
Peoples Friendship University of Russia,
Moscow, Russian Federation*

Features of system of state regulation and support of small and average business in the Republic of Kazakhstan

Annotation: *The article analyzes state stimulation of small and medium-sized business in Kazakhstan. Identified the main problems and developed appropriate recommendations to increase the effectiveness of government incentives for small and medium-sized businesses.*

Keywords: *state incentives, business activity, small and medium-sized entrepreneurship, competition, authority, business, investments.*

Создание благоприятных условий для развития предпринимательской деятельности является одним из факторов успешного развития национальной экономики, повышения ее конкурентоспособности. Поэтому важнейшей функцией государства выступает создание и совершенствование соответствующей среды, стимулирующей рост предпринимательской активности. Регулирование предпринимательской деятельности, безусловно, предполагает учет внутренней социально-экономической природы любого предприятия или предпринимательской структуры, однако важнейшее место в регулятивной деятельности государства занимают вопросы формирования и совершенствования институциональной среды предпринимательства.

Обобщение результатов современных исследований в области предпринимательства показывает, что качество институциональной среды существенно влияет на конкурентоспособность субъектов хозяйствования, сказывается на инвестиционных решениях и организации производства, а также влияет на экономический рост.

Специфика взаимодействия власти и бизнеса в Казахстане заключается в том, что доминирующая роль в отношениях принадлежит государственным институтам, а не структурам, которые являются общественными или частными организациями и представляют интересы бизнеса. При этом институционально система взаимодействия институтов власти и субъектов предпринимательства выглядит сбалансировано, в ней имеются как структуры, контролирующие деятельность бизнеса, органы, ответственные за развитие предпринимательской инициативы, так и институты представительства интересов бизнеса во власти.

Институциональная инфраструктура государственной поддержки и стимулирования предпринимательства фактически находятся если не под прямым, то под опосредованным подчинением президентской власти. К ней относятся: Комитеты таможенного и финансового контроля Минфина; Налоговый комитет Минфина; Агентство по регулированию и надзору финансового рынка; Агентство по регулированию естественных монополий, защите конкуренции и прав потребителей; Агентство по борьбе с экономической преступностью и коррупцией.

К инфраструктуре, которая в Республике Казахстан реализует регуляторные и поддерживающие предпринимательство функции, принадлежит целый ряд институтов. Центральным исполнительным органом власти в этом направлении является Министерство национальной экономики Республики Казахстан, в структуру которого входит Департамент развития предпринимательства, реализующий функции по формированию государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере развития и поддержки предпринимательства. Основными задачами Департамента являются: создание условий для развития предпринимательства, разработка мероприятий по привлечению инвестиций, а также принятие мер по обращениям и жалобам предпринимателей на противоправные действия чиновников. На региональном уровне в республике при акиматах созданы департаменты предпринимательства и промышленности.

Для организации «обратной связи» на уровне центральных исполнительных органов создана Национальная палата предпринимателей Республики Казахстан «Атамекен» (*рус. — Отечество*). Основными задачами палаты выступают: защита прав и интересов предпринимателей, обеспечение широкого охвата и вовлеченности всех предпринимателей в процесс формирования законодательных и иных нормативных правил работы бизнеса. Деятельность Национальной палаты направлена на улучшение делового и инвестиционного климата, стабильности и развития условий ведения бизнеса в стране, как для национальных, так и иностранных инвесторов.

Кроме того, часто исполнительной власти принадлежит инициатива создания (а также контроль за формированием) организаций, которые являются инструментами диалога и сотрудничества власти и предпринимателей. К таким структурам необходимо отнести Совет иностранных инвесторов, консультативно-совещательный орган, возглавляемый Президентом РК, созданный по его инициативе. Целью работы данного Совета является обеспечение прямого диалога власти с иностранными инвесторами, которые осуществляют деятельность в

Казахстане. Постоянными членами Совета от казахстанской стороны являются: Премьер-министр Республики Казахстан; Председатель Национального банка Республики Казахстан; Заместитель руководителя Администрации Президента Республики Казахстан; Заместитель Премьер-министра Республики Казахстан; Министры иностранных дел, индустрии и торговли, экономики и бюджетного планирования, финансов Республики Казахстан; Председатель Комитета по инвестициям Министерства индустрии и торговли Республики Казахстан. Состав Совета с иностранной стороны формируется из числа первых руководителей международных финансовых организаций и иностранных компаний. Кроме того, в РК создана сеть экспертных советов по вопросам предпринимательства при центральных государственных и местных исполнительных органах власти (министерствах, акиматах). В состав советов входят как представители органов исполнительной власти, так и члены отраслевых предпринимательских структур.

Цель функционирования этих консультативно-совещательных структур — получение экспертных выводов, а также разработка рекомендаций по проектам нормативно-правовых актов, затрагивающих интересы бизнеса. В состав Совета могут входить только аккредитованные субъекты частного предпринимательства, при этом их количество ограничено, в соответствии с п. 3—4 ст. 25 Закона «О частном предпринимательстве РК», от каждого региона или области может быть аккредитовано только одно объединение субъектов частного предпринимательства. Преимущество при аккредитации получает та структура, которая имеет большее количество работников в организациях¹. Такие ограничения при аккредитации фактически сводят значение экспертных советов к роли формальных каналов представительства интересов бизнеса.

Кроме вышеперечисленных органов и департаментов, также создан Казахстанский центр государственно-частного партнерства (*разг.* — *КазЦентр ГЧП*). Его деятельность направлена на проведение исследований, оценку и экспертизу реализации инвестиционных проектов в области ГЧП. «КазЦентр ГЧП» оказывает консультационную поддержку проектам, способствуя их реализации. Этот Центр находится во взаимодействии с законодательными и исполнительными органами, национальными компаниями и международными, общественными организациями на

¹ Закон «О частном предпринимательстве РК»: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30044096.

всех уровнях². Центр выступает как инициатор и организатор популярных дискуссионных платформ, которые в дополнение к актуальным вопросам развития ГЧП составляют рекомендации экспертов для решения основных социально-экономических проблем. ГЧП видит свою миссию в «создании условий для партнерства между государством и бизнесом, развитии и объединении их потенциала для реализации проектов ГЧП и увеличения инвестиций в экономику страны»³.

Несмотря на строгую централизацию регулирования и поддержки предпринимательства, в стране существует ряд организаций, которые имеют отраслевое значение и являются в значительной степени независимыми, в пределах четко определенного круга своих функций.

К независимым организациям в РК следует отнести: Независимую ассоциацию предпринимателей Казахстана⁴, Европейскую бизнес-ассоциацию Казахстана («Евробак»)⁵ и ряд других отраслевых организаций бизнеса.

Между тем, и неправительственные организации, которые призваны выполнять роль посредников между государством и бизнесом, часто создаются по инициативе Президента или органов исполнительной власти. К ним относятся: Национальная палата предпринимателей Казахстана «Атамекен»⁶ и Единый бизнес-портал для всех предпринимателей Казахстана «Территория бизнеса»⁷ (обе организации созданы по инициативе Президента страны).

Одной из наиболее заметных и влиятельных организаций бизнеса является НПП «Атамекен». Президент РК начал процесс создания в 1997 г. Фонда развития предпринимательства «Даму» (*рус. — Развитие*)⁸. На данный момент эта структура имеет статус национального института развития, государственного фонда, целями работы которого являются: стимулирование становления и экономического роста субъектов малого

² Официальный сайт АО «Казахстанский Центр государственно-частного партнерства»: <http://kzppp.kz/ru>.

³ Там же.

⁴ Официальный сайт Национальной палаты предпринимателей Казахстана «Атамекен»: <http://palata.kz/ru/>.

⁵ Официальный сайт Европейской бизнес-ассоциации Казахстана «Eurobak»: <http://www.eurobak.kz>.

⁶ Официальный интернет-ресурс Независимой Ассоциации предпринимателей Казахстана: <http://nap.kz>.

⁷ Официальный сайт Единого бизнес-портала для предпринимателей Казахстана «Территория бизнеса»: <http://business.gov.kz/ru/>.

⁸ Официальный сайт АО ФРП «Даму»: <https://www.damu.kz/54>.

предпринимательства, повышение эффективности использования финансовых средств государства, направленных на поддержку малого бизнеса. Разумеется, данная структура находится в полном государственном подчинении: 100% владельцем акций фонда является «Национальный управляющий холдинг «Байтерек» (*рус. — Опора, защитник*) — холдинг, управляющий национальными институтами развития, а также национальными компаниями. Он создан для оптимизации системы управления институтами развития, финансовыми организациями и развития национальной экономики Указом Президента РК от 22 мая 2013 г. № 571⁹.

Данный Фонд информирует о реализации ряда образовательных проектов и оказания консалтинговых услуг субъектам МСБ. Вместе с тем, одним из главных предпринимательских рисков в Казахстане остается коррумпированность чиновников государственного аппарата. Собственно, среда функционирования субъектов предпринимательства в Республике Казахстан, как в стране с рыночной экономикой, характеризуется значительным количеством типично рыночных рисков; но именно коррупция является одним из наиболее значительных, и при этом принадлежит не к рыночным, а к институциональным рискам. Это подтверждают и исследования индекса восприятия коррупции, проводимые международной организацией Transparency International¹⁰. Размер коррупционной ренты в структуре себестоимости производимых в Казахстане товаров и услуг неизвестен, но можно предположить, что эта доля значительна, и большинство компаний не могут позволить себе в полной мере одновременно нести налоговую и коррупционную нагрузку. Следствием этого является уклонение от уплаты налогов. В некоторых отраслях это явление становится закономерностью. Это нельзя объяснить только структурными характеристиками аппарата государственного управления, поскольку проблема эта носит системный характер.

Идеи социальной ответственности бизнеса реализуются в политике государства также в порядке авторитарной иерархии. Местные власти часто «давят» на предпринимателей и диктуют, какие именно социальные программы они должны поддерживать. С другой стороны, бизнес часто сам напрашивается, чтобы ему указали «правильное направление социальных инвестиций»¹¹.

⁹ Официальный сайт АО ФРП «Даму»: <https://www.damu.kz/54>.

¹⁰ https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/kazakhstan-opustilsya-131-yu-strochku-indekse-voispriyatiya-310820/.

¹¹ Ахметова А.А. Агропромышленный комплекс Казахстана: состояние, проблемы, пути решения: Монография. — Караганда, 2010. С. 97.

Тем не менее, следует отметить, что действия власти не способствуют в полной мере внедрению практик корпоративной социальной ответственности бизнеса в Казахстане. Реакция властей на ряд конфликтов собственников и трудовых коллективов свидетельствует о том, что государство пассивно относится к содействию реализации принципов КСО, согласно которым организации добровольно принимают дополнительные меры для повышения качества жизни работников и их семей, местного сообщества и общества в целом.

Те международные компании, которые желают вести в Казахстане успешный бизнес, принимают поставленные им условия и действуют согласно им. Тактика различных групп при этом может различаться, но стратегическая линия является одинаковой во всех случаях¹². При этом институты представительства интересов бизнеса существенно не влияют на социально-экономическую политику, проводимую государством, – власть регулирует деятельность бизнеса, а бизнес не влияет на решения власти.

В целом можно диагностировать насущную необходимость государственной поддержки МСП и неотложных мер по повышению рентабельности бизнеса практически во всех отраслях.

Сегодня с целью поддержки бизнеса в стране Правительством РК реализуется Программа «Дорожная карта бизнеса – 2020», направленная на субсидирование кредитов, выдаваемых и выданных ранее МСБ. Кроме того, она направлена на оздоровление субъектов МСБ и на снижение валютных рисков предпринимательства¹³.

Также в Казахстане действуют и другие государственные программы поддержки бизнеса: «Производительность–2020», «Экспорт–2020», «Агробизнес–2020», «Дорожная карта занятости–2020» и Программа развития моногородов на 2012–2020 гг. и т.п.¹⁴

Тем не менее, прямое субсидирование для субъектов малого и среднего предпринимательства не практикуется (в целом, данный шаг не является целесообразным, если речь идет о бизнесе). Государство посредством Фонда «Даму», а также в рамках программ помощи МСБ по

¹² Кантарбаева А.К. Предпринимательство: институционально-эволюционный подход. – Алматы: Раритет, 2000. С. 154.

¹³ Единая программа поддержки и развития бизнеса. <https://business.gov.kz/ru/business-support-programs/detail.php?ID=51798>.

¹⁴ О Государственной программе развития и поддержки малого предпринимательства в Республике Казахстан. Режим доступа: http://ru.government.kz/docs/u031268_20031229.htm.

приоритетным отраслям осуществляет содействие в льготном кредитовании таких субъектов. Это можно назвать достаточно эффективной формой государственного стимулирования.

Однако, эффективность поддержки государства, как финансовой, так и правовой, в значительной степени снижается ужесточением налогообложения бизнеса. Так, введенный налог с продаж в размере 5% наряду с налогом с розничных продаж в размере 5–12% достаточно ощутимо повлияли на эффективность ведения бизнеса в РК.

Кроме того, снижение в 10-кратном порядке порогового значения оборота при постановке на учет плательщиков НДС автоматически распространило необходимость уплаты данного налога даже на некоторых представителей микробизнеса. То есть, малый бизнес был в существенной мере затронут новым для него, и достаточно обременительным налогом¹⁵. А средний бизнес практически весь оказался в состоянии необходимости уплаты НДС¹⁶. При этом устойчивость МСБ перед финансовыми рисками на много порядков ниже, чем устойчивость крупного бизнеса по причине весьма незначительных резервов.

Таким образом, можно провести параллель между ужесточением налоговой политики и снижением эффективности ведения бизнеса в РК.

Таблица 1

Основные показатели функционирования МСП в РК в 2005–2015 гг.¹⁷

	Количество активных субъектов, единиц			Численность занятых, тыс. человек			Выпуск продукции, млн. тенге		
	Юр. лица малого пред-ва	ИП	Крест. (ферм.) хоз-ва	Юр. лица малого пред-ва	ИП	Крест. (ферм.) хоз-ва	Юр. лица малого пред-ва	ИП	Крест. (ферм.) хоз-ва
2005	50 612	297 234	156 978	533,8	571,6	504,7	844 632	222 993	166 956
2006	47 756	358 583	163 721	557,9	622,7	504,3	1 033 438	302 715	185 395
2007	55 865	415 709	169 326	585,9	733,5	542,8	1 327 126	473 648	265 500
2008	58 480	475 841	169 481	464,6	828,9	461,8	1 152 071	437 313	316 083
2009	60 601	428 420	170 193	551,3	874,4	465,8	1 270 715	371 192	402 009
2010	66 492	416 085	170 309	746,2	710,6	425,5	1 673 528	495 074	345 676
2011	64 457	589 640	182 986	539,3	771,9	426,5	1 445 158	675 104	586 424

¹⁵ Климкина И.В. Налоговые особенности ведения бизнеса в Республике Казахстан и Российской Федерации / И.В. Климкина, А.В. Пилипенко // *НОВАЯ НАУКА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ И ПРАКТИЧЕСКИЙ ВЗГЛЯД*. Издательство: Общество с ограниченной ответственностью «Агентство международных исследований» (Уфа). 2016. № 4-1 (75). С. 105–108. Режим доступа: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=1020738.

¹⁶ Налоговый и юридический вестник: <https://www.pwc.kz/ru/pwc-news/ta-reports.html>.

¹⁷ Данные Министерства национальной экономики РК.

	Количество активных субъектов, единиц			Численность занятых, тыс. человек			Выпуск продукции, млн. тенге		
	Юр. лица малого пред-ва	ИП	Крест. (ферм.) хоз-ва	Юр. лица малого пред-ва	ИП	Крест. (ферм.) хоз-ва	Юр. лица малого пред-ва	ИП	Крест. (ферм.) хоз-ва
2012	62 888	573 618	164 856	500,6	831,4	375,8	1 546 428	754 366	549 284
2013	61 076	660 262	158 583	527,5	990,7	346,9	1 871 067	949 816	734 399
2014 ¹⁾	74 829	694 759	152 697	849,0	1136,0	309,4	8 007 342	972 670	786 084
2015 ^{1), 2)}	175 679	930 077	181 154	1185,2	1407,6	286,5	10 200 061	1 518 237	904 543

¹⁾ Согласно Предпринимательскому кодексу Республики Казахстан от 29 октября 2015 года № 375-V для целей государственной статистики предусматривается использование критерия отнесения к субъектам малого и среднего предпринимательства только по средней численности занятых.

²⁾ В соответствии с международной практикой, в целях применения единых подходов к формированию показателей о количестве субъектов МСП и для исключения расхождений с данными Комитета государственных доходов Министерства финансов Республики Казахстан, начиная с 1 февраля 2015 года, публикуется показатель количество «действующих» субъектов, вместо «активных».

В этой ситуации, когда малое и среднее предпринимательство составляет без малого 90% всех субъектов предпринимательства Казахстана, под угрозой оказывается сам институт предпринимательства, а не только отдельные его субъекты. Поэтому защите МСП на данный момент требуется в виде неотложных мер по корректировке системы налогообложения с целью адресного применения льгот по приоритетным отраслям (по аналогии с приоритетами Дорожной карты бизнеса).

Формирование единой государственной регуляторной политики в сфере предпринимательской деятельности должно строиться на основании наличия единого центра ответственности, который координировал и направлял бы весь процесс в соответствии с планируемыми параметрами результативности.

Одновременно, следует определить параметры эффективного развития малого и среднего предпринимательства для Республики Казахстан.

При создании программ и проектов развития, по нашему мнению, следует акцентировать внимание на указанных параметрах, а также достижениях и отставаниях нашего государства, поскольку именно они, ориентируясь на международные индексы развития, влияют в большей степени на современную экономику и бизнес. Данные параметры выглядят несколько обобщенно, но, в сущности, их соблюдение обеспечивает эффективное развитие предпринимательства. В Казахстане некоторые из них обеспечиваются полностью (так, защита прав инвесторов



Рис. 1. Целевые параметры развития малого и среднего предпринимательства в Казахстане¹⁸

и прав собственности, поддержка внешнеэкономической деятельности, стимулирование самозанятости и исполнение государством социальных функций являются сильными сторонами государства в направлении развития предпринимательской инициативы в стране), но многие – недостаточно. Государственное стимулирование в РК требует создания новых инструментов контроля и, на их основе, эффективных механизмов развития бизнеса.

В Республике Казахстан существует достаточно разветвленная структура поддержки предпринимательства, в которую входят государственные и созданные по инициативе государства организации; неправительственные организации; коммерческие организации. Они осуществляют

¹⁸ Авторская разработка.

как регуляторную, так и финансовую, информационно-аналитическую и консультационную поддержку, хотя и являются не вполне скоординированной системой. Поэтому на сегодняшний день перед государственным регуляторным механизмом стоит задача, в первую очередь, его структурной оптимизации. И это должно быть закреплено законодательным образом.

Так, если сегодня государственные меры по стимулированию предпринимательства воплощаются, в основном, различными промежуточными структурами, то система является не только излишне громоздкой, что принципиально замедляет процессы согласования и реализации, то создание при профильных министерствах отдельных структур, связанных напрямую с регулированием бизнеса в стране, стало бы шагом к созданию более координированной институциональной структуры.

Список литературы

1. Закон «О частном предпринимательстве РК». Режим доступа: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30044096.
2. Ахметова А.А. Агробизнесный комплекс Казахстана: состояние, проблемы, пути решения: Монография. – Караганда, 2010.
3. Кантарбаева А.К. Предпринимательство: институционально-эволюционный подход. – Алматы: Раритет, 2000.
4. Налоговые особенности ведения бизнеса в Республике Казахстан и Российской Федерации / И.В. Климкина, А.В. Пилипенко // НОВАЯ НАУКА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ И ПРАКТИЧЕСКИЙ ВЗГЛЯД. Издательство: Общество с ограниченной ответственностью «Агентство международных исследований» (Уфа). 2016. № 4-1 (75). С. 105–108.
5. Официальный сайт Министерства национальной экономики РК: <http://economy.gov.kz/ru/>.
6. Официальный сайт Казахстанского центра государственно-частного партнерства: <http://kzppp.kz/?lang=kz>.
7. Официальный интернет-ресурс Независимой Ассоциации предпринимателей Казахстана: <http://nap.kz>.
8. Официальный сайт Европейской бизнес-ассоциации в РК Евробак: <http://www.eurobak.kz/>.
9. Официальный сайт Национальной палаты предпринимателей Казахстана «Атамекен»: <http://palata.kz/ru/>.
10. Официальный сайт Единого бизнес-портала для предпринимателей Казахстана «Территория бизнеса»: <http://business.gov.kz/ru/>.
11. Официальный сайт АО ФРП «Даму»: <https://www.damu.kz/>.
12. Официальный интернет-ресурс Министерства национальной экономики Республики Казахстан: <http://economy.gov.kz/ru/>.

References

1. The Law «On Private Entrepreneurship RK». Access mode: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30044096
2. Akhmetova AA Agroindustrial complex of Kazakhstan: state, problems, solutions: Monograph. – Karaganda, 2010
3. Kantarbaeva A.K. Entrepreneurship: an institutional and evolutionary approach. – Almaty: Rarity, 2000
4. Tax features of doing business in the Republic of Kazakhstan and the Russian Federation / I.V. Klimkina, A.V. Pilipenko // NEW SCIENCE: THEORETICAL AND PRACTICAL LOOK. Publisher: Limited Liability Company «Agency for International Studies» (Ufa). 2016. № 4-1 (75). P. 105–108.
5. Official website of the Ministry of National Economy of the Republic of Kazakhstan: <http://economy.gov.kz/ru/>.
6. The official website of the Kazakhstan Public-Private Partnership Center: <http://kzppp.kz/?lang=kz>.
7. The official Internet resource of the Independent Association of Entrepreneurs of Kazakhstan: <http://nap.kz>.
8. The official website of the European Business Association in Kazakhstan Eurobac: <http://www.eurobak.kz/>.
9. The official website of the National Chamber of Entrepreneurs of Kazakhstan «Atameken»: <http://palata.kz/ru/>.
10. The official site of the Single Business Portal for Entrepreneurs of Kazakhstan «Territory of Business»: <http://business.gov.kz/ru/>.
11. The official site of the JSC EDF «Damu»: <https://www.damu.kz/>.
12. The official Internet resource of the Ministry of National Economy of the Republic of Kazakhstan: <http://economy.gov.kz/ru/>.

С. А. Кирюшин

*Кандидат экономических наук, доцент,
skir_nn@mail.ru*

*Кафедра торгового дела,
Институт экономики и предпринимательства,
Национальный исследовательский Нижегородский
государственный университет им. Н.И. Лобачевского,
Нижний Новгород, Российская Федерация*

Использование закона Литтла в деятельности малого предприятия общественного питания

Аннотация: *В статье отражена теоретическая значимость и содержание закона Литтла в деятельности малого предприятия общественного питания. В работе приведены оценочные расчеты с использованием формулы Литтла, выделены наиболее важные критерии оценки, систематизированы основные способы эффективного использования закона Литтла в деятельности малого предприятия общественного питания. Автор формулируется вывод, что закон Литтла определяет фактор времени, как наилучший способ измерения приверженности и лояльности клиентов, а также фокусирует работу малого предприятия общественного питания на времени исполнения заказов.*

Ключевые слова: *закон Литтла, предприятие общественного питания, время выполнения заказа, лояльность клиентов.*

Kirushin S.A.,

*Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof.,
skir_nn@mail.ru*

*Department of Trading business of The Institute of Economics
and Entrepreneurship,
Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod,
Nizhni Novgorod, Russian Federation*

Deployment of policy of lean management

Annotation: *In the article the author reflects the theoretical significance and content of Little's law in the business activity of a small public catering enterprise. The paper presents estimates based on the Little's formula and outlines the most important evaluation criteria for a small catering enterprise. In the article the main ways of effective use of Little's law in the business activity of a small public catering enterprise are systematized. The author formulates a conclusion that the Little's law defines time factor as the best way of measurement of commitment and loyalty of clients and also focuses work of small enterprise of public catering on lead time of orders.*

Keywords: *Little's law, public catering company, lead time, customer loyalty.*

В сфере общественного питания закон Литтла имеет важное практическое значение, т.к. обосновывает взаимосвязь пропускной способности отдельного объекта, объемов незавершенной работы и времени реализации потока приготовления блюд. Данный временной промежуток характеризует период продвижения незавершенного блюда сквозь процесс приготовления.

Благодаря этому закону логически формируется вывод, что при определенном значении пропускной способности технолог предприятия общественного питания способен уменьшить время, которое необходимо для того, чтобы блюдо прошло весь процесс от начала до завершения изготовления, рационально используя ингредиенты, полуфабрикаты, ресурсы или сырье в стадиях его приготовления.

Данный закон впервые был предложен в 1950-х годах Джоном Литтлом для стабильной системы, одним из основоположников концепции маркетинга, и, позднее стал частью теории массового обслуживания¹. Закон Литтла значит гораздо больше, чем может показаться на первый взгляд². Если известны объемы незавершенной работы и производительность, то это позволяет определить время выполнения заказа. Если известно время выполнения заказа и производительность, тогда возникает возможность оценки объема неоконченной работы в процессе.

Применение формулы Литтла было обусловлено анализом системы массового обслуживания, а также потока прибывающих заявок и потока заявок клиентов, покидающих ее. Когда в системе устанавливается стабильный, стационарный режим работы, то два потока имеют одинаковую интенсивность.

Рисунок 1 иллюстрирует вид функции $M(t)$ — числа заявок, прибывших в систему массового обслуживания, а также функции $N(t)$ — числа заявок, покинувших систему. Для любого момента времени разность функций демонстрирует число заявок, размещенных в системе массового обслуживания. При слиянии линий, отражающих функции, в системе нет заявок.

¹ Эндрю Стеллман, Дженнифер Грин. Постигаая Agile. Ценности, принципы, методологии [Электронный ресурс] // RuTLib2.com – электронная библиотека [сайт]. URL: <http://rutlib2.com/book/28634/p/65> (дата обращения: 21.11.2017).

² Майкл Джордж «Бережливое производство + шесть сигм в сфере услуг. Как скорость бережливого производства и качество шести сигм помогают совершенствованию бизнеса» [Электронный ресурс] // TheLib. Ru – электронная библиотека [сайт]. URL: http://thelib.ru/books/maykl_dzhordzh/berezhlivoe_proizvodstvo_shesti_sigm_v_sfere_uslug_kak_skorost_berezhlivogo_proizvodstva_i_kachestvo_shesti_sigm_pomogayut_sovershenstvovaniyu_biznesa-read-4.html (дата обращения: 21.11.2017).

Интегральное исчисление при рассмотрении длительного периода времени t_i на основе определения среднего числа заявок, находящихся в системе массового обслуживания, обеспечило формулировку закона Литтла.

Осмыслить закон Литтла при стабильном выполнении процессов позволяет нижеследующая формула:

$$W = N \cdot T, \tag{1}$$

где: W – объем невыполненной работы;

N – усредненное значение пропускной способности;

T – среднее время выполнения заказа клиента.

Эта зависимость показывает, что среднее количество ингредиентов, ресурсов или запасов, используемых в стадиях приготовления блюд, прямо пропорционально произведению средней пропускной способности на среднее время выполнения заказа клиента.

Обратная зависимость уравнения позволяет вычислить среднее время для завершения работы на заказ при известном объеме незаконченной работы по изготовлению блюд.

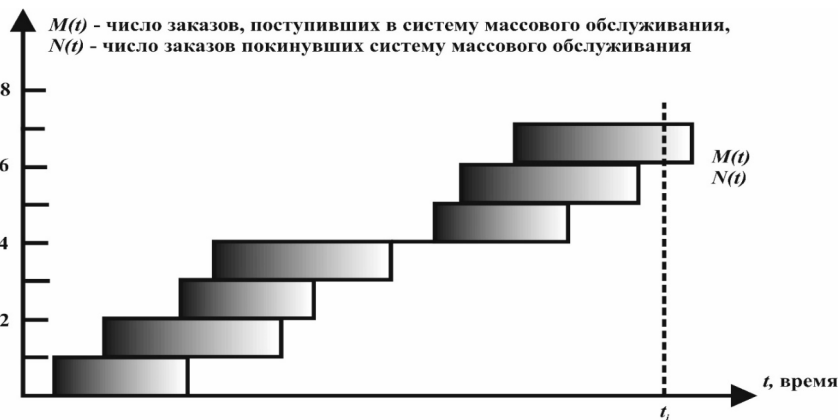


Рис. 1. Иллюстрация потоков заявок, поступивших и покинувших систему массового обслуживания³

В современной практике работы предприятий общественного питания наибольшую актуальность приобретают такие направления дея-

³ Формула Литтла (Little) [Электронный ресурс] // Хелпикс.Орг [сайт]. URL: <http://helpiks.org/2-96232.html> (дата обращения: 21.11.2017).

тельности как бережливый общепит, бережливый ресторан ⁴. Закон Литтла выступает в качестве одного из постулатов бережливого производства. Действие закона Литтла иллюстрирует следующая ситуация. Малое предприятие общественного питания занимается выпечкой пирогов с начинкой. Чтобы приготовить пироги, измеряется время, начиная с того момента времени, когда вынимаются ингредиенты из холодильника, до момента, когда после выпекания пирог смазывается растопленным сливочным маслом, и, выкладывается в посуду. В тот период времени, когда пирог изготавливается, он является неоконченной работой. Объем неоконченной работы измеряется на основе определения количества пирогов в общем процессе приготовления. Пропускная способность процесса выпечки определена средней скоростью, с которой происходит приготовление пирога. При выпечке одного большого пирога с начинкой каждые 50 минут, время технологического процесса приготовления составляет 25 минут, т.е. это время для пирога, формирующегося из набора ингредиентов, до тех пор, пока он не примет окончательную форму и будет помещен на тарелку. В данной ситуации объем незаконченной работы для малого предприятия общественного питания рассчитывается следующим образом:

$$W = N \cdot T = \frac{1}{50} \cdot 25 = \frac{1}{2} \text{ (шт.)}. \quad (2)$$

Анализ данной ситуации с использованием закона Литтла демонстрирует, что фактический простой в процессе приготовления составляет внушительную цифру 50%, которая отражает величину потерь.

Использование закона Литтла не ограничивается только определением процентной доли незавершенной работы, а также координирует принятие решений, связанных с очередностью обслуживания клиентов.

Клиенты ежедневно испытывают проблему, обусловленную длительностью ожидания в очереди для размещения заказа. Продолжая ситуацию с малым предприятием общественного питания и учитывая среднее время обслуживания – один клиент за минуту, а также длину очереди в девять клиентов, время выполнения заказа для десятого клиента составит:

$$T = \frac{W}{N} = \frac{9}{1} = 9 \text{ (мин.)}. \quad (3)$$

⁴ Марсель Зиганшин. Бережливый ресторан [Электронный ресурс] // Блог команды «Додо Пицца» [сайт]. URL: <http://sila-uma.ru/2015/01/29/lean-restoran/> (дата обращения: 21.11.2017).

Использование закона Литтла для малого предприятия общественного питания демонстрирует, что данный показатель времени является пограничным значением, поэтому необходимо учитывать возможный отказ клиента, если усредненное время ожидания будет составлять 10–20 минут.

Данная оценка, на основе закона Литтла, позволяет малому предприятию общественного питания:

- нормировать обслуживание клиентов;
- предусматривать оперативное выполнение заказа по дежурным блюдам;
- предварительно оговаривать длительность времени выполнения заказа по фирменным блюдам в меню, а также при поступлении, принятии заказа и другое.

Вышеизложенные аспекты очевидны для предприятия общественного питания с одной кассой. В ситуации, когда клиент приходит, ожидает в очереди, а затем обслуживается любым кассиром, важно учитывать требуемую равнозначность скорости поступления заказов скорости выхода приготовленных блюд, т.е. необходимость формирования средней пропускной способности каждого процесса одинаковой или примерно равной, что означает, тем самым, стабилизацию системы обслуживания клиентов.

Система общественного питания стабильна при заданной усредненной величине пропускной способности, что позволяет сотруднику компании ориентироваться на время выполнения заказа и количество ожидающих клиентов. Это означает, что закон Литтла ориентирует на самих покупателей, предусматривая их количество, и, формирование потока клиентов сквозь систему общественного питания малого предприятия.

Одним из наиболее важных критериев, которые оценивает клиент, помимо качества и стоимости, является способность предприятия общественного питания оперативно предоставлять услуги. Быстрота доставки и оперативность исполнения заказов обрадует клиента, а затягивание времени вызовет рост недовольства.

Базовой целью предприятия является максимизация прибыли, поэтому ему необходимо иметь минимальный объем невыполненной работы. Как правило, предприятия общественного питания стремятся увеличить объемы реализации блюд, поэтому одной из ключевых задач является формирование лимита, обусловленного уменьшением или поддержанием объема незавершенной работы по приготовлению блюд на стабильно минимальном уровне. По сути, это означает поддержа-

ние объема работы на заданном уровне до тех пор, пока не будут завершены предыдущие заказы.

Пропускную способность можно определить, как максимальную скорость выхода процесса, измеряемую в единицах выпуска за единицу времени. Поэтому, для малого предприятия общественного питания, прежде всего, важна максимально достижимая пропускная способность.

Загрузка производственных мощностей малого предприятия общественного питания – фактическая пропускная способность, соотнесенная к максимально достижимой пропускной способности процесса.

$$P = \frac{N}{N_{\max}}, \quad (4)$$

где: P – загрузка производственных мощностей малого предприятия общественного питания;

N – усредненное значение пропускной способности;

N_{\max} – максимально достижимая пропускная способность процесса.

Согласно вышеуказанному определению фактическая пропускная способность не может превышать максимальную пропускную способность, т.е. загрузка производственной мощности не может превышать 100 процентов. Если скорость прибытия клиентов выше, чем максимально достижимая пропускная способность процесса обслуживания, то система может быть неустойчивой при отсутствии каких-либо корректирующих мероприятий. Тогда возникает накопление невыполненных работ и увеличение времени выполнения заказов. Выходом является отказ от выполнения заказов, либо дополнительная загрузка мощности. Наконец, мощность за вычетом пропускной способности – это буфер мощности, который определяет узкое место процесса. Ресурсы узких мест ограничивают пропускную способность процессов.

Ключевой момент использования закона Литтла для малого предприятия общественного питания состоит в необходимости учета ресурсов и увеличении пропускной способности, что стабилизирует систему и исключает потери ресурсов. Закон Литтла четко объясняет взаимосвязь между запасами и временем выполнения заказа.

Использование закона Литтла в деятельности малого предприятия общественного питания формирует оптимальный порядок выполнения работ по группам однородных заказов, сокращает время ожидания по каждому действию в последовательности заданий, а также фокусирует работу на времени исполнения заказов. На рисунке 2 проиллюстрирована систематизация основных способов эффективного ис-



Рис. 2. Систематизация основных способов эффективного использования закона Литтла в деятельности малого предприятия общественного питания ⁵

пользования закона Литтла в деятельности малого предприятия общественного питания.

Используя закон Литтла, предприятие способно сократить количество клиентов, ожидающих в очереди, установлением ограничений на объем работ. Работа не может быть выполнена быстрее, чем скорость исполнения процессов в узких местах. Ограничение невыполненной работы ограничивает количество запасов, что лимитирует ожидания клиентов. Но, по существу, это означает наличие предварительных заказов и ожидание клиентами их выполнения перед системой общественного питания. Ограничение невыполненной работы смещает очередь по предварительному заказу от системы массового обслуживания внутри в формируемую очередь предварительных заказов до кафе, столовой, ресторана, бара и т.д.

С точки зрения клиента ожидание в очереди до системы общественного питания не является более привлекательным, чем ожидание внутри нее, но, контролируя, место и время ожидания клиентов, сотрудники

⁵ Разработано автором.

компания способны существенно упростить процесс обслуживания и спланировать время потока приготовления блюд намного точнее. Очередь из предварительных заказов позволяет сотрудникам быстро оценить время ожидания, и, сроки поступления и принятия заказа.

Использование закона Литтла демонстрирует, что время является одним из лучших способов измерения приверженности и лояльности клиентов предприятию общественного питания.

Список литературы

1. Васюкова А.Т., Любецкая Т.Р. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания / Васюкова А.Т., Любецкая Т.Р. – М.: Дашков и К, 2017. – 416 с.
2. Деннис, Паскаль. Основы бережливого производства : путеводитель по самой эффективной в мире системе производства / Паскаль Деннис ; [пер. с англ. М. Мацковской]. – Москва : ЗАО «Олимп-Бизнес», 2013. – 205 с.
3. Петров А.М. Общественное питание: учет и калькулирование себестоимости: Учебное пособие / А.М. Петров, 3-е изд. – М.: КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 270 с.
4. Зайко Г.М., Джум Т.А. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания: Учебное пособие / Г.М. Зайко, Т.А. Джум. – М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 560 с.
5. Мрыхина Е.Б. Организация производства на предприятиях общественного питания: Учебное пособие / Мрыхина Е. Б. – М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 176 с.
6. Соколов Г.А. Основы теории массового обслуживания для экономистов: Учебник / Г.А. Соколов – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 128 с.
7. Чебакова Г.В., Данилова И.А. Товароведение, технология и экспертиза пищевых продуктов животного происхождения: Учебное пособие / Г.В. Чебакова, И.А. Данилова. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 304 с.

References

1. Vasyukova A.T., Lyubetskaya T.R. Organizatsiya proizvodstva i obsluzhivaniya na predpriyatiyakh obshchestvennogo pitaniya / Vasyukova A.T., Lyubetskaya T.R. – М.: Dashkov i K, 2017. – 416 s.
2. Dennis, Paskal'. Osnovy berezhlivogo proizvodstva : putevoditel' po samoi effektivnoi v mire sisteme proizvodstva / Paskal' Dennis ; [per. s angl. M. Matskovskoi]. – Moskva : ЗАО «Olimp-Biznes», 2013. – 205 s.
3. Petrov A.M. Obshchestvennoe pitanie: uchet i kal'kulirovanie sebestoimosti: Uchebnoe posobie/A.M. Petrov, 3-e izd. – М.: KURS, NITs INFRA-M, 2015. – 270 s.
4. Zaiko G.M., Dzhum T.A. Organizatsiya proizvodstva i obsluzhivaniya na predpriyatiyakh obshchestvennogo pitaniya: Uchebnoe posobie / G.M. Zaiko, T.A. Dzhum. – М.: Magistr: NITs INFRA-M, 2013. – 560 s.

5. Mrykhina E.B. Organizatsiya proizvodstva na predpriyatiyakh obshchestvennogo pitaniya: Uchebnoe posobie / Mrykhina E. B. – М.: ID FORUM, NITs INFRA-M, 2015. – 176 s.
6. Sokolov G.A. Osnovy teorii massovogo obsluzhivaniya dlya ekonomistov: Uchebnyk / G.A. Sokolov – М.: NITs INFRA-M, 2015. – 128 s.
7. Chebakova G.V., Danilova I.A. Tovarovedenie, tekhnologiya i ekspertiza pishchevykh produktov zhivotnogo proiskhozhdeniya: Uchebnoe posobie / G.V. Chebakova, I.A. Danilova. – М.: NITs INFRA-M, 2014. – 304 s.

Часть IV. СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Т. А. Пантелеева

*Кандидат филологических наук,
Tatata070707@mail.ru*

*Кафедра теоретической и прикладной экономики,
Институт мировых цивилизаций,
Москва, Российская Федерация*

SMM как ключевой инструмент продвижения в современных рыночных условиях

Аннотация: *Данная статья посвящена современным тенденциям развития продвижения в интернет-пространстве РФ. В статье выявлена специфика и проанализированы показатели развития продвижения в социальных сетях в России в 2013–2016 годах, определены основные тенденции развития направления в 2017–2018 году.*

Ключевые слова: *Digital-рынок, интернет-аудитория, контент, социальная сеть.*

T. A. Panteleeva

*Cand. Sci. (Philol.),
Tatata070707@mail.ru*

*Theoretical and applied Economics Department,
Institute of world civilizations,
Moscow, Russian Federation*

SMM as a key promotion tool in present market conditions

Annotation: *This article focuses on the current trends of promoting in the online space of the Russian Federation. The article identifies specific features and analyses indicators of development promotion in social networks in Russia in 2013–2016, identifies main tendencies of development in the 2017–2018 year.*

Keywords: *Digital market, Internet audience, the content, the social network.*

Современные рыночные условия вынуждают предпринимателя минимизировать издержки, в том числе снижать расходы и на такой необходимый компонент ведения бизнеса, как реклама. Под рекламой принято понимать «открытое оповещение фирмой потенциальных по-

купателей, потребителей товаров и услуг об их качестве, достоинствах, преимуществах, а также о заслугах самой фирмы»¹.

Значимость рекламы в коммерческой деятельности сложно переоценить. Она выступает катализатором узнаваемости бренда, прямо пропорционально влияя на сбыт продукции, и, следовательно, тесно взаимосвязана с рентабельностью предприятия. Дуализм рекламы определен тем, что она не только ускоряет темпы продаж за счет повышения узнаваемости бренда, но и обладает функциональной составляющей стратегического менеджмента в сфере создания положительного имиджа торговой марки на потребительском рынке. Таким образом, реклама выступает в виде эффективного средства для удержания конкурентных позиций компании на рынке.

Ограниченное рекламное бюджетирование влечет за собой поиск максимально эффективного канала распространения при самой низкой стоимости изготовления рекламного продукта. На сегодняшний день, рекламная индустрия предлагает семь основных средств распространения информации: телевидение, радио, Интернет, печатные издания, внешние и внутренние рекламные конструкции, email-рассылка, PR-мероприятия. Каждое средство распространения «имеет определенную специфику, связанную с практикой продаж возможностей рекламы»².

В период тотальной экономии рекламных бюджетов, «отсутствие базы в виде устойчивого финансового состояния и наличие значительных колебаний рынка, стремление минимизировать затраты влечет за собой сложность вывода на рынок новых торговых марок»³, что определяет выбор интернета как значимого канала распространения рекламы, максимально отвечающего современным реалиям. Распространенность данного подхода среди бизнеса наглядно отображает анализ результатов развития рынка рекламы в РФ за 2016 год. По данным АКАР, объем рынка рекламы в России в 2016 году продемонстрировал рост, вызванный мобилизацией рынка, и составил 360 млрд руб.⁴

¹ Экономический словарь. От теории к практике: учебное пособие / О.Г. Гореликова-Китаева [и др.]. – Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2016. С. 79–80.

² Кузнецов П.А. Современные технологии коммерческой рекламы: практическое пособие / П.А. Кузнецов. – М.: Дашков и К, 2014. С. 8.

³ Пантелеева Т.А. Брендочная мимикрия как современная рекламная технология: актуальные подходы и направления развития // Образование. Наука. Научные кадры. 2017. № 3. С. 109.

⁴ Ассоциация Коммуникационных Агентств России // URL:http://www.akarussia.ru/knowledge/market_size/id7363.

**Динамика объёмов рекламного рынка в РФ по итогам 2016 года
(по данным АКАР⁵)**

Канал распространения	2015 (млрд. руб.)	2016 (млрд. руб.)	Отклонение (%)
Телевидение	136,7	150,8	+10
Радио	14,2	15,1	+6
Печатные СМИ	23,3	19,7	+6
Наружная реклама	32,0	38,3	-16
Интернет	115	136	+21

Таким образом, общая тенденция к падению рекламного рынка сменилась ростом, наиболее активно проявившемся в интернет-сегменте рекламного рынка.

Данный контекст выступает катализатором развития интернет-сегмента современного промоушена, представленного следующими видами: баннерная реклама, контекстная реклама, тизерная реклама, агрессивная всплывающая pop-up реклама, целевая реклама в социальных сетях, форматы рекламы на youtube, тематические сайты, реклама в e-mail рассылках. Особое внимание уделяется продвижению в социальных сетях, что позволяет считать SMM ключевым инструментом продвижения.

SMM (Social Media Marketing) – это процесс «привлечения внимания к товарам и услугам с использованием платформ социальных сетей»⁶.

На сегодняшний день, социальные сети выступают как полифункциональные платформы, синтезирующие в одном месте множество потенциальных потребителей рекламно-информационных сообщений с одновременной возможностью их градации по значительному количеству значимых признаков: пол, возраст, семейное положение, место проживания, интересы, уровень дохода.

По данным TNS, на начало 2014 года самой значительной месячной аудиторией обладали соцсети «ВКонтакте» и «Одноклассники», которые посещали более 52 и 42 млн. пользователей соответственно;

⁵ Ассоциация Коммуникационных Агентств России // URL:http://www.akarussia.ru/knowledge/market_size/id7363.

⁶ Алаев Д. SMM – социальный маркетинг как инструмент развития бизнеса // Интернет-маркетинг от «А» до «Я» URL: <https://alaev.net/zametki/smm-sotsialnyj-marketing-kak-instrument-razvitiya-biznesa>.

около 30 млн. человек приходилось каждый месяц на социальные платформы Мой Мир, немногим меньше – в «Facebook»; российская аудитория «Twitter» в начале 2014 года была на порядок меньше – 11,6 млн ⁷.

Анализ показателей 2016 года демонстрирует изменение предпочтений пользователей. По данным TNS, аудитория «ВКонтакте» остановила свое снижение на 46,6 млн. человек, на втором месте «Одноклассники» с аудиторией 31,5 млн. человек, аудитория Facebook составила 21,7 млн. чел., на четвертом месте «Мой Мир» – 16,6 млн. чел и «Живой Журнал» с аудиторией 15,2 млн. чел, аудитория Instagram составила 12,3 млн. чел. ⁸

Динамика рейтинга популярности социальных сетей за последние пять лет, оцениваемая как доля трафика, генерируемая данной социальной сетью в Рунете, представлена на рисунке 1. Количество трафика социальной сети оценивалось по данным крупнейших в России сервисов интернет-статистики: Яндекс.Метрика, SpyLog/Openstat, LiveInternet, Hotlog, Рейтинг@Mail.ru, SEO-AUDITOR.

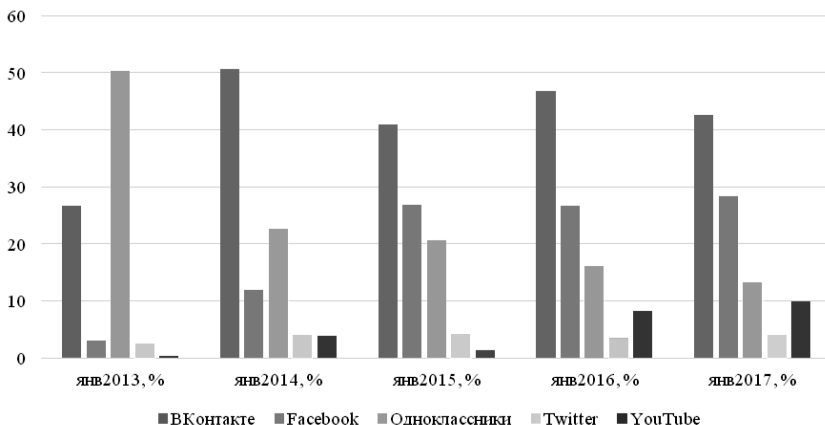


Рисунок 1. Динамика рейтинга социальных сетей в РФ за 2013–2017 гг. (составлено автором на основе данных SEO-AUDITOR ⁹)

Отдельное внимание необходимо уделить бесплатному приложению с элементами социальной сети для обмена фотографиями и ви-

⁷ Результаты исследования аудитории СМИ // Mediascope URL: <http://mediascope.net/>.

⁸ Там же.

⁹ Рейтинг социальных сетей // SEO-AUDITOR. URL: <http://gs.seo-auditor.com.ru/socials/>.

деозаписями с возможностью перекрестного распространения их на других платформах – Instagram, чья популярность у пользователей в 2016 году приблизилась к 20%. Стремительный рост обусловлен значительным количеством присущих приложению сервисов для обработки и загрузки фото и видео-сообщений, росту популярности Live-видео, возможности репостирования на другие социальные площадки.

По данным Mediascope, аудитория сети Интернет в октябре 2016 – марте 2017 года достигла планки в 87 млн. человек, что составило более 70% от всего населения страны, годовой прирост интернет-аудитория за год, по данным Mediascope, составил 2%. При этом следует отметить, что «66 млн. человек, или 54% от населения РФ, пользуются интернетом хотя бы 1 раз в месяц через мобильные устройства, а 20 млн. человек – 16% от населения страны – только с мобильных устройств»¹⁰.

Стремительный рост числа пользователей социальных сетей и результаты развития Digital-рынка позволяют с уверенностью говорить о несомненной значимости SMM на современном этапе и возможном расширении его возможностей для продвижения товаров и услуг в дальнейшем.

Размещение рекламы в социальных сетях возможно двумя способами: через официальные биржи, имеющиеся на каждой социальной платформе и через сторонние сервисы (биржи социальной рекламы). Определенная кризисными реалиями тенденция к минимизации рекламных бюджетов определяет наиболее оптимальным именно второй путь размещения рекламно-информационного сообщения. В качестве стартовой площадки можно использовать как страницы пользователей, так и группы.

Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) в качестве самых востребованных на июнь 2017 года в социальных сетях определил юмористические тематические сообщества (43%), группы, связанные со здоровьем (41%), новости (41%), страницы о еде и кулинарии (36%), доме и семье (33%), путешествиях (32%), спорте (31%), науке и технике (28%)¹¹.

В качестве основных тенденций развития SMM-направления в 2017–2018 году можно определить следующие.

¹⁰ Аудитория пользователей интернета в России в 2017 году составила 87 млн. человек // Mediascope URL: <http://mediascope.net/press/news/744498/>.

¹¹ Никитин А. ВЦИОМ назвал самые популярные соцсети в России // Экономика сегодня. – 02 июня 2017 URL: https://rueconomics.ru/251267-vcion-nazval-samyepopulyarnye-socseti-v-rossii#from_copy.

1. Значимость социальных площадок для продвижения товаров и услуг будет продолжать возрастать, демонстрируя, в отличие от других каналов распространения рекламной информации, прирост в продолжающихся кризисных условиях.

2. Развитие digital-рынка будет усиливать не только положительную динамику активности пользователей социальных площадок, но и формировать базис для их оптимизации под мобильные устройства.

3. Активное использование локального маркетинга позволит усилить таргетированность рекламных сообщений в социальных сетях.

4. Продолжится активное развитие Live-видео как одной из технологий SMM: кроме Periscope и Facebook Live, уже появились OK live и VK Live. Использование живых трансляций значительно активизирует обратную связь с потенциальными потребителями и расширяет демонстрационные возможности рекламного сообщения, увеличивая процент вовлеченности по сравнению с обычным видео-контентом.

5. Рост значимости визуального контента продолжится. Фото, видео, Live-видео будут занимать главенствующее место среди форматов SMM-направления, в том числе и в B2C сегменте.

6. Активное использование пользователями краткосрочного контента в Snapchat и Instagram Stories активизирует формирование механизма его использования как формата рекламного сообщения. С большой долей вероятности можно прогнозировать появление подобного вида контента и на других социальных площадках в российском интернете. Краткосрочный контент позволит сблизить рекламодателя и целевую аудиторию, придать рекламно-информационной информации натуральности и достоверности за счет фиксации момента действительности без возможной ретуши. Однако наиболее активно в ближайший период времени этим форматом будут пользоваться организации с низким уровнем бюджета и индивидуальные предприниматели сферы услуг.

7. Геймификация продолжит активное восхождение за счет привлечения к ее использованию не только крупных, но и средних компаний, что обусловлено развитием digital-рынка.

8. Большое внимание будет уделяться стимулированию онлайн-продаж.

9. Значимость SMM в отношении увеличения охвата, вовлеченности и продаж формирует необходимость использования платного продвижения несмотря на минимизации рекламных бюджетов.

Таким образом, современные рыночные условия формируют особый подход к использованию SMM. Положительная динамика ауди-

торий социальных сетей; развитие digital-рынка и формирование основы для оптимизации социальных сетей под мобильные устройства; использование широких возможностей новых форматов: Live-видео, краткосрочного контента, геймификации; активное использование локального маркетинга позволят использовать социальные сети в качестве полифункциональных площадок, синтезирующих в одном месте множество потенциальных потребителей рекламно-информационных сообщений для формирования четко таргетированной целевой аудитории, что отразится на увеличении рекламных бюджетов SMM-направления в ближайшем будущем.

Список литературы

1. Алаев Д. SMM – социальный маркетинг как инструмент развития бизнеса // Интернет-маркетинг от «А» до «Я» URL: <https://alaev.net/zametki/smm-sotsialnyj-marketing-kak-instrument-razvitiya-biznesa>.
2. Ассоциация Коммуникационных Агентств России // URL:http://www.akarussia.ru/knowledge/market_size/id7363.
3. Аудитория пользователей интернета в России в 2017 году составила 87 млн. человек // Mediascope URL: <http://mediascope.net/press/news/744498/>
4. Кузнецов П.А. Современные технологии коммерческой рекламы: практическое пособие / П.А. Кузнецов. – М.: Дашков и К, 2014. – 296 с.
5. Никитин А. ВЦИОМ назвал самые популярные соцсети в России // Экономика сегодня. – 02 июня 2017 URL: https://rueconomics.ru/251267-vcion-nazval-samye-populyarnye-socseti-v-rossii#from_copy.
6. Пантелева Т.А. Брендовая мимикрия как современная рекламная технология: актуальные подходы и направления развития // Образование. Наука. Научные кадры. 2017. № 3. С. 109–111.
7. Результаты исследования аудитории СМИ // Mediascope URL: <http://mediascope.net/>.
8. Рейтинг социальных сетей // SEO-AUDITOR. URL: <http://gs.seo-auditor.com.ru/socials/>.
9. Экономический словарь. От теории к практике: учебное пособие / О.Г. Гореликова-Китаева [и др.]. – Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2016. – 120 с.

References

1. Alaev, D. SMM – social marketing as a tool of business development // Internet marketing from «A» to «I» URL: <https://alaev.net/zametki/smm-sotsialnyj-marketing-kak-instrument-razvitiya-biznesa>.
2. Association of Communication agencies of Russia // URL:http://www.akarussia.ru/knowledge/market_size/id7363.
3. The audience of Internet users in Russia in 2017 amounted to 87 million people // Mediascope URL: <http://mediascope.net/press/news/744498/>.

4. Kuznetsov P. A. Modern technologies of commercial advertising: a practical guide / A. P. Kuznetsov. – M.: Dashkov and To, 2014. – 296 p.
5. Nikitin A. VTSIOM named the most popular social networks in Russia // Economics today. – June 02, 2017 URL: https://rueconomics.ru/251267-vciom-nazval-samye-populyarnye-socseti-v-rossii#from_copy.
6. Panteleeva T. A. Branded mimicry as modern advertising technology: current approaches and directions of development // Education. Science. Scientific personnel. – 2017. – No. 3. – P. 109–111.
7. The results of the study of media audiences // Mediascope URL: <http://mediascope.net/>
8. The rating of social networks // SEO-AUDITOR. URL: <http://gs.seo-auditor.com.ru/socials/>
9. Dictionary. From theory to practice: textbook / O. G. Gorelikova-Kitaeva [and others]. – Orenburg: Orenburg state University, 2016. – 120 p.

Т. А. Пантелеева

*Кандидат филологических наук,
Tatata070707@mail.ru*

*Кафедра теоретической и прикладной экономики,
Институт мировых цивилизаций,
Москва, Российская Федерация*

Е. А. Петрова

petrova_ekaterina@mail.ru

*Кафедра менеджмента и торгового дела,
Российский университет кооперации,
Мытищи, Российская Федерация*

Современные тенденции продвижения бренда в социальных сетях: перспективные подходы

Аннотация: Данная статья посвящена современным тенденциям развития маркетинга в интернет-пространстве РФ. В статье выделены наиболее перспективные площадки для продвижения бренда, даны рекомендации по созданию и ведению аккаунтов, а также по использованию наиболее эффективных подходов для привлечения и удержания подписчиков.

Ключевые слова: SMM-маркетинг, интернет-площадка, Instagram, контент, репост, хэштег.

T. A. Panteleeva

*Cand. Sci. (Philol.),
Tatata070707@mail.ru*

*Theoretical and applied Economics Department,
Institute of world civilizations,
Moscow, Russian Federation*

E. A. Petrova

petrova_ekaterina@mail.ru

*Management and trading business Department,
Russian University of cooperation,
Mytishchi, Russian Federation*

Modern trends of brand promotion in social networks: promising approaches

Annotation: *This article is devoted to modern trends in the development of marketing in the Internet space of Russia. The article highlights the most promising platform for brand promotion, recommendations for the establishment and maintenance of accounts and use of the most effective approaches to attract and retain subscribers.*

Keywords: *social media marketing, online platform, Instagram, content, repost, hashtag.*

Продвижение в социальных сетях, или, как принято его называть, SMM-маркетинг, в максимально сжатые сроки вошел в жизнь современного общества. В настоящее время этот вид активности занимает серьезную нишу в системе маркетинговых коммуникаций. В период экономии средств, «расходы на использование интернета как канала распространения рекламы является доступным и продуктивным и максимально отвечает современным реалиям»¹.

Такое положение вещей не вызывает удивления, так как войдя в социальную сеть человек получает все и сразу: знания, развлечения, огромные возможности для бизнеса, общение с человеком в любой точке мира в режиме онлайн, участие в тематических сообществах и многое другое.

За последние 7–8 лет социальные сети смогли заменить многие средства массовой информации, такие как телевидение, радио и печатные издания. Теперь по дороге на работу, в транспорте человек вместо газеты просматривает ленту новостей в социальной сети. Повсеместное распространение беспроводных сетей интернет этому способствует. Дома вместо телевизора люди все чаще смотрят фильмы, предложенные сообществами в тех же социальных сетях, а ТВ-новостям предпочитают ролики, записанные очевидцами и размещенные на страницах все тех же социальных сетей.

Такой вид подачи информации позволяет человеку думать, что он получает только тот контент, который хочет, а не тот, что навязывают СМИ, так как ленту новостей формируют сообщения групп и людей, которых пользователь выбрал сам и добавил в свои друзья.

Не менее важным фактором распространения социальных сетей как современного средства подачи информации является и то, что отпадает необходимость использования дополнительных, зачастую громоздких приборов: телевизора, радиоприемника, объемной книги или журнала. Все это находится в корпусе одного смартфона, легко помещающегося в кармане.

¹ Пантелеева Т.А. Основные тенденции развития рекламного рынка в России // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2016. Т. 5. № 1. С. 54.

В настоящее время среднестатистический пользователь проверяет свой аккаунт в социальных сетях не менее 2–4 раз в день, просматривая при этом, до ста страниц. Такая активность долгое время являлась целью любого интернет-проекта, но только социальные сети смогли этого уровня достичь. Интересно, что в последнее время популярность социальных сетей сравнялась с популярностью поисковых систем, и в ближайшее время даже может ее превзойти. Таким образом, более миллиарда людей являются пользователями социальных сетей, а часть из них выходят в интернет, только для того, чтобы общаться в социальных сетях.

Все это демонстрирует, насколько данный ресурс вошел в жизнь современного человека, и почему значение продвижения в социальных сетях настолько возросло, что его выделили в отдельную отрасль маркетинга – Social media marketing (SMM). Основой SMM является создание и размещение контента доверительного характера на «хорошо просматриваемых площадках социальной сети»².

Таких площадок на данный момент много. Каждое сообщество имеет свою аудиторию, причем существуют как узкопрофильные площадки, такие как baby.ru (для будущих и настоящих матерей), drom2.ru (для автолюбителей), так и крупные сообщества без ярко выраженной окраски пользователя.

Основными и наиболее известными социальными сетями в Российской Федерации являются: Ok.ru (Одноклассники), Vk.com (ВКонтакте), Facebook.com (Фэйсбук), Twitter.com (Твиттер), Instagram.com (Инстаграм).

В настоящее время, согласно статистике Brand Analytics, наиболее популярными на территории РФ «являются ВКонтакте, Одноклассники, Фэйсбук, Инстаграм»³.

По данным TNS-global.ru, ежемесячная аудитория большинства социальных сетей несколько снизилась, но есть и источники, показавшие рост. Так, аудитория ВКонтакте остановилась на 46,6 млн. человек, второе место – у Одноклассников (31,5 млн. человек). Аудитория Facebook в декабре 2016 г. составила 21,7 млн. чел. Аудитория Instagram к декабрю 2016 г. увеличилась на 2 млн и составила 12,3 млн. чел. Аудитория Twitter

² Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях – 2-е изд. Манн, Иванов и Фербер 2014г. С. 3.

³ Brand Analytics, исследование, январь 2016. URL: <http://blog.br-analytics.ru/socialnye-seti-v-rossii-zima-2015-2016-cifty-trendy-prognozy/>.

осталась практически без изменений и равна 7,7 млн. чел.⁴. Представим градацию наглядно на рисунке 1.

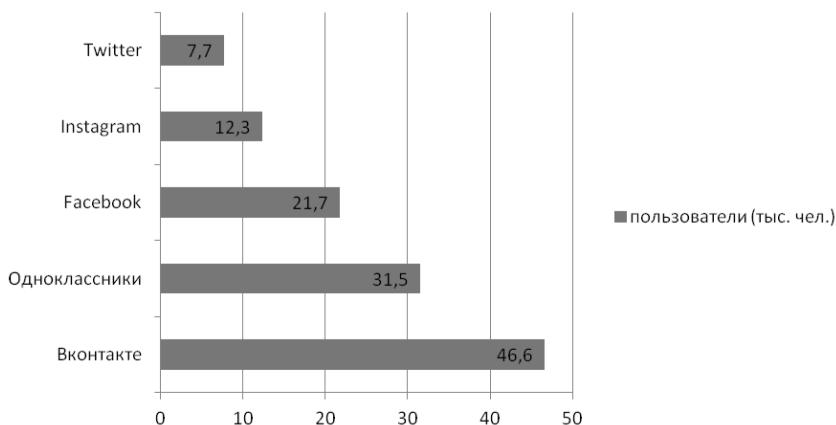


Рисунок 1. Ежемесячный уровень посетителей различных социальных сетей по итогам 2016 года (Источник: составлено автором на основе данных TNS-global⁵)

Несмотря на уверенное лидерство Российских социальных сетей, таких как ВКонтакте и Одноклассники, продолжается рост российской части Facebook. Причем этот рост наблюдается в первую очередь в области деловых контактов и бизнеса. Доля Фейсбук при анализе бизнес-тематик часто составляет более 30% всего объема данных соцмедиа по теме.

Идет значительное увеличение активности российского сегмента Instagram. Причем большинство авторов Instagram являются активными пользователями других социальных сетей — доля кросспостинга из Instagram в другие социальные сети превышает 50% сообщений. При этом «российская часть Твиттера теряет пользователей»⁶.

За последние годы Instagram не только стала одной из самых любимых многими социальных сетей, но и вошла в список самых популярных в мире веб-сайтов. Принято считать, что такое положение вещей напрямую связано с восприятием пользователей. Более 80% людей

⁴ TNS Web-Index, исследование месячной аудитории, январь 2016. URL: <http://mediascope.net/services/media/media-audience/internet/>.

⁵ Там же.

⁶ Brand Analytics, исследование, январь 2016. URL: <http://blog.br-analytics.ru/socialnye-seti-v-rossii-zima-2015-2016-cifry-trendy-prognozy/>.

по природе являются визуалами, то есть лучше усваивают визуальную информацию — фото, видео. Именно эта особенность пользовательской аудитории учитывается в Instagram: там размещают именно фото- и видеоматериалы. Кроме того, комментарии в Instagram можно добавить любой величины, что гораздо удобнее по сравнению с Твиттером, где размер сообщения должен включать не более 140 символов.

Таким образом, среди социальных сетей наиболее перспективной площадкой для продвижения можно считать именно Instagram, исходя из роста численности его посетителей, а также из особенностей использования контента, наиболее легко воспринимаемого аудиторией.

В настоящее время Instagram — это одна из крупнейших площадок, где размещается личный визуальный контент и одновременно самая быстрорастущая социальная сеть в России. Instagram характеризуется довольно высоким уровнем активности и вовлеченности участников, кроме того эта площадка является международной.

Как наиболее быстроразвивающуюся социальную сеть в Российской Федерации Instagram можно по праву назвать и максимально перспективной площадкой для социального медиа маркетинга.

Эта сеть берет свое начало в 2010 году, когда она была запущена как приложение для iPhone. За первый месяц в Instagram было зарегистрировано более миллиона пользователей по всему миру. А к 2014 году пользователей было уже более 150 миллионов, которые ежедневно публикуют порядка 55 миллионов фотографий и ставят 1,2 миллиарда лайков⁷. Несмотря на то, что изначально Instagram выпускался как приложение для iPhone, исходя из перспективности сети, были выпущены варианты приложения для смартфонов на других платформах и даже для использования на стационарном оборудовании (компьютер, ноутбук).

Тем не менее изначальная разработка приложения для мобильных устройств наделила эту сеть определенными особенностями.

Особенностями социальной сети Instagram можно считать следующее:

1. Достаточно платежеспособная аудитория, более 70% которой женщины в возрасте 20–35 лет.
2. Instagram наиболее популярен в крупных городах, однако еще недостаточно распространен в городах с населением до миллиона жителей, особенно за Уралом. Территориально, наибольший уровень

⁷ Brand Analytics, исследование, январь 2016. URL: <http://blog.br-analytics.ru/socialnye-seti-v-rossii-zima-2015-2016-cifry-trendy-prognozy/>.

пользователей «наблюдается в Ленинградской области (33% пользователей социальных сетей этого региона предпочитают Instagram), Москва – 22% пользователей региона и Сахалинской области – 17% пользователей»⁸.

3. Средний чек покупки через Instagram составляет до 6000 рублей, что является довольно высоким показателем для Российских сетей (Одноклассники – 1000–1500, ВКонтакте – 3000) и средним для международных сетей, где средний чек покупки, например, через Facebook, составляет 8000.

4. Для сети Instagram характерна высокая вирусность. Лайк здесь равен репосту. Дело в том, что в ряде социальных сетей существуют два типа выражения отношения к контенту. Первый тип, когда можно нажать «нравится» (лайк), тем самым показывая, что эта новость пользователю по душе, или можно нажать «поделиться» (репост) и выбранная новость будет скопирована на страницу пользователя, где ее увидят остальные. Такая система характерна для ВКонтакте, Facebook, Twitter. В то же время существует и другой тип, когда нажатие виджета «нравится» (лайк, сердце, класс) автоматически размещает пост в общей ленте с пометкой «пользователю это понравилось». Такая система работает в Instagram, в Одноклассниках и является очень выгодной для продвижения, так как обладает высокой скоростью распространения информации из постов среди пользователей, по-другому это качество социальной сети называется «вирусность».

5. Instagram является мобильной сетью, «разработанной под мобильные устройства и ориентированной на визуальный контент»⁹. Если другими сетями часто пользуются на стационарных компьютерах и ноутбуках, то здесь работают в основном смартфоны, планшеты. Именно поэтому контент, размещаемый в сети Instagram, должен быть идеальным для быстрого восприятия со смартфона, который используется зачастую в местах, где пользователя многое отвлекает (транспорт, места общественного пользования и т.д.).

Таким образом, чтобы сделать свой аккаунт популярным и в дальнейшем успешно продвигать с его помощью какой-то продукт, необходимо создание интересного аккаунта и привлекательного контента, исходя из особенностей аудитории социальной сети Instagram.

⁸ Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях – 2-е изд. Манн, Иванов и Фербер 2014г. – С. 3.

⁹ SMM – это Маркетинг в социальных сетях // Интернет решения URL: <https://www.site-rb.ru/uslugi-site-rb/smm/>.

Для начала продвижения в социальной сети Instagram необходимо правильно оформить аккаунт. И здесь важно выполнить четыре шага:

1. Придумать простой и запоминающийся ник. При создании продающего аккаунта важно тщательно подобрать название. Желательно, чтобы оно состояло из одного слова и не содержало сложных для написания на латинице букв, типа Ш, Ц, Ж, Ё и т.д. Слова типа shop, sale, showroom лучше также не включать в название — они отпугивают подписчиков.

2. Использовать яркую фотографию для аватара. Многие продающие аккаунты стремятся использовать в качестве аватара логотип, однако на начальных этапах раскрутки размещать этого делать не рекомендуют. Лучше если это будет фото, например, мастера за работой, изготавливающего продвигаемый товар или его использующего.

3. Сделать емкое продающее описание аккаунта. Описание аккаунта вмещает всего 150 символов, поэтому стоит использовать его максимально рационально. Хорошо работает сочетание «3 вопроса + УТП», то есть в описании даются ответы на вопрос «кто автор профиля, что у него за товар, бизнес», «где он находится» — ценная информация для целевой аудитории, будущих покупателей, кратко сформулировать «уникальное торговое предложение», и контакты — «как связаться с автором профиля».

4. Поставить ссылку на сайт или профиль в другой социальной сети. Этой возможностью не стоит пренебрегать, так как ссылки в Instagram кликабельны, выглядят ярко и позволяют сразу перейти на продающий сайт.

После подготовки аккаунта, необходимо перейти к контенту или наполнению страницы. Как уже говорилось выше, существует несколько типов контента, который необходимо размещать в Instagram для привлечения подписчиков.

Первый тип напрямую связан с содержанием постов и здесь выделяют такие методы, как:

1. Выдача тайной информации. Подписчики любят узнавать то, что недоступно для них в обычной жизни, скрыто от глаз обывателя. В работе любого предприятия есть внутренняя «кухня» какого-то процесса, маленькие секреты, которые можно раскрывать последователям аккаунта в Instagram.

2. Раскрытие новой информации. По природе человек очень любознателен, а значит, визуальный контент, сопровождающийся фактом («а знаете ли вы, что ...») будет изучен с большим интересом, нежели просто снимок. Поэтому каждое фото следует дополнить не только

названием, но еще какой-нибудь любопытной деталью. О продвигаемом товаре прочитают с большим интересом, если дать, например, информацию о материале из которого он сделан или инструментах, с помощью которых его изготавливают.

3. Включение полезной информации. В социальных сетях доступно много пустых данных, поэтому любой действительно полезный контент тут же становится востребованным. При этом очень уместно использовать инфографику.

4. Демонстрация и поддержание лайфстайла. Красивые фотографии — это половина успеха среди пользователей Instagram, но гораздо ценнее, когда за ними стоит какая-то философия, стиль жизни, которому хочется следовать. Настроение, образ жизни и ценности — это то, что привлекает сильнее всего.

5. Мотивация. Контент, размещаемый в Instagram должен вдохновлять последователей, показывать, как можно изменить что-то в лучшую сторону. Именно в этом ключе выгоднее всего будет смотреться продвигаемый товар.

Второй тип больше связан с содержанием и включает следующие методы привлечения и удержания подписчиков:

1. Сторителлинг. В дословном переводе с английского — рассказывание историй. За каждой фотографией, за каждым кадром должен быть свой сюжет, своя легенда, отражающая философию продвигаемого бренда или компании.

2. Юмор — это не обязательно шутка под снимком, ирония может быть уже в самой фотографии.

3. Провоцирование общения. Для поддержания интереса к своему аккаунту, а значит, и к продвигаемому продукту, автор должен быть открытым для коммуникации, постоянно выходить на диалог со своей аудиторией.

4. Использование качественных фотографий. Instagram социальная сеть с визуальным контентом, следовательно фото должны быть качественными, как с технической стороны вопроса, так и с эстетической.

5. Написание качественного текста. Грамотная согласованная речь очень важна для удержания подписчиков, режущие глаз ошибки отталкивают пользователей.

6. Выдерживание концепции и стилистики. Создание и поддержание уникальной идеи, маленьких, но присущих только данному аккаунту и товару особенностей — это то, что отличает от остальных.

Таким образом, исходя из особенностей сети, необходимо формировать определенный контент для привлечения и удержания подписчи-

ков. Не стоит также забывать, что в сети Instagram лайк равен репосту. Это значит, что хороший контент, который понравится последователям аккаунта и заставит их поставить лайк, автоматически распространит его и среди друзей-последователей, которые могут быть не подписаны на этот аккаунт.

Исходя из специфики социальной сети Instagram как наиболее перспективно развивающейся в настоящее время, а также исходя из типов контента характерных для размещения в ней, можно выделить некоторые методы продвижения в сети Instagram.

Прежде всего следует сказать, что существуют универсальные правила продвижения в социальных сетях, которые справедливы, в том числе, и для сети Instagram:

1. Правильный подбор социальной площадки и целевой аудитории. Как говорилось выше, аудитория соцсети Instagram на 70% женского пола, проживающая в крупных городах и имеющая стабильный доход. Поэтому здесь, например, будет актуально продвижение товаров и услуг для детей, для поддержания красоты и здоровья, для животных.

2. Анализ страниц конкурентов и партнеров с целью сформировать задачи для своей будущей страницы и получить информацию о потенциальных пользователей: как они себя ведут, что им интересно, чем они делятся и в каком интерактиве участвуют. В дальнейшем, уже после создания группы, такой анализ нужно будет провести и среди своих пользователей, чтобы правильно корректировать контент.

3. Формирование контентной стратегии. Публикации на странице должны быть интересны, максимально оригинальны и составлены на основе интересов целевой аудитории. Наибольшей популярностью в рунете пользуются сообщения вызывающие на дискуссию. Также приветствуется визуальный контент. Однако стоит помнить, что каждая площадка обладает рядом особенностей, и учитывать их.

4. Планирование контентной деятельности. Желательно заранее понимать какой вид интерактива будет проводиться. Так, например, за месяц планировать посты необязательно, а вот конкурсы, розыгрыши и другие мероприятия необходимо планировать хотя бы на 3 месяца вперед. Это поможет не только подготовиться к компании: подобрать призы, время подведения итогов, но и дать возможность пользователям в полной мере насладиться участием.

5. Оценка эффективности работы страницы. Любой маркетинговый инструмент, и SMM-маркетинг – не исключение, нуждается в контроле эффективности. В случае с социальными сетями, как уже говорилось, в каждой выработана своя система метрик, которая идеально

подходит для оценки работы площадки. Рекомендовано раз в месяц «просматривать статистику не только наполнения группы, но и источников поступления пользователей»¹⁰.

Однако, наряду с общими правилами SMM-маркетинга, есть ряд особенностей продвижения именно в Instagram. После определения стратегии, подготовки контента и других важных аспектов аккаунта в Instagram следует выявить еще несколько методов продвижения аккаунта товара или компании. Условно эти методы можно разделить на искусственные и естественные.

К искусственным методам привлечения посетителей можно отнести как достаточно эффективные способы платного выкладывания постов, так и обычную накрутку подписчиков и/или лайков. Рассмотрим каждый способ более детально.

Накрутка численности подписчиков считается неоднозначным способом, так как является по сути «покупкой» посетителей, так называемых ботов. Такие зачастую зарегистрированы для подобных целей, или специально выкуплены для накрутки. Иногда это даже взломанные и украденные страницы реальных людей. Так или иначе, такие аккаунты не являются «живыми» пользователями и никакой реальной пользы от них, кроме количества нет. Но и большое количество не вовлеченных в процесс продвижения пользователей не имеет смысла. Они не будут ставить лайки, вступать в дискуссии, наконец, они не будут покупать продвигаемый товар. Кроме того, за накрутку подписчиков продвигаемый аккаунт, куда вложено огромное количество времени и усилий, могут навсегда заблокировать. Единственное оправдание использования накрутки — это первоначальная раскрутка нового аккаунта для обеспечения видимости активной деятельности на странице. Но если «нулевое» состояние не так критично, специалисты рекомендуют отказаться вовсе от этого способа.

Платное размещение контента в Instagram встречается повсеместно. Чаще всего их можно встретить в пабликах «многотысячников» и аккаунтах знаменитых людей. Такой метод является достаточно эффективным на практике.

Другим вариантом платного размещения может служить работа с рекламной биржей в Instagram. Сайт сыграет роль посредника продвигаемым аккаунтом и собственниками тех популярных аккаунтов, которые интересны для продвижения конкретного товара. Затем в ука-

¹⁰ Принципы эффективного использования. Издание inteslib совместно с издательством НГУ // URL: <http://www.marketing.spb.ru>.

занных аккаунтах размещается пост, оплаченный профиль отмечают на фото в описании. В итоге охватывается не только широкая аудитория, но и добавляются собственные реальные подписчики.

Интернет-реклама, как метод продвижения считается традиционным и самым эффективным способом среди платных методов раскрутки. В этом случае продвижение осуществляется в блогах, посредством PR-статей и на площадках разных сайтов. Это разнообразные материалы для промо-акций, размещение профиля в популярные подборки по типу «10 наиболее интересных аккаунтов в Instagram, на которые стоит подписаться» на популярном сайте. Это может быть даже ссылка на фотоснимок с продвигаемого аккаунта внутри контента или на ресурсе, где сосредоточено наибольшее количество пользователей из целевой группы.

Таким образом, существует несколько искусственных методов продвижения аккаунта в Instagram. Некоторые из этих методов признаны эффективными, некоторые не рекомендуются к использованию. Однако объединяет их необходимость платить за продвижение. В то же время, существуют так называемые естественные методы продвижения, и они в корне отличаются от методов, указанных выше. С одной стороны, естественные методы продвижения не нуждаются в оплате, с другой — это более трудоемкий процесс, требующий знаний и опыта.

Хэштеги — один из наиболее эффективных естественных способов продвижения в Instagram. Хэштег (от англ. hashtag) — «описание для содержания»¹¹. Его использование значительно упрощает для пользователей поиск информации, постов, фото, сообщений по определенной теме, указанной в хэштеге. Обычно, хэштег — это фраза, написанная без пробелов (слитно), или слово, в начале которых ставится решетка (#).

Механизм работы хэштегов очень прост: автор размещает в посте хэштег, который автоматически при публикации превращается в ссылку. При нажатии на хэштег осуществляется переход на страницу, где выдаются все посты, на которых указанный хэштег был размещен. При этом можно использовать как распространенные хэштеги, чтобы влиться в популярную группу, так и создать свой личный и заниматься его продвижением. Необходимо помнить, что выбранные хэштеги должны соответствовать философии и ценностям продвигаемого аккаунта и его товара.

¹¹ Хэштеги — руководство пользователя // Королев Ф. URL: <http://promotiger.ru/prodvizhenie-i-raskrutka/xeshtegi-rukovodstvo-polzovatelya.html>.

Для качественного и быстрого продвижения рекомендуется использовать распространенные хэштеги. Существует топ наиболее распространенных хэштэгов, который можно найти в поисковике. Поиск по хэштегам имеет феноменальный результат, поскольку его любят подписчики и он довольно удобен для торговых марок. При добавлении любого контента следует указать хэштег, который входит в топ наиболее популярных. Таким способом можно значительно увеличить масштаб распространения материала, заработать лайки и привлечь живых, активных подписчиков. Однако тут важно не переборщить и не использовать слишком абстрактные и популярные хэштеги и предпочесть их пусть менее распространенным, но более целевым.

Следующим продуктивным, и при этом бесплатным методом привлечения живых подписчиков, является осуществление подписок и раздача лайков. Для того, чтобы постоянно находиться на виду у целевой аудитории автору продвигаемого аккаунта необходимо стать активным пользователем Instagram, подписываться на аккаунты, лайкать контент и вступать в обсуждения с теми пользователями, что подходят под ваши хэштэги.

Не следует пренебрегать и таким продуктивным методом продвижения как акции, бонусы и конкурсы. Все это и в реальной жизни является эффективным средством привлечения аудитории. В социальных сетях работают те же законы, подписчики любят получать скидки, подарки, участвовать в лотереях, — такова природа человека. Конечно, основным критерием для участия в таких мероприятиях следует сделать подписку на продвигаемый аккаунт, что позволит аккаунту получить подписчиков, а подписчикам — бонусы.

Таким образом, можно с уверенностью сказать, что продвижение в социальных сетях является одним из перспективнейших направлений в маркетинге и рекламе. Среди крупнейших SMM-площадок в Российской Федерации наиболее динамичной в последние годы является социальная сеть Instagram. Данная сеть ориентирована на использование через мобильные устройства, за счет чего имеет ряд особенностей, которые необходимо учитывать организации продвижения какого-либо товара или компании. Тем не менее, существует ряд правил и методов, как платных, так и бесплатных, проверенных временем и новых, высокотехнологичных для максимального привлечения подписчиков к продающему аккаунту, дальнейшему их удержанию и стимулированию к покупке.

Список литературы

1. Пантелеева Т.А. Основные тенденции развития рекламного рынка в России // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2016. Т. 5. № 1. С. 51–54.
2. Принципы эффективного использования. Издание inteslib совместно с издательством НГУ. // URL: <http://www.marketing.spb.ru>.
3. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях – 2-е изд. Манн, Иванов и Фербер 2014 г. – 240 с.
4. Хэштэги – руководство пользователя // Королев Ф. URL: <http://promotiger.ru/prodvizhenie-i-raskrutka/xeshtegi-rukovodstvo-polzovatelya.html>
5. Brand Analytics, исследование, январь 2016. URL: <http://blog.br-analytics.ru/socialnye-seti-v-rossii-zima-2015-2016-cifry-trendy-prognozy/>.
6. SMM – это Маркетинг в социальных сетях // Интернет решения URL: <https://www.site-rb.ru/uslugi-site-rb/smm/>.
7. TNS Web-Index, исследование месячной аудитории, январь 2016. URL: <http://mediascope.net/services/media/media-audience/internet/>.

References

1. Panteleeva T. A. the Main tendencies of development of the advertising market in Russia // international journal of Humanities and natural Sciences. 2016. Vol. 5. No. 1. Pp. 51–54.
2. Principles of effective use. Edition inteslib conjunction with the publishing house of NSU. // URL: <http://www.marketing.spb.ru>.
3. Khalilov D. social media Marketing – 2nd ed. Mann, Ivanov and Ferber, 2014. – 240 p.
4. Hashtags – a user’s guide // Korolev F. URL: <http://promotiger.ru/prodvizhenie-i-raskrutka/xeshtegi-rukovodstvo-polzovatelya.html>.
5. Brand Analytics, research, January 2016. URL: <http://blog.br-analytics.ru/socialnye-seti-v-rossii-zima-2015-2016-cifry-trendy-prognozy/>.
6. SMM is social media Marketing // Internet solution URL: <https://www.site-rb.ru/uslugi-site-rb/smm/>.
7. TNS Web Index, the monthly audience of study, January 2016. URL: <http://mediascope.net/services/media/media-audience/internet/>.

Е. А. Попова

*Кандидат исторических наук,
s_elena97@mail.ru*

*Кафедра «Экономики, менеджмента
и организации государственных закупок»,
Академия гражданской защиты МЧС России,
Москва, Российская Федерация*

Развитие маркетинга в сфере образования

Аннотация: *В статье рассматриваются основные проблемы и особенности развития маркетинга образовательных услуг.*

Ключевые слова: *образование, образовательная услуга, маркетинг образовательных услуг.*

Е. А. Popova

*Cand. Sci. (Hist.),
s_elena97@mail.ru*

*Economics, management and organization of public procurement Department,
Academy of civil defense EMERCOM of Russia,
Moscow, Russian Federation*

Marketing development in education

Annotation: *the article deals with the main problems and peculiarities of marketing of educational services.*

Key words: *education, educational service, marketing of educational services.*

Закон Российской Федерации «Об образовании в РФ» дает следующее определение образования: «...единый целенаправленный процесс воспитания и обучения, являющийся общественно значимым благом и осуществляемый в интересах человека, семьи, общества и государства, а также совокупность приобретаемых знаний, умений, навыков, ценностных установок, опыта деятельности и компетенций определенных объемов и сложности в целях интеллектуального, духовно-нравственного, творческого, физического и (или) профессионального развития человека, удовлетворения его образовательных потребностей и интересов»¹.

¹ Закон РФ от 29.12.2012 № 273 ФЗ (ред. От 13.07.2015) «Об образовании в Российской Федерации» (с изм. и доп. вступ. в силу 24.07.2015).

С точки зрения экономики образование как отрасль народного хозяйства имеет особую значимость для государства, так как, в первую очередь, развитые, инновационные формы технологии обеспечивают в современном мире экономическое благополучие страны и общества, а их распространение напрямую зависит от общего уровня образованности населения.

Основными формами деятельности образовательных учреждений являются производство и предоставление образовательных услуг. Термин «образовательная услуга» может рассматриваться по-разному: с одной стороны, как процесс взаимодействия между потребителем и производителем, с целью покупки или продажи данного специфического товара, с другой стороны, под образовательными услугами подразумевается передача обучающимся определенного, утвержденного образовательной программой набора знаний и комплекс мероприятий в воспитательной, организационной, учебной и научно-исследовательской сферах, связанных с процессами этой передачи. Кроме того, образовательную услугу можно рассматривать как продукт научно-педагогической деятельности, целью которой является удовлетворение определенных нужд потребительских запросов.

Стратегия и тактика реформирования, реализуемые Россией в области высшего образования последние годы, во многом связаны и обусловлены развитием рыночных отношений и проникновением их в эту сферу. Ещё относительно недавно, во времена советского периода, создавшего в нашей стране развитую и, во многом, уникальную систему образования, использование в этой области каких-либо маркетинговых инструментов или механизмов не представлялось возможным, более того, производство и образование считались сферами, в определенной степени, взаимоисключающими. Произошедший переход экономики к системе рыночных отношений не мог не повлиять и на сложившуюся систему образования, следствием чего явилось активное развитие рыночных механизмов производства и предоставления услуг в этой области.

Развитие рыночных отношений в системе образования привело к возникновению большого числа различных образовательных учреждений и их филиалов, как государственных, так и частных, общее количество которых на данный момент исчисляется сотнями. В то же время услуги, предоставляемые всем этим «разнообразием» образовательных заведений, не являются столь же разнообразными и состоят, по большей части, из идентичных направлений подготовки выпускаемых специалистов, для чего используются, зачастую, одинаковые образователь-

ные программы. Вызываемое подобной ситуацией обострение конкурентной борьбы на рынке образовательных услуг вполне логично и, как следствие, требует внедрения в политику управления образовательного учреждения маркетинговых инструментов, таких как, например, обеспечение соответствующей информацией целевой аудитории, конструирование положительного имиджа заведения, формирование и стимулирование спроса и пр.

Однако, существует ряд факторов, препятствующие развитию маркетинга в этой сфере, и одна из главных сложностей в данном вопросе заключается в том, что маркетинговая политика в области образования является пока еще новым, неисследованным для наших условий видом деятельности, в отличие, например, от предприятий других отраслей экономики, в связи с чем не менее важной задачей в данной ситуации является всестороннее исследование проблематики и специфики применения маркетинговых механизмов в системе российского образования в целом. Кроме того, следует отметить, что зачастую, у руководства учебных заведений можно наблюдать скептическое отношение по поводу целесообразности затрат, связанных с маркетинговой деятельностью, что продиктовано, в немалой степени, глобальными проблемами ограниченности финансирования системы отечественного образования. Все это приводит к тому, что имеющийся на данный момент достаточно широкий спектр коммуникативных и рекламных инструментов не используется российскими образовательными учреждениями в полной мере, а иногда и вовсе может игнорироваться. Ещё одной причиной, тормозящей использование идей маркетинга в системе отечественного образования, выступают убеждения определенной части педагогов и руководителей о том, что передача знаний является исключительно социально-этической задачей, не имеющей денежного эквивалента, и потому ни в коей мере не подлежащей коммерциализации. Это довольно распространенное заблуждение основывается на непонимании истинных целей маркетинга в образовании, заключающихся, в первую очередь, в удовлетворении образовательных потребностей населения, и не предполагающих тотальной коммерциализации образовательных услуг.

В целом, можно констатировать, что использование маркетинговых инструментов управления и продвижения в области системы российского образования на данном этапе развития является довольно ограниченным, фрагментарным и, зачастую не учитывающим специфику маркетинговых услуг в данной области, так как классические маркетинговые механизмы, работающие на товарных рынках, не все-

гда работают на рынке услуг, тем более, на рынке услуг образовательных, имеющем свои специфические особенности.

Образовательные услуги, как и всякие другие, обладают рядом характеристик, описываемых в классической теории маркетинга как неосвязаемость, неотделимость от источника, непостоянство качества, недолговечность (несохраняемость) и отсутствие права собственности². Кроме того, образовательным услугам присущ ряд специфических особенностей, таких как долговременный характер потребления, высокая степень ответственности за получаемый результат, отложенный во времени эффект оценки качества услуг и др.³ При этом, образовательные услуги, являются одним из самых неосязаемых видов услуг, что выражается в невозможности оценить их качество и объем до момента завершения их приобретения. В связи с этим, в рамках маркетинговой политики учреждения, следует уделять особое внимание распространению информации об условиях обучения, его методах и формах, условиях, материально-технической базе учебного заведения, преподавательском составе, получаемой в результате обучения специальности, потенциальных возможностях трудоустройства выпускников, и т. д. Кроме того, факторам, повышающим освязаемость образовательной услуги, можно отнести учебные планы, программы, а также выдаваемые в результате обучения дипломы, сертификаты, лицензии и т.п.

Фактор неотделимости услуги от источника предполагает, что человек предоставляющий услугу, является ее частью, а производство и продажа услуги, как товара, происходят одновременно, при этом в сфере образования оказание услуги одному, определенному потребителю происходит, как правило, в присутствии других потребителей, что также может оказывать влияние на конечный результат. Например, поведение студентов в аудитории, присутствующих при диалоге одного из них с преподавателем, может повлиять на степень удовлетворенности процессом обучения у того, кто участвует в этом диалоге, равно как и умение преподавателя достигать взаимопонимания со студентами напрямую сказывается на показателях их успеваемости. Таким образом, преподавательский состав должен быть хорошо подготовлен не только к передаче знаний, но также и к успешному взаимодействию с потребителем, и именно этот фактор становится одним из ключевых в процессе осуще-

² Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В. Основы маркетинга: Пер. с англ. – 2-е европ.изд. – М., СПб., К.: Издательский дом «Вильямс», 2001. С. 127.

³ Панкрухин А.П. Реклама образовательных услуг // Alma Mater. 2007. № 8. С. 59.

ствления маркетинговых коммуникаций в сфере образования. Путем привлечения высококвалифицированных преподавательских кадров, обладающих высокой репутацией, известных своими научными достижениями и педагогическими успехами, учебное заведение сможет создать себе положительный имидж, что позволит ему успешно конкурировать на рынке образовательных услуг.

Непостоянство качества предоставляемых услуг в сфере образования, также напрямую связано с уровнем профессиональной подготовки преподавателей, состав которых может меняться на протяжении периода оказания услуги, их личностными качествами, умением донести информацию до сознания потребителя, а кроме того, и с самим, непосредственно, потребителем, его способностью усваивать полученные знания. В связи с этим можно отметить отличительную черту образовательной услуги – в процессе ее оказания возникает определенный симбиоз, сотворчество педагога и учащегося, успешность которого и определяет, в немалой степени, конечный результат обучения. Кроме того, вовлеченность потребителя в образовательный процесс, его активная роль, предполагает то, что образовательным учреждениям в своей маркетинговой деятельности необходимо уделять должное внимание, с одной стороны, вопросам сегментирования рынка для привлечения целевой аудитории, с другой – дифференциации программ образования для приведения их в соответствие с потребностями, существующими на рынке.

Меры, которые могут снизить негативное влияние непостоянства качества на деятельность учреждения, включают в себя, помимо подбора высококвалифицированного персонала, создание привлекательных условий труда, способных снизить текучесть кадров до возможного минимума, мотивирование преподавательского состава путем применения компетентностной формы оплаты труда, выплаты премий, предоставлении различных льгот, и т. п.

Несохраняемость, как характеристика услуги, в сфере образования также имеет свои особенности – благодаря тому, что учебную информацию возможно фиксировать на различных видах материальных носителей, данное качество несколько «смягчается». Помимо этого, проявлениями несохраняемости услуг в этой сфере служат естественный для человека процесс забывания полученных знаний и научно-технический прогресс, приводящий к неизбежному их устареванию.

Еще одной важной особенностью, которую следует принимать во внимание при планировании маркетинговой деятельности в сфере образовательных услуг, является отсроченное во времени проявление ре-

зультата, оценить который потребитель может лишь после завершения обучения, оказавшись на рынке труда.

Таким образом, оценивая текущую ситуацию, можно с уверенностью утверждать, что изменения, происходящие в окружающем нас мире, влияют также и на сферу образования. Уходит в историю бесплатное образование, меняются потребительские запросы в этой области, изменяются сами формы и методы обучения. Прежние принципы управления, существовавшее ранее, не могут обеспечить адекватный ответ социальным изменениям, происходящим в обществе. Растет конкуренция на рынке образовательных услуг, все чаще применяются инструменты маркетингового анализа для оценки потребительского спроса на образовательные услуги.

Идеи маркетинга, его принципы, так или иначе, проникают в область высшего образования, постепенно превращая его из среды затратной в мощный фактор экономического развития, обеспечивающего воспроизводство важнейшего из капиталов общества — интеллектуального. И, несмотря на то, что со многими из этих проблем российские образовательные учреждения столкнулись не так давно, и попытки их решения с помощью маркетинга пока еще делают свои первые шаги, очевидно, что объективная реальность диктует нам свои условия, и победить в этой нелегкой борьбе чтобы занять свою нишу на рынке образования, в том числе и мировом, смогут лишь те учреждения, которые будут активно и грамотно применять инструменты маркетинга в своей политике развития.

Список литературы

1. Закон РФ от 29.12.2012 № 273 ФЗ (ред. От 13.07.2015) «Об образовании в Российской Федерации» (с изм. и доп. вступ. в силу 24.07.2015).
2. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В. Основы маркетинга / Пер. с англ. — 2-е европ. изд. — М.; СПб.; К.: Издательский дом «Вильямс», 2001. — 944 с.
3. Панкрухин А.П. Реклама образовательных услуг // *Alma Mater*. 2007. № 8. С. 59.
4. Соловцова М.С., Ананченкова П.И., Шапиро С.А. Совершенствование системы стимулирования труда работников сферы высшего образования. — М.; Берлин: Директ-Медиа, 2017. — 139 с.

References

1. Law of the Russian Federation No. 273 FZ of December 29, 2012 (as amended on July 13, 2015) «On Education in the Russian Federation» (with amendment and additional entry into force on July 24, 2015).

2. Kotler F., Armstrong G., Saunders D., Wong V. Fundamentals of Marketing: – Per. s Eng. – 2 nd europ. – M.; St. Petersburg; TO.: Publishing house «Williams», 2001. – 944 p.
3. Pankrukhin A.P. Advertising educational services // Alma Mater. 2007. No. 8. P. 59.
4. Solovtsova M.S, Ananchenkova P.I, Shapiro S.A. Improvement of the incentive system for workers in higher education: monograph. – M.; Berlin: Direct Media, 2017. – 139 p.

Научно-практическое издание

Серия

«Ученые записки Российской академии предпринимательства»

**РОЛЬ И МЕСТО
ЦИВИЛИЗОВАННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
В ЭКОНОМИКЕ РОССИИ**

**Том 16 № 4
2017**

Свидетельство о регистрации средства массовой информации
в Министерстве РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовой
коммуникации **ПИ № 77 – 17478 от 18 февраля 2004 года.**

Подписано в печать 28.12.2017
Формат бумаги 60x90 ¹/₁₆. Гарнитура «Newton7С, TextBookС»
Объем 15,11 усл. печ. л. Тираж 1000 экз.
Издательство Агентство печати «Наука и образование»
109544 г. Москва, ул. Малая Андроньевская, д. 15.
(499) 678-03-30, www.rusacad.ru, info@rusacad.ru