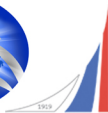


# АКАДЕМИЯ ГУМАНИТАРНЫХ НАУК



**ФИНАНСОВЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ**  
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



**Всероссийское  
Общество  
Изобретателей и  
Рационализаторов**



**Всероссийская Академия  
Внешней Торговли МВРРФ**



**Кубанский государственный  
аграрный университет**



# ФЕНОМЕН РЫНОЧНОГО ХОЗЯЙСТВА: ОТ ИСТОКОВ ДО НАШИХ ДНЕЙ

**БИЗНЕС, ИННОВАЦИИ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, МОДЕЛИРОВАНИЕ**

КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

2019

# **ФЕНОМЕН РЫНОЧНОГО ХОЗЯЙСТВА: ОТ ИСТОКОВ ДО НАШИХ ДНЕЙ**

**БИЗНЕС, ИННОВАЦИИ,  
ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ,  
МОДЕЛИРОВАНИЕ**

**Сборник научных трудов**

**Материалы VII Международной научно-практической конференции по экономике,  
посвященной памяти известного ученого и крупного организатора экономической науки  
на Юге России доктора экономических наук, профессора А.Ф. Сидорова  
г. Сочи (Адлер)  
27 марта – 31 марта 2019 г.**

**2019**

УДК 330:061.2/3  
ББК 65.011  
Ф42

### Научная редакция

**Сидоров В.А.**, доктор экономических наук, профессор;  
**Кузнецова Е.Л.**, кандидат экономических наук, доцент;  
**Бочкова Е.В.**, кандидат экономических наук,  
**Авдеева Е.А.**, кандидат экономических наук

Ф42 **Феномен рыночного хозяйства: от истоков до наших дней. Бизнес, инновации, информационные технологии, моделирование [электронный ресурс]** : сб. науч. тр. материалы VII междунар. науч.-практ. конф. по экономике (Сочи, 27–31 марта 2019 г.) / под ред. д-ра экон. наук, профессора Сидорова В.А. и д-ра экон. наук., профессора Ядгарова Я.С. – Майкоп, издательство ЭЛИТ– 2019. –582с.  
**ISBN 978-5-6042206-2-7**

*Настоящее издание подготовлено к началу VII Международной научно-практической конференции по экономике «Феномен рыночного хозяйства: от истоков до наших дней», посвященной памяти со дня рождения известного ученого и организатора экономической науки Юга России, доктора экономических наук, профессора Александра Федоровича Сидорова.*

*Необходимость издания материалов конференции связана с популяризацией историко-экономических, философских, методологических, институционально-поведенческих, теоретических и прикладных аспектов феномена рыночного хозяйства. В них акцентированы взгляды экономического сообщества постсоветского пространства на проблемные вопросы функционирования рыночного хозяйства, раскрыты его наиболее актуальные и значимые факторы развития, включая альтернативные парадигмы экономической науки, мировоззренческие платформы, воспроизводственный инновационный феномен, агропродовольственную проблематику, специфику моделирования и оптимизации бизнес-процессов.*

*Издание предназначено не только специалистам в области экономического знания, но и широкой общественности, всем, кто интересуется спецификой функционирования рыночных механизмов хозяйствования.*

УДК 330:061.2/3  
ББК 65.01

ISBN 978-5-6042206-2-7



9 785604 220627



© Коллектив авторов, 2019  
© Оформление электронного издания, ООО «ЭЛИТ», 2019

*«Рынок сам по себе не гарантирует процветания.  
Для эффективной рыночной системы нужна разумная экономическая  
политика»*

**Профессор А.Ф. Сидоров**



**АЛЕКСАНДР ФЕДОРОВИЧ СИДОРОВ**  
1923 –2007

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ</b>	<b>9</b>
<b>Часть 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ И ИСТОРИКО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН РЫНОЧНОГО ХОЗЯЙСТВА: АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ПАРАДИГМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ</b>	<b>13</b>
<i>Кетова Н. П., Овчинников В. Н.</i> Теоретико-методологические основания исследования феномена рыночного хозяйства: политэкономический аспект	13
<i>Николаева Е. Е., Бабаев Б. Д.</i> К вопросу о хозяйственном механизме как диалектическом взаимодействии стадий общественного воспроизводства: политико-экономический аспект	18
<i>Ядгаров Я.С.</i> Рыночное хозяйство в контексте эволюции парадигм экономической науки и преодоления опыта несистемного анализа системным анализом	32
<i>Журавлева Г.П.</i> Фейк, фейковость и фейковый характер рыночной системы хозяйствования	49
<i>Сидоров В.А.</i> «Fake-экономика»: феномен рыночного хозяйства или инновации мистификаций	55
<i>Дементьев В.В.</i> Политическая экономия власти и экономическая теория	69
<i>Болик А.В., Сидоров В.А.</i> Основное экономическое противоречие капитализма в контексте становления инновационной экономики	77
<i>Стягун А.В.</i> Методологические проблемы формирования модели государственного регулирования рыночной экономики России	87
<b>Часть 2. ИНСТИТУЦИОНАЛЬНО-ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ ПЛАТФОРМА ФЕНОМЕНА РЫНОЧНОГО ХОЗЯЙСТВА</b>	<b>96</b>
<i>Селезнев А.З., Чередниченко Л.Г.</i> Условия разработки и исполнения федерального бюджета на 2019 год и на плановый период 2020 и 2021 годов	96
<i>Вареник С.С.</i> Международная экономическая интеграция и возрастающая роль знания иностранных языков как инструмента для передачи информации	106
Бгане Ю.К. Динамика структурных, функциональных и институциональных преобразований в неоднородных экономических системах	115
<i>Мосейко В.О., Коробов С.А.</i> Условия самопродуцирования предпринимательской деятельности в экономических системах	123

<b>Блохин К.А., Шурухина Т.В.</b>	
Политика импортозамещения в условиях глобализации мировой экономики	131
<b>Ильинова В.В.</b>	
Политический риск в условиях международной конкуренции	139
<b>Кузнецова Е.Л., Брагина М.В., Геворкян С.М.</b>	
Институциональная составляющая процесса инвестирования в РФ	150
<b>Сорокина Г.А., Денисенко И.А.</b>	
Теоретические основы функционирования субъектов частно-государственного предпринимательства: зарубежный опыт и региональные тенденции	160
<b>Мигунов Р.А.</b>	
Рыночный подход к определению цифровой экономики	170
<b>Рубцова Л.Н., Чернявская Ю.А.</b>	
Особенности разработки стратегии антикризисного управления в регионах	178
<b>Дамениа О.Н.</b>	
Абхазия: жизнь между системами	187
<b>Столярова А.Н., Пономарева М.А.</b>	
Теневая экономика в различных общественно-экономических системах	196
<b>Чапля В.В.</b>	
Воспроизводственная динамика теневой экономики	204
<b>Марцева Т. Г.</b>	
Правовой аспект превентивного механизма политики противодействия легализации криминальных доходов	215
<b>Турсунмухамедов И.Г.</b>	
Роль институтов развития в современной рыночной экономике (опыт Калужской области)	224
<b>Эргашева Ю.А.</b>	
История формирования и развития малого бизнеса и частного предпринимательства в Узбекистане	232
<b>Часть 3. КРЕДИТНО-БАНКОВСКАЯ КОМПОНЕНТА     ФЕНОМЕНА РЫНОЧНОГО ХОЗЯЙСТВА</b>	<b>246</b>
<b>Бровкина Н. Е.</b>	
Трансформация методологического подхода к исследованию кредитного рынка	246
<b>Мешкова Е.И.</b>	
Рыночная модель формирования ссудного процента и ее отражение в процентной политике банков	255
<b>Синяев В.В.</b>	
Современный аутсорсинг бизнес-процессов на рынке финансовых услуг	263
<b>Синяева И.М.</b>	
Моделирование маркетинга инноваций в финансовом секторе национальной экономики	271
<b>Гварлиани Т. Е., Кашишкова Е.А.</b>	
Развитие цифровизации бизнес-процессов в банковской деятельности на системной основе	279
<b>Цхададзе Н. В.</b>	
Развитие дистанционных технологий в банковской сфере	290
<b>Рожков И.В.</b>	
Развитие маркетинговых технологий на финансовых рынках в условиях цифровизации	302

<b>Часть 4. АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ ПРОБЛЕМАТИКА ФЕНОМЕНА РЫНОЧНОГО ХОЗЯЙСТВА В ПОСТСОВЕТСКОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ</b>	<b>315</b>
<i>Гануш Г.И.</i> Методологические аспекты адаптации трудовых, технических и информационных ресурсов субъектов хозяйствования АПК Беларуси к природно-экономическим и рыночным условиям их функционирования	315
<i>Ергин С.М.</i> Субрегиональная дифференциация сельских территорий в республике Крым	328
<i>Бурковский П.В., Власова Н.В.</i> Кластеризация сельскохозяйственного производства как приоритетное направление развития агропромышленной интеграции	337
<i>Вареник П. К.</i> Правовой режим земель крестьянских (фермерских) хозяйств в экономике России переходного периода	348
<i>Шатица Х.К.</i> АПК Абхазии в контексте транзитивных процессов: неопределенность и ожидания	355
<b>Часть 5. БИЗНЕС, ИННОВАЦИИ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ</b>	<b>362</b>
<i>Мишулин Г.М., Буряк С.Г.</i> Теоретико-методологические основы формирования эффективной инновационной системы Российской Федерации	362
<i>Терская Г.А.</i> Роль человеческого капитала в развитии инновационной системы регионов	374
<i>Турсунов И.Э., Кучкаров Г.Ф.</i> Развитие инновационного предпринимательства в условиях стратегии действий	384
<i>Шалашаа З.И., Багба А.Н.</i> Инновационное предпринимательство – фактор технологической модернизации экономики Абхазии	393
<i>Дегтярев П.А., Шурухина Т.В.</i> Межбюджетные субсидии как эффективный механизм стимулирования развития инновационных кластеров и территорий	403
<i>Мотагали Я. Б.</i> Зарубежный опыт внедрения инноваций и неординарных маркетинговых стратегий в индустрии туризма и гостеприимства	409
<i>Limanskis A., Kocanzi A.</i> Прямые иностранные инвестиции для устойчивого развития: анализ британских инвестиций в Латвии. Foreign Direct Investments for Sustainable Development: Analysis of British Investments in Latvi	417
<i>Мишулин Г.М., Губин А.В.</i> Моделирование клиентоориентированного бизнес-процесса коммерческой организации	427
<i>Маслова В.М.</i> Использование цифровых технологий в системе управления человеческими ресурсами организации	446
<i>Левченко К. В.</i> Практические основы использования цифровых технологий в управлении конкурентоспособностью гостиничных предприятий	455

<b>Груздева И.Г.</b>	Проблемы нейромаркетинга в условиях 4-й промышленной революции	463
<b>Романова Г.М., Шарафутдинов В.Н., Онищенко Е.В.</b>	Проблемы философского осмысления туризма как рыночного феномена XXI века	471
<b>Иванова Ю.О.</b>	Влияние маркетинговых инноваций на развитие туризма в регионах России	492
<b>Стыцук Р. Ю., Артемьева О. А.</b>	Трансформация традиционных моделей коммуникаций туристского рынка в условиях цифровизации	501
<b>Розанова Т. П., Стыцук Р. Ю.</b>	Особенности формирования процессов развития туризма в современных экономических условиях	516
<b>Ильин В. Ю., Жданова И. В., Ильина А. А.</b>	Факторы и условия антикризисного управления предприятием	527
<b>Вечкинзова Е.А., Петренко Е.С.</b>	Аутсорсинг бизнес-процессов горнорудных предприятий Казахстана	535
<b>Эргашев Р.Х., Курбонов А.Б., Файзиева Ш.Ш.</b>	Совершенствование государственной поддержки малого бизнеса и частного предпринимательства в Узбекистане	544
<b>Узаков Г.Н., Узаков Н.У., Давланов Х.А., Султонов С.Я., Хидиров М.М.</b>	Экономические аспекты использования возобновляемых источников энергии в Узбекистане	555
<b>Псарева Н.Ю.</b>	Оценка эффективности деятельности спортивных организаций	564
<b>Нагучев М.М.</b>	Криптовалюты: правила функционирования и обход санкций	574



Известно, что в применении к отдельной историко-экономической фазе развития общества всеобщий метод исследования, имеет ряд особенностей, определяемых спецификой изучаемого явления или процесса. В этом смысле и говорят о методе той или иной науки, в том числе и о методе экономической теории. Последний, взятый как целое, включает в себя весьма разнообразный набор частных методов, способов, приемов научного исследования, с помощью которых осуществляется глубокое и всестороннее познание условий и форм экономической жизни общества.

В экономической литературе довольно обстоятельно излагаются такие частные способы экономического исследования, как абстрагирование и конкретизация, индукция и дедукция анализ и синтез, единство качественного и количественного анализа, единство логического и исторического и др. Мы не находим, однако, описание такого частного метода, как единство дискретного и непрерывного, более того о нем даже не упоминается

Как мы полагаем, невнимание к методу единства дискретного и непрерывного в экономической теории объясняется тем, что стороны этого единства, взятые в отрыве друг о друга, обнаруживают определенную ограниченность. Так, использование дискретного без учета непрерывного ведет к метафизике. В то же время непрерывный процесс развития осуществляется через дискретное, через перерыв непрерывного, складываясь из отдельных частей, моментов, частных, которые необходимо исследовать самостоятельно. Чтоб познавать эти частности мы вынуждены вырывать их из их естественной или исторической связи и исследовать каждую в отдельности по ее свойствам, по ее особым причинам и следствиям и т. д. В этом состоит прежде всего задача естествознания и исторического исследования. Яркая характеристика необходимости этого метода выражается в том, что мы не можем представить, выразить, смерить, изобразить движения, не прервав непрерывного, не упростив, угрубив, не разделив, не омертвив живого. Изображение движения мыслью есть всегда огрубление, омертвление, - и не только мыслью, но и ощущением, и не только движения, но и всякого понятия. Таким образом единство дискретного и непрерывного является частным методом диалектического способа познания. Справедливо признавая метафизический метод познания как антипод методу диалектическому, неправомерно, однако, игнорировать или хотя бы недооценивать единство дискретного и непрерывного.

Отображение непрерывного через дискретное содержит противоречие бытия и мышления: мышление прерывает непрерывный процесс развития, чтобы понять, представить, выразить его в научных понятиях. Это противоречие разрешается тем, что диалектическое мышление рассматривает те или иные этапы в развитии не как вечные и абсолютно неизменные, застывшие, независимые друг от друга, а, наоборот, как находящиеся в покое временном, относительном, условном, в покое как моменте непрерывного изменения и развития. Именно таким образом явления действительности схватываются и передаются как движущиеся и изменяющиеся,

показываются в самом процессе развития. Именно так можно изобразить этот процесс, причем не только сам по себе, но и с показом его причинно-следственных связей, закономерностей. Чтобы понять отдельные явления мы должны вырвать их из всеобщей связи и рассматривать их изолированно, а в таком случае сменяющиеся движения выступают перед нами – одно как причина другое как действие.

Где и как используется единство дискретного и непрерывного в экономической теории? Прежде всего следует сказать о научной периодизации экономического развития, т. е. определении каких-то его этапов, отрезков и рассмотрении их самих по себе. Разумеется для того чтобы приступить к разделению непрерывного на какие-то части, отрезки, необходимо знать признаки этого деления, «разрезать» ленту исторического развития не произвольно, а в узловых пунктах преобразований. Марксизм за основу членения (разделения) процесса исторического развития человеческого общества взял, как известно, способ производства, который представляет собой диалектическое единство двух сторон: производительных сил и производственных отношений. Только сведение общественных отношений к производственным и этих последних к степени зрелости производительных сил, дало твердое основание для представления развития общественных формаций естественно-историческим прогрессом. Классики рассматривали общественно-экономическую формацию как целостный общественный организм, научное исследование которого состоит в выяснении законов, выражающих его возникновение, функционирование, развитие и отмирание с заменой другим, высшим организмом.

Рассмотрение общественно-экономической формации как целостного общественного организма в его естественноисторическом процессе развития не исключает, а предполагает выделение в ходе этого развития специфических фаз (стадий), в рамках каждой из которых могут выделяться сменяющие друг друга периоды развития. Так, мы знаем, две стадии развития капиталистической общественно-исторической формации: домонополистическую и монополистическую (империализм). Первая из этих стадий включает три периода: простую капиталистическую кооперацию, мануфактурный и машинный периоды. Вторая стадия, охарактеризованная как высшая, также имеет свои периоды: частномонополистический и государственно-монополистический капитализм.

Каждая ступень в развитии и каждый период внутри нее имеют свои особенности, которые и делают их различными. Разнообразие становится ещё большим, если рассматривать процесс развития с учетом исторических, национальных, политических и других особенностей отдельных стран. Однако такого рода особенности могут быть правильно поняты не сами по себе, а на основе и с позиций общего исследования данного способа производства.

Общество не представляется как нечто неизменное. Находясь в состоянии развития оно трансформируется, попадая время от времени в бифуркационные колебания, оказываясь в переходном периоде. Нечто подобное испытывает сегодня система постсоциалистических стран, расколота рыночным механизмом хозяйствования и социалистическими принципами жизни общества.

Отношения, свойственные таким состояниям представляют конгломерат нарождающихся отношений, сосуществующих с отношениями, пере шедшими из предшествующих эпох. Однако определяющую роль играют отношения, названные первыми: именно они определяют сущность будущей формации. В позитивном

научном исследовании (при движении мышления от простого, абстрактного, к сложному, конкретному) рыночные отношения предшествуют остаточным формам отношений. По последним мы не можем судить о социализме, точно так же как не можем судить о капитализме по остаткам феодализма, хотя в той или иной форме они сохраняются практически во всех капиталистических странах.

Говоря об использовании метода единства дискретного и непрерывного в экономической теории, укажем еще хотя бы на то, что с помощью этого метода мы получаем возможность разделить научные экономические понятия на две большие группы: понятия-категории и понятия-законы. Первые выражают сущность, моменты связи производственных отношений в условиях перерыва непрерывного, вторые – характер самого движения, отношения, каузальные связи сущностей.

К. Маркс понятие закона прямо связывает с процессом развития (как внешнего мира, так и человеческого мышления). Представление о последнем, не связанное с законом, становится хаотичным, когда невозможно уловить направление развития, тенденцию его, связать воедино начало, продолжение и конец изменения объекта исследования. Отсюда – закон есть отношение, отношение сущностей или между сущностями.

Необходимо отметить, что экономические законы выступают и действуют как законы-тенденции. В условиях рыночного хозяйства общие законы осуществляются весьма запутанным и приблизительным образом, лишь как господствующая тенденция, как некоторая никогда твердо не устанавливающаяся средняя постоянных колебаний. Объясняя это явление, можно сказать, что оно имеет место отчасти потому что их действие перекрещивается с одновременным действием других законов, отчасти же и вследствие их природы как понятий.

Конечно, различие между экономическими категориями и экономическими законами нельзя абсолютизировать. Это понятия взаимообуславливающиеся, взаимопроникающие. Только благодаря этому и можно проследить и выразить процесс изменения и развития.

Взяв последовательный ряд категорий как отражение узловых пунктов процесса движения и развития, мы тем самым фиксируем состояние объекта исследования: каково явление было прежде, каким оно стало спустя некоторое время, какое оно теперь. На этой основе возможно суждение о том, каким оно может быть в будущем. Экономические категории составляют логическую основу, каркас системы научных экономических понятий, выражающих совокупность производственных отношений данного способа производства, но последние нельзя глубоко познать, не обратившись к законам развития как причинам движения.

Категории и законы нельзя рассматривать как рядом поставленные «составные части», ибо они так же неразрывно связаны друг с другом, как материя и движение. Выдающимся образцом научного раскрытия и использования положения о диалектическом соотношении категорий и законов является творческое наследие экономистов, посвятивших себя исследованию феномена рыночного хозяйства. Здесь выдерживается строгая и четкая последовательность перехода от категорий к законам, от законов – к новым категориям, перехода от сущности первого – к сущности более высокого порядка.

Наиболее общей задачей любой науки является выражение (отображение) своего объекта в формах мысли, в понятиях. В настоящее время экономическое учение о

феномене рыночного хозяйства, в рамках трансформации капиталистического способа производства на фундаменте социалистического наследия накопило такую массу эмпирического и теоретического материала, что возникла настоятельная необходимость его упорядочить, систематизировать в соответствии с внутренней, ему присущей диалектической связью. Перед экономической наукой встала практически неотложная задача – выразить всю совокупность производственных отношений, сформированных рыночной системой хозяйствования, объективный процесс их зарождения и развития в системе субординированных научных понятий (экономических категорий и законов). В решении этой задачи немаловажное значение имеет и использование, наряду с другими методами и приемами научного экономического исследования, метода единства дискретного и непрерывного.

Хочется надеяться, что многолетняя работа большого авторского коллектива найдет отклик в научном сообществе.

Председатель оргкомитета конференции  
д-р экон. наук, профессор

 В.А. Сидоров

УДК 338.431.4

**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ  
ИССЛЕДОВАНИЯ ФЕНОМЕНА РЫНОЧНОГО ХОЗЯЙСТВА:  
ПОЛИТЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ*****Кетова Н. П.***

*доктор экономических наук, профессор, Заслуженный деятель науки РФ, действительный член Российской академии гуманитарных наук, главный научный сотрудник Северо-Кавказского НИИ экономических и социальных проблем ЮФУ, заведующая кафедрой маркетинга и коммуникаций в бизнесе факультета управления Южного федерального университета.*

***Овчинников В. Н.***

*доктор экономических наук, профессор, Заслуженный деятель науки России, действительный член двух международных и трех российских Академий (отраслевых научно - академических сообществ), зав. Отделом Северо - Кавказского НИИ экономических и социальных проблем ЮФУ, профессор кафедры «Управление развитием пространственно-экономических систем» факультета управления Южного федерального университета.*

**Аннотация:** в статье на основе ретроспективно-эволюционного подхода в экономической истории анализируется процесс возникновения и развития необходимых и достаточных условий становления рыночного хозяйства. В качестве таковых рассматриваются институционально-организационное обособление субъектов производственно-хозяйственной деятельности границами её избранного вида (специализации) в процессе возникновения и углубления общественного разделения труда, объективно обусловившего необходимость обмена результатами производства, и их экономического обособления границами присвоения (собственности, владения, пользования), придающего обмену бартерную, а впоследствии и товарно-денежную экономическую форму, предусматривающую эквивалентность рыночных трансакций.

**Ключевые слова:** рыночное хозяйство, организационное и экономическое обособление, общественное разделение труда, товарный обмен, формы присвоения, эквивалентный обмен.

Характеризуя теоретико-методологические основания исследования глубинной сущности рыночного хозяйства, следует, прежде всего, определить его

институционально-организационную основу и идентифицировать экономический базис присущего ему общественного строя производства.

Основопологающим принципом организационно-экономического устройства рыночного хозяйства является императив обособленности его субъектов. Причём, эта обособленность должна быть двух видов.

Первый вид обособленности субъектов хозяйственной деятельности имеет организационный характер. Он исторически обусловлен тенденциями общественного разделения труда в процессе развития производительных сил человечества.

Его исходным пунктом является разделение людей по образу жизни в период неполитической революции, когда первобытные люди переходили от «собирабельского» к репродуктивному способу жизнедеятельности. При этом, племена, избравшие оседлый способ жизнедеятельности, окультуривали полезные растения, создавая благоприятные для растениеводства агротехнические условия (расчищали под поля пригодные территории, взрыхляли верхний слой почвы, удобряли и увлажняли его). Собранный урожай составлял основу продовольственного фонда таких племён.

Кочевые же племена, промышлявшие преимущественно охотой, стали одомашнивать продуктивных животных, переходя к репродуктивному режиму их содержания.

Так возникло первое в истории человечества общественное (в отличие от половозрастного, существовавшего всегда) разделение труда, обособившее одни группы людей от других границами избранного ими основного вида трудовой деятельности.

Следствием такой специализации первобытных племён стала необходимость обмена результатами их деятельности для более полного удовлетворения круга самых насущных физиологических потребностей людей в пище, одежде, защите от неблагоприятных погодных условий.

В этом феномене – диалектике причинно-следственных взаимопереходов – проявилось единство двух противоположностей системы общественного разделения труда: обособления и обобществления, соответствующих двум его сторонам: специализации и кооперации.

Действительно, специализированное производство, создавая монопродуктовую линейку потребительных ценностей, недостаточную для жизнеобеспечения людей, имеет лишь один способ своего существования и функционирования в системе общественного разделения труда – обмен результатами своей деятельности с другими специализированными звеньями.

Так, возникновение общественного разделения труда, обособившего разные группы людей границами избранного ими вида трудовой деятельности, обусловило объективную необходимость обмена её результатами. Оно создало необходимые

условия для обмена продуктами специализированного производства, но они оказались недостаточными для приобретения им экономической формы товарного обмена, а, следовательно, и рыночных отношений. (Именно поэтому первые акты приграничного обмена между представителями соседних племён осуществлялись в виде дароприношений для укрепления добрососедства, а не следовали императивам эквивалентности паритетности рыночных отношений.)

Для приобретения обменом характерной рыночным отношениям товарной экономической формы необходимо системодополняющее сочетание двух видов обособления: организационно-институционального (институционально закреплённого существующей системой общественного разделения труда) и экономического, обособляющего субъектов отношений границами присвоения (собственности, владения, пользования).

Действительно, если люди, реализующие различные виды трудовой деятельности, объединены границами общего присвоения (члены одной семьи или ассоциированного субъекта хозяйствования), то между ними не возникают товарно-денежные отношения по поводу обмена результатами деятельности или трудовыми функциями, соответственно. (Последние К. Маркс назвал «непосредственно-общественными отношениями совместной деятельности, обмена деятельностью»).

Только в случае преодоления барьера экономического обособления (смены субъекта присвоения) отношения обмена приобретают экономическую форму товарных, а в последствие и товарно-денежных, характерных для современных рыночных трансакций.

В роли собственника произведённых и обмениваемых товарных продуктов могут выступать субъекты собственности средств производства или их владельцы на основе аренды, имущественного найма, лизинга, осуществляющие производственно-хозяйственный процесс с использованием этих средств.

Такое позиционирование субъектов рыночного предложения полностью соответствует «идеи «методологического ключа» К. Маркса, чётко разделившего производительный капитал на «капитал-собственность» и «капитал-функцию». При этом собственник капитала становится носителем «титула собственности», получая рентный доход от своего капитала, а персонификатор «капитала-функции», использующий его в производственно-хозяйственном обороте, будучи реальным хозяйствующим субъектом на основе владения капиталом, получает предпринимательский доход от своей деятельности.

В принципе реальным хозяйствующим субъектом может являться как собственник средств производства, сочетающий, наряду со статусом носителя титула собственности, функции предпринимателя, так и их владелец-арендатор, использующий их в производственно-хозяйственном процессе.

И в том, и в другом случае оказывается реализованным императив экономического обособления хозяйственного субъекта, однако, обособление собственника средств производства будет полным, абсолютным, а обособление их владельца-предпринимателя – частичным, относительным.

Независимо от этих различий оба субъекта являются собственниками произведённого товарного продукта, что и определяет их общий статус экономически обособленных субъектов хозяйства – равноправных участников рыночных отношений.

В контексте изложенного ложной посылкой является тезис о том, что рыночное хозяйство представляет собой частнособственническую экономику, поскольку частная собственность – лишь один - абсолютный, но не единственный вид экономического обособления.

Действительно, даже в формате частнособственнического сектора экономики, наряду с полной формой обособленности по объекту монопольного присвоения, существуют иные формы – частичного, неполного, относительного присвоения: владения, пользования.

Но наряду с наличием частнособственническим сектором, в рыночном хозяйстве функционируют государственный, крупно-корпоративный, полунатуральный (этноэкономический) сектора, субъекты которых обособлены друг от друга барьерами разных видов и форм собственности.

Так, что формат поля рыночного хозяйства представляет собой широкую палитру разновидностей обособленных хозяйствующих субъектов, разделённых границами секторов рыночной экономики или объектов полного (исключительно монопольного, суверенного, абсолютного) или относительно-частичного (ограниченно монопольного) присвоения.

С позиции методологической чёткости мышления несостоятельным представляется сам тезис о необходимости поиска эффективного собственника как гипотетического субъекта рыночного хозяйства.

Если говорить о собственнике капитала в его марксовом понимании как носителя титула собственности, то следует заметить, что этот субъект рынка никакого отношения производственно-хозяйственной деятельности, а, тем более, к её эффективности, не имеет. Если же речь идёт о совмещении его статуса с функциями предпринимателя, то здесь происходит подмена одного понятия другим, поскольку при этом изменяется статус субъекта. Он больше не является лишь собственником средств производства так, как ведёт и предпринимательскую деятельность как полноправный хозяйствующий субъект. Поэтому он уже не попадает под определение собственника лишь как носителя титула.

В конструктивном плане можно говорить о типе (модели) мотивированного хозяйственного субъекта рыночной экономики, реально организующего производственный процесс, осуществляющего кругооборот и оборот капитала.



Поэтому, чтобы быть реально полноправным субъектом рыночного хозяйства, необходимо и достаточно иметь в режиме относительного обособления (владения на основе аренды, имущественного найма, лизинга) и использовать в воспроизводственном процессе необходимые средства производства естественно-природного и техногенного происхождения, собственную или наёмную рабочую силу для изготовления рыночно-востребованного товарного продукта.

Отношения частнособственнического присвоения средств производства оказываются здесь избыточными, излишними. Для организации производства достаточно их арендовать у государства.

Такова субъектно-объектная определённости системы отношений рыночного хозяйства, его организационно-институциональные основания и экономическая природа.

### Список литературы

1. Овчинников В.Н. Методология исследования институциональных изменений отношений присвоения в российской экономике. // Теоретическая экономика. 2007. № 2.
2. Ovchinnikov V.N. Teoretical and methodological heritage of K. MARX – scientific world view paradigm of the research of modern economic processes./ Phenomenon of the Market Econoy: Theoretical and Empirical Research of Communication Problems. 2018.
3. Овчинников В.Н. Методология исследования отношений присвоения в рыночной экономике. / Овчинников В.Н. Избранное. (50 лет творческого пути в экономической науке). Ростов-на-Дону Изд-во «Содействие –XXI век». 2015.

*Ketova N.P., Ovchinnikov V.N.*

## THEORETICAL AND METHODOLOGICAL REASONS FOR THE STUDY OF MARKET ECONOMY PHENOMENON: POLITICAL AND ECONOMIC ASPECT

**Abstract.** *Based on retrospective-evolutionary approach in economic history the article analyzes the process of emergence and development of necessary and sufficient conditions for development of market economy. As such, the institutional and organizational separation of the subjects of production and economic activity by the boundaries of its chosen type (specialization) is considered in the process of the emergence and deepening of the social division of labor, which objectively necessitated the exchange of production results, and their economic isolation by the boundaries of appropriation (property, possession, use), giving the exchange a barter, and subsequently a commodity-money economic form providing for the equivalent s market transactions.*

**Key words:** *market economy, organizational and economic isolation, social division of labor, commodity exchange, forms of appropriation, equivalent exchange.*

УДК: 330.101.8

**К ВОПРОСУ О ХОЗЯЙСТВЕННОМ МЕХАНИЗМЕ  
КАК ДИАЛЕКТИЧЕСКОМ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ СТАДИЙ  
ОБЩЕСТВЕННОГО ВОСПРОИЗВОДСТВА:  
ПОЛИТИКО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ\*****Николаева Е. Е.**

доктор экономических наук, доцент, заведующая кафедрой  
экономической теории и региональной экономики,  
Ивановский государственный университет

**Бабаев Б. Д.**

доктор экономических наук ведущий научный сотрудник  
Межвузовского центра гуманитарного образования,  
Ивановский государственный университет

**Аннотация:** статья посвящена проблемной стороне использования симбиоза политической экономии и институционализма как методологической основы исследования хозяйственного механизма как взаимодействия элементов экономического базиса, организационно-технических и организационно-экономических отношений с элементами надстройки.

**Ключевые слова:** хозяйственный механизм, функции, законы, сфера, производство, обращение, потребление.

Имеющиеся в современной экономической литературе научные разработки, близкие к теме хозяйственного механизма, воспроизводственной проблематике, существенны по своему характеру и фрагментарны по своей природе, поскольку рассматривают отдельные аспекты достаточной широкой темы хозяйственного механизма:

- теория хозяйственного механизма как многоуровневого [28, 29];
- теория технологических укладов [11, 18];
- теория макрогенераций [19];
- концепция неоиндустриализации (реиндустриализации) и вертикальной интеграции [см., например, 7, 13 и др.];
- многообразные кластерные концепции, например, коллективные работы ученых Екатеринбурга, Верхневолжья [14, 15, 17];
- концепция единства рыночного и нерыночного хозяйства [27, 30];
- концепции государственно-частного партнерства [6, 8, 12, 25].

Проблематика хозяйственного механизма активно разрабатывалась в советской науке целым рядом ведущих экономистов нашей страны применительно к капиталистической и социалистической (плановой) экономике [1, 2, 3, 9, 23, 24, 29, 33

\* Статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-010-00329 «Теоретико-методологические основы расширенного понимания хозяйственного механизма в современной экономике»

и др.]. В настоящее время требуется переосмысление этого феномена в связи с изменениями, происходящими как в производительных силах, так и в производственных отношениях общества. В этом особую роль играет экономическая теория, которая является основой для решения проблем и разработки эффективных мер хозяйственной политики. Предметом политической экономии, как известно, является изучение закономерностей развития разнообразных видов хозяйственной деятельности, образующих экономическую систему как целостный организм, механизмов ее функционирования. На этой теоретической основе разрабатываются рекомендации для хозяйственной политики страны с целью роста благосостояния ее жителей.

Под *хозяйственным механизмом в современной экономике* авторами понимается система диалектических взаимодействий – стихийных и сознательно регулируемых, действующих как совокупность инструментов и проектов, обеспечивающих движение субъектов и объектов, происходящее частично в порядке саморазвития, частично под влиянием внешних факторов. Итоговым результатом действия хозяйственного механизма выступает общее направление разрешения противоречий, тенденция к равновесию и устойчивости экономической системы и ее адаптации к новым условиям.

Само понимание хозяйственного механизма может быть представлено в различных плоскостях. В данном случае хозяйственный механизм рассматривается нами в воспроизводственном аспекте как диалектическое взаимодействие четырех стадий воспроизводства: производство, распределение, обмен, потребление. В рамках пофазового воспроизводственного исследования преодолевается ставший узким подход в понимании хозяйственного механизма, основанный на выявлении его рыночной природы и раскрытия рыночного механизма как единства распределительно-обменных отношений, поскольку этот подход в недостаточной степени улавливает процессы полурыночности и ограниченной планомерности, характерные для нынешней эпохи (межрегиональная и межстрановая интеграция, долгосрочные инфраструктурные проекты, новая индустриализация и др.).

Рассматривая воспроизводство как систему, мы, следуя ее функциональному признаку, в рамках системного подхода выделяем функции каждого элемента воспроизводственной цепи, в рамках которой проявляют себя элементы хозяйственного механизма в вышеуказанной трактовке. Такой функциональный анализ по стадиям общественного воспроизводства с акцентом на фазу распределения был применен, например, Е. Е. Николаевой [26, гл. 3].

### **Функции сферы производства.**

**1. Производящая функция**, состоящая в том, что человек взаимодействует с веществом и силами природы, создает товары и услуги (материально-вещественный момент) и образует стоимость (стоимостной момент).

**2. Функция формирования материальной базы продукта и доходов** участников процесса производства (экономических субъектов) при пересечении производства с распределением (формирование воспроизводственных фондов).

**3. Адаптационная функция**, под которой понимается адаптация как к сфере обращения, так и к сфере потребления, включая момент корректировки и структурообразования.

**4. Инновационная функция**, выполняемая совместно с потреблением. Речь идет о взаимовлиянии производства и потребления в плане формирования новых потребностей, создания новых продуктов, технологий и т. п. В одних случаях потребление задает производству установки на создание новых продуктов для удовлетворения потребностей, в других – производство создает у потребителей новые потребности за счет новых продуктов. Происходит новое распределение пропорций в производстве и потреблении. Кроме того, в процессе производства и посредством его человек приобретает не только трудовой опыт и навыки, но и новые знания.

**5. Функция потребления.** Производство само есть потребление, а именно производительное потребление рабочей силы и средств производства.

**Функции сферы обращения (распределение плюс обмен).**

**1. Транслирующая (посредническая) функция.** Передача (движение) импульсов от производства к потреблению и от потребления к производству. Через обращение идут прямые связи от производства к потреблению и обратные связи от потребления к производству.

**2. Информационная функция.** Сфера обращения через меняющиеся сигналы рынка дает сферам производства и потребления необходимую информацию о ценах, процентных ставках по кредитам, изменениях запасов материальных ценностей и т. п.

**3. Интегративная функция.** Сфера обращения соединяет производство и потребление, обеспечивая их взаимодействие, и создает условия сохранения целостности воспроизводственной системы.

**4. Регулирующая функция**, состоящая в обеспечении совпадения структуры производства и структуры потребления. Речь идет о действии товарно-конкурентного механизма в сочетании с государственным регулирующим механизмом по обеспечению сбалансированности производства и потребления по объему и структуре при нормальном состоянии экономики. Саморегулирование рынка дополняется госрегулированием для обеспечения этой сбалансированности. В качестве примера можно указать на программу утилизации старых автомобилей, реализованную в России в 2010–2011 гг., в рамках которой за счет уменьшения цены нового отечественного автомобиля (сертификат за утилизированный автомобиль на 50 тыс. р) и льготных кредитов производители смогли реализовать имевшиеся запасы и увеличить объемы производства, а потребители удовлетворить свой спрос на новый

автомобиль, который без этой программы вряд ли был бы удовлетворен в данный период времени.

**5. Корректирующая функция.** Сфера обращения «транслирует» сигналы как от производства к потреблению, так и от потребления к производству, фиксируя отклонение от нормального состояния, и корректирует структуру этих сфер. Так, если покупателей чем-то не устраивает произведенная продукция (неудовлетворенность бедностью ассортимента, невысоким качеством продукции, отсутствием или недостатком комплементарных товаров и др.), то они отказываются ее покупать. Возникает излишек продукта на рынке, что дает сигнал производству изменить структуру (объем выпуска, качество изделий, упаковка и др.). Например, транспортная система корректирует производство через возможные для перевозки габариты грузов и их вес. Есть ограничения по весу при переезде по мостам, есть ограничения по высоте груза по дорогам с надземными переходами, транспортными развязками, трубопроводами и т. п.

**6. Аллокационная функция.** На основе действия «ценовых сигналов» ресурсы направляются в те производственные отрасли, в которых выше спрос на продукцию, рентабельность производства, и т. д.

**7. Доходообразующая функция** с учетом дифференцирующих моментов, как в отношении производства, так и потребления.

#### **Функции сферы потребления.**

**1. Функция целеполагания.** Потребление задает цель производству, которая доводится до него через сферу обращения. По сути это функция передачи от потребления к производству целевых установок. Потребление дает импульс производству о том, что производить, в каком количестве, ассортименте, какого качества.

**2. Потребляющая функция.** В сфере потребления созданный продукт завершает свое движение.

**3. Инновационная функция** в соединении с производством (о чем говорилось в связи с функциями производства).

**4. Адаптационная функция,** как в отношении производства, так и обращения с учетом корректирующего момента и структурообразования.

**5. Информационная функция.** Информация для других сфер относительно структуры потребителей, их доходов, имущества.

Анализ в плоскости политической экономики неизбежно приводит к формулированию экономических законов как хозяйственных императивов. С сожалением приходится отметить, что в современной литературе интерес к объективным экономическим законам заметно угас, эта тема замещена разговорами об институтах. **Экономические законы** являются сердцевиной хозяйственного механизма в политэкономическом ключе. Укажем на ряд экономических законов в

рамках нашего постадийного (пофазного) воспроизводственного анализа, акцентируя внимание на сфере производства и сфере обращения. Мы опираемся при этом на работу Я. А. Кронрода «Законы политической экономии социализма» (1966), в которой он выделяет экономические законы стадий общественного воспроизводства (Гл. 6, 7), делая поправку на идеологический аспект в указанной книге. Я. А. Кронрод отмечает, что «законы воспроизводства взаимодействуют с законами отдельных фаз воспроизводства и определяют конкретный процесс экономического развития» [16, с. 508]. К законам общественного воспроизводства можно отнести закон усложнения структуры общественного продукта, закон взаимодействия отраслей и сфер, производящих общественный продукт, закон накопления и др.

#### **Экономические законы сферы производства:**

а) *закон общественного разделения труда (ОРТ)*. Это всеобщий закон, отражающий формы экономических отношений между людьми в непосредственном процессе производства (обособление участников производства для выполнения специальных его функций – специализация труда; и объединение, обмен деятельностью между ними для получения совместных результатов общественного производства – кооперация труда). В настоящее время можно говорить не только об отраслевом и территориальном общественном разделении труда, но и об относительно новом кластерном ОРТ;

б) *экономический закон пропорциональности (сбалансированности)*. Это всеобщий закон, предполагающий пропорциональное распределение труда, т. е. его распределение соответственно системе исторически сложившихся потребностей общества, необходимо подлежащих удовлетворению путем осуществления материального производства, и представляет собой форму, в которой реализуется необходимость регулирования производства трудом, рабочим временем, имеющимися в распоряжении общества. В связи с этим можно обратиться к высказыванию К. Маркса: «Действительно, никакая форма общества не может помешать тому, чтобы рабочее время, имеющееся в распоряжении общества, тем или иным путем регулировало производство» [22, с. 9]. Я. А. Кронрод, ссылаясь на Г. М. Павлова, отмечает, что «закон пропорционального развития действует в силу наличия общественного разделения труда, так как развитие производства в обществе, где имеется разделение труда, возможно только при наличии определенных пропорций между различными отраслями и сферами человеческой деятельности» [16, с. 409];

в) *закон затрат необходимого и прибавочного труда* и соответственно со стороны движения результатов труда *закон производства необходимого и прибавочного продукта* [34, с. 326–327]. Эти законы при соответствующем уровне развития производительных сил, степени участия работников в материальном производстве, соотношений материального производства и непроизводственной сферы в общей системе общественного разделения труда и т. д. определяют сочетание

в общественном труде необходимого и прибавочного труда; в продукте – необходимого и прибавочного продукта. Содержание этих законов отвечает объективной необходимости удовлетворения личных и общественных потребностей и приобретает форму экономических интересов участников производства;

г) *закон возмещения затрат на воспроизводство рабочей силы*, выражающий объективную необходимость выделения из общественного продукта определенной части в качестве жизненных средств для восстановления способности человека к труду. Разработка вопроса о законе возмещения затрат рабочей силы впервые была осуществлена Е. Л. Маневичем [20, с. 170–183];

д) *экономический закон адекватности* (адекватность поставленным задачам, социально-экономическим возможностям). Здесь следует отметить, что материальное производство не утрачивает своего значения для удовлетворения потребностей людей. Нематериальная сфера может развиваться только на основе материального производства;

е) *закон технологической выровненности*. Следует заметить, что производство на предприятиях не выровнено. Одни участки трудоемки, другие – механизированы; на одних участках новое оборудование, в других – сильно изношенное. Речь идет о неравных условиях производства. Невыровненность может быть показана по многим параметрам (рабочая сила, сырье, техника безопасности, охрана труда и т. д.). О технологической плотности, однородности (неоднородности), насыщенности (ненасыщенности) производственного аппарата пишет М. Н. Узяков [см., например, 31, 32 и др.];

ж) *закон равных условий труда*;

з) *закон соответствия рабочей силы требованиям рабочих мест*, связанных с техникой, технологиями, организацией производства;

и) *логистические законы* (нарастание материально-вещественных (товарных) потоков и сопутствующих им информационных, финансовых потоков (стоимости);

к) *закон роста производительности труда* (индивидуального и общественного), или, что тоже, *закон экономии времени*, выступает как всеобщий экономический закон производства, т. е. закон экономии труда, достигаемой на производстве каждого данного продукта (труда прошлого и живого вместе взятых);

л) *закон роста технического строения производства*, или «закон, согласно которому все возрастающая масса средств производства общественного труда может, вследствие прогресса производительности общественного труда, приводиться в движение все с меньшей и меньшей затратой человеческой силы...» [21, с. 659], как общий закон производства, опирающегося на машинный технико-технологический базис.

Сфера обращения. Если говорить о распределении как моменте производства, то в его рамках формируются пропорции распределения продукта, которые выступают

как необходимая предпосылка нормального хода общественного воспроизводства на предприятии. Реальные пропорции зависят от законов рыночного оборота, так как реалии рынка дают окончательный распределительный результат. Распределение есть стадия в движении продукта, но эта стадия в своей жизнедеятельности имеет две стороны: одна – чисто счетная (учетная сторона), выполняется идеально в сфере производства; другая – выполняется реально, на основе действия рыночного механизма в сфере обмена. Обмен выполняет корректирующую роль в отношении пропорций распределения.

Одно распределение – это умозрительность, законы распределения фиксируют идеальные нормативные пропорции. А вот во взаимодействии с обменом распределение рассматривается как реальность. И здесь речь должна идти о законах обращения. Реальные пропорции – это не те пропорции, которые устанавливаются расчетным путем или на основе предшествующих периодов. Это реальные соотношения, фактические, складывающиеся в результате реализации продукции. И этот результат носит корректирующий характер.

### **Законы сферы обращения как единства распределения и обмена:**

а) *закон распределения по труду* (он достаточно глубоко разработан в советской экономической литературе, хотя в современной литературе о нем нечасто встречается упоминание), предполагающий распределение фонда необходимого продукта пропорционально затратам равного труда (в соответствии с его количеством и качеством). Этот закон тесно связан с законом возмещения затрат на воспроизводство рабочей силы, который определяет объем материальных и духовных благ, необходимых для восстановления способности к труду. Закон распределения по труду определяет пропорцию, зависимость доли каждого в общественном продукте в зависимости от его трудового вклада. В условиях рыночной экономики трактовка данного закона претерпевает изменение в связи с необходимостью учета рыночных факторов, влияющих на формирование заработной платы, таких как спрос, предложение, результативность деятельности предприятий, отраслей, ориентированность их на экспорт или на внутренний рынок и др. Мы считаем, что этот закон не утрачивает своего значения, но с необходимостью приобретает современную интерпретацию. Так, в сдельной, повременной формах оплаты труда, использующихся и сегодня, сохраняется учет количества и качества труда, в более сложных формах (аккордная, комиссионная и др.) распределение по труду сохраняется в части тарифной оплаты труда, но в надтарифной части зарплаты все большую роль начинают играть рыночные критерии оценки трудового вклада.

б) *закон стоимости* как закон определения стоимости товаров затратами общественного, абстрактного труда и необходимости обменивать товары по эквивалентным массам затрачиваемого на их производство труда. Закон стоимости



выступает в качестве стихийного регулятора производства, объективно приводит одних к разорению, банкротству, а других к высокой прибыльности, к обогащению;

в) *законы спроса и предложения в их взаимодействии*. Хозяйственная деятельность предпринимателя и организация общественного производства в целом регулируются движением спроса и предложения, их конкретным соотношением. При наличии спроса, его увеличении производство расширяется, при отсутствии и уменьшении – сужается. О движении спроса судят как по размерам продаж и запасов продукции, так и по динамике цен и прибыли. Превышение предложения над спросом – при исключении сильного влияния субъективного фактора – вызывает тенденцию понижения цен и сокращению размеров прибыли. Предприниматель стремится, с одной стороны, удовлетворять имеющийся спрос, а с другой стороны – всячески создавать спрос, стимулировать его расширение;

г) *законы денежного обращения*, которые сводятся к равенству обращающихся денег и товарной массы, выраженной в денежной форме, отражают факторы, которые влияют на поддержание устойчивости денежного обращения и материально-денежную сбалансированность экономики (*законы Коперника-Грешема, К. Маркса, И. Фишера, кембриджское уравнение*).

#### **Законы стадии потребления:**

а) *закон возвышения потребностей*, который отражает такие свойства потребностей, как насыщаемость и дифференцируемость;

б) *закон Энгеля*, отражающий изменения структуры расходов домашних хозяйств и отдельных индивидов, исходя из динамики роста получаемого ими дохода. Дополняют его другие эмпирические законы потребления: *закон Швабе* – чем беднее семья, тем большая доля расходов тратится на жилище; *закон Райта* – чем выше доход, тем выше уровень сбережений и доля их в расходах; *закон Жини* – если продовольственные расходы растут или убывают в арифметической прогрессии, то другие виды расходов стремятся измениться в обратном направлении и в геометрической прогрессии;

в) *законы потребления и сбережения Ф. Молильяни, М. Фридмена*, устанавливающие зависимость между уровнем дохода, его динамикой и расходами на потребление и сбережение на протяжении жизни человека;

г) *первый и второй законы потребления Госсена* (при последовательном потреблении полезность каждой последующей единицы продукта ниже предыдущей; оптимальным будет тот вариант потребления, при котором достигается равенство между предельными полезностями, получающимися от последних денежных единиц, израсходованных на покупку отдельных товаров).

Не останавливаясь на других законах стадии потребления отметим, что для целей исследования хозяйственного механизма в современных условиях представляет интерес еще ряд законов общественного воспроизводства:

– законы формирования отношений и форм собственности как на ресурсы (средства производства, рабочая сила, деньги и др.), так и на предметы потребления (краткосрочного и долгосрочного характера; возможны и иные классификации);

– законы экономического обособления, теснейшим образом взаимодействующие с законами собственности. Экономическое обособление можно показать, как ресурсное обособление; как собственный экономический интерес субъекта; как кругооборот ресурсов; как целевую функцию (по одной трактовке – прибыль, по другой – природа цели многозначна);

– законы формирования субъектов экономики – домашнего хозяйства, предприятия, государства;

– законы формирования совокупной рабочей силы общества, региона, предприятия;

– законы равновесия. Они многообразны и хорошо известны из курса Экономикс. Эти законы свидетельствуют о том, что знания, сведения из механики проникают в экономику;

– законы соответствия производственных отношений характеру и состоянию производительных сил;

– законы адаптации явлений и процессов к окружающей среде. В этих законах научные сведения из биологии вводятся в экономику;

– законы «достраивания» экономики. Эти законы означают, что если в экономической системе какого-либо фрагмента недостает, то он неизбежно формируется, ибо без него система не работает. Например, существование теневой экономики во всех странах мира в большей или меньшей степени свидетельствует о том, что этот сектор «восполняет» пробелы, в первую очередь, институциональные, которые существуют в действующих хозяйственных системах стран.

На основе разрабатываемого нами методологического принципа исследования – симбиоза политической экономии и институционализма [4, 5 и др.], в рамках которого выдвигается и конкретизируется тема неадекватности современной российской институциональной среды запросам, исходящих из системы экономических отношений, требований экономических законов, восстанавливается интерес к самой проблеме соответствия экономических законов состоянию производительных сил, институциональной среды требованиям экономических законов.

Как известно, в каждую конкретную эпоху объективно требуется изменение форм и методов управления экономической системой, которые должны быть адекватны сложившимся условиям функционирования хозяйства и общества. Обеспечение адекватности — сложная задача. Например, Л. И. Абалкин, рассматривая хозяйственный механизм социалистической формации отмечал, что «хозяйственный механизм должен органически увязывать централизованное планирование и хозяйственный расчет, управление производством из единого центра и

демократизацию управления экономикой, обеспечивая высокие темпы роста социалистической экономики. Для достижения соответствия хозяйственного механизма уровню развития производительных сил необходимо определение критериев его адекватности условиям производства во всех структурных звеньях экономики и показателей такого соответствия» [2, с. 9]. Некоторые проблемы обеспечения адекватности рассматриваются при анализе путей повышения научного уровня и действенности планирования, активизации экономических стимулов и рычагов, совершенствования организационной структуры производства и управления, а также системы экономических связей в народном хозяйстве.

Принято считать, что экономические законы, как и экономические отношения, носят объективный характер. Но в условиях обобществленного производства и при высоком уровне развития научного знания люди в состоянии не просто познавать мир, но в известных пределах, планомерно управлять теми или иными процессами. Другими словами, при определенных обстоятельствах люди в состоянии сознательно поддерживать пропорциональность в экономике или в тех или иных ее сферах, что свидетельствует о планомерности развития.

Применительно к российской экономике актуален вопрос взаимосвязи самоорганизации рынка (стихийный процесс) и регулирования со стороны государств и прочих крупных структур (планомерный процесс). В рамках рассмотрения хозяйственного механизма через динамичное взаимодействие стадий общественного воспроизводства можно анализировать и эти аспекты. Так, стадия производства на уровне предприятия осуществляется под влиянием действия технико-технологических законов, что определяет и ее определенную пропорциональность. Это выражается в планомерном изменении форм организации производства, взаимодействий участников процесса, использовании системы стимулирования необходимых результатов. При этом сами техника и технологии определяют чаще всего возможные объемы выпуска продукции, скорость производственных операций, необходимые издержки производства, которые станут основой стоимости продукта. Поэтому можно говорить о планомерности стадии производства.

На стадии обращения (распределение плюс обмен) действуют как элементы рыночного саморегулирования, так и квазирыночные регуляторы, а также осуществляется воздействие со стороны государственных структур. При этом наряду с экономическими факторами на распределение и обмен влияют и неэкономические факторы. Как отмечает С. Ю. Глазьев, «и в мифологическом сознании античных людей, и в религиозном сознании средневекового общества производство и обмен материальных благ регулировался не рациональными соображениями относительно предельной производительности или цены рабочей силы, а устоявшимися традициями, обеспечивавшими воспроизводство общественного организма с содержанием необходимых для этого структур защиты и управления. По имеющимся историческим

данным можно предположить, что на последнее направлялось, в зависимости от внешних угроз, от одной десятой до одной пятой производимого продукта в натуральной форме. Появление рыночного хозяйства в том виде, который представлен в современной «экономике», стало результатом разрушения традиционного общества и связанного с ним религиозного мировоззрения, которое запрещало процент и предписывало соблюдение сложившейся социальной иерархии с характерной для нее устоявшейся системой производства и распределения материальных благ [10, с. 15].

Хозяйственный механизм в сфере обращения в современных условиях также является достаточно сложным, включающим в себя ряд механизмов: а) рыночный товарно-конкурентный механизм;

б) государственный механизм распределения;

в) механизм межличностных отношений;

г) общественный механизм распределения (через действия различных ассоциаций, объединений);

д) механизм распределения на уровне предприятий, крупных хозяйственных структур – холдинги, торговые сети (многофилиальные сети);

е) механизм действия квазиобщественных организаций (экономические субъекты, которые по своей природе являются коммерческим предприятием, выполняют важную роль в системе экономических отношений, обеспечивают реализацию общественно важных задач, деятельность которых сопряжена с колоссальными внешними эффектами).

Центральным инструментом рыночного механизма являются цены (ценообразования с учетом спроса и предложения). Процесс ценообразования носит объективный характер (их формирование на основе стоимости как затрат живого и овеществленного труда). В последующем происходит отклонение цен от стоимости под влиянием различных факторов. Ценовой механизм предполагает не только многоуровневое формирование цен, но и использование различных скидок, надбавок, штрафных санкций, различных методов расчета (предоплата, оплата при поставке и т. п.). Цены оказывают непосредственное воздействие на формирование фондов возмещения затрат – фонд оплаты труда, амортизационный фонд, фонд оборотных средств. Объективно действующий рыночный механизм, трактуемый как взаимодействие спроса и предложения, осуществляющееся во взаимосвязи цены, конкуренции, выгоды (прибыль со стороны производства и полезность со стороны потребления), в условиях смешанной экономики с необходимостью дополняется другими механизмами, которые могут брать на себя завершающую оценку. Так, государство через свой механизм призвано решать задачи по реализации интересов всего общества в целом.

Стадия потребления также сочетает в себе как действие стихийных рыночных механизмов, так и действие нерыночных факторов (длительность или

кратковременность использования приобретенных продуктов, индивидуальный или коллективный характер потребления благ во многом определяются социально-психологическими особенностями людей). В структуре потребления все большую долю занимают информационные услуги социальных сетей, компьютерные игры, развлечения. Как отмечает С. Ю. Глазьев, «в высокотехнологичной сфере стремительно дешевеют привычные продукты и появляются запредельно дорогие новые с избыточными потребительскими свойствами. И наоборот, дорожают традиционные товары примитивного качества, востребованы услуги по искусственному «состариванию» товаров по прихоти потребительского спроса» [10, с. 16].

При использовании симбиоза политической экономии и институционализма как методологической основы исследования можно вести разговор о трактовке хозяйственного механизма как взаимодействия элементов экономического базиса с элементами надстройки. При этом можно опереться на работы Л. И. Абалкина, в которых он указывает на то, что хозяйственный механизм включает в себя часть организационно-технических и организационно-экономических отношений, взаимодействующих с элементами надстройки.

В рамках политэкономического подхода нельзя обойти вниманием и тему эффективности экономической деятельности, которая определяется степенью достижения поставленных целей. При этом, с одной стороны, речь идет о реализации экономического интереса хозяйствующего субъекта деятельности; с другой – об удовлетворении общественного интереса, потребности социально-экономического прогресса общества. Задача хозяйственного механизма как раз и состоит в достижении устойчивого совпадения двух групп целей в масштабах всего общественного воспроизводства. Это возможно лишь при использовании всего спектра управляющих моментов в хозяйственном механизме (одни сегменты экономики функционируют как саморазвивающиеся (инициатива снизу, стихийные моменты, свободная конкуренция и пр.), другие сегменты экономики – плод государственного регулирования (действия «сверху», реализация процессов как проектов и пр.). В условиях российских пространств роль центральной власти особенно значима.

#### *Список литературы*

1. Абалкин Л. И. Хозяйственный механизм развитого социалистического общества. М.: Мысль, 1973. 263 с.
2. Абалкин Л. И. Хозяйственный механизм общественных формаций / Под общ. ред. Л. И. Абалкина. М.: «Мысль», 1986. 269 с.
3. Абалкин Л. И., Петраков Н. Я., Ясин Е. Г. и др. Перестройка управления экономикой: проблемы, перспективы / отв. ред. Н. П. Федоренко и др.; Сост. Ф. Г. Гурвич. М.: Экономика, 1989. 352 с.

4. Бабаев Б. Д., Бабаев Д. Б. Взаимосвязь политической экономии и институционализма – важное направление совершенствования экономико-теоретического знания // Журнал экономической теории. 2013. № 2. С.84-93.
5. Бабаев Б.Д., Николаева Е.Е. Концептуальные основы исследования региона как открытой экономической системы: синтез политэкономии и институционализма // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. 2018. Т. 13. № 2. С. 159-176.
6. Беляева Ю. В., Орлов В. В., Чекмарев В. В. Государственно-частное партнерство в системе экономических отношений. Кострома: Костром. гос. ун-т, 2010. 184 с.
7. Бодрунов С. Д. Грядущее. Новое индустриальное общество: перезагрузка / Монография. М.: Культурная революция, 2016. 352 с.
8. Брагина З. В., Орлов В. В., Андреева Н. Ю. Государственно-частное партнерство: механизмы развития / Костром. гос. ун-т им. Н. А. Некрасова. Кострома: КГУ, 2011. 186 с.
9. Бунич П. Г. Хозяйственный механизм развитого социализма: сущность, структура, проблемы и перспективы. М.: Наука, 1980. 351 с.
10. Глазьев С. Ю. О новой парадигме в экономической науке // Государственное управление. Электрон. вестник. 2016. Июнь. Вып. 56. С. 5–39.
11. Глазьев С.Ю. Теория долгосрочного технико-экономического развития. М.: ВладДар, 1993. 310 с.
12. Государственно-частное партнерство: социально-экономический эффект взаимодействия в рыночной экономике: монография / В.А. Кабанов, И.А. Морозова, И. И. Решетникова, Л. С. Шаховская. Волгоград: ВолгГТУ, 2012. 210 с.
13. Губанов С.С. Неиндустриализация плюс вертикальная интеграция (о формуле развития России) // Экономист. 2008. № 9. С. 3–27.
14. Использование кластерного подхода в модернизации экономического пространства Российской Федерации / под ред. акад. РАН А. И. Татаркина. Екатеринбург: ИЭ УрО РАН, 2013. 535 с.
15. Казаков М. Г. Теоретические и прикладные аспекты формирования и развития текстильного кластера региона (по материалам Ивановской области): дис....канд. экон. наук, 08.00.01 и 08.00.05. Иваново, 2006. 176 с.
16. Кронрод Я. А. Законы политической экономии социализма. Очерки методологии и теории. М.: Мысль, 1966.
17. Лушин В. Е. Кластер как форма региональной планомерности (по материалам промышленного производства Костромской области): дис. ...канд. экон. наук, 08.00.05. Иваново, 2008. 198 с.);
18. Львов Д.С. Экономика развития. М.: Экзамен, 2002. 512 с.
19. Маевский В.И., Малков С.Ю. Новый взгляд на теорию воспроизводства. М.: ИНФРА-М, 2015. 238 с.1.
20. Маневич Е. Л. Актуальные вопросы теории и организации заработной платы в СССР // Проблемы политической экономии социализма. М., 1959.
21. Маркс К. Капитал. Т. 1. Кн. 1. Процесс производства капитала // Маркс К., Энгельс Ф. Соч., 2-е изд. Т. 23.
22. Маркс К. Переписка между К. Марксом и Ф. Энгельсом (январь 1868–середина июля 1870). Маркс–Энгельсу, 8 января 1868 г. // Маркс К., Энгельс Ф. Соч., 2-е изд. Т. 32.

23. Медведев В.А. Социалистическое производство. Политико-экономическое исследование. М.: Экономика, 1976. 326 с.
24. Медведев В. А. Социалистическое воспроизводство и конечные народно-хозяйственные результаты (вопросы методологии). М.: Экономика, 1983. 176 с.
25. Меркулова М. Е., Квашнина Н. А. Государственно-частное партнерство в региональной экономике. Иваново: Иваново, 2012. 275 с.
26. Николаева Е. Е. Распределительные отношения и их деформации в условиях современной российской экономики: аспект политической экономии. М.: Изд-во МЭСИ, 2011. 456 с.
27. Переходная экономика: теоретические аспекты, российские проблемы, мировой опыт / ред. В.А. Мартынов, В.С. Автономов, И.М. Осадчая. М.: Экономика, 2005. 720 с.
28. Осипов Ю. М. Основы теории хозяйственного механизма. М: Изд-во МГУ, 1994. 368 с.
29. Осипов Ю. М. Хозяйственный механизм государственно-монополистического капитализма. М., изд-во МГУ, 1987. 400 с.
30. Современная смешанная экономика / Под ред. В. А. Мартынова. М., ИМЭМО РАН, 1992. 68 с.
31. Узяков М. Н. Взаимодействие качественных и массовых ресурсов и эффективность экономики // Проблемы прогнозирования. 2001. № 1. С. 15–26.
32. Узяков М. Н. О перспективах экономического роста в России // Проблемы прогнозирования. 2002. № 4. С. 3–14.
33. Черковец В. Н. Социализм как экономическая система. М.: Экономика, 1982. 295 с.

---

*Nikolaeva E.E., Babaev B.D.*

**TO THE QUESTION ABOUT THE ECONOMIC MECHANISM  
AS A DIALECTIC INTERACTION OF STAGES  
PUBLIC REPRODUCTION: POLITICAL AND ECONOMIC ASPECT**

*Abstract.* The article is devoted to the problematic side of using the symbiosis of political economy and institutionalism as a methodological basis for the study of the economic mechanism as the interaction of elements of the economic basis, organizational, technical, organizational and economic relations with elements of the superstructure.

**Key words:** economic mechanism, functions, laws, sphere, production, circulation, consumption.

---

УДК: 330.8

## РЫНОЧНОЕ ХОЗЯЙСТВО В КОНТЕКСТЕ ЭВОЛЮЦИИ ПАРАДИГМ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ И ПРЕОДОЛЕНИЯ ОПЫТА НЕСИСТЕМНОГО АНАЛИЗА СИСТЕМНЫМ АНАЛИЗОМ

**Ядгаров Я.С.**

доктор экономических наук, профессор, руководитель секции  
«История экономической мысли» Департамента экономической теории,  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

*Аннотация:* Цель работы – выявить особенности процесса эволюции парадигм экономической науки через призму этапов преодоления опыта несистемного анализа системным анализом. Для реализации данной цели рассмотрены основные черты несистемного анализа феномена рыночного хозяйства в периоды широкого распространения в экономической науке теоретико-методологических ценностей исследовательских парадигм меркантилизма, классической политической экономии, экономического романтизма и утопического социализма. Раскрыты сущностные аспекты первого опыта системного анализа феномена рыночного хозяйства адептами немецкой исторической школы. Одним из результатов выполненного исследования явилась аргументация выводов о том, что благодаря приверженцам исследовательской парадигмы неоклассицизма опыт системного анализа нашел применение в области теоретического осмысления сущности и механизма формирования стоимости в условиях рыночной экономики.

*Ключевые слова:* исследовательская парадигма; феномен рыночного хозяйства; системный анализ.

### 1.1. Альтернативные методы анализа феномена рыночного хозяйства в исследовательских парадигмах экономической науки: ретроспективный аспект

Проблематика анализа феномена рыночного хозяйства и механизмов его функционирования через призму используемого в этих целях альтернативного методологического инструментария была и остается одной из насущных в процессе эволюции многообразных исследовательских парадигм экономической науки. В частности, в процессе анализа феномена рыночного хозяйства уже на ранних этапах относительно непротяженной истории данной отрасли человеческих знаний, связанном, как полагают в современном научном экономическом сообществе, с периодами идеологии меркантилизма и классической политической экономии, лидеры этих направлений экономической мысли, их единомышленники руководствовались преимущественно принципами эмпиризма и каузального анализа. Такого рода аналитические подходы при доминировании эмпиризма активно использовались в рамках теоретико-методологических установок представителей меркантилизма на протяжении соответствующих этапов его эволюции в период XVI – XVIII веков. А на всех этапах развития классической политической экономии (с конца XVII по вторую половину XIX вв.) доминировал каузальный методологический инструментарий.



Позиционируя себя приверженцами абсолютизации протекционизма и эмпирически ориентированной экономической идеологии, меркантилисты стремились содействовать формированию рыночной инфраструктуры и институтов рыночной системы хозяйствования. В заслугу меркантилизму можно поставить также непосредственную причастность его адептов становлению и обособлению науки, получившей впоследствии название «Политическая экономия». В свою очередь лидеры «классической политической экономии» (это понятие ввел в своем «Капитале» в научный оборот К. Маркс) отвергая эмпиризм и протекционизм меркантилистов, провозгласили приоритет каузального анализа и обязательное преобладание экономических свобод в хозяйственной жизни. Они же обозначили своим творческим наследием непреходящие ценности рыночного хозяйства, ассоциирующиеся с гарантированным обеспечением в национальной экономике таких трех составляющих, как доминирование частной собственности, свободной конкуренции, свободного ценообразования. Правда, нельзя не признать, что и «классики», подобно меркантилистам, неизменно оперировали методами, весьма отдаленными от основ системного (комплексного) анализа социально-экономических процессов.

Далее в период первой половины и середины XIX века пришло время оппонентов «классиков», положивших начало экономическому романтизму, утопическому социализму и немецкой исторической школе. В противовес присущему изысканиям меркантилистов эмпиризму и протекционизму, а также ратовавшим за приоритет идей экономического либерализма адептам классической политической экономии основоположники названных направлений экономической мысли продемонстрировали неприятие идей эмпиризма и автоматической саморегулируемости рыночной экономики, выдвинули концепции, ориентированные на социально-экономические преобразования, предложили иные, чем у «классиков», модели идеального социально-экономического устройства общества.

Но, даже будучи противниками либеральных сентенций классической политической экономии, экономисты-романтики и социалисты-утописты, в духе своих предшественников и современников, можно сказать, продолжали довольствоваться несистемным аналитическим инструментарием, предпочитая каузальный (причинно-следственный) анализ, доминировавший, кстати, тогда и в других сферах и отраслях науки. И только идеологи немецкой исторической школы обеспечили своим творчеством политэкономическое обоснование концепции системного подхода и продемонстрировали первый в истории экономической науки опыт его реализации. [16, с. 77-78, 208-243, 255-258].

Новейшая история экономической науки современным научным экономическим сообществом ассоциируется, как правило, с доминированием на всем ее протяжении (XX и начала XXI столетий) исследовательских парадигм неортодоксального неоклассицизма и институционализма (социально-институционального направления

экономической мысли). Лидеры и адепты указанных парадигм в поисках путей решения ключевых научно-практических задач опираются, прежде всего, на системный метод анализа и другие аналитические инструменты (например, эволюционный, институциональный и междисциплинарный методы научного анализа).

Добавим к сказанному еще и о том, что системный анализ как научный метод познания, являясь неотъемлемой аналитической составляющей современной экономической науки, предназначен для обеспечения последовательных умозаключений и действий по выявлению и установлению структурных связей в хозяйственной жизни на микро- и макроэкономических уровнях, рассматриваемых в качестве взаимосвязанных и взаимообусловленных систем исследования. Кроме того, ныне научным экономическим сообществом системный метод анализ используется, как правило, вкупе с близкими его сущности методами эволюционного, институционального, междисциплинарного научного анализа. Опираясь на эти методы, современные ученые экономисты стремятся всесторонне решать научно-практические задачи, нацеленные на выработку востребованных и принимаемых обществом среднесрочных и долгосрочных комплексных программ бескризисного (нециклического) развития национальной экономики, придания ей инвестиционной привлекательности, устойчивого равновесия, социальной направленности.

С учетом указанных выше обстоятельств в последующих разделах данного исследования речь пойдет об особенностях эволюции аналитического методологического инструментария (*от несистемных методов анализа к системному анализу*) в исследовательских парадигмах экономической науки (*от меркантилизма до неоклассицизма включительно*). И с этой целью будут приняты во внимание те исторические реалии хозяйственной жизни, в силу которых в этой отрасли знаний сначала (*в период меркантилистского экономического учения*) доминировал эмпирический метод анализа, далее (*в периоды классической политической экономии, экономического романтизма, утопического социализма*) – каузальный и лишь затем (*начиная с немецкой исторической школы*) системный.

## **1.2. Основные черты несистемного анализа феномена рыночного хозяйства в исследовательских парадигмах меркантилизма и классической политической экономии**

Примеры, подтверждающие черты несистемного анализа феномена рыночного хозяйства в периоды зарождения и становления экономической науки, очевидны в творчестве представителей соответственно меркантилистского экономического учения и классической политической экономии.

В частности, эмпирические (описательные) позиции меркантилистов, которые отождествляли деньги (золотые и серебряные) и сокровища с богатством государства

и отдельного взятого индивида, привели их к поверхностным умозаключениям о том, что:

- для приумножения богатства необходимы протекционистские меры по регулированию внешней торговли и поощрению экспорта, сдерживанию импорта и всемерной поддержке национальной промышленности;
- сохранение низкого уровня заработной платы возможно при поддержке роста населения (уровня предложения рабочей силы);
- источник богатства во внешней торговле обусловлен неэквивалентным обменом в торговых взаимоотношениях с зарубежными государствами.

Характеризуя присущие меркантилизму несистемные эмпирические аналитические позиции, видный историк-экономист К. Поланьи отметил о том, что меркантилисты, хотя и ратовали за процесс всеобщей коммерциализации национального хозяйства, но одновременно с этим сдерживали этот процесс в отношении основных производственных факторов труд и земля, без чего едва ли вообще возможна независимая рыночная экономическая система. Вот почему, подытоживает ученый, «меркантилизм, как бы настойчиво он ни возводил всеобщую коммерциализацию в ранг национальной политики, заботился о развитии рыночной системы совершенно нерыночными способами...» [7, с. 12].

Как очевидно, меркантилисты, руководствуясь требованиями превышения экспорта над импортом, стимулирования вывоза из страны капитала, ввоза в нее золота и роскоши из-за рубежа и недопущение в национальную экономику заграничных инвестиций, в сущности, не сталкивались с проблемами возникающей и перманентно проявляющей себя в условиях фабрично-заводского производства и фермерства незанятости рабочей силы. Более того, основываясь на протекционистских настроениях в области государственного регулирования внешней торговли, наивно отождествляя деньги и богатство, адепты меркантилизма всемерно одобряли общественные работы, проявляли склонность к нелепым с позиций сегодняшней экономической науки выводам об «обязанности» государства обеспечивать население рабочими местами, придерживаться политики «разори соседа» ради обогащения собственного народа. Вот почему меркантилистская парадигма экономической науки, базировавшаяся в основном на методологических принципах эмпиризма, то есть описания внешнего появления экономических явлений, весьма дистанцировалась от системного анализа всех сфер экономики, а ее приверженцы источник приумножения денежного богатства страны видели исключительно в государственном регулировании внешней торговли, достижении положительного (активного) торгового баланса.

Зародившаяся еще в недрах меркантилизма и затем вытеснившая его парадигма классической политической экономии доминировала в экономической науке вплоть до второй половины XIX столетия, противопоставив протекционистской меркантилистов политике принципы полной свободы предпринимательской деятельности, то есть

экономического либерализма (*laissez faire*). Ее лидеры, названные К. Марксом «отцами политической экономии», предпочли приверженности меркантилистов эмпиризму каузальный (причинно-следственный), дедуктивный, индуктивный методы анализа, а также метод логической абстракции.

Но, как следствие, для «классиков» стал априорным обусловленный несистемным аналитическим подходом анализ преимущественно проблем сферы производства в отрыве от сферы обращения. Недооценивались ими и закономерные взаимосвязи хозяйствующих субъектов этих сфер, обратное влияние на сферу производства денежных, кредитных и финансовых факторов. По этой же причине они демонстрировали безоговорочную приверженность «экономическим законам» с тем, чтобы освободить себя от сомнений по поводу того, что полученные с помощью логической абстракции и дедукции предсказания следовало бы подвергнуть еще и опытной проверке. Причем многие из тех, кто в рядах «классиков» именовали себя смитианцами либо рикардианцами, пытались выявить механизм формирования стоимости товаров (рыночного ценообразования), опираясь именно на каузальный анализ. Разница же заключалась в том, что хотя стоимость «классиками» более не увязывалась с «естественной природой» денег и их количеством в стране (как у меркантилистов), но интерпретировалась она не менее бездоказательно – на основе производственных издержек, по одной версии, либо количеством затраченного труда, по другой.

К вышесказанному уместно добавить, что проявления несистемного анализа весьма очевидны и в концептуальном видении адептами классической политической экономии основополагающих трендов экономического роста и принципов достижения макроэкономического равновесия. В данном контексте «классики» были, можно сказать, солидарны с так называемым «законом рынков Сэя», согласно которому экономический рост обусловлен увеличением создаваемого производительным трудом в сфере материального производства национального богатства, а равновесие в экономике достигается автоматически. Вот почему в творчестве «классиков» фактически отсутствовал сколько-нибудь серьезный математический анализ с применением методов математического моделирования экономических проблем, позволяющих выбрать из определенного числа состояний хозяйственной ситуации наилучший (альтернативный) вариант. Понятно в этой связи и критическое суждение Н.Д. Кондратьева, отмечавшего, что «классики» ответы на решение основных практических задач и вопросов давали, ставя эти вопросы «оценочно»; по этой причине, заключает он, в результате их изысканий получались «...ответы, которые имеют характер оценочных максимум или правил, а именно: строй, опирающийся на свободу хозяйственной деятельности, является наиболее совершенным, свобода торговли наиболее благоприятствует процветанию нации и т. д.» [4, с. 295].

В целом краткую характеристику векторов несистемного анализа феномена рыночного хозяйства в рамках парадигм меркантилизма и классической политической экономии представляется уместным обобщить, отметив то, что и меркантилистов, и «классиков» политической экономии, на наш взгляд, сближает следующее:

- упрощенный аналитический инструментарий, обусловивший отсутствие должной систематизации проявлений хозяйственных реалий;
- имитация во многом механического следования законам физики;
- поиск сугубо внутренних причин хозяйственного благополучия в обществе без учета психологических, моральных, правовых и других факторов социальной среды.

### **1.3. Доминирование каузального метода анализа феномена рыночного хозяйства в исследовательских парадигмах экономического романтизма и утопического социализма**

Далее представляется необходимым отметить, что в процессе зарождения и становления экономической науки хозяйственная жизнь находилась сначала (в период меркантилизма) на этапе преобладания ручного немеханизированного (мануфактурного) производства, а затем (в период классической политической экономии), как это было показано в предыдущих разделах, стал очевидным переход к этапу постмануфактурного (фабрично-заводского и фермерского) производства. И именно реалии постмануфактурного этапа эволюции рыночной системы хозяйствования, с одной стороны, обусловили полное завершение меркантилистской исследовательской парадигмы, а, с другой, стали благодатной почвой для целостной аргументированной критики абсолютизовавших идеологию полной свободы предпринимательской деятельности «классиков».

Поэтому, говоря о том, что приоритетные методы анализа феномена рыночного хозяйства обозначили себя в ее ранних исследовательских парадигмах, именуемых меркантилизмом и классической политической экономией, следует иметь в виду, что по мере свершения промышленного переворота их аналитический инструментарий стал подвергаться качественно новой критике противниками абсолютизации, как протекционизма, так и экономического либерализма. Причем одним из центральных объектов этой критики стали негативные последствия периодически повторяющихся всеохватных кризисов в экономике национальных государств. И, как следствие, аналитическая палитра осмысления феномена рыночного хозяйства расширилась, по меньшей мере, еще тремя альтернативными векторами – экономическим романтизмом, утопическим социализмом, немецкой исторической школой.

Вместе с тем в данном разделе речь пойдет о научно-практических новациях в рамках двух из этих векторов аналитического инструментария, а именно в исследовательских парадигмах экономического романтизма и утопического социализма, творчеству адептов которых характерно доминирование все того же несистемного анализа феномена рыночного хозяйства на основе главным образом

каузального аналитического инструментария. Но при этом необходимо подчеркнуть, что с точки зрения методологических и научно-практических нововведений, они привнесли в экономическую науку весьма аргументированное и обоснованное (хотя и с позиции каузального и несистемного подхода) критическое осмысление идеологии *laissez faire*, которую всегда и неизменно абсолютизировали «классики».

Заметим далее, что наперекор «классикам», основоположники экономического романтизма и утопического социализма настаивали на том, что экономика в условиях невмешательства в нее государства не может автоматически уравниваться неотвратимой силой, обусловленной некими экономическими законами «невидимой руки». Экономисты-романтики и социалисты-утописты отвергли и постулаты некоего «закона Сэя», ставшего одной из основополагающих общих характерных черт классической политической экономии. Они противопоставили этому «закону» положение о том, что кризисные явления в хозяйственной жизни постмануфактурного периода имеют отнюдь не случайный и частный характер и могут повторяться перманентно, имея всеобщие масштабы. Отсюда становятся понятными логика и содержание многообразной аргументированной критики адептами данных исследовательских парадигм экономической науки основополагающих постулатов смитианского учения и их актуальные и в наше время попытки моделирования посредством реализации социально ориентированных реформаторских мероприятий качественно иного, чем у «классиков», идеального экономического устройства общества в предстоящем неэксплуататорском будущем.

Так, родоначальники экономического романтизма (С. Сисмонди и П. Прудон) и утопического социализма (Р. Оуэн, К. Сен-Симон и Ш. Фурье), в духе «классиков», через призму каузального аналитического подхода:

- противопоставляли друг другу сферы производства и обращения;
- рассматривали социально-экономические отношения между так называемыми главными классами общества;
- придерживались затратных версий определения стоимости;
- отрицали (на основе описательного метода) самостоятельную, значимую роль денег в общественном воспроизводстве.

Но одновременно с этим именно специфические элементы методологии в их творческом наследии способствовали всемерной обращенности, как писал, в частности, С. Сисмонди, «ко вмешательству власти в дело регулирования богатства» с тем, чтобы не сводить «всю политическую экономию к простому... принципу *laissez faire*» [9, т. 1. с. 133]. Схожая методическая позиция очевидна и у П. Прудона, по убеждению которого речь должна идти «вовсе не об уничтожении конкуренции, что так же невозможно, как и уничтожение свободы; все дело в том, чтобы найти равновесие, и я бы охотно сказал даже: регулирование (конкуренции)» [5, с. 123]. А социалисты-утописты (в силу специфики своих методических аналитических позиций)

не приемлют (Р. Оуэн) либо критикуют (К. Сен-Симон и Ш. Фурье) институт частной собственности, осуждают идею и практику экономики ничем не ограниченной свободы конкуренции, видя последней причину эксплуатации человека человеком, неизбежной монополизации хозяйственной жизни и экономических кризисов. Поэтому они ратуют за уничтожение антагонистических классов и конкуренции при сохранении свободы и производственных запросов в рамках рекомендуемых (и организуемых лично) свободных ассоциативных образований трудящихся, в которых каждый сохранит для себя полный продукт своего труда.

#### **1.4. Первый опыт системного анализа феномена рыночного хозяйства в исследовательской парадигме немецкой исторической школы**

Между тем собственно первый опыт системного подхода в экономической науке непосредственно связан с вышеупомянутой немецкой исторической школой, адепты которой наряду с обвинением «классиков» за абсолютизацию принципов экономического либерализма (*laissez faire*), также впервые опровергли методические сентенции «классиков» о якобы универсальном (космополитическом) характере экономической науки, настаивая на целесообразности исследования реального, а не мнимого (каузального) изображения конкретной действительности в хозяйственной жизни. При этом необходимо заметить, что постулаты системного анализа в данной отрасли знаний были сформулированы (но еще в достаточной мере не аргументированы) идейными предшественниками данного направления экономической мысли – Адамом Мюллером и Фридрихом Листом. Свидетельство тому служат книга первого из них под названием «Основы искусства управления государством» (1809) и второго – под названием «Национальная система политической экономии» (1841), на страницах которых очевидны:

- особая и значительная роль для экономической науки исторического метода;
- характеристика политической экономии не как универсальной, а национальной науки;
- учет влияния на национальное хозяйство не только экономических, но и природно-географических, национально-исторических и других неэкономических предпосылок;
- признание общественного интереса нации выше личного интереса индивидуума.

Непосредственными же родоначальниками и пионерами немецкой исторической школы (как и политэкономического обоснования концепции системного подхода и первого опыта его реализации в истории экономической науки) явились видные немецкие ученые Вильгельм Рощер (профессор Гёттингенского университета), Бруно Гильдебранд (профессор университетов в Марбурге, Цюрихе, Берне и Йене), Карл Книс (профессор Фрайбургского и Гейдельбергского университетов). В частности, В.

Рошером выпущены такие сочинения, как «Краткие основы курса политической экономии с точки зрения исторического метода» (1843) и «Начала народного хозяйства» (в 4-х тт.; 1854, 1860, 1881, 1886). Б. Гильдебранд явился автором произведения «Политическая экономия настоящего и будущего» (1848). Что касается К. Книса, то он обрел признание, издав книгу «Политическая экономия, рассматриваемая с исторической точки зрения» (1853; 2-е издание в 1883 г.).

Именно немецкий профессорский триумvirат Рошер – Гильдебранд – Книс смог убедительно поставить во главу угла проблему системного метода экономического исследования, по существу выдержал научный спор с все еще, казалось бы, не неоспоримыми каузальными методологическими сентенциями «классиков». Усилиями этих ученых и их многочисленных последователей и единомышленников удалось кардинально обновить методологию политической экономии новыми позитивными аналитическими элементами и, прежде всего, системным подходом, предполагающим акцентированное внимание исследователей на следующих трех методологических положениях:

- 1) учет влияния на экономическое развитие страны социальной среды, в том числе «человеческого фактора»;
- 2) выявление взаимосвязи и взаимообусловленности экономических и неэкономических факторов и категорий;
- 3) определение места и роли неклассовых критериев в исследовании фаз и этапов развития общества.

Указанные методологические положения немецкой исторической школы фактически явились некими ответами экономической науки на вызовы хозяйственной жизни постмануфактурного периода, сопровождавшегося перманентными кризисными явлениями [17, с. 35-48]. Причем важно учесть, что возникшая благодаря этой школе принципиально новая методологическая парадигма базируется на принципах учета влияния на экономический рост всей совокупности факторов и противопоставлении каузальному методу анализа функционального и исторического методов анализа. Ее реализация предполагает (также вопреки «классикам») историко-экономические (с неклассово-формационных позиций) оценки развития форм, видов и этапов хозяйствования, обоснование идей целесообразности социальных реформ на принципах *laissez faire* (экономического либерализма).

Принципиально новым и значимым в контексте системного аналитического подхода стало, пожалуй, то, что немецкие авторы, наперекор «классикам» указали в своих сочинениях на неуниверсальный характер политической экономии как науки. Они впервые и небезосновательно утверждали о том, что результативность процессов хозяйственной жизни зависит одновременно как от экономических (базисных), так и от многообразных факторов неэкономического (надстроечного) свойства, включая «человеческий фактор», то есть, как принято говорить, от факторов социальной среды.



Причем в числе неэкономических факторов чаще всего ими упоминаются национальные особенности и традиции, своеобразие исторического развития нации (и ее менталитет), историческая случайность, географические условия страны, особенности национальной культуры, психологии, религии и др.

Важно также отметить, что благодаря неклассовоформационному историзму, как важнейшему инструменту для научных изысканий и обновления экономической науки, немецкая историческая школа достигла несомненных позитивных результатов. Подтверждение тому – не просто сам факт издания ее авторами ряда первых крупных фундаментальных историко-экономических монографий, а скорее то, что результаты этих исследований вызвали в дальнейшем весьма полезные дискуссии, способствовавшие на практике эффективным хозяйственным решениям в области многих актуальных социально-экономических проблем. Как правомерно в этой связи полагает американский историк экономической мысли Б. Селигмен, «представители немецкой исторической школы подняли бунт против казавшейся им жесткой классической доктрины», учли «возросшее сознание роли, которую играет человеческий фактор», усомнились «в том, достаточна ли простая имитация физики для разработки практически полезной общественной науки» [8, с. 20, 23].

Итак, можно с полным основанием утверждать о том, что главная заслуга вышеуказанного триумvirата немецких профессоров для судеб экономической науки в прошлом и настоящем заключается, конечно же, в выработке основ методологических положений современного системного подхода. Руководствуясь их нововведениями, впоследствии (с определенными важными новыми аналитическими нюансами) внесли свою лепту в область данной проблематики родоначальники неоклассического направления экономической мысли, социально-институционального направления экономической мысли, а также кейнсианских и неолиберальных теорий государственного регулирования экономики.

Подытоживая размышления о немецкой исторической школе как первом опыте системного анализа в экономической науке, представляется целесообразным воздать должное основоположникам этой школы за нижеследующие две их убедительные и доказательные методологические сентенции. Во-первых, авторы немецкой исторической школы, говоря словами Н.Д. Кондратьева, «опираются на факт многообразия и динамичности исторической жизни и отсюда отрицают возможность абстрактных законов политической экономии вообще и законов экономического развития в частности», исходят из «относительности законов хозяйственной жизни», пытаясь «дать конкретные эмпирические законы развития хозяйства» [4, с. 97]. Это значит, что представители исторической школы исходят из того, что экономические законы не следует отождествлять с природными законами (например, законы химические, физические и т. п.), которые неизменно проявляют себя благодаря стабильному характеру вызывающих их действие заранее известных элементов и

компонентов. Поэтому, вопреки лидерам классической политической экономии, они указывают на неуниверсальный характер политической экономии, зависимость результативности хозяйственной жизни не только от экономических (базисных), но и от многообразных факторов неэкономического (надстроечного) свойства, включая «человеческий фактор», то есть, как принято говорить, от факторов социальной среды. Причем в числе таковых чаще всего ими упоминаются:

- национальные особенности и традиции;
- своеобразие исторического развития нации, ее менталитет;
- историческая случайность;
- географические условия страны;
- особенности национальной культуры, психологии, религии и др.

И, во-вторых, если у «классиков» историзм проявляет себя, прежде всего, через критерий выделения на различных этапах эволюции народов и государств, «высших» и «низших» (главных и неглавных) классов общества, то немецкие авторы, обосновывая фазы, этапы и схемы экономического развития общества на всем протяжении исторического пути нации, классовому критерию противопоставили сугубо хозяйственный. Благодаря неклассовоформационному историзму – одной из составляющих системного подхода – немецкая историческая школа достигла несомненных позитивных результатов; подтверждение тому не просто факты издания ее авторами ряда крупных фундаментальных историко-экономических монографий, а скорее то, что результаты этих исследований вызвали в дальнейшем весьма полезные дискуссии по многим актуальным и в настоящее время социально-экономическим проблемам.

### **1.5. Исследовательская парадигма неоклассицизма как первый опыт системного анализа в двухкритериальных теориях стоимости**

#### **А. Маршалла и М.И. Туган-Барановского**

Теория стоимости (ценности) как одна из ключевых составляющих экономической науки издавна привлекает наиболее пристальное внимание ученых-экономистов. Поэтому и в зарубежной и отечественной экономической литературе статус этой теории признают «не просто особенным, а основополагающим» [14, с. 6]. Но, несмотря на многовековую историю размышлений о феномене стоимости (ценности) споры и дискуссии по проблематике ее сущностных аспектов, механизма ценообразования не только не затухают, а наоборот все более усиливаются, нередко приобретая взаимоисключающие суждения и умозаключения. Правда, даже в наши дни встречается еще немало таких исследователей в области теории стоимости, которые, в сущности, солидаризируются с обнародованной еще в 1848 году позицией Дж.С. Милля в его «Основаниях политической экономии». Согласно этой миллевской позиции, теория стоимости, в общем-то, вполне завершена и последующему изучению не подлежит. По поводу данной сентенции М. Фридмен, как известно, высказал

следующее предостережение: «Любое утверждение, что экономические явления разнообразны и сложны, отрицает преходящий характер знания, который только и придает смысл научной деятельности; оно стоит в одном ряду со справедливо высмеиваемым утверждением Джона Стюарта Милля: К счастью, в законах стоимости нет ничего, что осталось бы выяснить современному (1848) или любому будущему автору; теория этого предмета является завершенной» [13, с. 44].

Положившие начало теории стоимости (ценности) основоположники классической политической экономии, ввели их в научный оборот тупиковые по своей сути альтернативные версии затратной теории стоимости, поставив во главу угла исключительно одно, так сказать, начало, суть которого сводили к принятию либо непринятию одного из двух факторов затратной версии ее интерпретации. Такого рода однофакторные версии теоретического осмысления сущности стоимости и механизма ценообразования в современной экономической литературе принято соотносить либо на теории, базирующиеся на концепции затрат труда (трудовая теория), либо на теории, основывающиеся на концепции совокупных издержек производства (теория издержек). Приверженцами первой версии из числа адептов «классической школы» явились исследователи от У. Петти и П. Буагильбера на рубеже XVII – начала XVIII столетий вплоть до физиократов и А. Смита во второй половине XVIII века и затем от Д. Рикардо до Дж.С. Милля и К. Маркса включительно в XIX веке. Возникновение другой версии (на базе издержек производства) восходит к еще одной из позиций в области теории стоимости А. Смита, которой постмануфактурный период развития классической политической экономии придерживались те из ее адептов, кто также считали себя смитианцами, как-то: Ж.Б. Сэй и Т.Р. Мальтус в начале XIX века, Н. Сениор, Ф. Бастиа и другие вплоть до завершения этого направления экономической мысли в середине и второй половине этого же столетия [16].

Однако произошедшая в экономической науке в последние 30 лет XIX столетия «маржиналистская революция» обусловила качественно новый этап научного противостояния исследователей в области теории стоимости. Это противостояние стало очевидным, с одной стороны, вследствие завершения в указанном периоде исследовательской парадигмы, доминировавшей почти два столетия классической политической экономии и, с другой, из-за возникновения «на второй волне» упомянутой революции (в 90-е годы XIX века) исследовательской парадигмы раннего неоклассицизма. Именно эти события ныне принято характеризовать и как этап поворотного пункта в истории экономической науки, и как этап кардинального – с позиций системного анализа – обновления и переосмысления теории стоимости. В данном контексте речь идет о противопоставлении однофакторных (однокритериальных) версий теории стоимости «классиков» политической экономии двухфакторным (двухкритериальным) версиям теории стоимости, введенным в

научный оборот адептами неоклассицизма и впервые проявившим себя, в частности, в сочинениях А. Маршалла [6] и М.И. Туган-Барановского [10; 11; 12].

С нашей точки зрения нововведения А. Маршалла и М.И. Туган-Барановского обусловили следующие обстоятельства. Во-первых, принятие ценностей предельного экономического анализа; во-вторых, противопоставление каузальному методу анализа хозяйственной жизни методического инструментария функционального экономического анализа; и, в-третьих, видение в основании стоимости не одного, а двух начал в их взаимосвязи и взаимообусловленности, то есть – синтезе. Тем самым они явились родоначальниками двухкритериальных версий теории стоимости, ввели в научный оборот положение о синтезе двух начал в процессе формирования стоимости и рыночного ценообразования.

Нельзя, однако, не сказать, что в экономической (и историко-экономической) литературе, в том числе отечественной, в качестве выдающегося (и самого первого!) оппонента однофакторных альтернативных версий теории стоимости с позиций предельного экономического анализа и синтезированной теоретической сущности феномена стоимости упоминается обычно лишь А. Маршалл, издавший в 1890 году свои «Принципы экономики». Например, М. Блауг, полагает: «...стремление к тому, чтобы на базе теории полезности делать простые выводы для теории благосостояния, игнорируя неравенство в распределении дохода и трудности при осуществлении значимых межличностных сопоставлений, – главным правонарушителем был здесь Маршалл, – именно это стало главной причиной скептического отношения к достижениям теории предельной полезности» [3, с. 329]. В свою очередь В.С. Автономов также убежден в том, что А. Маршалл явился тем самым ученым, «который предпринял попытку синтезировать основные достижения классической школы, маржиналистов и исторической школы, стал основоположником неоклассического направления в экономической теории» [2, с. 98-99].

Приведенные суждения М. Блауга и В.С. Автономова представляются нам не вполне обоснованными по двум причинам.

Суть первой причины видится в том, что, характеризуя вновь сформировавшуюся маржиналистскую парадигму, необходимо принять во внимание то, что не только благодаря А. Маршаллу, но и с учетом результатов научных изысканий Дж.Б. Кларка и В. Парето итогом «маржинальной революции» стали такие несомненные новые теоретико-методологические достижения, которые позволили [15, с. 40]:

– заменить каузальный подход функциональным и исключить из «поля зрения» экономической науки существовавшую почти 200 лет дилемму о первичности и вторичности по отношению друг к другу сфер производства и потребления и, соответственно, и споры о том, что лежит в основе стоимости (цены);

– «объединить» сферу производства и сферу потребления в объект целостного системного анализа, распространив характеристику предельных экономических величин еще и на сферы распределения и обмена;

– «объединить» обе теории стоимости (теории издержек «классиков» и теории полезности «субъективистов») в одну двухкритериальную теорию, базирующуюся на одновременном соизмерении и предельных издержек, и предельной полезности;

– исключить специальный анализ стоимости (ценности) каждого фактора производства.

Что же касается второй вышеупомянутой причины, то речь идет о том, что осмысление с 1890 года синтезированной сущности феномена стоимости и введение в научный оборот теории, в рамках которой обосновывается два начала в ее основании, также неправомерно увязывать лишь с именем и творчеством А. Маршалла. Объясняется это тем, что в том же самом году, по сути, аналогичный подход к синтезированному осмыслению двух начал стоимости был использован и известным российским экономистом конца XIX – начала XX вв. М.И. Туган-Барановским – одним из лидеров, говоря словами Л.И. Абалкина, «русской школы экономической мысли» [см.: 1, с. 31–32]. Другими словами, 1890-й год знаменателен выходом в свет одновременно двух знаменитых сочинений, содержащих неординарный взгляд на проблематику теории стоимости, а именно книги «Принципы экономики» А. Маршалла и работы М.И. Туган-Барановского «Учение о предельной полезности хозяйственных благ, как причине их ценности».

В указанном произведении М.И. Туган-Барановского действительно очевидна недвусмысленная убежденность в двух началах природы происхождения стоимости (и цен) экономических благ. Но у автора «Принципов» эти два начала сводятся, как известно, к осмыслению взаимодействия в процессе формирования стоимости и ценообразования неких «двух лезвий ножниц», под которыми имеет в виду предельную полезность, с одной стороны, и предельные издержки, с другой. В «Учении» же его российского коллеги речь идет соответственно о взаимодействии трудовых затрат и предельной полезности, что подтверждается нижеследующей цепочкой его умозаключений.

Сначала, отдавая должное значению теории предельной полезности и предлагая не абсолютизировать эмпирическое обобщение, М.И. Туган-Барановский постулирует в данной связи такое суждение: «Вполне научное объяснение давно известному факту зависимости цены товаров от количества, в котором они предлагаются на рынке, дает нам лишь теория предельной полезности, только с точки зрения этой теории можно говорить о законе спроса и предложения, как о научном законе, а не грубом эмпирическом обобщении» [10, с. 212]. Далее в развитие этого постулата российский исследователь приводит весьма значимые и существенные с методологической точки зрения пояснения: «Исследование причин ценности не должно быть прекращено до

тех пор, пока мы не дойдем до таких фактов, которые выходят из области экономической науки. Такими фактами при анализе субъективных причин ценности будут физиологические и психологические законы, ибо политическая экономия не может брать на себя задачи психологии и физиологии. По отношению к объективным причинам ценности таким пределом будут факты внешней природы (например, факт большей редкости золота по сравнению с железом) и социальные факты, зависящие от общего характера социального строя, каковы различные общественные учреждения и пр. Политическая экономия не есть естественная наука и не включает в себя всю область социологии. Область исследования каждой науки должна быть ограничена для того, чтобы исследование могло иметь конец. Но задача научной теории ценности может считаться выполненной тогда, когда исследование доведено до подобного конца» [10, с. 215]. И лишь затем следует его заключительный вывод о том, что теория предельной полезности «не только не составляет опровержения взглядов Рикардо или Карла Маркса», но наоборот, «эта теория, правильно понятая, составляет неожиданное подтверждение учения о ценности названных экономистов» [10, с. 228].

Необходимо также подчеркнуть, что М.И. Туган-Барановский и в последующие периоды своей творческой деятельности возвращался к проблематике теории стоимости, оставаясь верным точке зрения о двух началах в основании этой теории. Так, в своих «Основах политической экономии» (1911) он в духе маржинализма вновь признает, что стоимость – это «значение, которое мы придаем данному предмету в силу нашего сознания, что от обладания им зависит большая или меньшая степень нашего благополучия» [11, с. 41]. Позднее в книге «Социализм как положительное учение» (1918) российский ученый обращает внимание читателя на то, что «предельная полезность и трудовая стоимость – вот два основных элемента для построения плана социалистического хозяйства» [12, с. 100].

Заметим, однако, и сомнение М.И. Туган-Барановского в том, что «непосредственным регулятором цены при социализме, как и при капитализме, будет соотношение общественного спроса и общественного предложения». Обусловлено это тем, пояснял он, что «за пределами же рынка при социализме регулятором общественного предложения будет трудовая стоимость каждого продукта, между тем как при капитализме таким регулятором являются капиталистические издержки производства» [12, с. 106].

В завершение, не вдаваясь в подробности и дискуссионные аспекты двухкритериальных версий теорий стоимости, приверженность которым в своем творчестве выражали А. Маршалл, М.И. Туган-Барановский и их многочисленные адепты, представляется важным отметить, что в истекшем XX столетии возникли и получили всемерное развитие новые – поведенческие интерпретации теории стоимости. В научный оборот они были введены Т. Вебленом, Э. Чемберлином, Дж. Коммонсом и некоторыми другими исследователями, трактовавшими свои

нововведения через призму проблематики, связанной с выявлением и осмыслением механизма влияния на процесс формирования стоимости (ценности) главным образом неценовых, то есть неэкономических факторов. Последние же, как полагают разработчики этих теорий, обусловлены, прежде всего, поведением конкретного потребителя либо коллективных институтов, как-то [14, с. 7]:

- человеческими склонностями, привычками и инстинктами (Т. Веблен);
- качественными с точки зрения потребителя параметрами товарной продукции, культурой сервиса и рекламой (Э. Чемберлин);
- правовыми основаниями и действиями коллективных институтов (Дж. Коммонс).

Наконец, представляется весьма важным также учитывать то обстоятельство, что поведенческие и маржиналистские направления теории стоимости взаимодополняют друг друга в связи с тем, что [14, с. 8]:

- ни одна из них не имеет ничего общего ни с теориями «справедливых цен» дорыночной эпохи, ни с прудоновской «конституированной стоимостью» либо с практикой ценообразования фашистских и тоталитарных стран;
- в них исключена всякая мысль о подавлении конкуренции государством во избежание несоответствия цен даже предельным издержкам производства товаров.

#### *Список литературы*

1. Абалкин Л.И. Российская школа экономической мысли: поиск самоопределения. М.: Институт экономики РАН, 2000. – 74 с.
2. Автономов В.С. Модель человека в экономической науке. СПб.: Экономическая школа, 1998. – 230 с.
3. Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе. М.: Дело Лтд, 1994. – 688 с.
- Кондратьев Н.Д. Избранные произведения /Ред. кол. Л.И. Абалкин и др. М.: Экономика, 1993. – 543 с.
4. Маркс К. Нищета философии. Ответ на «Философию нищеты» П. Прудона. М.: Госполитиздат, 1941. – 184 с.
5. Маршалл А. Принципы экономической науки: В 3-х т. М.: Прогресс, 1993. Т. I. – 414 с.; Т. II. – 309 с.; Т. III. – 351 с.
6. Поланьи К. Саморегулирующийся рынок и фиктивные товары: труд, земля и деньги //THESIS: Т. I. Вып. 2. Весна 1993. С. 10–17.
7. Селигмен Б. Основные течения современной экономической мысли. М.: Прогресс, 1968. – 600 с.
8. Сисмонди Ж.С. Новые начала политической экономии в его отношении к народонаселению. В 2-х т. М.: Гос. социально-эконом. изд-во, 1937. Т. 1. – 386 с., Т. 2. – 242 с.
9. Туган-Барановский М.И. Учение о предельной полезности хозяйственных благ, как причине их ценности // Юридический вестник. 1890. Т. 6. № 10. С. 192–228.
10. Туган-Барановский М.И. Основы политической экономии. 2-е изд. СПб.: Юридический книжный склад «Право», 1911. – 512 с.

11. Туган-Барановский М.И. Социализм как положительное учение. Пг.: Кооперация, 1918. – 133 с.
12. Фридмен М. Методология позитивной экономической науки // THESIS. Т. 2. Вып. 4. 1994. С. 20–52.
13. Эволюция теория стоимости: Учебное пособие для вузов. / Под ред. проф. Я.С. Ядгарова. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 253 с.
14. Ядгаров Я.С. Методологические основания экономической науки в ретроспективе // Экономическая история России: проблемы, поиски, решения / Под ред. доктора экономических наук, проф. М.М. Загорулько. Вып. 6. Волгоград: Издательство ВолГУ, 2004. – С. 33–44.
15. Ядгаров Я.С. История экономических учений: Учебник. – 4-е изд, перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2012. – 480 с.
16. Ядгаров Я.С. Ответы экономической науки на вызовы хозяйственной жизни в эпохи дорыночной и нерегулируемой рыночной экономики // М.: Вестник Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова. №3 (69), 2014. С. 35–48.

---

*Yadgarov Y.S.*

**MARKET ECONOMY IN THE CONTEXT OF EVOLUTION  
PARADIGM OF ECONOMIC SCIENCE AND OVERCOMING EXPERIENCE OF  
UNSYSTEM ANALYSIS BY SYSTEM ANALYSIS**

*Abstract.* The purpose of the work is to identify the features of the evolutionary process of the paradigms of economics through the prism of the stages of overcoming the experience of non-system analysis by system analysis. To achieve this goal, the main features of non-systemic analysis of the market economy phenomenon during periods of widespread in economic science the theoretical and methodological values of research paradigms of mercantilism, classical political economy, economic romanticism and utopian socialism are considered. The essential aspects of the first experience of the system analysis of the phenomenon of market economy by the adherents of the German historical school are revealed. One of the results of the study was the argumentation that, thanks to the adherents of the research paradigm of neoclassicism, the experience of system analysis found application in the field of theoretical understanding of the essence and mechanism of value formation in a market economy.

**Key words:** research paradigm; market economy phenomenon; system analysis.

---



УДК: 330.101.2

## ФЕЙК, ФЕЙКОВОСТЬ И ФЕЙКОВЫЙ ХАРАКТЕР РЫНОЧНОЙ СИСТЕМЫ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

**Журавлева Г.П.**

доктор экономических наук, профессор, Заслуженный деятель науки РФ,  
Руководитель научной школы «Экономическая теория»,  
Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова

**Аннотация:** в статье показан нарождающийся феномен современного рыночного хозяйства, основные направления трансформации которого, можно охарактеризовать как фейковые, разновидность капиталистических производственных отношений, в которых значительную роль играют фальшь, подделка и искажение правильных суждений о реальности, в её основе лежит непреднамеренное, объективно обусловленное соответствующими причинами искажение информации, используемой как ресурс в деятельности хозяйственных рыночных субъектов.

**Ключевые слова:** феномен, рыночное хозяйство, фейк, фальсификация, объективность, цифровая экономика.

Совсем недавно термин «фейк», «фейковость», «фейковая экономика» были мало известны и почти не употреблялись в экономической литературе, изредка говорили о «фейковых новостях». С середины второго десятилетия XXI столетия в условиях информационной и более высокой степени развития – цифровой экономики – «фейк» и «фейковость» приобретают особую значимость, ибо характеризуют многие процессы и явления в жизнедеятельности общества.

Фейковость современной рыночной системы хозяйствования определяет особенности её развития и становится предметом научных исследований, специальных обсуждений и дискуссий. Это необходимо для того, чтобы потом не пожалеть, что мы выбрали «не тот», не нужный путь социально-экономического развития. Но прежде важно четко определить, что же мы понимаем под фейком и фейковостью, а затем раскрыть хотя бы в общих чертах фейковый характер рыночной системы хозяйствования.

Итак, фейк (от англ. слова fake) – подделка, фальшь, обман, искажение. Они могут быть злонамеренными или непреднамеренными, объективно обусловленными причинами.

Слово «фейк» стало популярным в европейских странах после выхода в свет в Германии (2012 г.) книги Мартина Долла «Фальсификация и подделка», где два слова (английский и немецкий) сегодня обозначаются одним – фейк. В настоящее время «фейк» чаще употребляется в контексте электронной коммуникации (фальшивые страницы в социальных сетях и т.д.). В США чаще говорят о фейковых новостях. В апреле 2017 г. на 38-й конференции Ассоциации институционалистов (Калифорния) предметом серьезного обсуждения была фейковая экономика США с постоянными

«финансовыми пузырями» и «трюками» инвестиционной политики, чрезвычайно высоком объёме заимствований, превышающем разумные экономические пропорции. Вследствие этого, как полагают некоторые экономисты, государству США в будущем грозит «экономическая гибель» (Geldstone, 2017). В России термин «фейк» используется, когда говорят о производстве и купле-продаже модной одежды, о товарах из Китая и Турции по ценам в несколько раз ниже цен товаров с лейблами мировых брендов.

Означает ли это, что фейк и фейковость – это новые явления или процессы современности? Конечно, нет. Фальсификация и фальшь известны с древних времён. История даёт нам огромное количество примеров не только в торговле или производстве фейкового товара, но и других сферах деятельности человека. Например, известно, что с возникновением денег появились фальшивомонетки, чья деятельность объявлялась либо грехом, либо преступлением, поэтому жестоко наказывалась – преступникам заливали горло расплавленным свинцом, ссылали на галеры (причем не только преступников, но и их помощников).

Сегодня фейком можно считать доллар, ибо эта денежная единица ничем не обеспечена (ни золотом, ни товарами), а лишь авторитетом США, как государства в мире. Примеров современной фальсификации можно привести великое множество. Фейковость в той или иной степени охватила все сферы хозяйственной деятельности современной рыночной системы. Известно, что более всего фейков в политике – 53% от общего количества фейков, соответственно в развлечениях – 14%, в бизнесе – 10%, в религии и быте – 10%. Причём распространяется фейк с огромной скоростью. У. Черчилль писал, что ложь или фейк успевают обойти полмира, пока правда надевает штаны. Вероятно, этим и руководствуется настоящее правительство Великобритании «в истории со Скрипалями».

Фейковость рыночной системы хозяйствования проявляется, прежде всего, в фальсификации товаров и услуг, обусловленной существованием рынка, в широком их распространении, что противоречит необходимым целям той или иной хозяйственной деятельности. Фейковые новости не информируют, а вводят в заблуждение. Ни один рыночный субъект (потребитель) не может на 100% быть уверен в достоверности, полноте и объективности предлагаемого на сайтах информационного материала. Ни один субъект (производитель) информационного блага не представляет сегодня на рынке на 100% полную, достоверную и объективную информацию, за исключением абсолютных всем известных истин.

Фальсификации в фейковой рыночной системе хозяйствования носят не только преднамеренный (субъективный) характер, обусловленный существованием интересов определённых, достаточно значимых групп, получающих выгоду от этих искажений экономической реальности. К ним относятся:

- производители фейковых благ, получающих необлагаемую налогом прибыль в силу теневиизации их деятельности;
- представители масс-медиа за специальное создание разного рода фейков, размещение фейковой рекламы, преднамеренное искажение достоверности;
- представители бизнес-среды, которые благодаря фейковым новостям получают дополнительные возможности наращивания прибыли;
- представители государственных структур, переключающих внимание электората с острых и важных для них проблем на второстепенные;
- представители статистических органов, дающие нужный результат на собственные методики расчета «стандартных» показателей (уровень ВВП, безработицы, инфляции и т.д.);
- потребители, предпочитающие подделки, фейк, не приобретающие оригинал по многократно превышающим его ценам;
- мошенники разных мастей в реальном финансовом секторе и в сфере ИТ-технологий;
- научные работники, работники просвещения, не желающие пересмотра рабочих программ, учебных планов, написания новых учебников в соответствии с коренными изменениями в реальной жизни, использующие чрезмерно заимствования, плагиат.

И всё-таки *основу фейковости современной рыночной системы хозяйствования составляют фальсификации не субъективного, а объективного, непреднамеренного характера*, вызванные переходностью к новому технологическому укладу, новой цифровой экономике, увеличивающей не только потенциальные риски, но и способы защиты от фейковости.

Основу цифровой (электронной) экономики (ЦЭ) составляют электронные продукты и услуги. Это новый вид благ (товаров и услуг), идентичный формату пятого технологического уклада и реалиям цифровой экономики, всё то, что можно купить и продать через Интернет. К электронным товарам и услугам относятся:

- электронные книги, фильмы, музыка, игры, так называемый медиа-контент;
- платный доступ на сайт (форум, портал) – электронная услуга;
- аккаунт в игре, игровые деньги, webmoney и так далее;
- электронные продукты, программное обеспечение, равно как и ключи его активации, платные подписки на обновления и так далее;
- хостинг, почта, ip-телефония – электронные продукты;
- услуги системного администратора по обслуживанию сервера, услуги дизайнера и веб-мастера по созданию сайта;
- услуги разного рода консультантов, оказываемые через сеть (юристы, бухгалтер, психологи);

– дистанционное образование через Интернет.

Таким образом, все, что можно купить и продать, не отходя от компьютера, получить и использовать через компьютер (планшет, смартфон) – всё это электронные продукты, составляющие электронную (цифровую) экономику.

При этом интернет-магазины, которые торгуют реальными продуктами и услугами – находятся на стыке между электронной (цифровой) экономикой и реальным сектором экономики с его продуктами питания, одеждой, стройматериалами и т.д. То есть сам сервис по выбору товаров в интернет-магазине, возможность оплатить его электронными деньгами или банковской картой, сервис по отслеживанию доставки – это цифровая экономика, но производство того товара, который вам доставляет интернет-магазин, а также транспорт, который его доставляет, – это реальный сектор.

Главное отличие ЦЭ, по мнению А. Герасимова, в ее идее, а именно в том, чтобы предоставить потребителю не готовый и не подлежащий изменению товар или услугу, как в традиционной экономике, а инструмент его (ее) создания с возможностью чрезвычайно глубокой кастомизацией. При этом потребитель становится уже не потребителем, а производителем, полноценным и единственным участником цепочки создания потребляемого товара или услуги.

Суть цифровой экономики, как пишет И. Успенский, состоит в том, чтобы наряду с реальными физическими продуктами, с реальными процессами и технологиями существовала и виртуальная реальность этих же вещей, которые имеют те же свойства, те же качества, работают и существуют в такой же среде, в которой существуют и функционируют реальные продукты. И тогда, экспериментируя, создавая всевозможные условия, которые нам придут в голову, можно формировать материальную реальность гораздо более эффективно, гораздо более быстро, гораздо более экономно.

Некоторые авторы отождествляют понятия цифровая и информационная экономика. Эти понятия родовые, имеющие общую семантику, но при этом не идентичны. Информационная экономика формируется на более ранней, предшествующей стадии развития и олицетворяет экономику 3.0, цифровая экономика – это экономика 4.0, она базируется на более высоком классе технологий, предполагает новые институты, такие как криптовалюты, блокчейны, киберфизические производственные системы, биокиберкорпорации. Если экономика 1.0 характеризуется внедрением механизации производства (XVIII в.); экономика 2.0 – началом автоматизации производства, внедрение ИТ-технологий, электроники, концентрацией ресурсов на создание и продажу нового продукта или услуги, то в экономике 4.0 материальный мир соединяется с виртуальным, в результате чего рождаются новые киберфизические комплексы, объединенные в одну цифровую экосистему, возникает роботизированное производства и «умные заводы».

Большой потенциал для распространения фейков составляет Интернет. 65% людей получают информацию, статистические и фактологические новости из Интернета. Когда-то наш патриарх Кирилл предостерегал, что Интернет – это огромное испытание. И действительно, он несёт человечеству огромную пользу и огромные сложности.

Сегодня по количеству пользователей интернета Россия занимает первое место в Европе и шестое в мире.

За последние три года смартфонов стало в два раза больше – теперь они есть у 60% населения (больше, чем в Бразилии, Индии и странах Восточной Европы). А количество пользователей порталов государственных и муниципальных услуг за 2016 г. увеличилось вдвое и составило 40 млн. человек.

Однако Россия пока не входит в группу лидеров развития цифровой экономики. Сегодня отставание России от стран-лидеров цифровизации составляет 5–8 лет (согласно Boston Consulting Group). Если не предпринимать никаких усилий, уже через 5 лет в силу высокой скорости глобальных изменений и инноваций он может составить 15–20 лет, и тогда сократить его будет почти невозможно.

Новая государственная программа фактически направлена на трудовую переориентацию кадров, которые исчезают за счёт внедрения новых технологий. Отмечается, что через 5–7 лет не будет ни одной профессии, где нужно знание технологий и умение обращаться с роботом.

Нельзя не заметить, что фейковость современной рыночной системы хозяйствования сопровождается созданием особой сферы деятельности – «фейк-индустрии», чрезвычайным объёмом различных заимствований на уровнях страны, фирмы, домохозяйства и отдельных личностей; необходимостью защиты от фейковости институтами государства и гражданского общества.

Усилению фейковости современной рыночной системы хозяйствования способствуют различного рода кризисы (глобальные, системные, интегральные, перманентные, экономические, социальные, культурные и другие). Особое значение приобретает рост неравенства в доходах и их распределении, а также смена полюсов роста и положения мировых лидеров, использующих фейк для прикрытия своих стремлений в территориальном и экономическом переделе мира вопреки известным правилам международных отношений.

Неравенство в распределении доходов и последующее гигантское социальное расслоение – неотъемлемая черта фейковой рыночной системы хозяйства. В России социальное неравенство находится на уровне худших образцов из Латинской Америки. С 2014 г. народ становится всё беднее, тогда как мизерная кучка богатых всё больше богатеет, прибрав к рукам почти весь национальный капитал<sup>1</sup>. Реальные доходы населения с 2014 г. по 2017 г. упали на 9%, доля бедных возросла почти до

<sup>1</sup> Гурдин К. Рацион российского неравенства / Аргументы недели, № 47/640, четверг 29 ноября 2018 г. С. 4.

14%, розничные цены на продукты питания увеличились на 38%. С августа до конца ноября 2018 г. в опте свинина подорожала на 35%, курятина – на 40%, говядина на четверть, что несомненно вызовет рост работающего населения, тратящих большую часть своих доходов на продовольствие, ухудшит структуру их питания. Зато по факту хорошая говядина превратилась в продукт для богатых, которые в 5,5 раза потребляют больше фруктов, в 2 раза больше овощей и рыбы. Таков реальный рацион российского неравенства<sup>2</sup>. Таким образом, рыночная экономика в целом при конкурентном социальном порядке неизбежно становится фейковой.

Пытаясь раскрыть глубинную сущность фейковой современной рыночной системы хозяйствования, прежде всего, отметим, что она не является новой самостоятельной экономической системой, пришедшей на смену развитого капитализма. Она скорее является новой чертой или новой ступенью развития современного капитализма, ибо в ней сохраняются капиталистическая собственность на средства производства, капиталистическая форма соединения труда и капитала – найм рабочей силы, юридическая свобода и экономическая несвобода наёмного труда, основная цель хозяйственной деятельности – прибыль (т.е. превращённая форма прибавочной стоимости), наличие эксплуатации наёмного труда.

Таким образом, можно признать, что фейковая рыночная система хозяйства – это некая разновидность капиталистических производственных отношений, в которых значительную роль играют фальш, фейк, подделка и искажение правильных суждений о реальности, о том, что необходимо делать в той или иной ситуации; это также виртуальная реальность, предназначенная для того, чтобы скрыть существующую реальность. Она не только не случайна, в её основе лежит непреднамеренное, объективно обусловленное соответствующими причинами искажение информации, используемой как ресурс в деятельности хозяйственных рыночных субъектов.

*Zhuravleva G.P.*

## FAKE, FAKE AND FAKE CHARACTER OF THE MARKET ECONOMIC SYSTEMS

*Abstract.* The article shows the emerging phenomenon of the modern market economy, the main directions of transformation of which can be described as fake, a kind of capitalist production relations, in which falsehood, falsification and distortion of correct judgments about reality play a significant role, based on the unintended, objectively determined corresponding reasons for the distortion of information used as a resource in the activities of economic market subjects.

*Key words:* phenomenon, market economy, fake, falsification, objectivity, digital economy.

<sup>2</sup> Гурдин К. Рацион российского неравенства / Аргументы недели, № 47/640, четверг 29 ноября 2018 г. С. 4.

Сидоров В.А.

УДК: 330.101.2

**«FAKE-ЭКОНОМИКА»: ФЕНОМЕН РЫНОЧНОГО ХОЗЯЙСТВА  
ИЛИ ИННОВАЦИИ МИСТИФИКАЦИЙ****Сидоров В.А.***доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой  
теоретической экономики, «Кубанский государственный университет»*

**Аннотация:** в статье раскрыта категория «Fake-экономики» – новый, еще неисследованный феномен рыночного хозяйства, нуждающийся в глубоком теоретическом изучении. По мысли автора в нем реализуются противоречия двух экономических моделей – неолиберальной, опирающейся на свободу рыночной конкуренции и классической политической экономии, которая дистанцирует трудовые и нетрудовые доходы, производящую и непроизводящую экономики.

**Ключевые слова:** праксиология, феномен, рыночное хозяйство, фейк, фальш, обман, досчет, аккаунт, фиктивный, капитал.

Хозяйственная деятельность общества, по Мизесу – праксиология, кажется простой и прозрачной: произвел – продал, не продал – значит и не произвел, а если произвел и не продал, значит – проиграл. Есть в этом и другая сторона: купил – потребил, не купил, но потребил, значит – украл, если не купил и не украл, но потребил, значит – обменял. Во всех остальных случаях производство и потребление не имеет смысла. Так было всегда, но в последнее время что-то изменилось. Ранее известная, связанная с фиктивным оборотом деятельность приобрела новые формы. Продуктом этой деятельности является ничто, пустота, мистификация, обман.

Впервые об этом заявил Д. Трамп, охарактеризовав ее как «fake» – нечестную, лживую, поддельную. Справедливости ради, следует отметить, что это определение относилось к средствам массовой информации, но сути дела данный факт не меняет.

Происхождение термина связано со становлением американского общества и получило известность с конца восемнадцатого века и обозначало подтасовку, сфабрикованность, фальшь. Т. Джефферсон на этот счет заметил, что пресса протитуирована фальшью и в ней ничему нельзя верить. Перекочевав в современную эпоху, словечко приобрело новые очертания и благодаря развитию Internet благополучно перекочевало в глобальный оборот, погребя истину в мутных потоках лжи, домыслов и заблуждений. [1]

Со временем сфера применения понятия расширялась, границы между фактом и его имитацией становились все более расплывчатыми. Появилась специфическая группа людей, которая стала зарабатывать на «fake». Это касается политиков, военных, публицистов, международных деятелей, различных организаций. Мошенничество, ранее свойственное отдельным сегментам человеческой деятельности, приобрело вселенские масштабы, докатившись до экономики.

Впервые в этом году мы столкнулись с мошенничеством в сфере подсчета ВВП. Это не значит, что его не было ранее, но в масштабах таких, что торможение превращается в рост – впервые. Позже мы вернемся к этому факту относительно нашей страны, пока же посмотрим, как на это смотрят аналитики. Год назад появился оценочный документ Луиса Р. Мартинеса под странным названием «Должны ли мы доверять оценкам ВВП», в котором профессор из Чикагского университета, исследовав спутниковые снимки ночной земли, связал освещенность отдельных стран со степенью эффективности их экономики. Удивительный результат: Мартинес заключает, что экономики в таких странах, как Китай и Россия, не так велики, как показывают официальные оценки. На самом деле, они намного ниже того, что сообщают. Его оценки сводятся к тому, что годовые темпы роста ВВП в большинстве «несвободных» режимов произвольно увеличиваются в 1,15–1,3 раза, тогда как реальные данные показывают существенно меньший рост.

В качестве примера возьмем Китай. В течение многих лет он официально сообщал о 10 % росте ВВП, в последние годы речь идет уже о 6 % увеличении. Этого темпа роста было достаточно, чтобы сделать его экономикой № 1 в мире. До сих пор этого, однако, не произошло. Согласно данным МВФ сильнейшей экономикой мира по-прежнему являются Соединенные Штаты, Китай идет на втором месте, отставая примерно в полтора раза, Россия отошла на 12 позицию – ее ВВП в 12 раз меньше американского и в 8 раз меньше китайского (табл. 1). В действительности ли Китай такой большой? Если Мартинес прав, тонет. Если отталкиваться от степени освещенности страны, получается, что средний рост ВВП Китая был примерно на 30% меньше, чем сообщалось. То же самое, кстати, верно и для России. Ее экономика, аналогично, намного меньше, чем показывают официальные оценки. Но следует учесть, что страна почти 30 лет не может выйти из структурного кризиса после перехода к рынку.

**Таблица 1**

**Рейтинг экономик мира по объему производства ВВП, млрд. долл. [2]**

№ п.п.	Страна	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г. (прогноз)
1	США	18624.45	19390.6	20412.87	21506.23
2	Китай	11221.84	12014.61	14092.51	14242.71
3	Япония	4949.27	4872.13	5167.05	5231.22
4	Германия	3479.23	3684.82	4211.63	4210.80
5	Великобритания	2660.69	2624.53	2936.29	2982.58
6	Индия	2273.56	2611.01	2848.23	2935.23
7	Франция	2466.47	2583.60	2925.10	2934.08
8	Бразилия	1793.07	2054.97	2138.92	2095.85
9	Италия	1860.15	1937.89	2181.97	2161.46
10	Канада	1535.77	1652.41	1798.51	1822.53
11	Южная Корея	1411.04	1538.03	1693.25	1777.65
12	Россия	1281.29	1527.47	1719.90	1754.29



Учитывая тот факт, что еще в 1980 г. ВВП Китая составлял всего 340 млрд. долл. прирост примерно в 41400% за неполные 40 лет впечатляет. Это намного ниже уровня США, но, если принять во внимание его номинальную стоимость, это по-прежнему удивительное число. Однако Мартинес сокращает его примерно на 3 трлн. долл. до уровня примерно 10,5 трлн. долл., то есть до половины значения ВВП США.

Что касается реального ВВП на душу населения, который многие экономисты считают лучшим показателем производительности и экономического благополучия страны, то в США он составляет 61053 долл. (2018 г. по паритету покупательной способности), опережая Китай в 8 раз (17404,9 долл./чел). Однако это всего лишь 13-е место в мировом рейтинге, а на первых местах в этом списке идут азиатские страны и Люксембург. Первая из европейских стран – Норвегия занимает седьмое место с показателем 71844 долл. на душу населения. Так что представление об экономическом могуществе Китая явно преувеличено. Более точная информация по подушевому доходу приведена в таблице 2.

**Таблица 2**

**ВВП по ППС на душу населения в сравнении с абсолютными объемами, 2018 г. [3]**

На душу населения			Абсолютное значение ВВП		
рейтинг «А»	Страна	Значение, долл.	рейтинг «А»	Страна	Значение, млрд. долл.
1	Катар	134394	13	США	20412.87
2	Люксембург	106265	81	Китай	14092.51
3	Сингапур	92569	32	Япония	5167.05
4	Бруней	86987	22	Германия	4211.63
5	Макао	84391	26	Великобритания	2936.29
6	Кувейт	72761	122	Индия	2848.23
7	Норвегия	71845	28	Франция	2925.10
8	ОАЭ	70298	88	Бразилия	2138.92
9	Сан-Марино	68450	36	Италия	2181.97
10	Ирландия	63506	24	Канада	1798.51
11	Швейцария	62470	30	Южная Корея	1693.25
12	Гонконг	62447	55	Россия	1719.90

Общий вывод, который можно сделать на основании этих сравнений заключается в том, что обнаруживаются явные нестыковки между объективными данными и официальной статистической информацией, выдаваемой правительствами. Мартинес считает, что между уровнем освещенности и ростом ВВП существует прямая связь. По его мнению в рост ВВП в 2 % в «несвободных» странах связан с ростом освещенности в 8 %, тогда как в демократическом обществе это всего лишь 6 %.

Эту информацию подтверждают и другие исследования. Например, блоггер Washington Post Кристофер Инграхам тоже обратил внимание на связь изменений в

ночном освещении с экономической деятельностью. Более того, он отметил, что общий долг Китая в настоящее время превышает 250% ВВП, превосходя долг США примерно в два раза. Любой спад роста может привести к долговому кризису. Таким образом, у страны есть все основания скрывать правду о реальной динамике ВВП. [4]

Научный сотрудник Американского института предпринимательства Десмонд Лахман видит экономику Китая в качестве «кредитного пузыря эпических масштабов» [5], экономист Гарри Ву, работающий в Conference Board и использующий технику, отличную от Мартинеса предлагает рассматривать экономику Китая на 36% меньше, чем показывают ее официальные данные. » [6]

Согласно оценкам переписи населения США, население Китая начнет сокращаться уже к 2026 г., что приведет к снижению темпов экономического роста. Так что, возможно, китайское чудо таковым не является.

Но останавливаться на Китае, возможно, несправедливо, поскольку исследование Мартинеса касается не только Китая. Речь идет о «несвободных» экономиках и авторитарных режимах в целом и о том, как они искажают свои экономические данные, чтобы казаться более успешными, чем это есть на самом деле. Это означает, что при прочих равных условиях такие страны сильно переоценивают свой экономический рост, в основном, чтобы заставить замолчать потенциальных критиков, сохранить власть.

Искажения в оценках экономического роста становятся особенно заметными во время избирательных циклов, даже в странах, где выборы сфальсифицированы. Естественно таковыми в исследованиях выступают социалистическая, коммунистическая и другие авторитарные, тоталитарные и в целом «несвободные» экономики, в связи с чем они не могут и процветать.

Тем не менее выясняется, что современная, эффективная экономика зависит от информации, которая создает платформу для ее функционирования. Если вам приходится лгать своим гражданам, будет ли ваша экономика так хороша, как вы о том говорите?

Но вновь вернемся к сравнениям. На днях пришла шокирующая новость из Международного валютного фонда о том, что экономика Китая обогнала экономику США, став экономикой №1 в мире. Это действительно так, однако это место Китай занял благодаря расчету по «паритету покупательной способности»: Китай – 21270 млрд. долл., Евросоюз – 19180 млрд. долл., США – 18560 млрд. долл., на седьмом месте Россия – 3745 млрд. долл. [7]. Но этот расчет является статистическим произведением, который предположительно компенсирует различные расходы на проживание в разных странах. Он не измеряет ничего реального, но концепция, в которую верят некоторые экономисты важна. На наш взгляд – это ложное сравнение, вводящее общественность в заблуждение.

Итак, что показывают цифры, когда мы обращаемся к постоянным ценам? Реальный ВВП США в 2018 г. составил около 18,7 трлн. долл., Китая – около 9,0 трлн. долл., России – примерно 2,3 трлн. долл. [8]. То есть Китай более чем в два раза отстает от США. Он не только не опередил США, но вполне возможно, что никогда их не достигнет. Соображения на этот счет такие: рост населения Китая, вполне возможно, ведет к драматическому краху, поскольку может в ближайшем будущем резко затормозить экономический рост. Он уже замедлился с ежегодных 10 % в 1990-х и 2000-х гг. до 6–7 % сегодня и, скорее всего, он будет падать дальше.

Однако и это не все. Реальным показателем уровня жизни, производительности и, в конечном итоге, объема экономики страны является ВВП на душу населения. Как мы видели ранее разница между США и Китаем огромна. Из этого следует, что средний американец в три с половиной раза продуктивнее среднего китайца. Не обольщайтесь, всего три года назад эта цифра составляла девять раз (50979 долл. на человека в США и 5947 долл. – в Китае). Вновь возникает ощущение, что Китай вот-вот настигнет самую большую экономику мира.

В тоже время не покидает мысль и о том, что китайская экономика растет на фальшивой статистике. И этому вновь находятся свидетельства. Например, национальные и региональные данные о росте там не объявляются, а имеющиеся цифры роста не учитывают девальвацию юаня.

Все больше экономистов и экспертов предупреждают, что статистические данные об экономическом росте Китая просто не складываются. Цифры, представленные Национальным бюро статистики страны (NBS), представляются неточными. Так, по данным официальной статистики, в июле 2018 г. прибыль от промышленных предприятий с доходами более 20 млн. юаней (9,9 млн. долл.) выросла на 16,2 % по сравнению с аналогичным периодом 2017 г., но при этом не учитывается, что этот рост произошел после девальвации китайской валюты до уровня 6,627 юаня за доллар в начале 2018 г. (январь–март). В результате, согласно официальным данным, общий рост прибыли составил 17,1%, однако в абсолютном выражении рост составил лишь 8,1%. [9]

Весьма вероятно, что NBS понизил прошлогодние базовые показатели, чтобы увеличить темпы роста прибыли промышленных компаний в 2018 г. И этому есть обоснования, поскольку NBS анализирует лишь выборку предприятий, для особых случаев используя практику корреляции более эффективных организаций, при этом, а пересмотренные данные не публикуются. Фальсифицированные цифры касаются крупных промышленных предприятий, розничных продаж, потребления электроэнергии и добычи угля. Одним из широко известных примеров является проблема соотношения показателей валового внутреннего продукта страны с суммарными данными провинций, которые не соответствуют общенациональным значениям. [10]

К тому же статистическая система Китая основана на целевых (директивных) показателях, поэтому, если в программе развития рост потребительских расходов должен возрасти до 10 %, то официальная статистика старается внести необходимые коррективы, чтобы достичь эти 10 %. Поэтому многие аналитики сильно сомневаются в достоверности официальных данных. По их мнению реальный рост китайской экономики намного ниже, главным образом из-за того, что на определенном этапе сбора информация искажается. Дело доходит до того, что для достижения необходимого результата NBS намеренно не только изменяет количество компаний, в которых проводится выборка, но и применяет различные требования к определению базовых предприятий. [11]

На этом основании практически все западные аналитики считают, что в авторитарной системе, безусловно, есть стимул для чиновников от статистики публиковать данные, которые будут отвечать требованиям различных правительственных программ. В то же время, экономическая политика, основанная на ненадежных данных, может быть несовершенной и приводить к результатам, которые не будут соответствовать государственным установкам.

Как показывают исследования некоторых ведущих мировых экономистов [12], информация является ключевым вкладом [12], формирующим поведение экономических агентов [14], влияющим на жизнеспособность кредитных сетей и общую направленность рынка. Основное различие между Западом и Китаем заключается в том, что в последнем случае финансовая информация активно проверяется правительством. Когда крупное государственное предприятие или местное правительство сталкиваются с серьезными проблемами ликвидности, Пекин может ограничить распространение этих новостей, что приведет к замедлению «информационного каскада». Поскольку большинство учреждений с высокой задолженностью находятся в государственном секторе, это дает органам регулирования существенное время для принятия мер с помощью соответствующих регулирующих, монетарных или фискальных средств защиты, чтобы предотвратить разрастание кризиса.

Считается, что Западный капитализм не может подражать этому поведению, поскольку пресса немедленно сообщит о кризисе ликвидности или даже сенсационализирует угрозу, лишая правительство использовать собственные имеющиеся инструменты для купирования ситуации с целью сдержать зарождающийся кризис. Так, когда в сентябре 2008 г. рухнул Lehman Brothers, межбанковское кредитование (важнейшая функция мировой финансовой системы) быстро уменьшилось, поскольку экономические агенты начали санацию риска несостоятельности. Отсюда информация о ликвидности (точная и неточная) системных финансовых учреждений, степени токсичности ценных бумаг приводит к «информационному каскаду», который еще более усугубляет кризис, в то время как

правительство пытается найти решение (часто в очень сжатые сроки) для ликвидации кризиса, который никогда не предсказывался.

Учитывая этот момент можно утверждать, что вмешательство государства в ограничение распространяющейся рыночной и информационной асимметрии может оказаться полезным в повышении эффективности экономики. Когда управление информацией и экстренная национализация применяются в качестве крайней меры, ее влияние на экономическую активность может быть положительным. Тем не менее, подотчетность имеет ключевое значение, так что моральные риски не становятся критичными, поскольку государственные предприятия слишком велики, чтобы обанкротиться. Думается, что этот факт является ключевым в определении степени фальсификации экономического роста.

Китай является мировым лидером по безналичным операциям, его финансовые технологии (FinTech) опережают США в 10 раз. Например, Alibaba, контролирующий крупнейший в мире объем денежного рынка, обработал в 2017 г. больше платежей, чем MasterCard и только за 2018г. совершил более 8 трлн. транзакций через свою платформу онлайн-платежей. Cashless предоставляет огромные объемы данных Alipay и WeChat Pay, позволяя этим фирмам создавать полные профили кредитного рейтинга для более чем 800 млн. пользователей [15]. Это существенно повышает возможности в эффективности распределения частного капитала, поскольку характерные проблемы финансового рынка, – моральный и кредитный риски распределения финансового капитала, – сводятся к минимуму путем профилирования кредита. Говорим об этом потому, что обладая крупной задолженностью Китай, переходя к безналичному расчету, максимизирует налоговые поступления, минимизируя риски экономических потрясений.

Безусловно, китайская экономика не защищена от глобальных ударов, но накопив огромное количество национального богатства и движимая массовым предпринимательством, экономическая активность Китая будет определяться внутренней политикой, активизацией предложения, стимулированием устойчивого спроса. Благодаря реформам третьего пленума в 2013 г. Китай значительно сократил свой теневой финансовый сектор, начал инициативы по секьюритизации кредитования, работал над усилением рисков в региональных банках и сдерживал создание финансовых пирамид. Недавно Пекин начал работы над решением проблемы модернизации качества своей национальной статистики. Все это говорит о том, что возможностей фальсификации экономики становится все меньше.

Итак, пример Китая как одной из стран с наибольшим превышением «эластичности» ВВП в ночном свете, дает возможность понять, что путем манипулирования со статистикой можно откорректировать значения показателя производства совокупного общественного продукта в нужную сторону.

Россия в этих исследованиях прямо не упоминается, но возможно, подразумевается. Тем не менее многие аналитики, по привычке, выработанной за время санкционного противостояния, стараются вовлечь имидж России в негативный оборот. На карте «Индекс мировой свободы» Российская Федерация обозначена более привлекательно (152-е место из 180), как «частично свободная страна», в отличие от полностью «несвободного» Китая (176-е место). Как видим разрыв не так уж велик. Стоили ли 28 позиций в рейтинге 27 лет рыночных реформ, чтобы «вырваться» из зоны несвободных экономик в зону частичной свободы? Отсюда возникает подозрение насчет точности представленной глобальной общественности информации.

Если вновь вернуться к данным Мартинеса, окажется что заявленные в исследовании 25 лет научных изысканий на самом деле охватывают только 15 лет – с 1992 г. по 2006 г. Получается, что это еще одно из целого набора исследований, в которых пытаются обосновать динамику ВВП и уровень политической открытости разных стран в нужном заказчиком направлении. В большинстве таких случаев мы имеем дело с расчетами напоминающими методику получения «индекса бигмака»: в целом какое-то представление о предмете исследования сделать можно, но содержательный анализ такого рода материала получить невозможно. Прежде всего потому, что структура экономик сравниваемых стран отличается: где-то основное население сконцентрировано в агломерациях, где-то живет в индивидуальных домах, где-то расплыено по большим аграрным регионам и т.д.

Помимо этого само предположение о порочности экономик несвободных и близко к ним стоящих стран может быть подвергнуто сомнению. Чистоту демократии в этом вопросе, например, опровергают, в частности, примеры Греции, Италии, Испании. По данным исследования *Института прикладных экономических исследований в Университете Тюбингена* (Германия) Греция является лидером среди развитых стран, где процветает теневая экономика. В процентах от ВВП это составляет 21,5 %, за ней следуют Италия – 19,8 % и Испания – 17,2 % от ВВП [16]. К тому же сам показатель ВВП не является принципиальным во взаимоотношениях между правительством и обществом.

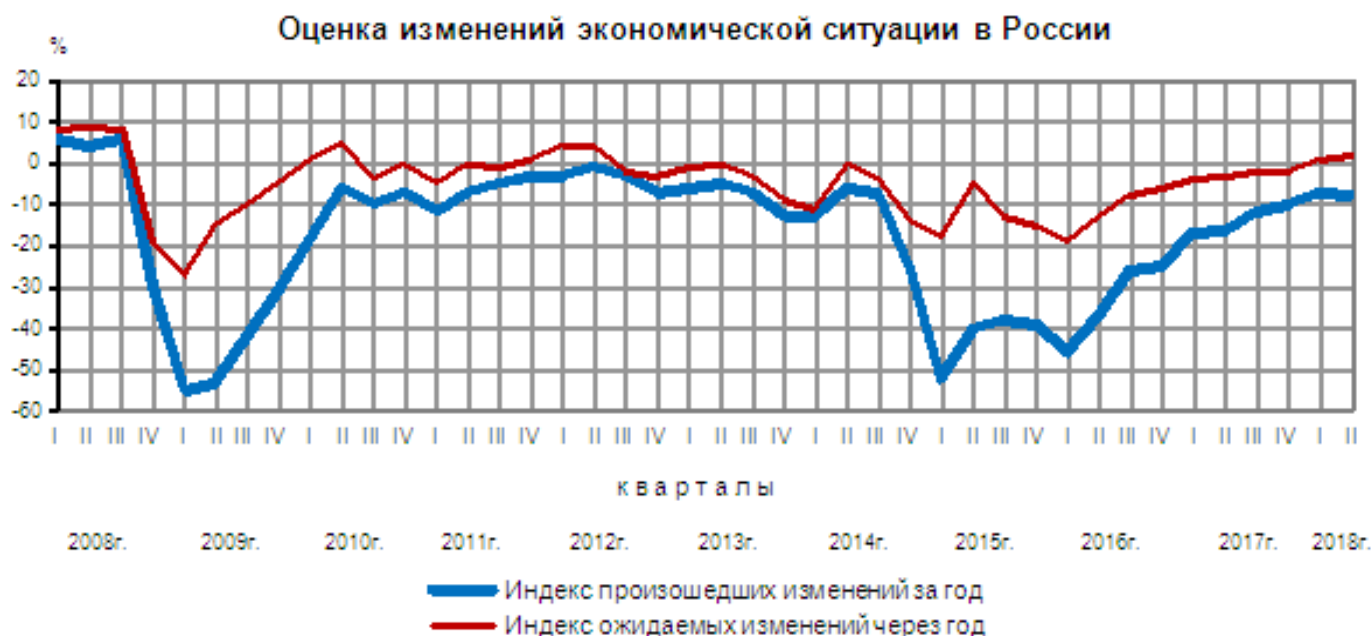
О махинациях с российской статистикой говорят постоянные пересмотры данных статистических наблюдений. Потрясающий случай произошел в феврале 2019 г., когда Росстат повысил уровень роста ВВП страны по итогам 2018 г. до 2,3 %. В текущих ценах это составляет 103627 млрд. руб. Пикантность ситуации заключается в том, что несколько ранее было объявлено о темпе роста 1,9 %. Данный маневр Росстат оправдывает тем, что пересмотр роста связан с подъемом в строительстве, где объем производства вырос на 4,7 %. Если это так, то как тогда связать удивительный скачок в темпах роста ВВП с динамикой индекса-дефлятора, достигшего уровня 110 %?

Этот случай не единичный, нечто подобное происходило и в прошлые годы. Отличие состоит в том, что масштабы погрешностей были скромнее. Например, окончательная версия о масштабах производства ВВП России в 2016 г. показала, что он сократился всего на 0,2 %, составив 85880,6 млрд. руб., тогда как данные самого Росстата говорили о спаде 0,7 %. При этом показатели доходов населения, потребительского спроса, кредитования и инвестиций уверенно снижались. Данные 2014–2015 гг. также были изменены в лучшую сторону. В них были внесены изменения, сложившиеся в результате анализа товарных потоков по отдельным группам продуктов, деятельности малого и среднего бизнеса, а также об операциях сектора государственного управления. Эта переоценка позволила сократить спад отечественной экономики с 3,7 % (по первоначальным подсчетам) до 2,8 %. Подобного рода «уточнения» фиксируются постоянно, обуславливая это необходимостью совершенствования методик расчета ВВП. Например, в 2017 г. в состав ВВП включили условную жилую ренту, сославшись на требования Организации экономического сотрудничества и развития. Продолжается работа над таблицами «затраты – выпуск», в результате чего ВВП вновь будет корректироваться, постоянно идет доработка системы национального счетоводства, результат которой вновь скажется на изменениях ВВП.

В итоге по новым оценкам, промышленность в 2017 г. выросла не на 1 %, а на 2,1 %, в январе – марте 2018 г. – не на 1,9 %, а на 2,8 %, а в апреле – не на 1,3 %, а на 3,9 %, если за первые 11 месяцев 2018 г. показатели роста строительства составили 0,5 %, то по итогам всего года специалисты внезапно оценили рост в 5,3 % и т.д.

Пересмотр данных приближает результат Росстата к тому, который планировало Правительство в соответствии с поручениями Президента. Изменение показателей в результате «досчета», вне обоснования корректировок еще более, искажает результат, как и несовершенство расчетов. Наряду с изъянами в методике расчета макроэкономических показателей, начиная со сбора первичной информации, присутствие манипуляций со статистикой превращает отчетные цифры динамики ВВП и связанных с ним индикаторов, всю экономику страны в фальшивое, искаженное состояние. В результате ни правительство, ни соответствующие аналитические службы и министерства не могут составить объективное представление о масштабах экономического развития. Отсюда – являются ли реальными задачи, достижение которых декларируется в многочисленных государственных проектах, программах и прогнозах?

О масштабах махинаций с данными свидетельствует приведенный ниже график [17]



Фальсификация статистических данных не является единственным признаком «fake-экономики». Явление мистификации хозяйственной деятельности распространяется более глубоко, часто оно исходит от людей облеченных административной и государственной властью, существенную роль в этом деле играет медиа пространство. Вот несколько примеров.

Правительство США объявляет о небывалом росте экономики в 2018 г., однако факты говорят о другом. Рост в 4,2 % был зафиксирован только во втором квартале, это лучший показатель за последние четыре года. В конце 1990-х гг. рост составлял 4 % течение четырех лет подряд, в 1980-х гг. рост даже достиг 7,2 % (1984 г.). Уровень безработицы 3,9 % не самый лучший показатель в экономической истории Америки, хотя за последние 18 лет находится в зоне минимума. Самый низкий уровень был достигнут в 1953 г., когда безработица упала до 2,5 %, в абсолютном же исчислении больший процент американцев занимал рабочие места в 2000 г.

В середине февраля в Сенате США должно было слушаться дело о росте числа смертей от нелегальных абортос выросших по версии Института Гутмахера в период 1940–1965 гг. с 200 000 до 1200000. На разбирательстве выяснилось, что на самом деле число смертей от нелегальных абортос сократилось с 1700 в 1940 г. до чуть более 300 к 1950 г. и менее 200 к 1965 г.

Ложь является неотъемлемым спутником Internet. В нем существует параллельный мир Facebook или Twitter, где от имени реальных ничего не подозревающих персонажей совершаются сделки по обслуживанию счетов, осуществляются инвестиции, покупаются и продаются недвижимость, криптовалюту и т.п.



Липовые аккаунты принадлежат клиентам американской компании Devumi, которая собрала миллионы долларов на теневом глобальном рынке мошенничества в социальных сетях. Devumi продает подписчиков и ретвитов в Twitter знаменитостям, компаниям и всем, кто хочет выглядеть более популярным или оказывать влияние в Internet. Компания привлекла, по меньшей мере, 3,5 млн. учетных записей, каждая из которых была продана не один раз, и предоставила клиентам более 200 млн. подписчиков в Twitter.

Отчеты, использующие данные реальных людей, свидетельствуют о крупномасштабной краже социальной идентичности. По имеющимся данным, как минимум 55 000 учетных записей используют имена, изображения профили и другие личные данные реальных пользователей Twitter, включая несовершеннолетних.

Все вместе взятое в условиях быстро растущей экономики онлайн-влияния, распространяется на любую сферу, где можно монетизировать массовую аудиторию. Фальшивые аккаунты, используемые правительствами, преступниками и предпринимателями, теперь заражают социальные сети. До 48 млн. зарегистрированных активных пользователей Twitter (примерно 15 %) являются автоматизированными учетными записями имитации реальных людей. [18]

В ноябре 2018 г. Facebook сообщил инвесторам, что у него наблюдается как минимум вдвое больше фальшивых пользователей, чем предполагалось ранее, указав, что их число может достигнуть до 60 млн. автоматических аккаунтов в мире социальных сетей. Эти фальшивые аккаунты, известные как боты, активно влияют на рекламную аудиторию, политические изменения, вредят бизнесу и портят репутацию.

Таким образом, сегодня процесс извлечения денег для целей обогащения не чурается никаких грязных дел. Более того он поощряется ответственными государственными структурами. Цель всего этого – высасывание доходов из экономики в угоду финансовым элитам. Поддержание непродуктивной деятельности в современном рыночном хозяйстве привело к баснословному росту фиктивного капитала, величина которого может быть оценена примерно в 5–6 квадриллионов долларов, тогда как всего 40 лет назад она примерно была равна величине мирового валового продукта. Резкий рост фиктивизации капитала начался ориентировочно с 1980-х гг., когда США и Великобритания предприняли меры финансовой экспансии против народных демократий. Как результат – раскол между странами на кредиторов и должников. При этом следует учесть, что сами кредиты используются не для финансирования производства и увеличения добавленной стоимости в экономике, а исключительно на обслуживание ранее выданных под заем сумм. Совсем свежий пример – Украина, расходы которой на обслуживание государственного долга, без учета обязательств перед Россией в 2019 г., должны составить примерно 7 млрд. долл. В ближайшие полтора года стране предстоит выплатить почти 10 млрд. долл. только по валютным долгам, совокупная величина которых составляет 47,2 млрд. долл. [19].

В аналогичной ситуации, но с более ярко выраженным принуждением к покорности оказалась Россия в 1990-х гг. Потери России – это не только отток капитала на Запад в размере от 25 до 50 (и более) млрд. долл. в год, но и открытая эмиграция. Демографический эффект в России только от приватизации недвижимости и промышленности состоит в убыли населения России приблизительно на 30 млн. чел. к 2050 г. по сравнению с нормальным демографическим ростом. Так что неолиберальная финансовая политика для многих стран становится более губительной, нежели открытое военное вторжение.

«Fake-экономика», как и «Fake News» серьезно опасное явление и распознать ее нелегко. Однако, при желании можно найти способы распознавания этого явления. Применительно к условиям Российской Федерации ее симптомы следует обозначить следующим образом.

1. «Fake-экономика» нацелена на краткосрочные выгоды, которые могут проявляться через улучшение занятости быструю отдачу инвестиций, но в долговременном периоде она сопровождается значительными социальными, экономическими, экологическими и прочими издержками виде городских трущоб, морального износа, неэффективного распределения ресурсов, контрпродуктивного регулирования.

2. «Fake-экономика» чаще всего антиконституционна, предоставляя стандартизированные воспроизводимые проекты, стороной происхождения которых являются Западные страны.

3. «Fake-экономика» имеет своей целевой функцией отнюдь не удовлетворение растущих потребностей населения, ее задача обеспечить Западного партнера в подчинении производства его нуждам и требованиям.

4. «Fake-экономика» обычно ищет административные и налоговые льготы, благоприятные условия регулирования, следствием которых, в конечном счете, является собственная, отличная от существующих на этих административных территориях бизнес-модель. По сути, сама деятельность на обозначенных условиях является «fake».

5. «Fake-экономика» приносит нестабильный, эфемерный бизнес, бизнес который спорадически появляется и исчезает, но он имеет устойчивую тенденцию к росту.

«Fake-экономика» представляет собой реальную угрозу не только для российской экономики, она глобальная тенденция современности, всего мирового экономического пространства. Обещая немедленные выгоды, она строит схемы Понци с экономическими, социальными и территориальными активами, приводя к гораздо более высоким издержкам.

В мировой экономике 40% официальных прибылей корпораций – это прибыли банков. Банки не заводы, они не влияют на статистику занятости и они сворачивают

свой бизнес раньше всех, если экономика в долгах, и уже не осталось никого, кому они могли бы выдать кредит.

Надо помнить о том, что неолиберальная экономическая политика Запада, обещавшая России и остальным Советским республикам процветание, на деле просто завела их всех в долги и нищету.

«Fake-экономика» – новый, еще неисследованный феномен рыночного хозяйства. Он нуждается в глубоком теоретическом изучении. В нем реализуются противоречия экономической модели неолиберального подхода свободной рыночной конкуренции, того который ныне провозглашается единственно возможным, правильным и демократичным и другого подхода – подхода классической политической экономии, который делает различие между трудовыми и нетрудовыми доходами, между рантье, получающими дармовую прибыль, и производительной экономикой.

### Список литературы

1. Шитов А. Как фейк стал ловушкой времени постправды // ТАСС. 9.06.2018. URL:// <https://tass.ru/opinions/5279290>
2. URL:// <https://basetop.ru/rejting-ekonomik-mira-2019-tablitsa-vvp-stran-mira/>
3. URL:// [http://fincan.ru/articles/79\\_vvp-po-pps-na-dushu-naselenija-2018-stran-mira/](http://fincan.ru/articles/79_vvp-po-pps-na-dushu-naselenija-2018-stran-mira/)
4. URL:// [https://www.washingtonpost.com/news/wonk/wp/2018/05/15/satellite-data-strongly-suggests-that-china-russia-and-other-authoritarian-countries-are-fudging-their-gdp-reports/?noredirect=on&utm\\_term=.77206c00582d](https://www.washingtonpost.com/news/wonk/wp/2018/05/15/satellite-data-strongly-suggests-that-china-russia-and-other-authoritarian-countries-are-fudging-their-gdp-reports/?noredirect=on&utm_term=.77206c00582d)
5. URL:// <https://investors.com/politics/editorials/is-chinas-debt-dubble-about-to-burst>
6. Harry X. Wu. China's growth and productivity performance debate revisited. Accounting for China's Sources of Growth with A New Data Set. New York, NY 2014.
7. ВВП по странам мира за 2019 год // URL:// <https://bcb.su/vvp-po-stranam-mira-za-2018-god.htm>
8. GDP Constant Prices – Forecast 2019-2021/ URL:// <https://tradingeconomics.com/forecast/gdp-constant-prices>
9. National bureau of statistics of China / URL:// <https://www.stats.gov.cn/english/>
10. AsiaNews/Agencies // URL:// [https://www.asianews.it/news-en/Liaoning-economic-data-in-falsified-\(and-throughout-China\)-39687.html](https://www.asianews.it/news-en/Liaoning-economic-data-in-falsified-(and-throughout-China)-39687.html)
11. Michael Pettis. Три проблемы с ВВП Китая. Почему он все хуже отражает реальность // URL:// <https://carnegie.ru/commentary/78278>.
12. Information and Competitive Price Systems. Sanford J. Grossman and Joseph E. Stiglitz. The American Economic Review. Vol. 66, № 2, Papers and Proceedings of the Eighty-eighth Annual Meeting of the American Economic Association (May, 1976), pp. 246-253.
13. Stiglitz J.E. The Revolution of Information Economics: The past and the Future. World Bank. June 2016.
14. Akerlof G. & Michailat P. Beetles: Biased Promotions and Persistence of False Belief, NBER Working Papers, National Bureau of Economic Research, Inc. 2017.
15. Zhang M. China moves further towards cashless society as payment giants Alipay, WeChat Pay gain ground//South China Morning Post. 20 Jul, 2018.

16. Оливарес М. Греция – чемпион мира в теневой экономике // URL:// <https://rua.gr/news/bissecon/22761-gretsiya-chempion-mira-v-tenevoj-ekonomike.html>
17. Оценка изменений экономической ситуации в России // URL:// <https://www.google.com/search?q>
18. URL:// <https://www.cnn.com/2017/03/10>.
19. Госдолг Украины – проблема на 76 млрд. // URL:<http://project.liga.net/projects/gosdolg/>
20. Сидоров В.А. Новый технический переворот: инновации и бизнес / Актуальные проблемы экономической теории и практики: сб. науч. тр. / под ред. В.А. Сидорова. Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2018. С. 6–17.
21. Сидоров В.А., Ядгаров Я.С. Феномен рыночного хозяйства: теория и практика бизнеса инноваций // Экономика: теория и практика. Научно-практический журнал. № 2 (50). 2018.
22. Болик А.В., Сидоров В.А. Модернизационный прорыв: поиск инноваций на компрадорском рынке // Вестник ВолГУ. Серия 3 «Экономика». 2014. № 4. С. 69–79.
23. Ядгаров Я.С., Сидоров В.А., Соболев Э.В. Денежная парадигма рыночного хозяйства: ретроспективный анализ и футуристические императивы // Финансы: теория и практика. Научно-практический журнал. Том 22, № 5, 2018. С. 154–168.
24. The phenomenon of the market economy: vectors and features evolution / V.A. Sidorov, Doctor of Economic, Professor, Head of Department at the KubSU; Y.S. Yadgarov, Doctor of Economics, Professor, Professor of the Financial University.; V.V. Chaplya, Ph.D., Chief Editor of the LSP. London, 2017.
25. Silagadze A.N., Sidorov V.A., Yadgarov Y.S. Scientific and practical aspects of a phenomenon of market economy // Social economics xxi century's actual problems. № 2, 2016. Pp. 148–156.

---

*Sidorov V.A.*

### **«FAKE-ECONOMICS»: THE PHENOMENON OF MARKET ECONOMY OR INNOVATIONS OF MYSTIFICATIONS**

*Abstract.* The article reveals the category of «Fake-economy» - a new, yet unexplored phenomenon of the market economy, which needs a deep theoretical study. According to the author, it realizes the contradictions of two economic models - neoliberal, relying on the freedom of market competition and classical political economy, which distances labor and non-labor income from producing and non-producing economies.

*Key words:* praxeology, phenomenon, market economy, fake, false, deception, complete the account, fictitious, capital.

---

УДК: 330.101.8

## ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЭКОНОМИЯ ВЛАСТИ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

**Дементьев В.В.**

*доктор экономических наук, профессор, руководитель секции  
«Институциональная экономика и экономика развития»  
Департамента экономической теории, Финансовый университет  
при Правительстве Российской Федерации*

**Аннотация:** в статье проанализированы проблемы равенства между экономическими агентами и исключению власти между ними, в связи с чем автор рассматривает неравенство как «естественное состояние» экономической жизни, характеризуя ее множеством явных и неявных властных отношений, системой взаимодействий между доминирующими и подчиненными партнерами, иерархией и борьбой за власть, а также определенным равновесием власти.

**Ключевые слова:** власть, равенство, доминанта, подчинение, феномен, экономическая жизнь, борьба.

В последние годы в экономической литературе появился целый ряд фундаментальных работ, в том числе представителей неоклассического и неоионституционального направления, в которых распределение власти (и в частности, насилия) рассматривается как главный фактор, определяющий динамику и устойчивость экономического [5].

В связи с этим возникает необходимость нового прочтения проблемы власти и переосмысление марсовской концепции экономической власти, ее роли и значения в экономическом анализе.

В самом общем виде власть представляет собой определенный аспект в отношениях между людьми, который состоит в способности «одного человека или целой группы навязывать свои цели другим» [1, с.126].

Власть представляет собой феномен экономической жизни общества, повседневного экономического бытия, факт наличия которого не подвергается сомнению. Отношения между экономическими агентами, как и всякие социальные отношения, включают в себя властную составляющую. Речь идет о власти собственника, власти менеджмента, власти профсоюзов, рыночной власти, власти государства, власти денег и пр. «Власть, - пишет Э.Тоффлер, - неизбежная часть процесса производства, и это - истина для всех экономических систем, капиталистических, социалистических и вообще каких бы то ни было» [4, с.53].

Таким же бесспорным фактом хозяйственной действительности является и то влияние, которое оказывает власть на экономическое поведение людей, его содержание и результаты. Характеризуя значения власти в обществе, Б.Расселл отмечал, что власть является фундаментальным понятием в общественных науках в

том же смысле, в каком энергия является фундаментальным понятием в физике [14, р.9].

В экономической теории к проблеме власти сложилось противоречивое отношение.

На одном полюсе находятся экономисты, которые включают власть в предмет экономического анализа и рассматривают ее как фактор, который оказывает существенное влияние на хозяйственную жизнь общества. К. Rothschild характеризует этих экономистов как «power-minded economists and schools» [13, p.15]. Сюда относятся представители марксистской школы, традиционного институционализма, теории хозяйственного порядка, социально-институциональной теории (французская школа).

В. Ойкен отмечал, что «первой задачей национальной экономики является открытие конкретных фактов, обоснующих экономическую власть, и исследование действительного влияния экономической власти» [2, с.337]. В работах Ф. Перру власть рассматривается как основополагающий принцип хозяйственной деятельности [7]. Проблема власти в капиталистической экономике находится в центре внимания институционального направления в экономической теории. По мнению В. Самуэльса, для институционалистов центральной экономической проблемой являются организация и контроль над экономикой, которые есть результат ее структуры власти [15, p.110].

На другом полюсе – экономические концепции, отрицающие значение концепта «власть» для экономического анализа. Неоклассическая школа в экономическом анализе (mainstream economic), а также ряд других течений в экономической мысли (например, австрийская школа), отрицательно относятся к включению проблемы власти (за исключением монопольной власти) в предмет экономического анализа. В неоклассической экономической теории власть как общая характеристика экономической системы отсутствует, а, соответственно – отсутствует и концепция экономической власти. Власть (принуждение) рассматривается как «посторонний фактор для производства», действие которого вызванное внешними для экономики силами, или как отклонение от нормального (естественного) состояния экономической системы.

«В ортодоксальной неоклассической теории стандартная предпосылка состоит в том, – пишет П. Бардхан, – что использование власти отсутствует у обеих сторон, добровольно вступающих во взаимодействие» [6, p.266].

Как полагают С. Боулес и Г. Гинтис, либеральная традиция в политической философии и экономической теории утверждает представление о том, что в идеальном либеральном капиталистическом обществе государство есть единственный агент, способный применять санкции, и, следовательно, является единственным источником власти. В соответствии с этой точкой зрения, власть отсутствует в конкурентной

экономике, хотя, конечно, экономическая власть может быть использована через государственную политику, влияние, лоббирование и т.п. То, что в неоклассической теории обозначается как «purchasing power» (покупательная сила), не есть власть в нашем обыденном понимании. Вместе с тем, как справедливо указывают авторы, власть явно присутствует в экономике – в руках ли банкиров, распределяющих кредиты, или капиталиста-нанимателя, направляющего деятельность рабочих. Характеризуя такую ситуацию как «пробел между элементарным наблюдением и либеральной экономической теорией», они отмечают, что истоки данного «пробела» лежат в особенностях господствующей общей теории равновесия, ассоциирующейся с неоклассической традицией, и особенно с Л. Вальрасом [8, p.301].

Методологическим препятствием для включения проблемы власти в предмет экономического анализа являются общие поведенческие предпосылки неоклассической теории. Общее экономическое равновесие в модели Вальраса предполагает наличие равенства между экономическими агентами и, соответственно, отсутствие социальных ограничений для свободного выбора и добровольности в транзакциях между ними. Социальные препятствия для свободного обмена в виде принуждения в данной модели отсутствуют. Все транзакции свободны и добровольны. Такое состояние «по умолчанию» предполагается как «естественное состояние» экономической жизни общества.

Отсюда следует, что каждый агент ничего не теряет, отказываясь от текущей или наиболее предпочтительной транзакции в пользу другой лучшей альтернативы. В этой ситуации не существует агентов, способных применить санкции к другому агенту. Например, если рынок рабочей силы имеет совершенный характер, то менеджер фирмы не может использовать угрозу увольнения, чтобы контролировать поведение наемного рабочего, поскольку уволенный рабочий может найти равноценную занятость где угодно. Поскольку каждый экономический агент может отказаться от любого обмена без издержек, то в равновесном состоянии конкурентной экономики власть должна отсутствовать. Следовательно, вопросы распределения власти и присутствия принуждения в отношениях обмена не возникают: никто не является субъектом каких бы то ни было форм принуждения или какого-либо типа ограничения.

Момент неравенства и принуждения в обмене рассматривается как отклонение от нормального состояния, вызванное силами, внешними по отношению к экономической жизни.

В условиях отсутствия внешнего вмешательства в экономическую жизнь феномен власти (в том числе монопольной рыночной власти) носит преходящий характер, значением которого можно пренебречь.

Еще одна из предпосылок данной модели заключается в том, что условия обмена могут быть зафиксированы в контрактах, осуществимых без издержек для

обменивающихся сторон. Тем самым, устраняется применение власти одними экономическими агентами для принуждения других к выполнению контрактов, в которые они вступили. В модели Вальраса характер распределения власти не имеет аллокативного и дистрибутивного эффекта в конкурентном равновесии, и, следовательно, феномен власти не представляет интереса для экономической теории.

Экономисты неоклассического направления, безусловно, признают присутствие властных структур в несовершенном рынке, где существует контроль за ценами со стороны монополий или правительства, но при этом рассматривают теорию рынка несовершенной конкуренции просто как вспомогательную к совершенному рынку и пренебрегают внерыночными структурами власти, которые необходимо окружают все рыночные системы. По мнению Ф.Перру, «сила и принуждение всегда включались в число элементов, чуждых экономической науке, в число факторов «внеэкономического» характера, благодаря чему экономист считал себя освобожденным от многих усилий и прощал себе серьезные пробелы знаний в этой области» [Цит. по: 7, р.346].

Кроме того. В литературе неоднократно обращается внимание на ту особенность, что пренебрежение проблемой власти в хозяйственной жизни имеет не только теоретические, коренящиеся в методологических основаниях неоклассической экономической теории, но и определенные идеологические причины. Либеральная доктрина превратилась в средство идеологического обоснования и хитроумного оправдания неограниченной экономической мощи, находящейся в распоряжении отдельных лиц (Б. Селигмен). К.Ротшильд пишет: «Было бы ошибкой рассматривать пренебрежение элементом власти просто как результат традиционных сил и внутренней работы теоретической экспансии. Игнорированию властного аспекта способствует тот факт, что концентрация на механике экономического и рыночного регулирования в заданных рамках позволяет экономистам избежать детального занятия фактами, которые обладающие властью социальные группы предпочитают сохранять в тумане и неопределенности. Такое желание секретности само по себе есть реальная и объективная трудность. Нигде аналогия с айсбергом не уместна так, как в этой сфере: только крошечная частица властной игры становится видимой (и то – в искаженной форме). ... Однако, что касается власти, то в данном случае открытие правды не только является трудным – оно может привести также к столкновению с закрепленными интересами. Следовательно, ученый, работающий в социальных науках, сталкивается с трудностями, которые неизвестны ученому-естественнику» [13, р.11].

По этому поводу В. Ойкен высказался следующим образом: «мы, экономисты, должны приподнять занавес, которым идеологии, отражающие интересы различных групп, прикрыли концентрацию экономической власти и борьбу за экономическую власть» [2, с.251].



Экономический мир неоклассической теории как мир без власти и принуждения – не более чем утопия. Реальный экономический мир – это мир неравных (асимметричных) отношений, мир отношений между такими агентами, которые занимают неравные позиции в обмене и имеют неравные возможности подчинять (принуждать) друг друга. Равенство в экономической жизни, а равно и отсутствие власти, есть теоретическая абстракция и имеет место в реальной экономической жизни, скорее, как исключение, нежели как правило. В экономической системе доминируют отношения, включающие в себя власть и принуждение одного другим. В этом смысле не отсутствие власти, а именно ее наличие в отношениях между экономическими агентами можно рассматривать как «естественное состояние» экономической организации общества. Таким образом, экономическая система (или система экономических отношений) выступает как система власти (или система властных отношений по преимуществу). Власть существует не только «вне», «наряду» или «над» экономическими взаимодействиями (власть государства), власть – это еще и элемент, сторона, аспект, атрибут экономических взаимодействий: отношений обмена, найма, организации и управления производством; распределительные отношения также включают в себя властную составляющую. «Вся человеческая жизнь, – замечает Э.Тоффлер, – сводится скорее к «властным отношениям», чем к «денежным отношениям» [4, 2001, с.55]. С точки зрения Ф.Перру, экономическая реальность есть сеть, множество явных или скрытых властных отношений, сеть взаимодействий между неравными силами, т.е. доминирующими и доминируемыми (подчиненными) партнерами. Модели экономики равных он противопоставляет теорию экономической борьбы или экономической власти неравных экономических агентов [7, 1985, р.30].

Экономическую систему невозможно понять без объяснения того, кто, над кем, в какой мере и с какими целями осуществляет власть.

Проблема власти остается до настоящего времени на периферии экономических исследований. Практически любой автор, пишущий по проблемам власти в экономике, считает своим долгом подчеркнуть факт недостаточности знаний в данной области. Власть, пишет К. Rothschild, должна была бы стать повторяющейся темой в экономических науках как теоретического, так и прикладного характера. Однако если мы посмотрим на главный ход экономической теории в течение прошедших ста лет, то найдем, что она характеризуется странным отсутствием рассмотрения власти. То, что люди будут использовать власть для того, чтобы изменить рыночный механизм; что неравная власть может оказывать большое влияние на результаты функционирования рынка; что люди стремятся к власти в такой же мере, как и к экономическому богатству: этими фактами по большей части пренебрегают [13, р.7].

Противоречие между неудовлетворительным отражением проблемы власти в ортодоксальной экономической теории, с одной стороны, и очевидным значением фактора власти в хозяйственной жизни – с другой, порождают постановку вопроса о

создании теории экономической власти (политической экономии власти) или, более широко, экономической теории, основанной на власти («power-based economic theory»).

При этом имеются достаточные основания согласиться с В. Ойкенем в том, что «принципиальной несовместимости экономической теории и феномена экономической власти не существует» [2, с.251]. «Если экономическая теория разработана правильно, – пишет он, – то она не только совместима с проявлениями экономической власти, но и абсолютно необходима ... для познания феномена экономической власти» [2, с.252].

Исследование проблем власти предполагает отказ от неоклассических предпосылок для базовой модели выбора экономических агентов и включение в поведенческую модель фактора неравенства, силы и, далее, ограниченной добровольности обмена. В этой связи D. Vosage, исследователь творчества Ф.Перру замечает: «...Способность традиционной экономической теории точно описать и объяснить различные виды неравенства в экономике, проявления власти и влияния, которые характеризуют современный капитализм, вызывает большое сомнение. Следовательно, желательно *создать новую экономическую теорию, которая дала бы аналитику возможность исследовать в систематическом виде проблемы власти в экономике* (выделено нами – В.Д.)» [7, р.3].

Для объяснения власти «недостаточно понять теорию добровольного обмена: мы должны также понять *логику силы* (выделено нами – В.Д.)» [11, р.2-3].

Отвечая на возражения, связанные с включением проблематики власти в экономическую теорию, Я. Таката подчеркивает: «Многие исследователи, признавая функционирование таких элементов власти в рамках экономики, считают, что их не следует включать в экономическую теорию на том основании, что они имеют внеэкономическую природу, и их следует рассматривать как нечто, качественно отличное от экономики. Однако до сих пор экономика не нуждалась в таких понятиях, как полезность, технология, население. Ни производство, ни развитие экономики нельзя анализировать, не учитывая концепцию технологии. Однако сами по себе эти факторы являются внеэкономическими. Их просто надо включить в экономический анализ как отправную точку для объяснения того, как детерминируются экономические факторы. Сама по себе полезность не считается чем-то экономическим, однако мы нуждаемся в пред-экономических понятиях как в детерминантах, объясняющих, как определяются экономические явления. Подобное положение в экономической теории занимает власть» [цит. по:10, р.117].

Подчеркивая значения проблемы власти для экономического анализа, М. Morishima предлагает различать экономикс в узком смысле слова, или чистую экономику («экономическую теорию»), в то время как название «экономикс», по его

мнению, должно использоваться для обозначения более широкого экономического анализа, которое инкорпорирует в себя влияние власти [10, р.Х].

### Заключение

Эвристическая ценность политической экономии власти связана с тем, что реальный экономический мир – это мир неравных отношений по преимуществу. В экономической жизни отсутствуют такие механизмы, которые способствовали бы установлению равенства между экономическими агентами и исключению власти между ними. Поэтому именно неравенство можно рассматривать как «естественное состояние» экономической жизни. Можно согласиться с Ф. Перру о том, что «экономическая реальность есть сеть, множество явных или скрытых властных отношений, сеть взаимодействий между неравными силами, т.е. доминирующими и доминируемыми (подчиненными) партнерами» [Vosage, 1985, р. 30]. Равенство – есть идеальная мыслительная конструкция. Причем такая конструкция, которая имеет ограниченную сферу применения. Поскольку, если механизмы, обеспечивающие действие тенденции к реализации данной конструкции в хозяйственной жизни, отсутствуют, то последняя, будучи перенесенная в сферу экономической политики, становится утопией. Таким образом, экономику целесообразно рассматривать как систему власти, которая характеризуется определенным ее распределением, иерархией и борьбой за власть,<sup>3</sup> а также определенным равновесием власти.

Анализ феномена экономической власти должен способствовать поиску ответа на вопрос – в чем состоит общественно-необходимый порядок власти: *кто, над кем (чем), в каких пределах, какими методами и ради достижения каких целей должен осуществлять власть в экономической жизни общества.*

Вместе с тем ответ на поставленный вопрос, учитывая «междисциплинарный» характер феномена власти, может быть найден, по нашему мнению, только на путях политической экономии власти, объединения усилий экономистов, социологов и специалистов в области права. Не случайно К. Rothschild в качестве эпитафии к книге «Power in Economics» выбрал высказывание Б. Расселла: «Экономика как отдельная наука нереалистична и ведет по неправильному пути (misleading), если брать ее как руководство к практике. Есть только одна основа – самая важная основа, это правда – в более широкой науке, науке о власти» [14, р.92].

### Список литературы

1. Гэлбрэйт Дж. К. Экономические теории и цели общества. - М.: Прогресс, 1976.
2. Ойкен В. Основы национальной экономии. - М.: Экономика, 1996.
3. Ойкен В. Основные принципы экономической политики. - М.: Прогресс, 1995.
4. Тоффлер Э. Метаморфозы власти. - М.: ООО «Издательство АСТ», 2001.
5. Acemoglu D.; Robinson J. Why Nations Fail: The Origins of Power, Prosperity and Poverty. - New York: Crown Business, 2012.

<sup>3</sup> «...Хозяйственная жизнь, - писал В. Ойкен, - сплошь пронизана схватками за власть» [2, с.25].

6. Bardhan P. On the Concept of Power in Economics // Economics and Politics. 1991. Vol.3. November. Pp. 265–277.
  7. Bocage D. General Economic Theory of Fracois Perroux. - Lahman: University Press of America, 1985.
  8. Bowles S., Gintis H. Power in Economic Theory // The Elgar Companion to Radical Political Economy. Ed. By P.Arestis and M.Sawyer. - Aldershot: Edward Elgar. 1994. Pp. 300–305.
  9. Economy as a System of Power. Ed. By Marc R. Tool and Warren J. Samuels. New Brunswick (U.S.A.) and Oxford (U.K.): Transaction Publisher, 1988.
  10. Morishima M. (Ed.) Power or Pure Economics? Joseph A. Schumpeter and Yasuma Takata. Ed. By. - London: Macmillan Distribution Ltd, 1988.
  11. Olson M. Power and Prosperity: outgrowing communism and capitalist dictatorships. - New York: Basic books, 2000.
  12. Perroux F. The Domination Effect and Modern Economic Theory//Power in Economics // Ed. by K.W.Rothschild. Harmondworth: Penguin books. Pp.56–73, 1971.
  13. Rothschild K. Introduction // Power in Economics. Ed. by K.W.Rothschild. Harmondworth: Penguin, 1971. Pp. 7–17.
- Russell B. Power. - London and New York: Routledge, 2000.
- Samuels W. (Ed.) Economy as a System of Power. - New Brunswick: Transaction Publishers, 1989.

---

*Dementiev V.V.*

### POLITICAL ECONOMY OF POWER AND ECONOMIC THEORY

*Abstract.* The article analyzes the problems of equality between economic agents and the exclusion of power between them, in connection with which the author views inequality as a «natural state» of economic life, characterizing it by the many explicit and implicit power relations, the system of interactions between dominant and subordinate partners, hierarchy and power struggle, as well as a certain balance of power.

**Key words:** power, equality, dominant, submission, phenomenon, economic life, struggle.

---

УДК: 330.101.8

**ОСНОВНОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПРОТИВОРЕЧИЕ КАПИТАЛИЗМА В  
КОНТЕКСТЕ СТАНОВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ****Болик .В.,***кандидат экономических наук, доцент кафедры теоретической экономики,  
Кубанский государственный университет***Сидоров В.А.***доктор экономических наук, профессор,  
заведующий кафедрой теоретической экономики,  
Кубанский государственный университет*

**Аннотация:** статья посвящена феномену эволюции общественного характера производства на фоне капиталистического присвоения в условиях современного рыночного хозяйства, когда интернационализация мирохозяйственных связей обусловлена процессами концентрации производства и капитала в масштабах глобального капиталистического хозяйства, на фоне которого резко возрастают роль и значение транснационального капитала.

**Ключевые слова:** феномен, противоречие, капитал, диалектика, рыночное хозяйство, функция, тенденция.

Последние десятилетия характеризуются дальнейшим обострением противоречий экономического развития капитализма, многообразием кризисных потрясений, которые охватывают все сферы жизни буржуазного общества.

Кризисные потрясения современной капиталистической экономики свидетельствуют о дальнейшем обострении экономических противоречий государственно-монополистического капитализма. Главные особенности и тенденции такого обострения обуславливаются основным экономическим противоречием капитализма. Поэтому исследование противоречия между общественным характером производства и капиталистическим присвоением как основного экономического противоречия капитализма, его углубления и конкретных форм проявления в современных условиях является исходной методологической предпосылкой анализа экономических противоречий государственно-монополистического капитализма как исторически определенной системы экономических противоречий.

Нельзя сказать, что проблеме экономических противоречий современного государственно-монополистического капитализма в отечественной экономической литературе не уделяется внимание. Однако, приходится констатировать, что оно все же недостаточно. Дело в том, что противоречие между общественным характером производства и капиталистическим присвоением может рассматриваться и как «основное экономическое противоречие», и как «основное противоречие» капитализма в целом. Это, однако, не снимает задачу четкого определения особенностей именно политэкономического анализа данного феномена, т. е. его

изучения как основного экономического противоречия, обуславливающего главные особенности и тенденции развития свойственных капитализму не только экономических, но и социально-политических, идеологических кронфлинтов

Такой анализ должен, очевидно, исходить, во-первых, из того, что данное противоречие является конкретно-историческим выражением взаимодействия производительных сил и производственных отношений. Во-вторых, необходимо раскрыть сущность противоречия между общественным характером производства и капиталистическим присвоением как основного в системе экономических противоречий капитализма, особенно в условиях современного государственно-монополистического капитализма. В-третьих, важной задачей является определение особенностей процесса развития основного экономического противоречия капитализма в непосредственной взаимосвязи с действием основного экономического закона и реализацией основного производственного отношения капитализма. В-четвертых, подлежат политико-экономическому изучению процесс и результаты интернационализации основного экономического противоречия капитализма.

Решение рассматриваемых вопросов находится в тесной связи с тем, как понимается предмет политической экономии. Думается, что в определении последнего есть еще элементы недопонимания. Сама постановка вопроса о том, что политическая экономия изучает производственные отношения в связи с развитием производительных сил, недостаточно конкретна, она допускает различное истолкование характера этой связи. Поэтому вопрос о характере взаимосвязи производственных отношений и производительных сил выступает как один из наиболее важных, сложных и дискуссионных в понимании предмета политической экономии, его нельзя считать решенным даже сейчас, когда доминируют постулаты неоклассического синтеза.

При различении производительных сил и производственных отношений они нередко рассматриваются не в плане их органического единства, а скорее в отрыве друг от друга. Это находит выражение в попытке рассматривать экономическую систему вне производительных сил, что логически приводит к утверждениям, согласно которым основное экономическое противоречие формируется и развивается только на уровне и в рамках производственных отношений. В результате отрицается функциональная роль производительных сил в структуре основного экономического противоречия. С этим, по нашему мнению, согласиться нельзя.

Все то, что составляет производительные силы общества, выступает в этом качестве лишь по мере того, как приобретает определенность экономической формы. В этом отношении методологически важным является, в частности, вывод о том, что потребительная стоимость к сфере явлений, изучаемых политической экономией, относится лишь тогда, когда она сама выступает как определенность формы. Поскольку форма всегда выражает структуру, т. е. определенный и устойчивый способ

взаимосвязи элементов содержания, производственные отношения как форма движения производительных сил общества образуют его экономическую структуру. Совокупность этих производственных отношений и составляет экономическую структуру общества.

Рассматривая соотношение производительных сил и производственных отношений как содержание и форму, необходимо учитывать не только их взаимосвязь, но и взаимопроникновение. Здесь уместно напомнить, что положение о взаимопроникновении содержания и формы было выдвинуто еще Гегелем, который выступал против метафизического отрыва их друг от друга [1]. Это означает, что производственные отношения как форма движения производительных сил существует не вне последних, а как относительно устойчивый способ связи их структурно-функциональных элементов. Следовательно, основное экономическое противоречие формируется и разворачивается в самом процессе функционирования производительных сил, формой движения которых являются производственные отношения.

По мере того как развиваются производительные силы, а само производство все более приобретает общественный характер, все ярче проявляется несовместимость общественного характера производства с капиталистическим присвоением, которое мешает производительным силам нормально функционировать.

Сами производительные силы с возрастающей мощностью стремятся к уничтожению этого противоречия, к освобождению себя от всего того, что свойственно им в качестве капитала, к фактическому признанию их характера как общественных производительных сил. Капиталистическое присвоение определяет не только конкретно-исторические особенности основного экономического противоречия капитализма, но и его углубление и невозможность разрешения в рамках капиталистического способа производства. Единственный способ разрешения противоречия между общественным характером производства и капиталистическим присвоением состоит в том, чтобы форму присвоения сделать столь же общественной, как и производство.

Противоречие между производительными силами и производственными отношениями имеет место на всех этапах развития общественного производства как его основное противоречие. Раскрывая его сущность, необходимо учитывать, что роль данного противоречия как источника развития общественного производства нельзя отождествлять с функциональными особенностями одной из сторон этого противоречия – производственными отношениями, которые в процессе своего взаимодействия с производительными силами могут способствовать или тормозить их развитие. Невнимание к этому положению приводит к искажению сущности основного экономического противоречия, его роли в экономическом развитии общества. Результатом отождествления роли экономического противоречия с

функциональными особенностями одной из его сторон является точка зрения, согласно которой противоречия могут превращаться в тормоз, и в частности противоречия между производительными силами и производственными отношениями тормозят развитие производительных сил. С таким подходом согласиться нельзя. Тормозом развития производительных сил выступает не само противоречие, а лишь одна из его сторон – устаревшие производственные отношения, которые в силу своего несоответствия характеру и уровню производительных сил превращаются в оковы их дальнейшего развития.

Диалектика производительных сил и производственных отношений раскрывает не только механизм основного экономического противоречия, но и его роль как источника экономического развития общества. Исходя из особенностей взаимодействия производительных сил и производственных отношений, образующего механизм основного экономического противоречия, можно сделать важный вывод: основное экономическое противоречие самым непосредственным образом связано с действием закона соответствия производственных отношений характеру и уровню развития производительных сил.

Конкретно-историческим выражением основного экономического противоречия в условиях капитализма является несоответствие капиталистического присвоения общественному характеру производства. Поскольку капиталистическое присвоение представляет собой процесс реализации отношений капиталистической собственности, его особенности детерминированы основным производственным отношением капитализма. Оно определяет такую систему экономических отношений, которая основана на эксплуатации наемного труда, связана с антагонистической противоположностью между трудом и капиталом и соответствующей ей системой экономических противоречий. Однако те отношения собственности, которые выражаются в основном производственном отношении капитализма, сами по себе еще не раскрывают механизма капиталистического способа производства и основанного на нем способа присвоения.

Для того чтобы те отношения, в которые вступают капитал и наемный труд выразить как отношения собственности или ее законы, нам нужно только выразить отношение обеих сторон в процессе увеличения стоимости, в виде процесса присвоения. Такой подход к рассматриваемой проблеме, именно: исследование основного экономического противоречия капитализма во взаимосвязи с процессом реализации его основного производственного отношения и действием основного экономического закона, дает возможность раскрыть несоответствие капиталистического присвоения общественному характеру производства как исторически определенное взаимодействие производительных сил и производственных отношений в условиях капитализма. Это позволяет также определить объективные тенденции углубления этого противоречия в процессе



развития капиталистического способа производства и показать, что объективная необходимость разрешения данного противоречия определяется действием закона соответствия производственных отношений характеру и уровню развития производительных сил.

Возможности капиталистического производства ограничены не только и даже не столько уровнем развития производительных сил, сколько тем, что его цель является производство прибавочной стоимости, а не действительные потребности общества. Капиталистическое производство приостанавливается не тогда, когда этого требует удовлетворение потребностей, а тогда, когда этой остановки требует производство и реализация прибыли. В условиях государственно-монополистического капитализма тенденция замедления темпов роста промышленного производства выходит за рамки его циклических спадов и становится постоянно действующим фактором капиталистической экономики. Так, в результате циклических кризисов 1980, 1990, 2000 и 2008 гг. объемы промышленного производства в развитых капиталистических странах сокращались в среднем на 3,5 %, причем в США – до 9 %. Наиболее тяжелые проявления этого кризисного спада до сих пор не преодолены. В этих странах (кроме США и Японии) объем промышленного производства не достиг предкризисного уровня, а недогрузка основного капитала продолжает составлять 25 % в среднем по промышленности, доходя до 40–60 % в некоторых ее отраслях [2]. Это препятствует росту капиталовложений, являющихся основой циклического подъема производства.

Общее замедление темпов роста капиталистической экономики, хроническая недогрузка производственных мощностей наряду с циклическими спадами производства неизбежно ведут к росту массовой безработицы. Это означает, что капиталистическое общество несет колоссальные и возрастающие потери на том, что далеко не полностью использует не только средства производства, но и другой элемент производительных сил – рабочую силу. В настоящее время безработные – это уже не прежняя резервная армия труда, которая в значительной степени рассасывалась с наступлением циклического подъема [3]. В современных условиях рост безработицы в значительной мере приобретает внециклический характер. Резко увеличиваясь в условиях кризисного спада производства, безработица остается столь же высокой даже в фазе экономического подъема и обнаруживает при этом тенденцию к росту и превышению предыдущих ее максимальных уровней.

В современных условиях одним из наиболее глубоких проявлений резкого несоответствия капиталистического присвоения общественному характеру производства становится милитаризация капиталистической экономики, которая деформирует структуру общественного производства, оказывает огромное влияние на углубление противоречия между производством и потреблением. Прибыли военно-промышленных монополий достигают гигантских размеров. Так, в США нормы прибыли в сфере военного производства превышают соответствующие показатели в

других отраслях производства в среднем в четыре раза [4]. Будучи наиболее непроизводительной формой потребления, военное производство поглощает значительную часть национального дохода, возмещение которой идет, прежде всего, за счет сокращения личного потребления населения.

Капиталистическое присвоение как процесс реализации отношений капиталистической собственности на условия производства охватывает все фазы воспроизводственного процесса. Создание прибавочной стоимости происходит в сфере непосредственного производства. Это означает, что не только общественный характер производства, но и другая сторона основного экономического противоречия капитализма – капиталистическое присвоение, а следовательно, и само это противоречие в целом формируется в сфере непосредственного производства и в своем дальнейшем движении охватывает сферу обращения, определяет все фазы воспроизводственного процесса, антагонистический характер всей системы присущих им противоречий [5].

Основные фазы этого процесса, образуя относительно самостоятельные уровни системы экономических противоречий, тем самым составляют объективную основу для их классификации. Учитывая субординацию структурных уровней воспроизводственного процесса, можно также сделать вывод о наличии соответствующей субординации и обратных корректирующих взаимодействий и, следовательно, соответствующих противоречий между структурными уровнями системы экономических противоречий. Не останавливаясь на анализе структурных уровней системы экономических противоречий капитализма, отметим, что объективные тенденции развития и особенности противоречий на каждом из них – от производства до потребления – опосредуются необходимостью реализации овеществленной в товарной массе прибавочной стоимости и в конечном счете определяются несоответствием капиталистического присвоения общественному характеру производства. Подобный подход к анализу системы экономических противоречий капитализма, разумеется, отнюдь не отрицает их особенностей в государственном, монополистическом и немонополистическом секторах капиталистической экономики, особенностей противоречий между ними, а также в сферах межимпериалистического соперничества и экономических отношений между капиталистическими и развивающимися странами. Однако и здесь видовые признаки и конкретное содержание экономических противоречий взаимосвязаны с особенностями соответствующих структурных уровней воспроизводственного процесса. Подчеркнем также, что в качестве основного системообразующего фактора, определяющего главные особенности экономических противоречий капитализма на всех структурных уровнях капиталистического воспроизводства и во всех его региональных сферах, здесь выступает противоречие между общественным характером производства и капиталистическим присвоением. [6]

От правильного понимания сущности и конкретных форм проявления основного экономического противоречия капитализма в решающей степени зависят научная систематизация его экономических противоречий и успешное исследование их как конкретно-исторической системы противоречий. Это определяется системообразующей функцией основного экономического противоречия капитализма, которая выражается в том, что эволюция этого противоречия определяет качественное своеобразие и объективные тенденции развития всей системы экономических противоречий капитализма.

Основное экономическое противоречие капитализма существует не вне или помимо других экономических противоречий этого строя и проявляется через противоречия его экономической системы в целом. Противоречие между общественным производством и капиталистическим присвоением выступает наружу как антагонизм между наемным трудом и буржуазией, воспроизводится как противоположность между организацией производства на отдельных производствах и анархией производства во всем обществе. В кризисе с неудержимой силой прорывается наружу противоречие между общественным производством и капиталистическим присвоением. Углубление противоречий между общественным характером производства и капиталистическим присвоением находит свое непосредственное проявление в модификации и обострении тех противоречий, которые представляют собой традиционные формы проявления основного экономического противоречия капитализма, дополняется и усиливается новыми, еще более острыми экономическими противоречиями современного государственно-монополистического капитализма.

Тенденции этого процесса необходимо рассматривать во взаимосвязи с эволюцией каждой из сторон основного экономического противоречия капитализма, с учетом неравнозначности их функциональной роли в структуре этого противоречия. [7]

Государственно-монополистическое регулирование экономики, осуществляемое на основе капиталистических производственных отношений и в соответствии с ними, направлено на совершенствование системы капиталистического присвоения и тем самым способствует сохранению противоречия между общественным характером производства и капиталистическим присвоением. В условиях государственно-монополистического капитализма сами масштабы капиталистического присвоения значительно расширяются [8]. Капиталистическое государство не только способствует своей налоговой, валютной и кредитной политикой усилению экономической мощи крупнейших монополий, но и само непосредственно участвует в процессе производства, перераспределения и присвоения прибавочной стоимости. Всемерно содействуя извлечению максимальной прибыли монополиями, расширяя масштабы и усиливая процесс капиталистического присвоения, государственно-

монополистическое регулирование тем самым углубляет противоречие между общественным характером производства и капиталистическим присвоением.

Важной особенностью эволюции общественного характера производства и капиталистического присвоения в современных условиях выступает интернационализация основного экономического противоречия капитализма [9]. Это находит выражение в том, что современный этап углубления противоречия между общественным характером производства и капиталистическим присвоением связан с процессами концентрации производства и капитала в масштабах мирового капиталистического хозяйства, с резким возрастанием в нем удельного веса и роли транснациональных корпораций [10]. Развитие специализации и кооперирования производства свидетельствует об интернационализации процессов капиталистического обобществления производства.

Углубление международной специализации и кооперирования производства при этом определяется не только и даже не столько потребностями международного разделения труда, сколько господствующими условиями реализации капитала, потребностями получения наивысшей прибыли. Отставание расширения внутреннего рынка от роста накопления капитала, тенденция к понижению средней нормы прибыли под влиянием повышения органического состава капитала увеличивают размеры избыточного капитала, обуславливают тенденцию к интенсификации капиталистического присвоения путем вывоза капитала. Расширение его внешней экспансии выступает, таким образом, не только как результат углубления противоречия между общественным характером производства и капиталистическим присвоением, но и как одна из главных форм интернационализации этого противоречия, его проявления на межимпериалистическом уровне, а также на уровне противоречий между ведущими капиталистическими государствами (равно как и самими ведущими странами, в первую очередь США [11]) и остальными странами мира.

Очевидно, что деформация воспроизводственного процесса и обострение противоречий на всех его структурных уровнях, от производства до потребления в масштабе мировой экономической системы государственно-монополистического капитализма, углубление анархии производства и усиление ее разрушительного характера на уровне экономических связей в рамках капиталистического мирового хозяйства [12, 13], требуют дополнительного исследования и соответствующего теоретического анализа основного экономического противоречия капитализма с учетом тех особенностей его углубления, которые связаны с интернационализацией этого противоречия в современных условиях.

Как процесс реализации отношений собственности на условия производства капиталистическое присвоение связано с существованием буржуазии, деятельность которой объективно направлена на сохранение своего собственного господства и,

следовательно, на сохранение системы капиталистического присвоения, основанного на эксплуатации наемного труда. Здесь обнаруживается консервативная сторона основного экономического противоречия капитализма. В то же время капиталистическое присвоение предполагает существование наемного труда, который в пределах этого антагонизма представляет собой разрушительную силу, отрицающую, уничтожающую основу данного противоречия – капиталистическую собственность, а вместе с ней и самого себя. Нечто подобное произошло в постсоциалистический период с населением бывших советских республик.

### Список литературы

1. Гегель. Логика. Соч. в 14 т. Т. 1. М.-Л. -1930, с. 224.
2. Захаркин С. В 2019 году начнется новый экономический кризис // URA.RU / URL://<https://ura.news/articles/1036276878>
3. Феномен рыночного хозяйства: проблема трансформации. историко-экономический анализ бизнеса инноваций / Монография. / Научное издание / под ред. д-ра экон. наук, профессора Сидорова В.А., д-ра экон. наук, профессора Ядгарова Я.С., канд. экон. наук, доцента Чапли В.В.; Академия гуманитарных наук. – Майкоп, издательство ЭЛИТ– 2018. – 524 с.
4. Феномен рыночного хозяйства: векторы и особенности эволюции. Инновации бизнеса и бизнес инноваций. Монография / Под ред. д-ра. экон. наук, профессора Ядгарова Я.С., д-ра. экон. наук, профессора Сидорова В.А., канд. экон. наук, доцента Чапли В.В. // Электронное издание. Издательство Научно-исследовательского института экономики Южного Федерального округа, – Краснодар, 2017.
5. Ядгаров Я.С., Сидоров В.А., Ильинова В.В. Дискуссия о развитии рыночного хозяйства // Российский Внешнеэкономический вестник. Ежемесячный научно-практический журнал, №5, 2017. С. 88–102.
6. Чередниченко Л.Г., Сидоров В.А., Ядгаров Я.С. Анализ рыночного хозяйства в контексте эволюционных и воспроизводственных аспектов // Экономист. Ежемесячный научно-практический журнал. 2016. № 8.
7. Сидоров В.А., Ядгаров Я.С. Феномен рыночного хозяйства: точки соприкосновения и диалектические аспекты // Экономика: теория и практика. № 2 (42). 2016. С. 126–128.
8. Сидоров В.А. Новый технический переворот: инновации и бизнес / Актуальные проблемы экономической теории и практики: сб. науч. тр. / под ред. В.А. Сидорова. Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2018. С. 6–17.
9. Сидоров В.А., Ядгаров Я.С. Феномен рыночного хозяйства: теория и практика бизнеса инноваций // Экономика: теория и практика. Научно-практический журнал. № 2 (50). 2018.
10. Болик А.В., Сидоров В.А. Модернизационный прорыв: поиск инноваций на компрадорском рынке // Вестник ВолГУ. Серия 3 «Экономика». 2014. № 4. С. 69–79.
11. Ядгаров Я.С., Сидоров В.А., Соболев Э.В. Денежная парадигма рыночного хозяйства: ретроспективный анализ и футуристические императивы // Финансы: теория и практика. Научно-практический журнал. Том 22, № 5, 2018. С. 154–168.

12. The phenomenon of the market economy: vectors and features evolution / V.A. Sidorov, Doctor of Economic, Professor, Head of Department at the KubSU; Y.S. Yadgarov, Doctor of Economics, Professor, Professor of the Financial University.; V.V. Chaplya, Ph.D., Chief Editor of the LSP. London, 2017.
13. Silagadze A.N., Sidorov V.A., Yadgarov Y.S. Scientific and practical aspects of a phenomenon of market economy // Social economics xxi century's actual problems. № 2, 2016. Pp. 148–156.
- 

*Bolik A.V., Sidorov V.A.*

### **THE MAIN ECONOMIC CONTRADICTIONS OF CAPITALISM IN THE CONTEXT OF THE FORMATION OF AN INNOVATIVE ECONOMIC**

*Abstract.* The article is devoted to the phenomenon of the evolution of the social nature of production against the background of capitalist appropriation in the conditions of the modern market economy, when the internationalization of world economic relations is caused by the processes of concentration of production and capital in the global capitalist economy, against the background of which the role and importance of transnational capital sharply increase.

**Key words:** phenomenon, contradiction, capital, dialectics, market economy, function, trend.

---

УДК 330.101

**МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ МОДЕЛИ  
ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ  
РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ РОССИИ****Стягун А.В.**

кандидат экономических наук, доцент,  
исполняющий обязанности заведующего кафедрой экономической теории  
и инвестиций института экономики, управления и бизнеса,  
Кубанский государственный технологический университет

**Аннотация.** В статье содержится оценка противоречий, лежащих в области теории и методологии разработки и реализации государственной экономической политики в системе государственного регулирования экономики, а также авторские представления о необходимости системных преобразований в национальной экономике в контексте глобальных вызовов современности.

**Ключевые слова:** государственная экономическая политика, экономический рост, неолиберализм, саморегулирование, системная модернизация, институциональные преобразования, централизованное планирование, государственное регулирование.

Завершается второе десятилетие реформ российской социально-экономической системы, главной целью которых по-прежнему остаются выход на траекторию устойчивого развития, решение острых социальных проблем и отказ от сырьевой модели национальной экономики в пользу инновационной и ресурсосберегающей.

Оценка результативности проводимых в России системных преобразований воспроизводственного комплекса редко содержит положительные рецензии, чему не противоречат и статистические данные: начиная с 2012 года фактический темп роста реального ВВП страны ни разу не соответствовал декларируемому в программных заявлениях высшего руководства страны и прогнозах Минэкономразвития и лишь в 2018 году превысил 2% [1].

Структурные преобразования, целью которых было построение качественно новой модели воспроизводственного сектора, ориентированного на создание высокотехнологичной продукции, также трудно назвать успешными: экспорт машин и оборудования, который в 2016 году составлял 8,6% в структуре внешней торговли России, снизился в 2017 году до 7,9%, в то время как экспорт минеральных продуктов, наоборот, увеличился на 1,2% и составил более 60% [1].

Реальные доходы населения, несмотря на принимаемые меры и проводимые реформы, сокращаются уже на протяжении 5-ти лет, причем делают это нарастающими темпами: если в 2014 году их снижение составило 0,7%, то в 2015 году этот показатель уменьшился уже на 3,2%, а в 2016 году и вовсе на 5,8%. И несмотря на то, что в 2017 году Росстат пересчитал темп снижения реальных доходов населения страны на уровне 1,2% вместо ранее объявленных 1,7%, общую тенденцию это не

меняет – к концу 2018 года снижение этого показателя составило 2,9% в годовом выражении [1].

Похожая динамика характерна и для инвестиций в национальную экономику России: последний раз увеличение данного показателя было зафиксировано в 2013 году, когда объем инвестиций в основной капитал увеличился на 0,8% по отношению к предыдущему году. Все последующие годы динамика данного показателя была отрицательной, а по итогам 2015 года спад превысил 10% [1].

Предполагаемое решение обозначенных проблем, так или иначе, возлагается на механизм государственного регулирования экономики, результативность которого, в свою очередь, определяется двумя критериями:

- соответствием теоретико-методологической базы регулятивной политики государства целям и задачам регулирования;
- соответствием применяемых инструментов и методов объекту регулирования.

Очевидно, что низкие темпы экономического роста, отсутствие опережающего развития в создании инновационной экономики и нерешенные социально-экономические проблемы совершенно недвусмысленно определяют неэффективность проводимой в стране государственной экономической политики. И несмотря на то, что подобный вывод возможен и без глубокого экономического анализа, тем не менее, он совершенно необходим для осознания того факта, что решение обозначенных проблем невозможно без коренных преобразований в теоретико-методологической парадигме государственного регулирования российской экономики.

Рыночные преобразования российской экономики в начале 1990-х годов проводились исключительно в рамках неолиберальной доктрины, поскольку основополагающая задача реформирования – организация рыночного пространства и его интенсивная интеграция во все сферы жизни общества – полностью отвечала основным идеям М. Фридмана, Ф. Хайека, А. Рюстова и др. представителей неоклассического направления экономической мысли. Под воздействием этой идеологии в достаточно сжатые сроки сформировались основные «тренды» и «индикаторы» будущих успехов: свободная конкуренция, эффективность, товарное изобилие и всеобщее материальное благополучие. С одной стороны, формирование таких «трендов» было обусловлено комплексом нарастающих проблем экономики позднего советского периода и наличием наглядных примеров эффективного функционирования рыночных моделей в западноевропейских странах и, в первую очередь, США. Но с другой, предопределило на десятилетия вперед политические спекуляции этими же «трендами» и «индикаторами» в форме лозунгов новой демократической России. Так или иначе, но в современной отечественной экономической мысли преобладающей является неоклассическая парадигма. Об этом свидетельствует и то, что неоклассические взгляды являются наиболее распространенными, несмотря на то, что многие идеи и воззрения данного



направления науки уже давно вызывают возражения. Например, исследования, производившиеся в свое время на базе производственной функции Кобба-Дугласа, а позднее – с помощью функции Р. Солоу – позволяют констатировать, что большая часть факторов экономического роста приходится не на долю предельной производительности факторов (прежде всего, труда и капитала), а на долю «неидентифицируемых факторов» (так называемый остаток Солоу – вклад прироста совокупной производительности факторов; главным образом, научно-технического прогресса). Данное обстоятельство было интерпретировано С.Ю. Глазьевым как «невысокая способность» неоклассических моделей экономического роста к объяснению наблюдаемых перемен реальной экономической динамики [2].

Однако убежденность российских реформаторов в непогрешимости «рынка», как саморегулирующего и самоорганизующегося механизма, лежащая в основе неоклассической методологии, ограничила выбор направления экономической политики государства инструментарием современного монетаризма. С точки зрения современной методологии системного подхода и концепций самоорганизации, развитие национальной экономики представляет собой глубокое качественное изменение ее состава, связей (т.е. в целом структуры) и функционирования. О саморазвитии экономики речь может идти, когда эти изменения продуцируются компонентами и элементами национальной экономики. Когда же качественные изменения являются результатом воздействия внешней среды, то развитие экономики становится организуемым. Это может свидетельствовать о том, что существует взаимосвязь между функционированием и развитием экономической системы, при этом, функционирование сдерживает развитие, а развитие в свою очередь разрушает многие процессы функционирования, хотя и создает условия для его более устойчивого осуществления [3]. Принять это утверждение в качестве методологической основы дерегулирования воспроизводственных процессов можно только в том случае, если современная социально-экономическая система действительно является системой саморегулируемой, т.е. в своей основе содержит механизмы восстановления необходимого равновесия.

Однако экономическое развитие не может происходить непрерывно, в силу того, что новые идеи и открытия появляются далеко не каждый день. Инновация, а с ней и экономическое развитие, носит прерывистый характер. Именно прерывистым характером инноваций Й. Шумпетер объяснял экономический цикл [4].

Особое внимание в анализе процесса развития Й. Шумпетер уделял предпринимателю, как субъекту, выступающему в роли новатора. Согласно его мнению, именно предприниматель является инициатором производства нового товара, внедрения новых технологий, освоения новых рынков и новых источников сырья, реорганизации той или иной отрасли производства. В тоже время Й. Шумпетер признает, что осуществление подобных нововведений достаточно рискованно, а их

результаты не всегда можно спрогнозировать с высокой долей вероятности, поэтому соответствующие действия предпринимателя представляют собой «прерывистые импульсы», а не постепенный и равномерный процесс, описываемый в неоклассической экономической теории. В силу указанных причин, в определенной степени сложным представляется не сам по себе процесс сбережения, а затруднения, могущие возникнуть при принятии инвестиционных решений. С началом фазы оживления в ходе экономического цикла предприниматели, обладающие способностью предвидеть и наделенные воображением, распознают новые возможности для извлечения прибыли и принимают меры по их использованию, привлекая посредством финансового сектора необходимые им инвестиционные ресурсы и с их помощью приобретая контроль над реальными активами. Если такая деятельность увенчается успехом, т.е. практика наглядно подтвердит высокую эффективность реализации принятых решений, остальные предприниматели могут последовать их примеру, в результате чего рождается и обретает силу новый экономический бум. Расширение товарных потоков, являющееся результатом нововведений, неизбежно вызывает «творческое разрушение», при котором «устаревшие» фирмы, отличающиеся высокими издержками производства и, соответственно, низкой эффективностью, вытесняются из данной сферы бизнеса. Погашение ранее полученных кредитов и займов приводит к сокращению денежной массы, что в свою очередь закономерно усиливает дефляционные тенденции, которые не могут быть компенсированными новой инвестиционной активностью ввиду того, что степень неопределенности и риска в условиях сложившегося неравновесия очень высока. Последующее вслед за этим сокращение «новаторских усилий» еще более стимулирует дефляционные тенденции, что и закладывает начало будущей депрессии. Когда процесс необходимого приспособления к использованию последних нововведений завершается, то достигается новое равновесие, которое может послужить началом нового цикла. В тоже время, каждый следующий цикл, по мнению Й. Шумпетера, начинается с более высокого уровня дохода, и, таким образом, в результате чего выигрывают все основные категории получателей дохода [4].

Здесь однако следует отметить, что сам Й. Шумпетер не рассматривал возможности статичного состояния экономики на ее пиковом уровне вследствие действия «Мальтусова закона народонаселения» и сокращения отдачи от ограниченных естественных (земельных) ресурсов. Также он не разделял точку зрения об усилении классовых конфликтов, поскольку считал, что нововведения приносят значительно выгоды, как самим предпринимателям, так и наемным работникам. Тем не менее, в его взглядах на будущее капиталистического способа воспроизводства содержатся достаточно неблагоприятные прогнозы, основанные на том, что достижения этой системы оказывают разрушительное воздействие на общественные институты, призванные ее защищать. Как только процесс нововведений приобретает

упорядоченно-рутинный характер, усиливающаяся концентрация и укрупнение хозяйственных единиц разрушают жизнеспособность таких основополагающих капиталистических институтов, как частная собственность и свобода экономического выбора (свобода заключения коммерческих соглашений). Этим могут воспользоваться идеологические противники капиталистической системы, что наряду с усиливающимся «рабочим движением» будет разрушать и дестабилизировать бесперебойное функционирование политической структуры, в рамках которой существует и развивается капитализм. В случае развития ситуации по описанному сценарию, новый виток роста капиталовложений ставится под сомнение, поскольку сформируется крайне не благоприятный для этого климат. Уже только эти соображения могли бы подвергнуть сомнению непогрешимость «методологической» основы неолиберального реформирования. Однако этого не произошло по той простой причине, что в качестве альтернативы рассматривалась только кейнсианская программа, от которой, по мнению представителей «либерального крыла» один шаг до возврата к механизму централизованного планирования. В результате возникла методологическая «ловушка»: с одной стороны не выполняющий, в силу ограниченности, своих функций механизм государственного регулирования экономики, с другой – идеологически неприемлемая методологическая «платформа» кейнсианского толка, переход к которой для «младореформаторов» эпохи Е. Гайдара фактически был бы равносителен признанию несостоятельности. Нежелание принять поражение собственных идей заставляло идеологов современного российского неолиберализма закрывать глаза на то, что в мировой экономической науке и практике все более возрастает интерес к возможности использования механизма централизованного планирования в рыночной экономике. Влияние планирования и его роль в обеспечении воспроизводственного процесса рассматривались и ранее, в середине-конце XX века, такими учеными как Ян Тинберген, У.А. Льюис, Пол Розенштейн-Родан, Х. Ченери и др. Однако в начале XXI века интерес к этой теме обострился благодаря все более распространяющимся сегодня представлениям о том, что рыночный механизм более не в состоянии обеспечивать соответствующие структурные изменения, необходимые для стабильного экономического развития.

Очередное положение о несостоятельности рынка объясняется действием нескольких факторов. В современной экономической литературе такие ситуации описываются как «порочный круг нищеты» Р. Нурксе или «ловушка равновесия в условиях низкого уровня экономического развития» Х. Лейбенштейна и Р. Нельсона – ситуации абсолютно типичные для текущего экономического положения России. В рамках развития методологии системного подхода предлагались различные варианты решения подобных проблем. В частности, Х. Лейбенштейн считал, что достаточным будет «минимального переломного усилия», П. Розенштейн-Родан полагал, что необходим «большой толчок», а У. Ростоу – «взлет». Таким образом, использование

дополнительных денежных ресурсов, получаемых благодаря внешнеэкономическим связям, а также в результате сокращения издержек на ввозимые полуфабрикаты и за счет роста спроса, возможно только при соответствующей координации. Осуществлять необходимые для «взлета» капиталовложения, составляющие «социальные накладные расходы», должно правительство, так как частный сектор не может обеспечить достаточных инвестиций ввиду возрастающего «эффекта масштаба», «внерыночных эффектов», связанных с развитием техники и специфики «общественных благ». Также считалось, что рецепты неоклассической и маржиналистской теории не смогут обеспечить достаточной координации усилий и достижения необходимой мотивации в той степени, в которой эти задачи способен решить механизм централизованного планирования.

Последующая аргументация о преимуществах планирования экономического развития опиралась на концепцию дуализма, согласно которой считалось, что в экономике развивающихся стран параллельно сосуществуют два сектора: современный, с относительно передовой техникой и хорошо функционирующим рыночным механизмом, и традиционный – с отсталой техникой и слабой связью с рынком.

Подробные исследования причин дуализма можно найти в работе А.У. Льюиса «Экономическое развитие при неограниченной обеспеченности рабочей силой», в которой он обосновал возможность применения двухсекторной модели. В частности, он утверждал, что поскольку «заработная плата» в крупном традиционном секторе закреплена на постоянном уровне благодаря действию ограничителей институционального порядка, постольку «неограниченное обеспечение» рабочей силой при неизменной реальной заработной плате существует для относительно небольшого, но развивающегося современного сектора. Более того, высокая обеспеченность хозяйства рабочей силой гарантирует значительную экономию на оплате труда, и, следовательно, современные капиталисты могут сберегать и реинвестировать получаемые таким образом денежные ресурсы [2].

Впоследствии Джон Фей и Гюстав Рани предложили более формализованную расширенную трактовку двухсекторной модели У. Льюиса, дополнил которую позднее Дэйл У. Йоргенсон [5].

В рамках концепции дуализма был проведен целый ряд исследований по проблемам развития. В частности, еще одним доводом в пользу механизма централизованного планирования стала рассматриваемая слабость связей с рынком значительной части населения. Это давало основания полагать, что рыночный механизм при таких условиях не эффективен и не отвечает интересам экономического развития. Данный аргумент был подкреплен рядом специальных практических программ, таких как, например, программа избыточного импорта продовольствия, удерживающая реальную заработную плату в современном секторе

на низком уровне и обеспечивающая средства для реинвестирования. В тоже время такая позиция вызвала к жизни и противоположную точку зрения, достаточно обоснованно выраженную Теодором В. Шульцем, который подчеркнул, что «крестьяне весьма заботятся о максимизации своих хозяйственных успехов и проникнуты экономическими интересами» [6].

Перенос акцентов с неоклассической доктрины на исследования необходимости планирования или, по меньшей мере, широкого вмешательства государства в экономику, а также выделение основополагающей роли капитала (как овеществленного, так и человеческого), вызвали дискуссию о качественных критериях размещения капиталовложений. Первоначальное положение о «недостаточности» капитала и заведомо ограниченных возможностях его замещения трудом обусловили повышенный интерес к таким вариантам выбора, которые позволяли бы минимизировать предельную капиталоемкость. Вполне естественно, что такой критерий не может считаться удовлетворительным при том условии, что прочие факторы производства также ограничены, или если соответствующие проекты рассчитаны на разные сроки, либо порождают различные внешние эффекты. Такая аргументация позволила Альфреду Э. Кану предложить к использованию критерий «общественной предельной производительности», основанный на максимизации общего чистого воздействия на текущий национальный продукт. Предложенный критерий был доработан Х. Лейбенштайном, который предложил в качестве конечной цели рассматривать максимизацию национального дохода на какой-то заданный момент времени в будущем.

Таким образом, важнейшей причиной низкой эффективности механизма государственного регулирования российской экономики и низкой продуктивности проводимых экономических реформ являются методологические противоречия между господствующей неолиберальной идеологией, определяющей содержание экономической политики, и поставленными целями и задачами. Разработанные, обоснованные и имеющие законченную форму в виде моделей или концепций научные положения экономической теории должны находить свое отражение в подходах к формированию эффективной экономической политики. Именно такая принципиальная позиция, обеспечивающая связь теории с практикой, может рассматриваться как необходимое условие достижения целей с максимальной степенью вероятности. В то же время вся история развития экономической науки демонстрирует многообразие подходов к этому процессу и свидетельствует о том, что, несмотря на постоянное пополнение знаний в этой области, все же определенно ощущается их недостаточность.

Так, замещение одной модели государственного регулирования экономики при формировании государственной экономической политики другой, альтернативной, как правило, отражает неэффективность или несостоятельность первой, причинами чего

могут являться неразрешенные противоречия между целеполаганием и целедостижением, между используемыми инструментами (механизмами, методами) и выбранным объектом (субъектом, процессом) регулирования.

На основании выше изложенного, основной задачей экономической науки на современном этапе следует считать разработку такой теоретико-методологической базы в области данной проблематики, которая позволит разрешить указанные выше противоречия. Эти положения позволяют констатировать, что формирование государственной экономической стратегии и политики, опирающееся на не до конца разработанную теоретическую базу, содержащую «расплывчатые» или некорректные определения, допускающие двоякое толкование или разночтения категорий и терминов, будет сталкиваться с определенными трудностями, как на стадии разработки, так и в процессе реализации, что либо существенно снизит ее эффективность, либо вообще поставит под сомнение достижение положительного результата. А это, в свою очередь, лишает государственную экономическую политику всякого смысла, поскольку «под государственной политикой понимается совокупность ценностных целей, государственно-управленческих мер, решений и действий, порядка реализации государственно-политических решений (поставленных государственной властью целей) и системы государственного управления экономическим развитием страны» [7]. То есть основной целью формирования государственной политики является ее реализация, а не констатация фактов для последующего анализа в экономической теории.

#### *Список литературы*

1. Россия в цифрах. 2018: Крат. стат. сб./ Росстат – М., 2018 – 522 с. // <http://www.gks.ru/>.
2. Экономический рост: факторы, источники, механизмы. Мишулин Г.М., Стягун А.В. Майкоп, 2013.
3. Щепакин М.Б., Мишулин Г.М., Кожура Е.А. Системообразующий фактор устойчивого развития: Монография. М.: Изд. Академии Промышленной Экологии, 2005. – С.49.
4. Шумпетер Й. Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры). М.: Прогресс, 1982.
5. Бгане Ю.К., Апсалямова С.О., Зыза В.П., Стягун А.В. Развитие сферы природопользования и обеспечения медико-экологической безопасности. // Экономика и предпринимательство. 2016. № 1-2 (66). С. 492–499.
6. Бгане Ю.К., Брижак О.В. Роль корпоративного сектора и сектора потребительских услуг в системе общественного воспроизводства. // Современные исследования социальных проблем (электронный журнал). 2012. № 1. С. 130–132.
7. Сулакшин С.С. Системная методология проектирования государственно-управленческих решений (государственных политик) // Проблемы современного государственного управления в России. М: Научный эксперт, 2006. Вып.1.

---

Styagun A.V.

**METHODOLOGICAL PROBLEMS FORMATION OF THE MODEL  
OF STATE REGULATION OF THE RUSSIAN MARKET ECONOMY**

***Abstract.** The article contains an assessment of the contradictions that lie in the theory and methodology of the development and implementation of state economic policy in the system of state regulation of the economy, as well as the author's ideas about the need for systemic changes in the national economy in the context of global challenges of our time.*

***Key words:** state economic policy, economic growth, neoliberalism, self-regulation, system modernization, institutional transformations, Central planning, state regulation.*

---

УДК 336.14

**УСЛОВИЯ РАЗРАБОТКИ И ИСПОЛНЕНИЯ  
ФЕДЕРАЛЬНОГО БЮДЖЕТА НА 2019 ГОД  
И НА ПЛАНОВЫЙ ПЕРИОД 2020 И 2021 ГОДОВ****Селезнев А.З.**

*доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры Международных финансов МГИМО (Университет) МИД Российской Федерации.*

**Чередниченко Л.Г.**

*доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры экономической теории Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова.*

**Аннотация:** в статье аргументируется положение, что основным фактором роста доходов бюджета является увеличение нефтегазовых доходов в условиях роста цен на нефть. Активизация роста ненефтегазовых доходов связывается с совершенствованием администрирования мобилизации в бюджет налогов, сборов, таможенных платежей, а также с ростом ставки НДС. Анализируются условия и факторы формирования профицита бюджета. Раскрывается значение социальных факторов бюджетной политики в условиях пенсионной реформы. Аргументируется необходимость предотвращения перераспределительных процессов, связанных с изменением получателя бюджетных ассигнований.

**Ключевые слова:** федеральный бюджет, соотношение доходов и расходов бюджета, относительное сокращение расходов бюджета при относительном росте доходов, факторы формирования профицита бюджета, относительный рост нефтегазовых доходов при сокращении ненефтегазовых в условиях политики импортозамещения, социальные приоритеты бюджетной политики.

Ситуация в экономике и социальной сфере в период разработки проекта федерального закона о бюджете на очередной 2019 г. и на плановый период 2020 и 2021 гг. в значительной степени формировалась под влиянием внешних антироссийских экономических санкций, характеризующихся сокращением экспорта в Россию, ограничением кредитования российских заемщиков. Относительно сокращалась доля импорта в ряде неэнергетических отраслей. По предварительным результатам 2018 г., прирост объема ВВП формировался на уровне около 1,8%, ниже запланированных 2%, явно несоответствующих стратегии экономического роста. Экономический рост предстает как ущербный процесс. В этой связи часть объема ВВП, используемая для формирования бюджета, явно недостаточна для финансирования существенно растущих расходов. Расходы бюджета предусматриваются в относительно урезанном виде, в связи с чем предусмотрен небывалый профицит в объеме около 2 трлн. руб. Это представляется как большая



заслуга исполнительной власти, сумевшей сформировать значимые сверхдоходы. В то же время при запуске механизмов активизации администрирования поступлений налогов и сборов не наблюдается декларируемого значительного роста доли так называемых ненефтегазовых доходов бюджета. Бюджет по доходам остается бюджетом нефтегазовым.

Очередной федеральный бюджет исполняется в среде, для которой характерно проведение пенсионной реформы, существенно корректирующей весь механизм социальной политики, а также механизм межбюджетных трансфертов, в том числе регулирующих отношения между федеральным бюджетом и бюджетами государственных внебюджетных фондов, включая бюджет Пенсионного фонда РФ.

В условиях внешнеэкономических санкций осознана необходимость импортозамещения в форме роста собственного производства в отраслях, ориентированных на импорт. Рост доходов бюджета в результате роста ВВП связывается с замещением импорта собственным производством. В экономической политике государства изначально в связи с применением санкций декларируется акцент на импортозамещении. Но вплоть до 2019 г. явно недостаточными были меры по замещению техники и технологий, используемых в процессе добычи и переработки энергоресурсов. Обстоятельства продиктовали необходимость разработки новой доктрины энергобезопасности. В основном она одобрена Советом безопасности Российской Федерации в декабре 2018 г. и утверждается указом президента. Во главу угла ставится решение проблемы отказа от импорта техники и технологий для переработки энергосырья. Акцент делается на разработке собственных технологий отечественными производителями. Декларируется реальность существенного улучшения сформировавшейся опасной структуры производства, что означало бы фактическое создание условий для реального импортозамещения.

Изменение экономической среды диктовало оптимизацию структуры доходов бюджета и его расходов, формирование бюджета без дефицита, с его профицитом на уровне, гарантирующем возможность ресурсного маневра в случае обострения проблемы исполнения бюджета по расходам. Этот маневр не исключает мер, связанных с возможным ростом и снижением цен на нефть, который стал реальностью уже в январе 2019 г. При подготовке проекта бюджета с учетом приемлемого уровня цен на экспортируемые энергоресурсы и возможности резервирования нефтегазовых доходов относительно ВВП занижались расходы бюджета. Требовалась корректировка долговой политики, включающей более активное использование внутреннего госдолга, сокращение, погашение и повышение эффективности использования внешнего госдолга. Основные показатели бюджетной трехлетки представлены в таблице 1.

В последние годы Министерство финансов неоднократно декларировало рост объема и доли в этом объеме ненефтегазовых доходов, а также снижение зависимости

доходов бюджета от внешних факторов. Это недостаточно подтверждается в условиях весьма проблематичного импортозамещения при стартовой цене нефти около 60 долларов за баррель, которая в декабре 2018 г. упала до уровня ниже 56 долларов, чего не было с 2014 г. Бюджет прогнозировался с учетом возможной перспективы роста цены до 70 долларов при «планке» поступления нефтегазовых доходов в бюджет на уровне 40 долларов в расчете на баррель. Именно это лежит в основе почти двухтриллионного профицита. Это результат более активного роста нефтегазовых доходов по сравнению с расходами, следствие проявления зависимости доходов бюджета от внешних факторов.

Таблица 1

**Основные параметры федерального бюджета на трехлетний период  
(2019-2021 гг., млрд. руб.) [1]**

Показатели	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Объем ВВП	105820,0	110732,0	118409,0
Уровень инфляции (% к декабрю предыдущего года)	4,3	3,8	4,0
Прогнозируемый объем доходов	19969,3	20218,6	20978,8
В том числе объем дополнительных нефтегазовых доходов	3369,18	2776,92	2631,9
Общий объем расходов федерального бюджета	18037,25	18994,3	20026,0
В том числе условно утвержденные		474,86	1001,0
Отношение объема расходов бюджета к объему ВВП (в процентах)	17,04	17,15	16,9
Отношение объема доходов бюджета к объему ВВП (в процентах)	18,87	18,26	17,72
Верхний предел государственного внутреннего долга на декабрь, млрд. руб.	11612,75	13500,05	15176,32
Верхний предел государственного внутреннего долга по госгарантиям, млрд. руб.	1926,1	1956,7	1986,73
Верхний предел государственного внешнего долга на конец года, млрд. долл. США	64,6	64,3	68,0
То же, млрд. евро	54,8	52,7	54,9
Профицит федерального бюджета	1932,1	1224,2	951,98

Следует отметить, что усиливалось действие ряда внутренних факторов роста доходов бюджета. Запланирован рост налоговых и неналоговых доходов. Возрастают коммунальные платежи, цены проездных билетов на транспорте, акцизы и таможенные платежи, растут цены на автомобильный бензин. С 1 января отмечен рост цен на услуги ЖКХ на 1,7%, с 1 июля 2019 г. – на 2,4%. Запускаются механизмы использования штрафов и иных санкций. С 2019 г. повышена ставка НДС с 18 до 20%. Как известно, это один из самых значимых налогов. Рост НДС отрицательно повлияет на механизм использования выручки от реализации товаров производителями в целях получения доходов и активизации инвестиционного процесса. Налоговый маневр является реальностью при всех декларациях его нецелесообразности. Но этот маневр фактически означает увеличение налоговой базы и объема налогов.

В таблице 2 представлены числовые значения основных доходов.

Таблица 2

Основные доходы федерального бюджета в 2019-2021 гг., млрд. руб. [1]

Виды доходов	Заложено в проект бюджета	
	Всего	В % к общему объему
Прогнозируемая величина доходов	19969	100
В том числе: нефтегазовые	8298	41,55
НДС (внутреннее производство)	3986	19,96
НДС (импорт)	2913	14,59
Акцизы (внутреннее производство)	970	4,86
Налог на прибыль	960	4,85
Ввозные пошлины	99	0,05
Прочие доходы	2087	10,45
Объем ВВП и доля (в %) в этом объеме доходов бюджета	105820	18,87

Общая величина и доля нефтегазовых доходов в объеме ВВП планировалась при увеличении *ненефтегазовых* доходов более высокими темпами по сравнению с нефтегазовыми. Однако при этом остается высоким *абсолютный прирост резервируемых нефтегазовых доходов*, не используемых для покрытия возможного прироста расходов бюджета. Их рост фактически предстает в форме «замораживания», что неизбежно в условиях ничтожного роста ВВП в условиях растущей инфляции. К концу 2019 г. в результате роста цен она может возрасти до 7%.

Прогнозируемый объем расходов бюджета представлен в таблице 3.

Таблица 3

Объем и структура расходов федерального бюджета на 2019 г., млрд. руб. [1]

Расходы бюджета	Заложено в проект бюджета на 2019 г.	
	Всего	В % к общему объему
Прогнозируемая величина расходов	18037	100
в том числе: социальная политика	4890	27,1
Экономика	2655	14,7
Безопасность и правоохранительная деятельность	2247	12,46
Общегосударственные вопросы	1406	7,8
Оборона	2914	16,15
Помощь региональным бюджетам	944	5,2
Обслуживание госдолга	852	4,72
Образование	829	4,59
Здравоохранение	653	3,62
Охрана окружающей среды	197	1,04
ЖКХ	192	1,06
Культура, кинематография	125	0,7
СМИ	75	0,4
Физкультура и спорт	55	0,3

Привлекают внимание ряд особенностей федерального бюджета по расходам. Назовем их.

1. Заниженность роста расходов в сравнении с ростом доходов, что связано с резервированием нефтегазовых доходов, с недооценкой такого фактора экономического роста, как инвестиционная составляющая расходов. При этом валютные резервы (поступления от экспорта) вкладываются в ценные бумаги других государств (казначейские облигации США). Подобные вложения в 2012 г. достигали 156 млрд. долл. Под влиянием реагирования российских органов власти на американские антироссийские санкции такие вложения под символический процент были сокращены и в мае 2018 г. доведены до уровня ниже 48 млрд. долл. путем перепродажи облигаций другим инвесторам. Роль прямых инвестиционных вложений недооценивается. Предусмотрены растущие затраты на содержание чиновнического аппарата властных структур. Это проявляется в следующем.

Ст. 21 (п.19) закона о федеральном бюджете предусмотрены ежегодные ассигнования в объеме 3,158 млрд. руб. (всего 9,47 млрд. руб.) для предоставления бюджетной субсидии на приобретение жилых помещений федеральным государственным гражданским служащим в порядке, установленном Правительством Российской Федерации.

В той же статье (п.18) предусмотрены расходы в объеме 295,9 млн. руб. ежегодно на выполнение госзаказа на мероприятия по профессиональному развитию федеральных государственных гражданских служащих, а также на оказание государственных услуг по реализации дополнительных федеральных программ, включая программы по переподготовке названной категории служащих в соответствии с решениями Президента Российской Федерации и (или) Правительства Российской Федерации (всего на сумму 886,7 млн. руб.). Роль закона о бюджете в этом процессе снижается.

В объеме 636,8 млрд. руб. предусмотрены расходы на трехлетний период (в 2019 г. – 143,55 млрд. руб., в 2020 г. – 208,9 млрд. руб., в 2021 г. – 284,4 млрд. руб.) на совершенствование системы материальной мотивации федеральных государственных гражданских служащих, включая материальное стимулирование тех, кто участвует в реализации национальных и федеральных программ, на поэтапное увеличение гарантированной части денежного содержания и материальное стимулирование. Планирование названных расходов не имеет установленных ограничений. Это происходит и на уровне субъектов федерации. Произвольным было премирование госслужащих по итогам 2018 г. в Республике Хакасия. Чиновники получили премию за 2018 г. в размере 200 тыс. руб. и выше. Фактически бюджетные средства направляются на соответствующее поощрение членов партии «Единая Россия», работающих в государственных органах.

2. Продолжается традиция финансовой поддержки корпораций, используемой в качестве фактора роста депозитов корпораций в банках. Ст. 21 закона о бюджете (п.16) предусмотрены ежегодные расходы в 2019-2021 гг. в объеме 1 млрд. руб. на предоставление имущественных взносов Российской Федерации в уставный капитал госкорпорации «Внешэкономбанк», «Федеральной госкорпорации по развитию малого и среднего предпринимательства» [1]. Крупные расходы (в 2019 г. до 5,25 млрд. руб.), предусмотрены для обеспечения дополнительными средствами и для увеличения уставного капитала АО «Российские железные дороги» (г. Москва).

Нельзя не заметить, что расходы на обслуживание накопленного госдолга предусмотрены на уровне расходов на образование. При профиците бюджета около 2 трлн. руб. не исключено неосторожное наращивание государственных заимствований, в том числе малоэффективных.

3. При разработке проекта бюджета на очередную трехлетку декларировались приоритеты в финансировании социальной сферы. Но в то же время фактические меры не являются значительными.

Начиная с 2019 г. увеличиваются с 850 руб. до 1500 руб. минимальное пособие по безработице, а максимальное – с 4900 руб. до 8000 руб. Граждане предпенсионного возраста в случае потери работы будут получать пособия в размере 11280 руб. – на уровне низкого прожиточного минимума трудоспособного человека, близкого к уровню МРОТ. Это происходит в условиях, когда не установлен предел заработка, не нормирована максимальная оплата труда, не вводится прогрессивное налогообложение.

Неизбежно усиление дифференциации населения по получаемым доходам. Высока вероятность того, что именно это и произойдет.

В процессе реализации национального проекта «Демография» для предоставления субвенций регионам намечено выделить 168,2 млрд. руб. для выплат семьям в связи с рождением или усыновлением первого ребенка. Софинансирование названных расходов за счет федерального бюджета доводится с 50% до 70%.

При всей важности корректировки институционального механизма осуществления расходов бюджета в форме программ следует отметить, что этот механизм до сих пор действует неэффективно. Из 24 реализуемых в 2018 г. федеральных программ Правительство оценивает в качестве удовлетворительно и неудовлетворительно осуществляемых половину.

Критической является ситуация с реализацией Федеральной адресной инвестиционной программы. Основной порок – отсутствие механизма корректировки программ с учетом качества подготовки соответствующих документов Аналогичной является ситуация с реализацией ФЦП по исследованиям и разработкам по приоритетным направлениям развития науки и техники. Программа не реализуется в срок. Выход процесса завершения программ за рамки планового срока ведет к росту

расходов на завершение программ в связи с инфляцией. Ее прогнозируемый уровень является крайне заниженным, произвольно определенным на уровне 4,3% в 2019 г., на уровне 3,8% – в 2020 г. и в 2021 г. – порядка 4%. Как уже отмечалось, рост цен ставит под сомнение прогнозируемый уровень инфляции. Снижаться он точно не будет, а на росте отразятся многочисленные факторы.

Особого внимания заслуживает формирование и использование Фонда развития. Закон о бюджете на 2019 г. предусматривает функционирование этого фонда в объеме 3,5 трлн. руб. Планируется его увеличение до 7,8 трлн. руб. Эффективное использование Фонда развития как инвестиционного пока декларируется. Фактически речь идет о крупных малоэффективных расходах. Особенно отчетливо это проявляется в действующем механизме реализации национальных проектов. В ближайшие три года на финансирование национальных проектов предусмотрено направить около 5,7 трлн. руб. Однако показатели их эффективности не утверждены на национальном уровне.

Остается неэффективно используемым растущий Фонд национального благосостояния. К концу 2021 г. предполагается его увеличение до 14,2 трлн. руб. Сказывается явная недооценка обоснованности эффективности инвестиционной политики.

4. Особенностью бюджета на 2019 г. является рост межбюджетных трансфертов бюджетам государственных внебюджетных фондов в рамках сомнительно эффективной пенсионной реформы. Из бюджетов субъектов Российской Федерации Пенсионный фонд Российской Федерации получит 3319,2 млрд. руб. в соответствии с федеральным законом от 28 ноября 2018 г. № 432-ФЗ «О бюджете Пенсионного фонда Российской Федерации на 2019 год и на плановый период 2020 и 2021 годов» [2].

Аналогично в соответствии с законом о бюджете Фонда социального страхования и законом о бюджете Фонда обязательного медицинского страхования эти фонды соответственно из федерального бюджета получают на плановый период 2020-2021 гг. 36,2 млрд. руб. и 79 млрд. руб. Планируются социально значимые межбюджетные трансферты. Специальным законом «О внесении изменений в Бюджетный кодекс РФ и отдельные законодательные акты Российской Федерации и установлении особенностей исполнения Федерального бюджета в 2019 году» от 28 ноября 2018 г. № 457-ФЗ (ст.3.1) установлено, что по решению Правительства РФ возможно *перераспределение бюджетных ассигнований* на реализацию мероприятий государственной программы «Социально-экономическое развитие Республики Крым и города Севастополя» [1]. Перераспределение средств вызывает возражения экспертов. Теоретически и практически более приемлема схема не перераспределения средств при определенных условиях, а схема резервирования средств для покрытия непредвиденных расходов. Это особенно важно в ситуации наличия крупных резервов.

5. Для создания условий несокращения утвержденных расходов бюджета в 2019 г. планируется использование внутреннего займа, облигации которого предлагаются физическим лицам. Было предпринято размещение облигаций федерального займа в 2017-2018 гг. Проводилась продажа таких облигаций для населения под процент выше банковского по депозитам. Предложено практиковать использование накоплений населения с минимальным порогом инвестиций 30 тыс. руб. для вложений их в ценные бумаги, продаваемые государством. Раньше эти операции выполняли Сбербанк и ВТБ, теперь этот перечень дополнен Почта-банком и Промсвязьбанком, имеющими необходимую сеть отделений. Предусмотрена продажа трехлетних ОФЗ. В 2017 г. Минфин размещал три выпуска по 15 млрд. руб. каждый. В марте 2018 г. облигации размещены на сумму 15 млрд. руб., в сентябре – на 5 млрд. руб. В перспективе продажа ОФЗ физическим лицам будет зависеть от уровня инфляции и инфляционных ожиданий. В связи с инфляционными ожиданиями Банк России дважды в 2018 г. повышал ключевую ставку процента до уровня 7,75% – на уровне 2017 г. Анализ реалий покажет, как можно повысить инвестиционную активность физических лиц, которая до настоящего времени проявляется довольно сдержанно, и не без оснований.

Бюджет на 2019 г. недостаточно мобилизован на получение притока средств юридических лиц в качестве покупателей ОФЗ. В то же время надо считаться с тем, что в последние годы возрастал депозитный портфель и кредитный потенциал юридических лиц (таблица 4).

*Таблица 4*

**Объем средств на депозитах юридических лиц на конец года, млрд. руб. [3]**

	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.
В рублях	5596	5598	6566	6857	6966	8936
В валюте и драгметаллах	1896	2299	4586	6294	4597	4729
Всего	7492	7897	11152	13151	11563	13665

Прогнозируется активизация процесса продажи ОФЗ нерезидентам. В 2018 г. Минфину удалось разместить ОФЗ на 20 млрд. руб. при средневзвешенной доходности выпуска 7,81%. С учетом результатов второго аукциона отмечается снижение спроса на ОФЗ в перспективе со стороны нерезидентов. Это дочерние структуры иностранных банков, подающие соответствующие заявки. Механизм использования названных облигаций также очень гибкий и требует тщательной экспертной оценки.

В условиях готовности Минфина РФ заимствовать средства физических лиц было бы целесообразно активизировать погашение государственного внутреннего долга перед гражданами, сформировавшегося в 1990-е гг. Известно, что государство гарантировало возвращение средств населения, вложенных ими в сертификаты Сбербанка, в систему государственного страхования физических лиц, в ГКО СССР.

Компенсация государством обесценившихся средств была предусмотрена федеральным законом № 73-ФЗ от 10 мая 1995 г. «О восстановлении и защите сбережений граждан Российской Федерации» [4]. На 2019-2021 гг. предусмотрена компенсация ежегодно в объеме 5,5 млрд. руб. Это относится к бывшим собственникам средств, к их наследникам. Компенсируются средства лицам определенного возраста. Многие уже нет, оставшиеся получают компенсацию в заниженном объеме в связи с весьма необъективным определением суммы задолженности при явном обесценивании рубля. Пересмотр механизма компенсации средств одновременно на основе соответствующих расчетов в условиях колоссальных финансовых резервов мог бы стать фактором роста доверия граждан к государству и мог бы сыграть позитивную мобилизующую роль в ситуации, когда физические лица вправе делать выбор при определении формы инвестирования накопленных средств, то есть своих денежных доходов. Это могло стать фактором роста доверия к институтам государства, осуществляющим пенсионную реформу.

Наряду с компенсацией выплат по сбережениям граждан ст.15 закона о бюджете на 2019 г. (п. 8) предусмотрено продолжить погашение задолженности бывшего СССР перед физическими лицами – владельцами валютных счетов, открытых во Внешэкономбанке до 1 января 1992 г. По этому вопросу был принят указ Президента Российской Федерации от 7 декабря 1992 г. № 1565 «О мерах по урегулированию внутреннего валютного долга бывшего Союза ССР» [5]. «Продолжение погашения» указанной задолженности могло бы быть более активным и даже единовременным с учетом наличия крупных валютных резервов. Их надо эффективнее инвестировать. Все это соответствовало бы норме ст. 7 Конституции Российской Федерации о социальности государства. Как таковая она активно декларируется. Наиболее отчетливо социальность государства проявляется в росте реальных доходов физических лиц. Рост цен, налоговых платежей, откладывание индексации заработной платы и пенсий снижает реальные доходы. Предкризисный уровень реальных доходов в 2019 г. вряд ли будет достигнут.

Важнейшая особенность федерального бюджета на 2019 г. – процессуальная. В законе о бюджете (ст. 4, ст. 5, ст. 7, ст. 9, ст. 19, ст. 20) предусмотрены особенности норм бюджета на трехлетний период. Уже после принятия закона о бюджете внесены изменения в Бюджетный кодекс РФ. В частности, Федеральный закон от 25 декабря 2018 г. №494-ФЗ «О внесении изменений в Бюджетный кодекс Российской Федерации» предусматривает конкретизацию содержания налоговых расходов. Изменения, вносимые в бюджетное законодательство (налоговый и в бюджетный кодексы) отражает негативную динамику, неполное соответствие принятого закона о бюджете «стартовым» правовым условиям формирования бюджетной «трехлетки». Как отмечалось выше, эти условия предусматривается изменить путем внесения изменений в налоговый и в бюджетный кодексы, что отражает ухудшение условий



исполнения бюджета. Ранее декларировалось, что налогового маневра в ближайшее время не будет. В действительности маневрирование осуществляется, в том числе и с неналоговыми доходами. Активизация перераспределительных процессов является следствием снижения первичных доходов как фактора снижения темпов экономического роста. Декларирование достижения его среднемирового уровня остается одной из актуальнейших проблем бюджетной политики.

#### Список литературы

1. Федеральный закон от 29.11.2018 № 459-ФЗ «О федеральном бюджете на 2019 год и на плановый период 2020 и 2021 годов». URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_312362/6e24082b0e98e57a0d005f9c20016b1393e16380/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_312362/6e24082b0e98e57a0d005f9c20016b1393e16380/).
2. Федеральный закон от 28.11.2018 № 432-ФЗ «О бюджете Пенсионного фонда Российской Федерации на 2019 год и на плановый период 2020 и 2021 годов». URL: <https://www.zakonrf.info/doc-35519591/>.
3. Средства организаций, банковские депозиты (вклады) и другие привлеченные средства юридических и физических лиц в рублях, иностранной валюте и драгоценных металлах. URL: <https://www.cbr.ru/statistics/UDStat.aspx?TbIID=302-21>
4. Федеральный закон от 10.05.1995 № 73-ФЗ «О восстановлении и защите сбережений граждан Российской Федерации». URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_6539/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_6539/).
5. Указ Президента РФ от 07.12.1992 № 1565 «О мерах по урегулированию внутреннего валютного долга бывшего Союза ССР». URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_1212/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1212/).

---

Seleznev A.Z., Cherednichenko L.G.

#### CONDITIONS OF DEVELOPMENT AND PERFORMANCE OF THE FEDERAL BUDGET FOR 2019 AND FOR THE PLANNING PERIOD 2020-2021

*Abstract.* The article argues that the main factor in the growth of budget revenues is the increase in oil and gas revenues in the face of rising oil prices. The intensification of growth in non-oil and gas revenues is associated with the improvement of the administration of the mobilization of taxes, fees, customs duties to the budget, as well as the increase in the VAT rate. The conditions and factors of the budget surplus are analyzed. The importance of social factors of budget policy in the context of pension reform is revealed. The need to prevent redistributive processes associated with changes in the budget allocator is argued.

*Key words:* the federal budget, the relative reduction of budget expenditures with a relative increase in revenues, factors of the budget surplus, the relative growth of oil and gas revenues with a reduction in non-oil and gas in terms of import substitution, social budget policy priorities.

УДК: 339.924

## МЕЖДУНАРОДНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ИНТЕГРАЦИЯ И ВОЗРАСТАЮЩАЯ РОЛЬ ЗНАНИЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ КАК ИНСТРУМЕНТА ДЛЯ ПЕРЕДАЧИ ИНФОРМАЦИИ

*Вареник С.С.*

*Преподаватель английского языка высшей категории Департамента  
правового регулирования экономической деятельности, Финансовый  
Университет при Правительстве Российской Федерации*

*Аннотация:* в статье рассмотрен процесс формирования полилингвы, как неотъемлемое требование глобализации мировых хозяйственных отношений, результатом которого становится необходимость владения вторым языком межнационального общения для создания комфортных условий деятельности человека и общества.

*Ключевые слова:* полилингва, интеграция, производство, язык, технологии, эффективность, инновации.

Международная интеграция – это процесс объединения хозяйственной и политической части страны. Работает на основе постоянного развития национального хозяйства и экономии на всех уровнях. На микроуровне данный процесс работает за счет создания своих филиалов, за пределами своего государства. На макроуровне происходит объединение нескольких государств, при согласовании общих политических интересов. Постоянное развитие межгосударственных связей порождает необходимость в постоянном государственном регулировании, которое направлено на свободное перемещение товаров, валюты, капитала между странами.

Основные черты международной интеграции: разделение труда; проводится общая внутренняя и внешняя политика, во всех отраслях деятельности; происходит обмен информацией, для этого необходимы люди, свободно владеющие иностранными языками. Главной чертой международной экономической интеграции является глобализация. Глобализация – это естественный процесс, который протекает во всех сферах человеческой деятельности, в которое вовлечено все мировое сообщество. Существует ли такая возможность расширять торговые операции с использованием третьих лиц, привлекать дополнительный капитал, увеличивать рынки сбыта, постоянно развивать инфраструктуры, увеличивать уровень жизни населения (особенно в слаборазвитых странах), безинтеграционных процессов, охватывающих все страны? Что требуется для этого: в первую очередь, человеческие ресурсы, владеющие языками тех стран, которые вовлечены в информационное поле. Необходимо отметить, что немаловажным фактором на пути к интеграционным процессам, относится и взаимоотношения между соседними странами. Данный показатель основан на количестве подписанных экспортных соглашений. Нельзя проводить интеграционные процессы со странами без хороших переводчиков. Из

всего вышесказанного следует сделать вывод, что Россия может занять ключевое место в мировом сообществе только в том случае, если накопит огромный опыт в подготовке хороших специалистов, знающих не только экономику, но и свободно владеющими иностранными языками. Для этого необходима четкая политика государственных органов, которая поможет выйти на более высокий уровень подготовки таких кадров. Дальнейшая интеграция позволит России увеличить товарообменные операции, и данный факт положительно отразится на экономике страны.

В условиях всеобщей глобализации экономики, науки, торговли, резко возросла роль гуманитарных наук, и это неудивительно, ибо величайшие технические открытия XX в., сократившие расстояния и обеспечившие новые формы и виды общения, с особой остротой поставили проблему многоязычия. По мнению С.Г.Тер-Минасовой, на пути глобализации, подрывая успехи науки и техники, встал «человеческий фактор»: языковой и культурный барьеры. Именно поэтому в современной антропоцентрической парадигме стали активно разрабатываться проблемы межкультурной коммуникации, особенности функционирования международных языков в инокультурной среде, проблемы их взаимоотношения с национальными языками, психолингвистические особенности усвоения иностранных языков и пр.

Интенсивность общественно-политических процессов, активно протекающих в современной Европе и серьезно изменивших языковую ситуацию, повысила необходимость в социолингвистических исследованиях, в частности, в сфере социальной обусловленности языка: влияние социальных факторов на функционирование и развитие языка, на трансформацию сложившейся языковой ситуации; методологические основы новых направлений в мировом языкознании; задача исследования роли человеческого фактора в языке, вопросов о том, что связывает жизнедеятельность человека с языком, или как изменение общественно-политической ситуации меняет языковую ситуацию и языковую политику.

Человек – носитель определённой национальной ментальности и языка, участвующий в совместной деятельности (и что особенно важно – речевой деятельности) с другими представителями национальной общности. В силу сложившихся в настоящее время тенденций развития в современной Европе (по официальным данным ООН и ЮНЕСКО, в качестве основной тенденции в межкультурной коммуникации выступает многоязычие: владение, как минимум, двумя-тремя иностранными языками) для успешной организации профессиональной деятельности почти в любой области необходимы полилингвы. А ведь в стремительно изменяющемся мире полилингву приходится усваивать огромное количество неологизмов, общественно-политических и технических терминов, как на родном языке, так и на языке межкультурного общения, таким образом, вносятся изменения в уже сформированную контаминированную языковую картину мира полилингва.

Рубеж века двадцатого с веком двадцать первым поистине стал периодом информационного и научно-технического бума. В каждом национальном языке ощутимо усилился поток заимствований из других международных языков, и, в первую очередь, из английского языка. Сам же английский язык встал перед целым рядом проблем – функционирование языка в инокультурной среде не может не влиять на развитие языка. Особую остроту приобретает усвоение новой лексики, новых словообразовательных моделей, новых обиходных и терминологических выражений английского языка, ибо, являясь порождением современной глобализации, он продолжает оставаться национальным языком английского народа и межнациональным языком жителей Великобритании, но вместе с тем – это язык современного бизнеса, язык современной политики, язык технологических инноваций, язык науки и методики, и, конечно же, язык межкультурного общения. Следует также обратить внимание на интеграционные процессы и их эволюцию.

В последние десятилетия активное изучение иностранных языков порождает увлеченную заинтересованность. В связи с этим, отмечается возрастающая роль иностранных языков в качестве инструмента влияния на действия и мышление людей. В тесной взаимосвязи с происходящей глобализацией отдельных государств и всего общества в целом радикально изменилась роль иностранного языка в системе обучения, из обычного дополнительного предмета он превратился не только в основной элемент современной системы образования, но и в способ достижения целей.

В настоящей момент владение иностранным языком в повседневной жизни, во многих случаях и не одним, является важным аспектом жизни современного человека. Знание различных иностранных языков позволяет иметь возможность изучить культуру других государств, узнать их традиции, способствует формированию более обширного словарного запаса, развивает память, мышление и речь. Хорошая словарная база при должном знании иностранного языка необходима для результативного взаимодействия государств на международной арене. Владение знанием иностранного языка в наши дни – это, прежде всего, одно из условий профессиональной компетенции специалистов.

Навыки владения иностранными языками – необходимый элемент образования успешных людей. Этот пункт сейчас практически всегда присутствует в анкетах отделов кадров государственных и частных организаций. Кандидаты, которые, кроме родного языка, знают ещё хотя бы один, производят более благоприятное впечатление на работодателей. В настоящее время личностное и профессиональное развитие современного человека не может обойтись без знания иностранных языков. Способность вести переговоры с представителями различных культур формирует развитие кругозора и позволяет иметь возможность для подъема по карьерной лестнице в компании, дает возможность завести полезные знакомства.

Изменения, случившиеся в минувшие десятилетия в Российской Федерации, позволили открыть границы государства для активного взаимодействия с другими странами, позволяя при этом обмениваться ресурсами и достижениями между ними. Для успешного развития как конкретно человека, так и различных компаний появилась необходимость в контактах с представителями других стран. В процессе интеграции России во всемирное экономическое и культурное пространство, с увеличением и высококачественным изменением мировых стандартов знание иностранных языков становится одной из важных задач современного человека. Иностранный язык позволяет открыть возможность для свободного общения и взаимодействия людей разных национальностей и культур. На данный момент хорошее владение любым иностранным языком – не привилегия, как это было раньше, а необходимый для успешной жизни навык. Знание иностранных языков сейчас – это один из главных фундаментальных элементов, формирующих жизнь успешного человека. Иностранный язык требуется не только для того, чтобы целенаправленно взаимодействовать в экономике и политике, культуре и литературе, но и для развития человека в целом.

Основополагающий момент в изучении иностранного языка – это необходимость понять и постичь мировосприятие другой страны, исследовав ее культуру на языке этой страны, получить возможность общения с людьми другого менталитета и шанс на приобретения новых знаний в разных областях познания. Степень владения иностранными языками особенно значима для всей подрастающей российской молодежи, желающей в будущем иметь шанс на получение высокооплачиваемой работы, что позволит им иметь возможность прикоснуться к внешнему миру, улучшить собственные навыки общения. В соответствии с проведенным исследованием, 76% россиян убеждены в том, что уверенное владение иностранными языками помогает реализовать себя в будущем, учит толерантности и тренирует память, а также является одной из наиважнейшей составляющей при их трудоустройстве, поэтому знать иностранный язык, по их мнению, необходимо и обязательно. Знание одного иностранного языка, позволяет иметь повышенные шансы на успешное трудоустройство на сегодняшний день. Работодателю важно понимать насколько полезным может быть сотрудник, которому он предоставляет рабочее место. Иностранный язык в данном случае является не только способностью, присущей человеку, но и условием успешного взаимодействия компании и ее развития [1, с 24]. Общение на иностранных языках в широком смысле – это базовые способности общения на родном языке другой страны, возможность взаимопонимания иностранных граждан и выражение своих мыслей им, определение понятий, мыслей, передача фактов и мнений не только в устной, но и в письменной форме в соответствии с пожеланиями или потребностями человека. Коммуникации с людьми на иностранных языках требуют присутствие таких качеств, как терпение и

межкультурное понимание. Необходимые качества для этого заключаются в способности различать устные сообщения, начинать, поддерживать и завершать беседы, а также читать, воспроизводить и создавать информационные тексты в соответствии с желаниями собеседника. При желании изучать английский язык для начала необходимо научиться использовать должным образом теоретическую базу, далее развивать и совершенствовать свои коммуникативные навыки постоянно, в течение всей жизни [4, с. 313].

Особое значение имеет культурное разнообразие, а также заинтересованность и любознательность по отношению к языкам и межкультурному взаимодействию. Каждый иностранный язык априори является исторической, государственной и культурной ценностью, поэтому его включение в систему высшего образования – необходимое требование всего мирового сообщества. Иностранный язык, как и родной язык человека, не существует отдельно в обществе и не может существовать обособленно своей собственной жизнью. В настоящее время знание иностранного языка является одним из основных критериев при трудоустройстве, а также служит конкурентным преимуществом перед другими кандидатами на собеседовании. Поэтому совершенно не удивительно, что многие люди сегодня стремятся освоить не один, а несколько иностранных языков. В связи с этим многие специалисты, нацеленные на продвижение по карьерной лестнице, не упускают возможности самостоятельно изучить второй иностранный язык и даже третий. Раньше наиболее привлекательными и нужными для изучения были такие иностранные языки как, английский, немецкий, польский. В настоящее время существенно увеличился спрос на китайский язык в связи с тем, что многие российские компании сотрудничают с Китаем. Однако многие компании также активно набирают специалистов, которые знают чешский или словацкий, а также владеют языками скандинавской группы – финским, шведским, норвежским, датским. Во многих корпорациях ценятся специалисты, хорошо знающие иврит, португальский, хинди. Формирование отраслей современной мировой экономики развивается высокими темпами. На данный период мировое сообщество в своем развитии находится на этапе постиндустриальной экономики, главную роль в которой занимают информационные технологии, компьютеризированные системы, высокие производственные технологии и основанные на них инновационные технологии, инновационные системы, инновационная организация различных видов деятельности, сфера услуг. Следует отметить, что в этих отраслях необходимо, чтобы наши специалисты могли, во-первых, быть в курсе развития мировых технологий и инноваций, но при этом не тратили время и средства на создание тех аналогов, что уже существует в других странах. Во-вторых, применяли в развитии нашей экономики все наиболее качественное и передовое в мировой науке и технике с наименьшими для них затратами. В связи с этим, иностранный язык стал необходим для точного перевода и

применения этих средств. Владение иностранными языками позволяет нам обзавестись богатыми профессиональными качествами, расширить свои интеллектуальные возможности и развивать духовные возможности. Изучая иностранный язык, мы изменяемся в лучшую сторону, потому что можем лучше понять свой язык и в сравнении с ним иностранный, изучить зарубежную культуру на языке оригинала, понять свой народ. Владея иностранными языками, человек познает мир, строит отношения с собеседниками из других стран, для них раскрываются новые горизонты, появляются новые знакомства, они получают возможность развивать коммуникативные способности и приобщаться к мировой культуре.

Изучение языка станет эффективным только в том случае, когда оно имеет отношение к тому делу, с которым взаимодействует сам человек. Рассматривая и сравнивая разные профессиональные ситуации, человек, изучающий язык, познает целый комплекс слов, стандартных фраз и выражений, которые объединены в группу, так что каждое следующее выражение оказывается продолжением или выводом предыдущего. Это дает шанс человеку глубже и осознаннее сосредоточиться на тех составляющих иностранного языка, которые отражают специфику его профессиональной деятельности, поэтому процесс изучения может быть сравнительно простым, легким и конкретным.

Нельзя представить современный мир и нашу жизнь без английского языка, он прочно вошел в нее и полностью изменил наше представление об общении в целом. Круг профессий, нуждающихся в английском, увеличивается с каждым годом. Экономические системы и рынки хотят нанимать людей, имеющих профессиональные навыки. Английский язык – это глобальный язык, на котором проходят международные конференции, переговоры и сделки. Именно поэтому международные компании выбирают английский язык для делового общения. Хорошее владение профессиональным иностранным языком для специалистов в области экономики и финансов является одним из условий успешной работы и карьерного роста. Бизнес все больше интегрируется в мировую экономику, и знание иностранного языка, хотя бы одного, становится таким же базовым навыком как умение работать на компьютере. Предприятия и фирмы стараются отказываться от услуг переводчиков, по крайней мере, с европейских языков, и охотнее принимают на работу сотрудников, владеющих иностранным языком и способных переводить узкопрофильную литературу и документацию. Знание общего иностранного языка зачастую недостаточно для свободной ориентации в деловой и профессиональной области, для эффективной коммуникации с зарубежными специалистами в сфере экономики и финансов. В условиях глобализации экономики иностранный язык, особенно английский, становится важным информационным продуктом, он помогает объективно оценивать ситуацию в мировой экономике, вырабатывать стратегию повышения эффективности экономики для своего предприятия. Иностранный язык для экономиста (а лучше не

один) – это пропуск в самые современные направления прикладной экономики. Многие специалисты говорят о том, что, не зная английского языка, невозможно быть экономистом, так как большинство понятий и концепций экономики сложились в англоязычных странах. В повседневной профессиональной деятельности специалистам в области экономики и финансов иностранный язык необходим:

- для изучения теории и практики внешнеэкономической деятельности;
- международного бизнеса;
- владения словарем экономических терминов, расширения познаний в области экономической науки (все современные учебники написаны в основном на английском языке);
- чтения специальной литературы и материалов с извлечением необходимой информации, приобретения навыков реферирования, аннотирования;
- обработки больших массивов информации на иностранном языке;
- свободного профессионального общения с коллегами за рубежом;
- для деловой переписки, ведения документации;
- межкультурной коммуникации, расширения кругозора, сближения культур разных народов.

Для подтверждения высокого уровня владения профессиональным английским языком в сфере экономики и финансов существуют международные сертификаты. В области бухучета и финансового менеджмента – ICFE (International Certificate of Financial English). Для всех сфер экономической деятельности подойдет сертификат владения деловым английским языком BEC. Для специалиста обладание такими сертификатами – это пропуск на работу в международные компании.

Переговоры как протокольные мероприятия имеют важнейшее значение для достижения успеха в международных контактах. В современной практике для достижения успеха в международных контактах разработаны различные переговорные технологии. Они включают такие разделы, как стратегия и тактика переговоров, философия переговорного процесса, способы достижения целей, психологические особенности переговоров, правила убеждения, жесты и манеры в ходе переговоров, критерии результативности и др. Следует иметь в виду, что переговорный процесс в разных странах имеет свои национальные особенности. Так, например, в Швейцарии и Германии переговоры ведутся достаточно целенаправленно и сухо. Австрийцы не любят говорить «нет», они предпочитают сказать «да, но...»; по их мнению, «нет» или резкий отказ считается грубым актом. Финны и японцы считают, что они вносят большой вклад в переговоры своим культурно-ориентированным молчанием.

В задачу протокольной службы при подготовке международных переговоров входит следующее:



- подготовка помещения для переговоров, включающая установку на столе флажков стран участниц переговоров, сервировку стола напитками и стеклянной посудой, раскладку бумаги и авторучек, установку необходимой оргтехники и др.;
- подготовка списка участников переговоров и перечня вопросов для обсуждения;
- обеспечение участников переговоров визитными карточками;
- подготовка подарков, сувениров, буклетов и рекламной продукции;
- составление плана размещения участников за столом. Обычно на переговорах используется стандартная схема рассадки – «стенка на стенку». Руководители занимают места по центрам противоположных сторон стола. Далее слева и справа от них располагаются члены делегации в соответствии с их рангами;
- подготовка квалифицированных переводчиков.

Из всех основных факторов влияния на ход и результативность в международном общении, а это язык, культура, традиции, идеология, религия, иностранные законы, бюрократические традиции и организации, национальная валюта и др. – именно язык создает атмосферу переговоров и является наиболее важным. Таким образом, знание языка партнера – это важнейший дополнительный инструмент достижения цели.

### *Список литературы*

1. Белокоскова Е.Е. Приграничное сотрудничество как фактор интеграции экономики стран ЕврАзЭС // Проблемы современной экономики. 2014. № 2. С. 27–30.
2. Имперские предчувствия России / под ред. Ю.М. Осипова, О.В. Иншакова, М.М. Гусева, Е.С. Зотовой. – М. – Волгоград: Волгоградское научное издательство, 2015. С. 421–430.
3. Марышев А.Н., Газизуллин Н.Ф., Черкасов Н.А. К разработке концепции и доктрины развития евразийской интеграции // Проблемы современной экономики. 2014. № 3 (11).
4. Орлова И.Б. Контуры современной евразийской концепции. URL: // <http://www.ispr.ru/confer>.
5. Торомызаев Э., Дорошенко В. Проблемы активизации интеграционных процессов содружестве независимых государств // Общество и экономика. 2012. №7–8.
6. Филиппенко А.С. Структурно-генетические основания мирового хозяйства // Философия хозяйства: Альманах центра общественных наук и экономического факультета МГУ. 2013. №4–5.
7. Круглый стол сгладил острые углы различий в эффективности моделей экономического развития России и Казахстана. URL: // <http://vneshmarket.ru/NewsAM>.
8. Войтович И. К. Иностранные языки в контексте непрерывного образования: монография / под ред. Т. И. Зелениной. Ижевск: Изд-во «Удмуртский университет», 2012. С. 212.
9. Колесник А.А., Волкова С. А. Актуальность владения иностранным языком в современном мире // Молодой ученый. 2017. №3. С. 562–564.

10. Нурисламова В.Ф., Яковлева Н.А. Роль иностранных языков в современном мире // Материалы VI Международной студенческой электронной научной конференции «Студенческий научный форум» URL: [www.scienceforum.ru/2014/509/3295](http://www.scienceforum.ru/2014/509/3295).
11. Рыбина И.Р., Попова И.Ю. Использование практико-ориентированного подхода в обучении иностранному языку студентов неязыковых вузов // Материалы Международной научно-практической конференции «Устойчивое развитие регионов России: вызовы, риски, стратегии» кол. авторов; под ред. В.В. Матвеева. Москва: РУСАЙНС, 2017. С. 310–315.
12. Взаимосвязь глобальных социокультурных процессов и культурной политики в России: современное состояние и перспективы. URL: <http://study-english.info/globalization07.php#ixzz5eAbga6hK>.

---

Varenik S.S.

**INTERNATIONAL ECONOMIC INTEGRATION AND THE GROWING ROLE  
OF KNOWLEDGE OF FOREIGN LANGUAGES  
AS AN INSTRUMENT FOR INFORMATION TRANSFER**

*Abstract.* The article describes the process of the formation of the multilingua, as an integral requirement of globalization of world economic relations, the result of which is the need to master the second language of interethnic communication in order to create comfortable conditions for human activity and society.

*Key words:* multilingua, integration, production, language, technology, efficiency, innovation.

УДК 330.313

**ДИНАМИКА СТРУКТУРНЫХ, ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ  
И ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ ПРЕОБРАЗОВАНИЙ  
В НЕОДНОРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ****Бгане Ю.К.**

*кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономической теории и инвестиций Кубанский государственный технологического университета*

**Аннотация:** многообразие и переплетение трансформационных процессов в современном мире привело к формированию удивительного и слабо исследованного феномена – неоднородных экономических систем, для которых характерна относительная устойчивость. Такие системы определенным образом воспроизводятся, что вынуждает исследователя провести грань между ними и совокупностью явлений переходных экономик, которые не обладают способностью к регулярной репродукции. Системное исследование эволюции неоднородных экономических систем востребовано, прежде всего, в целях углубления существующих концептуальных представлений о движении системных хозяйственных образований – организаций, национальных экономик, территориальных локализаций, домохозяйств и др.

**Ключевые слова:** неоднородность, экономические системы, группы интересов, политическая рента, административная рента, ментальная неоднородность, кризис.

Специфичность и неоднородность экономических систем распространяются на качество и динамику структурных, функциональных и институциональных преобразований, свойственных, без исключения, практически всем неоднородным системам в масштабах мировой экономики.

Реалии сегодняшних дней определяются новым этапом развития мировой экономики, который можно охарактеризовать как вступление мировой экономической системы в состояние кризиса неоднородности [1]. Вместе с тем, спешные реформы, проводимые в различных странах, привели к изменениям практически каждого экономического объекта.

Речь идет об объектах, представляющих собой совокупности большого числа субъектов хозяйственной деятельности, различных по форме собственности, масштабам, уровням управления, то есть мы говорим о неоднородных системах. Они подвергаются динамичным изменениям вследствие флуктуаций, обусловленных как воздействиями извне, так и внутренними процессами, происходящими внутри систем (борьбой элит и нарастанием угроз смены правительств со стороны общества).

Отношения между элементами таких объектов так же неоднородны и формально управляются административным центром.

Анализ таких систем и процессов, связанных с их функционированием позволил определить рассматриваемые совокупности субъектов хозяйственной деятельности

фактически нестабильными, неоднородными и слабо организованными системами, а их стабильная неоднородность объясняется тем, что в них фактически перерождаются под влиянием изменений ранее существующие иерархические организационные системы.

Развитие экономических систем подразумевает постоянное нарушение макроэкономического равновесия – неравновесность системы – необходимое условие развития. В этом контексте переходные процессы рассматриваются как естественное, закономерное состояние общества и хозяйства в процессе его эволюции.

Системные изменения в них, как правило, являются нелинейными, развитие происходит зачастую в форме относительно резкой смены сложившихся ранее структур и связей, количественных параметров и элементов системы, в форме обострения противоречий, выражающихся в кризисе, потере устойчивости (это наблюдается как в «локальных системах» – в масштабах одной страны, региона, например, изменения, происходившие в процессе перехода от плана к рынку в СССР, так и в «мегасистемах» – в масштабе межстрановых объединений и мировой экономики в целом – изменения, происходящие в системе мировых экономических отношений, приводящие к фактическому распаду стран сегодня).

Спонтанная эволюция макроинститутов в социально-экономических системах приводит к возникновению неравномерной циклической динамики хозяйственного и общественного развития [10].

Логичным было бы предположение о том, что неоднородная экономическая система должна стремиться к упорядочиванию своей внутренней структуры и достижению однородности, при которой она обретет устойчивость, а также будет соответствовать всем конституирующим признакам однородной системы, однако практика показывает отличия от теории.

В динамике развития неоднородных систем цикличность является одним из атрибутов системы.

В структуре кризиса системы можно выделить несколько периодов [2]:

1) латентный (скрытый) период характеризуется появлением предпосылок для развертывания кризиса, но они еще не прорываются наружу; этот период совпадает с завершающим этапом фазы стабильного развития системы и началом зарождения деструктивных тенденций;

2) период обвала, разлома характеризуется обострением всех противоречий, резкого ухудшения показателей динамики количественно преобладающей, но уже нежизнеспособной системы. В этот период набирают силу, открыто проявляются и вступают в борьбу элементы будущей системы. Нарушается устойчивость системы и возрастает функционал фактора неоднородности;

3) период смягчения кризиса, характеризуется образованием предпосылок для преодоления кризиса.

Продолжительность этих периодов неодинакова, как и длительность самого кризиса, исход кризиса нельзя считать заранее predetermined. В некоторых случаях он может стать фактором проявления изменений конкурентного порядка, в других же, может приводить к частичному, или полному разрушению системы.

Кризисы, наблюдаемые в жизни и природе, – это, в том числе и все «перевороты», «революции», «катастрофы», их особые типы протекания (соединения или, наоборот, разделения) взаимодействия (борьбы) элементов внутри сложных систем, следовательно, данное явление можно расценивать как специфическую форму перехода от одного состояния системы к другому, вплоть до дезорганизации и разрушения систем.

Неравновесие вопреки устоявшемуся мнению не всегда начинается с воздействия, или влияния внешней среды [11].

Изолированные системы, в случае их неоднородности – то есть при наличии «внутри систем» также могут приходить в состояние неустойчивости, так как внутренняя конкуренция между социальными, этническими, религиозными и пр. группами специальных интересов может приводить к конфликту интересов. Эти группы впоследствии ищут ресурсы для осуществления конкуренции вне системы. Данный тезис подтверждается примерами развития национальных экономик ныне распавшегося СССР, ввергнутых в хаос гражданской войны арабских стран, событий в Грузии, Украине и многих других.

Вместе с тем, стремление к бескризисному поступательному росту, противоречит механизмам развития.

Бескризисность развития означает его линейность, которая лишает систему основы качественного развития и совершенствования (застойный период плановой экономики).

Критические ситуации в развитии можно расценивать как форму разрешения накопленных противоречий, в результате преодоления которых система переходит на новый уровень. Цикличность выступает не как специфическая, а как закономерная форма переходных процессов. В связи с этим очевидно противоречие бескризисного развития, равно как и идеи бескризисных переходных процессов [3].

Вместе с тем, в эпоху глобализации и формирования системы мирового порядка систем (глобальной системы) подверженные «кризису неоднородности», то есть вызванному неоднородностью системы страны, рискуют попасть в состояние, когда стабилизация системы может стать труднодостижимой или недостижимой вовсе. Именно по этой причине, на наш взгляд, «системообразующие страны», которые часто называют «капитализмом ядра», содействуют формированию неустойчивости (конфликтов интересов) внутри неоднородных систем.

Примерами «успешно реализованных» кризисов неоднородности пестрит карта локальных военных конфликтов, происходящих во всем мире сегодня.

В этом контексте примечательным являются примеры Ирана и Кубы (в которых представлены, фактически, однородные этнические, конфессиональные, а, следовательно, и ментальные группы). Пример этих стран показывает, что в случае относительной однородности системы, она является более устойчивой к внешним воздействиям, даже при низкой удовлетворенности качеством жизни граждан на протяжении длительного периода.

Следовательно, с учетом того, что Россия, как система является абсолютно неоднородной, анализ причин, форм и факторов неоднородности, а также выявление методов преодоления или сглаживания эффектов неоднородности являются значимыми не только с теоретической, но и с практической точки зрения, тем более, что неоднородная система (и это убедительно демонстрирует российский пример) длительное время продолжает оставаться неоднородной и не стремится к преодолению неоднородности.

Данный факт свидетельствует о том, что складывается некая «устойчивая неустойчивость» [4].

Вместе с тем, имеет место превращение во внутреннее противоречие того, что изначально воспринималось лишь как внешне противостояние. Два различных способа координации – команда и рынок – позиционированы во внутренней среде неоднородной системы и взаимодействуют там, как пара органических противоположностей, что и обеспечивает движение неоднородной системы. Этим понятие неоднородной системы принципиально отличается от понятия переходной (транзитивной) экономики, применительно к которой различные способы координации даны именно как внешние противоположности [5].

Однако многообразие неоднородных систем определяется не только наличием во внутренней среде относительно устойчивого сочетания различных типов координации экономических связей.

И в этом контексте, особенно важно называя наиболее значимые факторы неоднородности, с точки зрения опасности для целостности системы, выделить наряду с неоднородностью экономических агентов неоднородную институциональную среду, определяющую функциональность системы, так как институционализация поведения экономических агентов во многом определяет мотивацию и результаты их деятельности.

В настоящее время, учитывая глубину и продолжительность кризиса неоднородности, охватившего мировую экономическую систему, уместно говорить о кризисах неоднородности в отдельных странах и потенциальной угрозе для России.

Несмотря на остроту кризисных процессов, необходимо еще раз отметить, что основная функция кризиса – это самоочищение от неконкурентоспособных структур, устранение накопившихся в ней диспропорций. Однако, рассматривая отдельную страну, как организацию, можно прийти к весьма грустным выводам: синергетический

эффект локальных кризисов неоднородности в контексте глобальной неоднородности мировой экономики может реализоваться в усилении напряженности, эскалации насилия и исчезновении отдельных государств в их сегодняшних границах.

Спровоцированный характер кризисов неоднородности в различных странах в определенной мере явился результатом негативного влияния субъективного фактора в условиях асимметрии информации и ограниченной рациональности определяющего выбор перехода к рыночной экономике при отсутствии соответствующих институциональных предпосылок [12].

Говоря о России, российскую экономику характеризуют несовершенство институциональной среды: ее нормативной и правовой базы, избыточное государственное регулирование, неразвитость рыночной инфраструктуры. Хозяйственное поведение экономических субъектов продолжает определяться неэффективными нормами, нарушающими формальные правила (уклонения от уплаты налогов, несоблюдение деловых контрактов). Устойчивость неэффективных норм экономического поведения хозяйствующих субъектов поддерживается сложившимися между ними и представителями власти неформальными отношениями в условиях сохраняющегося бюрократического контроля (проблема коррупции), подрывающими доверие к государственным органам власти и к утверждаемым ими правилами хозяйствования.

Итак, можно обозначить некоторые тенденции, свойственные в целом неоднородным экономическим системам и в частности российской экономике [9]:

1) противоречивый характер формирования институциональной среды создает питательную почву для углубления неоднородности. В этой связи следует вспомнить и тот факт, что российское общество сегодня старается максимально определять свою неоднородность, в том числе, через использование идентификаторов институциональной и этнической неоднородности. Так, например, редкая свадебная процессия на юге страны происходит без использования символики самоидентификации (флаги, гербы), причем это касается как представителей национального меньшинства, так и национального большинства. То же самое можно сказать и о набирающей обороты моде среди молодежи носить одежду с обозначениями принадлежности к конкретным этническим группам и регионам (я русский, Адыгея, Ичкерия, Дагестан и т.д.) Об этом также свидетельствует отказ от названия закона «О единой российской нации и управлении межэтническими отношениями», принятие которого инициировал непосредственно Президент России в пользу названия – «Об основах государственной национальной политики».

2) Российская экономика не соответствуют процессам постиндустриальной трансформации и направления технологических изменений, благодаря которым стало бы возможным снижение региональной неоднородности в уровне жизни, производства, занятости и пр. Это влечет к развитию и укоренению неоднородности в

сознании, целях и ценностях общества, которая, по сути, может рассматриваться как отрицательный эффект в развитии человеческого капитала. Следствием указанных процессов являются деформации в экономическом поведении экономических агентов, выражающиеся в нарушении формальных правил (уклонение от уплаты налогов, несоблюдение деловых контрактов, выработке временщического отношения к хозяйственной деятельности и пр.) [8].

При этом накопление ментальной однородности человеческого капитала (в аспекте его качества) имеет большое значение для всего общества, так как от нее зависит воспроизводство физического или человеческого капитала, а при ее потере, к примеру, полное отсутствие доверия общества к власти приводит к невозможности реализации любой общественной цели.

3) Государство зачастую осуществляет неэффективные меры по нивелированию неоднородности. Это в частности касается дифференциации доходов, уровня образования, качества жизни и т.д., более того наметилась деструктивная динамика. Пытаясь не упустить контроль над электоратом, («набирая очки»), власть акцентирует внимание населения на этнокультурных и конфессиональных и прочих различиях – провоцируя углубление ментальной неоднородности.

Разрушительные последствия потери ментальной однородности мы могли наблюдать в период реформ новой России, сопровождавшиеся, во-первых, потерей прежних командно-административных отношений, которые не были заменены эффективными рыночными; во-вторых, подрывом доверия ко всем институтам общества (властным органам, банковской системе, закону, морали).

4) Основываясь на анализе макроэкономических, институциональных и политических тенденций, можно полагать, что российская экономика уже давно подвержена кризису неоднородности, проходящему в фазе латентного (скрытого) периода, с укреплением предпосылок для развертывания кризиса, но они еще не прорываются наружу по причине усиления авторитарности в управлении и возможностей репрессивного аппарата. Вместе с тем исторический опыт показывает, что системы, системообразующим фактором которых являлось насилие, являются нежизнеспособными при ослаблении режима и прекращают свое существование [6].

Приведенные доводы показывают противоречивость подобного вектора происходящих в странах институциональных изменений. Логика научного исследования вынуждает искать рациональные и эффективные средства выявления особенностей рассматриваемых систем, их основных свойств, факторов, способствующих сохранению их целостности, средств реструктуризации.

Поэтому важнейшей практической задачей, учитывая тот факт, что экономическая система РФ, как нам представляется, неоднородна, является поиск такого экономического управления, которое бы обеспечивало перевод ее в режим устойчивого развития.



Из сказанного следует, что в России давно назрела «суровая необходимость» выбора приоритетов в развитии страны [7].

В данном случае речь идет о том, что особенностью воспроизводства неоднородной системы является ее стремление к сохранению в прежнем неоднородном состоянии, так как это дает возможность группам специальных интересов не только извлекать политическую и административную ренту, но и углублять неоднородность системы.

«Суровость» связана с необратимостью процессов, связанных с промедлением принятия соответствующих решений.

#### *Список литературы*

1. Бгане Ю.К., Хетагурова З.В., Хараджян Л.В., Читанава Н.Б. Кризисы в эволюции неоднородных экономических систем // Экономика и предпринимательство. 2015. № 3-2 (56-2). С. 89–92.
2. Бгане Ю.К., Хетагурова З.В., Келехсаева М.В. Теоретико-методологические аспекты анализа воспроизводства неоднородных экономических систем // Экономика и управление: проблемы, решения. 2018. Т. 3. № 12. С. 12–17.
3. Яковец Ю.В. Циклы, кризисы, прогнозы. М.: Наука, 1999. – 448 с.
4. Ермоленко А.А. Методология политической экономии в исследовании неоднородных экономических систем // Текст доклада методологического семинара. Краснодар: КубГТУ, 2013. – 14с.
5. Белокрылова О.С. Теория переходной экономики. Ростов-на-Дону: Феникс, 2002. – 352 с.
6. Мишулин Г.М., Стягун А.В. Определение категории «источники экономического роста» в парадигме институционального подхода // Экономический вестник Ростовского государственного университета. 2008. Т.6. № 2-3. С. 27–31.
7. Бгане Ю.К., Вахрушева Н.В. О необходимости решения концептуальных задач, содействующих улучшению условий функционирования предприятий сферы потребительских услуг и увеличению доступности услуг для сельского населения // Сфера услуг: инновации и качество. 2011. № 4. С 49-53.
8. Мишулин Г.М., Стягун А.В. Экономический рост: факторы, источники, механизмы. Майкоп, 2013.
9. Мишулин Г.М., Стягун А.В. Источники экономического роста и императивы экономической политики // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2013. Т.9. № 7 (196). С. 24-36.
10. Бгане Ю.К. Эволюция неоднородных систем // Политематический журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2015. № 107. С. 984–995.
11. Акоева М.А., Бгане Ю.К., Хетагурова З.В. Базовые институты и ручное управление, как атрибуты воспроизводства неоднородных экономических систем // Экономика и управление: проблемы, решения. 2018. Т. 7. № 12. С. 80–85.
12. Бгане Ю.К. Развитие теневого лоббизма в России как фактор институциональной дестабилизации // Научные труды Кубанского государственного технологического университета. 2018. № 6. С. 24–33.

*Bgane Yu. K.***DYNAMICS OF STRUCTURAL, FUNCTIONAL AND INSTITUTIONAL CHANGES  
IN HETEROGENEOUS ECONOMIC SYSTEMS**

***Abstract.** The diversity and interweaving of transformation processes in the modern world has led to the formation of an amazing and poorly studied phenomenon – heterogeneous economic systems, which are characterized by relative stability. Such systems are reproduced in a certain way, which forces the researcher to draw a line between them and the set of phenomena of transitional economies that do not have the ability to regularly reproduce. A systematic study of the evolution of heterogeneous economic systems is in demand, first of all, in order to deepen the existing conceptual ideas about the movement of systemic economic entities-organizations, national economies, territorial localization, households, etc.*

***Key words:** heterogeneity, economic systems, interest groups, political rent, administrative rent, mental heterogeneity, crisis.*

---

УДК 334.012.26

**УСЛОВИЯ САМОПРОДУЦИРОВАНИЯ  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ  
В ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ*****Мосейко В.О.***

*доктор экономических наук, профессор, директор научно-исследовательского института социально-экономического развития региона Волгоградского государственного университета*

***Коробов С.А.***

*доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой менеджмента Волгоградского государственного университета*

***Аннотация:*** многообразие и переплетение трансформационных процессов в современном мире привело к формированию удивительного и слабо исследованного феномена – неоднородных экономических систем, для которых характерна относительная устойчивость. Такие системы определенным образом воспроизводятся, что вынуждает исследователя провести грань между ними и совокупностью явлений переходных экономик, которые не обладают способностью к регулярной репродукции. Системное исследование эволюции неоднородных экономических систем востребовано, прежде всего, в целях углубления существующих концептуальных представлений о движении системных хозяйственных образований – организаций, национальных экономик, территориальных локализаций, домохозяйств и др.

***Ключевые слова:*** самопродуцирование предпринимательской деятельности, признаки предпринимательского поведения, экономический ген производства продукта, предпринимательское арбитражирование, предприимчивость, интеграция с внутренней и внешней предпринимательской средой.

Необходимость развития производственной сферы, прежде всего, в русле современных достижений науки и техники, улучшения экономического состояния и повышения конкурентоспособности экономических систем различного уровня, особенно на фоне продолжающихся экономических санкций, настоятельно требует развития в российской экономике её предпринимательской сферы.

На сегодняшний день со всей определенностью можно утверждать, что ожидаемого прорыва в области широкого развития предпринимательской сферы не происходит. В результате в отечественной экономике не возникает стабильного процесса развития предпринимательства. Одним из характерных итогов подобных тенденций можно рассматривать отсутствие положительной динамики с 2010 по 2016 гг. по численности крупных и средних предприятий, осуществлявших, например, инновационную деятельность [10, с. 7].

Все это в целом обуславливает актуальность любых исследований, рассматривающих проблемы развития предпринимательской сферы.

В настоящей работе рассматривается вопрос формирования условий самопродуцирования предпринимательской деятельности исходя, прежде всего, из содержания основных признаков предпринимательского поведения.

Каждый из рассматриваемых далее в работе признаков предпринимательского поведения определяет конкретную черту поведения, характерную для субъектов предпринимательской деятельности. Очевидно, что характер проявления каждого из этих признаков будет оказывать влияние на реализацию субъектами предпринимательской деятельности применительно к специфике или в аспекте только этого признака, а проявление уже всей совокупности этих признаков будет оказывать влияние на реализацию предпринимательской деятельности во всех её аспектах. Можно предположить, что выявленные, таким образом, признаки в своей совокупности могут представлять собой комплексное условие для самопродуцирования предпринимательской деятельности. Под процессом самопродуцирования предпринимательской деятельности в настоящей работе рассматривается процесс самостоятельного продуцирования этой деятельности хозяйствующими субъектами. Стагнация или угнетение рассматриваемых признаков предпринимательского поведения для хозяйствующих субъектов неминуемо будет приводить к замедлению или затуханию процесса самопродуцирования ими предпринимательской деятельности. И наоборот, положительное развитие признаков предпринимательского поведения будет способствовать развитию хозяйствующими субъектами предпринимательской деятельности посредством её самопродуцирования.

Рассмотрим ряд теоретических положений, применительно к поведению отдельного индивидуума-предпринимателя, предполагая, что принципы поведения отдельного предпринимателя характерны и для предпринимательских структур различного уровня, то есть для всех субъектов предпринимательской деятельности. Действительно, по П.Друкеру «Предпринимательство основывается на одних и тех же принципах независимо от того, кто предприниматель – действующее крупное учреждение или индивидуальное лицо, открывающее свое предприятие. Практически нет никакой разницы, действует ли предприниматель в производственной сфере или в сфере обслуживания, в государственном или ином секторе. Принципы деятельности предпринимательских организаций и стоящие перед ними проблемы во многом сходны» [5, с. 189-190].

### ***1. Способность человека к осуществлению хозяйственной деятельности посредством реализации экономического гена производства продукта.***

Предложенное и введенное в научный оборот профессором Иншаковым О.В. понятие экономического гена производства продукта (экогена продукта) имеет исключительно важное значение для понимания генезиса любой хозяйственной деятельности. Очевидно, что понятие экогена продукта имеет важное значение в

теоретическом обосновании основных признаков предпринимательской деятельности в инновационной сфере.

В соответствии с ресурсно-ориентированным подходом субъект предпринимательской деятельности, как и любая социально-экономическая система, производит продукт, который может быть выражен производственной функцией

$$Q = F (A, T, M, O, Inf, Ins),$$

где Q – произведенный продукт,

A – человеческий,

T – технико-технологический;

M – материально-ресурсный,

O – организационный,

Inf – информационный и Ins – институциональный факторы создания продукта [6, с.17].

В соответствии с ресурсно-ориентированным подходом условия, процессы и предметы природы как внешние условия, перед тем как быть освоенными в качестве производственных факторов в процессе производства, должны стать ресурсами.

Правомочность применения ресурсно-ориентированного подхода к предпринимательской сфере хозяйствования подтверждается выводами Й.Шумпетера, согласно которым предприниматели при осуществлении своей деятельности занимаются реализацией «новых комбинаций факторов производства при» [12, с. 169-170].

Осуществляя свою хозяйственную деятельность, человек всегда в итоге этой деятельности производит тот или иной ее продукт. Представляя облик будущего продукта как своеобразную модель, человек развивает свой предпринимательский навык, заключающийся в выстраивании (проектировании, создании, формировании и т.п.) процесса производства будущего продукта, используя для этого необходимые факторы производства. Это соответствует логике современной теории факторов производства, согласно которой предпринимательство рассматривается в качестве управляющей силы, организующей процесс соединения всех ресурсов, участвующих в процессе производства товаров и услуг [7, с. 37-38].

## **2. Способность человека к предпринимательскому арбитражированию.**

Целью функционирования любого субъекта предпринимательской деятельности (в том числе и предпринимателя – индивидуума) является извлечение прибыли, прежде всего, за счет разницы в ценах покупки и продажи, в величинах дохода и затрат.

По своей сути арбитражирование представляет собой деятельность субъекта предпринимательской деятельности, направленную на получение предпринимательской прибыли из-за разницы между приобретенными им на рынке производственными ресурсами и продуктом, произведенным этим субъектом из этих

ресурсов в рамках соответствующего процесса производства и, затем, предложенным им опять же на рынке. Предприниматель, предлагая готовый продукт на рынке, выступает собственником ресурсов – «ценополучателем», а приобретая ресурсы на рынке, предприниматель представляется потребителем – «ценоискателем». Ценоискательство, заключающееся в постоянном осуществлении предпринимательских оценок, является самым первоначальным элементом предпринимательского поведения, направленным на постоянный поиск возможностей для арбитража, то есть на получение прибыли [9, с. 56].

Элементы арбитражного поведения предпринимателя можно выявлять во «всех сделках, направленных на извлечение прибыли, даже в тех предприятиях, которые перерабатывают некие средства и ресурсы путем производственного процесса в готовую продукцию» [4, с. 338].

По Л. Мизесу предпринимательская функция свойственна человеческой деятельности вообще, она «не является специфическим свойством особой группы людей или класса людей; она присуща любой деятельности и обременяет любого действующего субъекта» [8, с. 239].

И, наконец, предпринимательство по П. Друкеру, «скорее поведенческая, чем личностная особенность» [5, с. 37], то есть способность, характерная для поведения любого индивидуума, а не исключительно для отдельных личностей.

Исходя из этого, способность к арбитражированию следует рассматривать как проявление любым человеком предпринимательского поведения в условиях рыночной среды, развиваемого и закрепляемого индивидуумом в себе в виде предпринимательского навыка.

### ***3. Способность человека что-либо предпринимать, определяемая как предприимчивость.***

Существенную роль в реализации предпринимательской деятельности играет такая способность человека как предприимчивость. Эта способность, в разной степени, характерна каждому индивидууму.

«Предприимчивость – деловое качество личности, проявляющееся как энергичность, находчивость, изобретательность, практическая сметка и деловитость в решении задач, связанное, прежде всего, с умением эффективно решать поставленные задачи, извлекая в конкретной ситуации максимальную пользу для себя, коллектива и общества в целом, при соблюдении правовых и моральных норм. ...Без предприимчивости невозможен успех в предпринимательской деятельности» [3, с. 760].

Каждый человек в разных для себя ситуациях стремится предпринимать различные шаги, направленные, в общем случае, на улучшение своего состояния или положения. Это стремление сопровождается на практике проявлением со стороны индивидуума таких личностных качеств как целеустремленность, самостоятельность,

решительность, инициативность, энергичность, находчивость, изобретательность, рисковость, сметливость, деловитость, практичность и т.п. Различия или границы между этими понятиями, представляющими в большей степени особыми психологическими качествами, достаточно размыты, но, тем не менее, каждое из них имеет свое индивидуальное смысловое содержание, выражающее определенное, вполне представляемое, человеческое качество и все они, в совокупности, интегрально составляют облик такого понятия как предприимчивость индивидуума. Поэтому предприимчивость следует представлять, как собирательное определение, соединяя в себе смысл и значение многих качественных понятий, характерных индивидууму.

Все эти личностные качества, присутствуя в каждом человеке, по отдельности характеризуют в них разные грани предприимчивости, которые из обычного человека в основном и «делает» предпринимателя, формируют его личностный потенциал. Причем, присутствуя в каждом человеке в разной степени, они и в разной степени «делают» из него предпринимателя. Когда в обиходе используют определения – «сильно» предприимчивый человек или «слабо» предприимчивый человек, то, прежде всего, подразумевают степень выраженности общего уровня всех этих качеств в индивидууме.

Очевидно, что предприниматель, проявляя в своей деятельности предприимчивость, развитую и закрепленную в соответствующих навыках, сопровождает свою работу инновационной активностью. Новаторство и предприимчивость являются равными и обязательными условиями, обуславливающими экономическое развитие любого субъекта предпринимательской деятельности. Так, развитие по Й. Шумпетеру состоит из внезапных приливов предпринимательской и инновационной энергии [12, с. 280]. Более того, проявляемая индивидуумом предприимчивость, реализуемая в инновационной сфере, может быть направлена на создание нового товара, использование новых производственных технологий, создание новых типов организаций, освоение новых источников сырья и новых рынков сбыта [11, с. 128].

#### ***4. Способность человека выстраивать отношения с внутренней и внешней средой.***

Это качество, характерное для субъектов предпринимательской деятельности, определяется их способностью выстраивать или организовывать отношения в процессе своей производственной деятельности. Можно выстраивать или организовывать отношения с внутренней средой – внутри предприятия (организации, фирмы, проекта). Результатом этого процесса является гармонизация отношений и интересов всех сотрудников предприятия и, как следствие, успешное организовывание всех внутренних бизнес-процессов.

Отношения с внешней средой – это отношения субъекта предпринимательской деятельности (предприятия, организации, фирмы) по поводу своей производственной

деятельности с другими участниками контрактных отношений, функционирующими во внешней среде. Результатом этого процесса также является гармонизация отношений и интересов со всеми субъектами, с которыми предприятие (организация, фирма) взаимодействует: клиентами, поставщиками, партнерами, посредниками, представителями власти, конкурентами, подрядчиками, внешними акционерами и т.п. и, как следствие, успешное организовывание всех бизнес-процессов по взаимодействию.

Большое внимание обеспечению и формированию отношений внутри бизнес-среды уделяется в методологии известного ученого и практика И.Адизеса (1, 2). Процесс обеспечения внутри бизнес-сообщества, на любом его уровне, отношений взаимопонимания и доверия между его участниками Адизес справедливо называется интеграцией. При этом основным итогом процесса интеграции субъекта бизнеса как внутри, так и вовне себя, представляется эффективность в долгосрочной перспективе.

Очевидно, что, выстраивая или организовывая отношения в процессе своей производственной деятельности, предприниматель находится в постоянном поиске новых или иных форм (организаций) для подобных процессов. Поэтому способность выстраивать отношения следует рассматривать как инновационное качество предпринимателя, развиваемое и закрепляемое в нём в качестве навыка. По Й.Шумпетеру, как было замечено ранее, это качество предпринимателя направлено на создание новых типов организаций [11, с. 128].

Предпринимательские навыки формируются, закрепляются и, наконец, реализуется отдельными индивидуумами благодаря определенным способностям, в разной степени характерным каждому индивидууму. Эти отдельно выделенные способности определяют его общую предпринимательскую способность, а также его способность к предпринимательству. Это, прежде всего, способность человека к хозяйственной деятельности, которую можно представить как его способность к формированию экогена продукта, используя при этом производственные факторы. Осуществить формирование экогена продукта означает – реализовать процесс производства продукта, используя при этом соответствующие факторы производства.

Далее, для осуществления предпринимательской деятельности предприниматель проявляет, характерную в разной степени для каждого человека, способность к арбитражированию, – стремление к постоянному осуществлению предпринимательских оценок с целью извлечения выгоды от разницы между ценами на приобретенные ресурсы-условия и на продукты, произведенные предпринимателем из соответствующих производственных факторов. Благодаря способностям людей к арбитражированию, у предпринимателей также формируются, закрепляются и, наконец, реализуется на практике соответствующие навыки.

Другим важной способностью, также характерной в разной степени для каждого человека, которая в виде навыков формируются, закрепляются и также проявляется в



предпринимателе при реализации им предпринимательской деятельности, это предприимчивость – способность что-либо предпринимать. Это качество предпринимателя постоянно побуждает его к выполнению в рамках предпринимательской деятельности новаторских и инновационных действий, шагов и поступков.

И, наконец, предприниматель для осуществления своей деятельности проявляет в виде закрепившихся навыков характерную в разной степени для людей способность выстраивать или организовывать отношения с внутренней и внешней средой. Снижение издержек, связанных с формированием и организовыванием отношенческих транзакций, повышает эффективность предпринимательской деятельности. Действительно, наличие закрепившихся и устоявшихся отношенческих связей внутри и вовне предприятия всегда будут способствовать снижению различных и, прежде всего, транзакционных издержек и потерь.

Таким образом, для успешного функционирования предпринимателя следует обратить внимание на необходимость формирования и закрепления особых предпринимательских навыков, основанных на способностях индивидуума: *к осуществлению хозяйственной деятельности посредством реализации экономического гена производства продукта, к предпринимательскому арбитражированию, что-либо предпринимать и, наконец, выстраивать отношения с внутренней и внешней средой.*

### Список литературы

1. Адизес И.К. Управление жизненным циклом корпорации // СПб.: Питер, 2007.
2. Адизес И.К. Управляя изменениями // СПб.: Питер, 2008.
3. Большой энциклопедический словарь / Под ред. А.Н. Азрилияна. – 5-е изд. доп. и перераб. – М.: Институт новой экономики, 2002.
4. Долан Э. Рынок: микроэкономическая модель // Пер. с англ. В. Лукашевича [и др.]; под общ. ред. Б. Лисовика и В. Лукашевича. – С.-Пб., 1992.
5. Друкер П.Ф. Рынок: как выйти в лидеры. Практика и принципы / П. Ф. Друкер // М., 1992.
6. Иншаков, О.В. «Ядро развития» в контексте новой теории факторов производства // Экономическая наука современной России. 2003. №1. С. 11-25.
7. Макконнелл К.Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика. В 2 т. // Пер. с англ. 11-го изд. Т. 1. – М.: Республика, 1992.
8. Мизес, Людвиг фон. Человеческая деятельность: Трактат по экономической теории // М.: ОАО «НПО «Экономика», 2000.
9. Московцев А.Ф. Предпринимательский менеджмент: монография // Волгоград: ИУНЛ ВолгГТУ, 2013.
10. Статистика науки и образования. Выпуск 4. Инновационная деятельность в Российской Федерации. Инф.-стат. мат. – М.: ФГБНУ НИИ РИНКЦЭ, 2017. // URL: [http://www.csr.ru/archive/stat\\_2017\\_inno/innovation\\_2017.pdf](http://www.csr.ru/archive/stat_2017_inno/innovation_2017.pdf)
11. Шумпетер Й.А. Капитализм, социализм и демократия: пер. с англ. / Предисл. и общ. ред. В.С. Автономова. – М.: Экономика, 1995.

12. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. – М.: Директмедиа Паблишинг, 2008.

---

*Moseyko Victor O., Korobov Sergei A.*

**THE CONDITIONS OF SELF-PRODUCTION OF  
ENTREPRENEURSHIP IN ECONOMIC SYSTEMS**

***Abstract.** The development of the production sector is impossible without the development of people, participants in production relations in this area, entrepreneurial skills, which can be manifested in the form of appropriate features (skills, abilities and competencies). The paper discusses the features of the formation of four signs of entrepreneurial behavior necessary for self-production of entrepreneurial activity: the ability of a person to carry out economic activities through the implementation of the economic gene of product production; the ability of a person to entrepreneurial arbitration; the ability of a person to do anything, defined as entrepreneurship; the ability of a person to integrate with the internal and external business environment.*

***Key words:** self-production of entrepreneurial activity, signs of entrepreneurial behavior, economic gene of product production, entrepreneurial arbitration, entrepreneurship, integration with the internal and external business environment.*

---

УДК 330.3

## ПОЛИТИКА ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

**Блохин К.А.**

*кандидат экономических наук, доцент кафедры национальной и мировой экономики Сочинского института (филиала) федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Российский университет дружбы народов»*

**Шурухина Т.В.**

*кандидат экономических наук, доцент, заведующая кафедрой финансов и кредита Сочинского института (филиала) федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Российский университет дружбы народов»*

**Аннотация:** статья посвящена политике импортозамещения, проводимой в России в связи с внешней изоляцией страны. В рамках исследования данной темы была рассмотрена возможность реализации программ импортозамещения в ряд отраслей. Обозначены условия по снижению импортной зависимости России и рассмотрены возможные риски.

**Ключевые слова:** политика импортозамещения, глобализация мировой экономики, риски, кризисные явления.

В настоящее время глобальная экономика предъявила вызовы для России, требующие мобилизации всех допустимых внутренних возможностей страны.

Обозначим наиболее важные из них.

Общеизвестно, что состояние экономики России во многом зависит от экспорта нефти (около 280 млрд. долл. в год) и природного газа (свыше 60 млрд. долл.) [1]. С помощью сырьевых доходов Россия осуществляет ввоз машин и оборудования, лекарственных средств, продовольствия и др. В современных условиях, снижается возможность использования золотовалютных резервов, следствием сокращения экспортных доходов, безусловно, выступает потребность в импортозамещении, даже с определенным ограничением качества, но выигрышем в цене.

Одновременно со снижением мировых нефтяных цен вдвое уменьшился курс рубля по отношению к бивалютной корзине. Это, в свою очередь, обеспечило повышение конкурентоспособности российской экспортной продукции. Зародились перспективы диверсификации экспорта по многим направлениям (КНР, Индия, Центральная Азия, Латинская Америка и др.). Но готовность экономики России к воплощению в жизнь нового экспортного сценария неоднозначна.

«Слабый рубль оказывает сильное негативное влияние на инвестиционные программы российских промышленников. Им пришлось вдвое сокращать планы по закупке необходимых импортных станков после резкой девальвации рубля осенью

2014 г. В результате планы по импортозамещению срываются не только в гражданском секторе, но и в военно-промышленном комплексе. Более того, неуверенность в твердости национальной валюты и страх понести крупные убытки заставляют промышленников фиксировать цены контрактов в иностранной валюте, то есть перекладывать валютные риски на покупателей» [5].

«Цена на нефть, часто служившая спасением для экономики, пока не вышла на те показатели, которые необходимы для стимулирования добычи. Нефтяные компании имеют сейчас из общего числа неизвлеченной нефти примерно 70% трудноизвлекаемой нефти. Чтобы ее добыть и продать, нужна цена не менее 80-85 долл. за баррель. Компании в добычу этой нефти не вкладываются, они высасывают то, что добыть относительно легко и дешево. Это ускоряет опустошение разработанных месторождений. С 2020 г. начнется постепенное, на 2% в год, снижение нефтедобычи в России. Таким образом, доходы от нефти будут не увеличиваться, а сокращаться». У «Газпрома» сейчас избыточная мощность по добыче газа приближается к цифре около 200 млрд. кубометров в год. Это тот газ, который можно добыть и отправить на продажу, но рынков для него просто нет и в ближайшее время не появится. Поэтому на добычу газа тоже уповать не стоит [5].

К сожалению, снижение цен на «черное золото» скорее всего не удастся нивелировать увеличением объемов добычи и экспорта нефти, прежде всего, из-за исчерпаемости российских месторождений. Купировать проблему сокращения объемов добычи нефти возможно несколькими способами: а) увеличить нефтеотдачу путем применения прогрессивных технологий нефтедобычи; б) вести разработку нефтегазовых месторождений на шельфе Северного Ледовитого океана; в) осуществлять переработку сланцев [8].

Для реализации всех этих вариантов потребуются новые прогрессивные технологии нефтедобычи, доступ к которым России ограничен санкциями. Предполагается, что целевые экономические санкции стран Запада к российским нефтедобытчикам, а также к банковским структурам, бегство иностранных инвестиций из России только усугубят поддержание объемов нефтедобычи в ближайшей перспективе.

Снижение макроэкономической динамики приведет к падению доходов российских домохозяйств, покупательной способности и спроса жителей на продукты питания и товары народного потребления.

Снижение инвестиционных рейтингов России в сочетании с санкциями блокирует доступ к иностранному капиталу и введет к оттоку капитала из страны. Результатом этого предстаёт «схлопывание» инновационной активности, строительства, внутренних источников потенциального экономического роста. В сочетании с контрпродуктивной политикой Центрального Банка России, направленной

на ограничение «дешевого» кредита, перспектива экономического роста становится весьма туманной.

Ответное продовольственное эмбарго России на ввоз из-за рубежа продовольствия, открывая новые возможности для развития российского агропромышленного сектора, наряду с этим многократно утяжеляет производственную нагрузку. На повестке дня появляются проблемы поиска альтернативных источников импорта продуктов питания «за пределами санкций», угрозы импорта санкционных продуктов из третьих стран, разгона инфляции, а в случае попытки ценового контроля – реального товарного дефицита.

Негативная внешняя макроэкономическая ситуация привела в итоге к сокращению темпов экономического роста, начиная с 2013 г. под действием неблагоприятной ценовой конъюнктуры. Сокращению инвестиций способствовал глобальный экономический кризис. В настоящее время и в ближайшей перспективе темпы экономической динамики во многом будут определяться внешнеторговой конъюнктурой.

Несмотря на новую волну угроз, экономика России уже в 2014 г. не испытывала катастрофических потрясений. Экономический рост был нулевым. Но и демографический рост был близок к нулевой отметке. Поэтому благосостояние по инерции сохранялось на неизменном уровне, в точном соответствии с теорией нулевого роста. Розничный товароборот даже возрос, но в основном за счет сокращения ранее накопленных рублевых банковских вкладов [12].

Рост государственного оборонного заказа и финансовые вливания в эту сферу выступили источником роста экономики. Росту экономики и промышленности способствовал также возросший спрос на товары народного потребления, обусловленный падением рубля и оплаченный частично рублевыми сбережениями прошлых лет [11].

В целом нулевая в 2014-2016 гг. и низкая макроэкономическая динамика – 2017-2018 гг. – это будущая угроза, создающая предпосылки для снижения инвестиций. Все это грозит снижением реальной заработной платы и доходов на 12-15%, а капитальных вложений более чем на 10% [10].

Обозначим возможные предпосылки для политики импортозамещения. Под давлением растущих рублевых цен импорт будет, безусловно, сокращаться. «Начиная с 2014 г. импорт инвестиционного оборудования постепенно уменьшался» [10]. Государственные компании вынуждены были ограничить импорт товаров, при наличии отечественных аналогов, под влиянием введенных законодательных мер.

Сегодня стратегию импортозамещения каждая компания реализует самостоятельно. Исключение из правила являются государственные компании, оплачивающие импорт из бюджета. Отказ от импорта освобождает определенную нишу внутреннего рынка от иностранной конкуренции. Россия сегодня имеет

необходимые ресурсы, производственные мощности, топливо и энергетические ресурсы, свободные сельскохозяйственные земли, ресурсы пресной воды, удобрения, сырье для нефтехимии, труд с достаточно высоким образовательным уровнем, хороший научный потенциал для проведения политики импортозамещения.

Самое слабое звено – отсутствие источников инвестиций, ограниченные возможности внутреннего капиталовложения, обусловленные высокими кредитными ставками. Некоторые авторы считают, что «государственная поддержка импортозамещения должна распространяться на ограниченный круг компаний, видов производств, продуктов, т. е. на сферы, где возможности для достижения результатов наиболее реальны. Объектом господдержки может также выступать конкретный проект импортозамещения. Ограниченность ресурсов для финансирования импортозамещения отечественными производителями и его господдержки требуют обоснованного отбора точек импортозамещения и концентрации средств на реализации отобранных проектов импортозамещения. В качестве форм господдержки отобранных проектов могут выступать дешевые кредиты, госгарантии и другие преференции, специфические для каждого отобранного проекта» [14].

В условиях кризиса, послекризисного периода и возрастающего ограничения ресурсов успешное импортозамещение на основе роста собственного производства может быть обеспечено концентрацией средств на строго ограниченном числе проектов импортозамещения. Точечный рост импортозамещения предполагает отраслевую и территориальную (кластеры) декомпозицию процесса импортозамещения, с последующим отбором наиболее реальных, эффективных по затратам, результатам и срокам проектов.

Отсутствие инвестиций – действительно ограничивающий фактор импортозамещения. В качестве главного источника импортозамещения, очевидно, должны выступать собственные средства частных и частно-государственных компаний. «Государство сможет оказать поддержку бизнесу в реализации его конкретных проектов импортозамещения посредством повышения доступности крупных кредитов банков, льготного кредитования» [13]. Однако ограничивающим фактором выступит неразвитость внутреннего финансового рынка.

Импортозамещение – главное и необходимое условие для диверсификации структуры экономики России, ухода от сырьевой зависимости.

Первый этап импортозамещения уже позволил повысить долю отечественной продукции на внутреннем рынке, следующим шагом должно стать повышение конкурентоспособности и переход к экспортно-ориентированному производству. Девальвация национальной валюты, ограничивая импорт и содействуя экспорту, способствует реализации такой внешнеэкономической стратегии.

«Ограниченность инвестиций и других производственных ресурсов, возможно, заставит вернуться к проблеме оборонной достаточности. В развитии оборонно-

промышленного сектора растет доля гражданской продукции. Можно ожидать успешного импортозамещения и экспортно-ориентированного развития газонефте- и лесохимии» [2].

«Беспрецедентное отставание российского инвестиционного среднетехнологичного машиностроения может быть ликвидировано в результате развития совместных производств и заимствований инноваций, а также свертывания самых неконкурентоспособных российских предприятий» [2].

«В ряде отраслей из-за потери собственных компетенций и рынка полностью отказаться от импорта не представляется возможным (лекарства, технически сложная медицинская аппаратура, компоненты электроники, оборудование связи и т. д.), не прибегая к переносу в Россию западных производств, что в условиях удешевления труда становится вполне реальным».

Сокращение зависимости экономики России от внешнеэкономической конъюнктуры вряд ли будет безболезненным.

Сырьевая зависимость России создает реальные угрозы в ситуации ограничений в новой геополитической обстановке: росте предложения сланцевой нефти при общем сокращении мирового спроса на нефть. Усугубляет ситуацию влияние экономических санкций на инвестиционный технологический потенциал России, который проявится в средне- и долгосрочной перспективе, в основном в ближайшие 2-3 года.

Шоковый обвал цен на нефть, а затем и национальной валюты безальтернативно потребовал отказаться от части импортной продукции, которая органично встроена в российскую экономику, ее проекты. Импортозамещающую продукцию российская промышленность сможет произвести в требуемых количествах лишь через год-два, не ранее [6]. Страна отрезана от дешевых западных кредитов, поэтому приходится экстренно менять инвестиционные проекты, внешнеторговую логистику продуктов питания и других промышленных товаров, искать поставщиков в дешевой зоне производства продукции.

Рассмотрим ключевые программы импортозамещения в основных сегментах экономики России.

Сельское хозяйство. Обеспечение продовольственной безопасности страны, мощный толчок в развитии, как крупного сельского хозяйства, так и среднего и мелкого фермерства – главная задача импортозамещения в этой сфере. «Ключевая задача, к 2020 г. увидеть Россию, которая на 90% себя кормит, а может быть, еще и соседа» [4].

Импортозамещение, затронуло в большей степени рынок продуктов питания. Но даже их производители не могут обойтись без импортного оборудования. «В остальных сферах экономики зависимость от иностранного сырья и оборудования еще выше. Соответственно, ослабление валюты приведет к росту цен на внутреннем рынке и снижению реальных доходов населения».

«Впрочем, даже в продовольственном секторе польза от слабого рубля не так очевидна, как кажется на первый взгляд. Слабый рубль делает российскую сельскохозяйственную продукцию более конкурентоспособной на внутреннем рынке, в то же время дорожают импортные удобрения, средства защиты растений, техника.

В выигрыше остаются только крупные агрохолдинги. «Самый доходный экспортный продукт российского сельского хозяйства – зерно. Зерновые трейдеры скупают зерно у крестьян по низкой цене, формируют большие партии и экспортируют. Выигрывают и крупные компании, имеющие большие земельные фонды, такие, как «РусАгро» и «Мираторг». Они могут позволить себе заказать паром, решить вопросы доставки к портам, перевалки грузов, вести прямые переговоры с Ираном или Египтом. Что же касается мелких и средних производителей, издержки перекладываются на их плечи, а выгоду получают трейдеры» [3].

Информационные технологии. Сегодня зависимость от импорта компьютерных программ в Россию достаточно высока: операционные системы Windows, iOS, Android вряд ли дадут шанс каким-либо другим российским аналогам заполучить хотя бы 10% рынка [14].

Машиностроение. Действенные меры по импортозамещению в автомобильной промышленности способствовали развитию конкуренции на рынке. Результатом стал двукратный рост производства автомобилей.

Отметим возможные способы сокращения угроз импортной зависимости России:

1. Государственная программа поддержки отечественного бизнеса, направленная на активизацию производства тех видов продукции, которые закупаются в других странах в больших количествах и по высоким ценам.

2. Активное использование рыночных инструментов и регуляторов для рационализации импорта (таможенные и нетарифные ограничения, штрафы, лицензии и т. п.).

3. Диверсификация импортных источников - один из эффективных способов обеспечения экономической безопасности страны.

4. Повышение государственного контроля при импорте товаров, оказывающих влияние на состояние здоровья населения России (лекарства, алкоголь, табак, продовольствие). Ужесточение ответственности за импорт фальсифицированных лекарств.

5. Увеличение роли предварительной антикоррупционной экспертизы законов.

6. Активизация борьбы с «серым и черным импортом». Активизация деятельности правоохранительных органов в этой сфере направлена на минимизацию ущерба, наносимого государству и пресечения деятельности преступных группировок в этой сфере.



Можно выделить действующие инструменты импортозамещения:

1. Региональные инвестиционные кредиты.
2. Целевое финансирование предприятий из федерального бюджета.
3. Специальные формы инвестиционных контрактов.
4. Налоговое стимулирование.
5. Стандартизация государственных закупок.
6. Региональные и отраслевые программы импортозамещения.

#### *Список литературы*

1. Бочкова Т.А., Серченко О.В. Импортозамещение как основа государственной политики // Современные технологии в мировом научном пространстве. Уфа: АЭТЕРНА, 2016. С.12.
2. Бурланков С., Жарова Е. Теоретические основы управления конкурентоустойчивостью хозяйствующих субъектов в области исследований и разработок // Интеллектуальная собственность. 2016. № 9. С.21.
3. Костринский Г., Овсянников И. Минфин РФ нейтрализует \$6,2 млрд. // URL: <http://xn--b1ae2adf4f.xn--p1ai/article/48235-minfin-rf-neytralizuet--6-2-mlrd.html>.
4. Голубев А.В. Импортозамещение на агропродовольственном рынке России: намерение и возможности // Вопросы экономики. 2016. №3. С.62.
5. Григорьев Ф. Что ждет российскую экономику? // URL: <http://xn--b1ae2adf4f.xn--p1ai/article/46925-chto-zhdet-rossiyskuyu-ekonomiku-.html>.
6. Ершов П.А. Генезис импортозамещающей политики в России // ЭКО. 2016. № 7. С.93-94.
7. Загашвили В.С. Зарубежный опыт импортозамещения и возможные выводы для России // Вопросы экономики. 2016. № 8. С.137.
8. Импортозамещение: необходимость, содержание, механизмы обеспечения // Экономические науки. 2016. № 47-1. С.18.
9. Котляров И.Д. Локализация производства как инструмент импортозамещения // ЭКО. 2016. № 8. С.128.
10. Мантуров Д.В. Планирование импортозамещения в российской промышленности: практика российского государственного управления // Вопросы экономики. 2016. № 9. С.40.
11. Молчанова Н.П., Молчанов И.Н. Финансовые аспекты замещения импорта в России: региональный опыт создания кластеров // Экономика. Налоги. Право. 2016. № 2. С.67.
12. Носов А.В. Финансово-экономические аспекты инвестиционного климата в России в контексте импортозамещения // Экономика. Налоги. Право. 2016. № 1. С. 59.
13. Российский продукт должен быть лучшим // Российская газета. М., 2016. 13 сентября.
14. Стоим на своем // Российская газета. – М., 2016. - 28 сентября.
15. Татаркин А. Уроки зарубежного опыта импортозамещения // Экономист. 2016. № 5. С.29.

---

*Blokhin K. A., Shurukhina T. V.*

**POLICY OF IMPORT SUBSTITUTION IN THE CONDITIONS OF GLOBALIZATION  
OF THE WORLD ECONOMY**

***Abstract.** The article is devoted to the policy of import substitution, carried out in Russia in connection with the external isolation of the country. As part of the study of this topic, the possibility of implementing import substitution programs in a number of industries was considered. The conditions for reducing the import dependence of Russia are indicated and possible risks are considered.*

***Key words:** Policy of import substitution, globalization of the world economy, risks, crises.*

---

УДК 339.9

**ПОЛИТИЧЕСКИЙ РИСК В УСЛОВИЯХ МЕЖДУНАРОДНОЙ  
КОНКУРЕНЦИИ****Ильинова В.В.**

*кандидат экономических наук, доцент, профессор кафедры  
менеджмента и маркетинга Всероссийской академии внешней торговли  
при Минэкономразвития РФ*

**Аннотация:** *компании, развивающие бизнес за рубежом, сталкиваются со страновыми рисками. В структуре странового риска особым влиянием на внешнеэкономическую деятельность компании обладают политические риски. Политические взаимоотношения между государствами оказывают воздействие на бизнес компании, создавая худшие условия для компаний-представителей тех стран, в отношении с которыми наблюдается политическая напряженность. Неравное отношение к компаниям-представителям разных стран создает несправедливые конкурентные преимущества на рынке отдельным игрокам перед другими.*

**Ключевые слова:** *политический риск, страновой риск, внешнеэкономические операции, конкурентоспособность, международная конкуренция, экономические санкции, внешняя торговля, внешнеэкономическая деятельность, конкурентные преимущества.*

В эпоху расширения и глобализации мирохозяйственных связей реализация стратегии географической диверсификации компаниями (через открытие своих филиалов и дочерних организаций в других странах или торговлю с зарубежными контрагентами) позволяет компаниям получить доступ к новым возможностям для бизнеса и стимулировать дальнейшее развитие компании. При этом успех эффективного внешнеэкономического предпринимательства в существенной мере зависит от условий доступа на рынки зарубежных государств и от возможностей защиты интересов производителей на этих рынках. Однако выход компании на новые рынки означает для ранее действующих игроков появление нового конкурента и ужесточение конкурентной борьбы за рыночные доли и влияние на рынке.

Компания, развивающая бизнес за рубежом, сталкивается с новыми для себя рисками, которые присущи данному бизнесу в чужой стране – страновыми рисками. При осуществлении операций, которые связаны с международной деятельностью всегда в большей или меньшей мере существует угроза (вероятность) финансовых потерь из-за неблагоприятных событий в конкретной стране, связанных с нестабильным политическим режимом, дискриминацией и другими неблагоприятными событиями. Все эти проявления связаны со страновыми рисками, которые возникают при осуществлении предпринимателями или инвесторами внешнеэкономической деятельности и являются одними из наиболее существенных факторов, влияющих как на результаты компаний ведущих внешнеэкономическую деятельность, так и на их конкурентоспособность.

Впервые понятие «страновой риск» (country risk) употребил вице-президент Ситибанка Ирвин Д. Фридман в 1970-е гг., понимая под ним риск финансовых потерь при осуществлении деловых операций, связанных с трансграничным перемещением денежных средств и международной деятельностью в целом. Необходимость введения данного понятия в обиход бизнес деятельности была связана с появлением новых условий в этой среде, явившихся следствием политических изменений, иного соотношения сил на мировой арене, приведших к возникновению новых мощных союзов стран, объединившихся для реализации своих экономических интересов, что ухудшило конкурентное положение на мировых рынках тех стран, которые не входили в эти союзы. Так, например, в этот период многие коммерческие банки столкнулись с рисками финансирования частных заемщиков из развивающихся стран, не входивших в группу ОПЕК (страны-экспортеры нефти).

Сила проявления странового риска и характер потерь при его реализации определяется условиями развития страны и степенью его влияния на клиентов, контрагентов. На результаты деятельности зарубежной компании и ее конкурентоспособность влияют как масштабные события, затрагивающие весь рынок страны-реципиента (смена политического режима, война, природные катастрофы), так и более мелкие. Например, наложение ограничений на операции с инвалютой могут вызвать задержку по выполнению обязательств. Такая угроза особенно характерна для стран, где исторически не сохранялась конвертируемость национальных денежных единиц.

Говоря о ключевых характеристиках странового риска, следует отметить две из них. Первая – это то, что данный риск связан с транснациональной деятельностью компаний. А вторая – это то, что страновой риск является не простым риском и имеет сложную структуру, что связано с включением в его состав нескольких видов риска таких как экономический, финансовый, валютный и политический. Экономический, финансовый и валютный компоненты странового риска базируются на рыночных условиях, политический риск понимается шире и включает вероятность принятия на политическом уровне решений, неблагоприятных для интересов компании.

Между различными видами страновых рисков существует взаимосвязь и зависимость, однако, в структуре странового риска особой силой и влиянием на внешнеэкономическую деятельность (ВЭД) обладают политические риски. При исполнении внешнеторговой сделки нередки случаи, когда экспортер (продавец) не может получить платеж от покупателя по причинам, находящимся вне контроля импортера. К ним относятся целый ряд политических, форс-мажорных, и социальных событий: платежный мораторий; неплатежеспособность государства-должника; административные распоряжения, препятствующие трансферту сумм; блокирование счета должника и др. Все это создает риск для участников во внешнеторговых сделках и мешает нормальному развитию международного товарообмена. Поэтому для

успешной работы необходимо учитывать всю ситуацию в совокупности и все категории страновых рисков. Но критерий политической стабильности обычно имеет максимальный вес.

Попытки учитывать политический риск, вызываемый действиями отдельных политических деятелей или государств, предпринимались еще в XIX в. Однако понятие «политический риск» вошло в лексикон американских корпораций только в 1959 г. после прихода к власти на Кубе Ф. Кастро. Одной из первых работ по данной теме была книга Ф. Рута «Бизнес США за рубежом и политический риск», где был проанализирован политический риск, которому подвергается деятельность американских компаний в других странах.

При осуществлении внешнеэкономических операций потенциально могут возникнуть обстоятельства, которые будут иметь негативное воздействие на конечный результат иностранного предпринимателя или инвестора вследствие изменений социально-политической ситуации в стране. Так изменения валютном законодательстве могут препятствовать исполнению международных контрактов или репатриации валютной выручки, а гражданские войны, смена власти, массовые волнения и беспорядки, способны нанести ущерб имущественным интересам предпринимателей. К негативным последствиям политического риска относятся и такие проявления как:

- принудительный выкуп активов по цене ниже рыночной, конфискация имущества;
- негативное изменение инвестиционного климата в стране, и как следствие, недополучение прогнозируемой прибыли или к возникновению убытков;
- вероятность того, что объекты инвестирования будут экспроприированы, повреждены или уничтожены в результате общественно-политических потрясений;
- угроза невыполнения заключённых внешнеэкономических контрактов в части поставки продукции (оказания услуг) или осуществления расчётов.

Возможное наступление любого политического события (война, революция, государственный переворот, экспроприация, наложение ограничений на импорт и т.д.) в своей стране или за границей, которое может привести к потере прибыли и/или активов в международных деловых операциях – свидетельство наличия политического риска.

Огромное влияние на успех или провал экономического взаимодействия оказывает также внешняя политика государств, проводимая в отношении друг друга. Деструктивные последствия в политическом взаимодействии стран могут проявляться в экономической сфере вследствие введения санкций и разного рода дискриминационных ограничений. Такие последствия грозят снижением конкурентоспособности участников рынка. Так конце XX в. резко обострились долговые проблемы развивающихся государств, финансовые кризисы затронули

интересы иностранных инвесторов, при этом многие из них столкнулись с проблемой дискриминационного отношения со стороны национальных правительств, что ухудшило их конкурентные позиции на рынках данных стран. Дискриминационные меры, ставят одни предприятия в более выгодное положение по сравнению с другими, явно ущемляя положение отдельных предприятий на рынке, деформируя конкурентную среду и понижая конкурентоспособность подвергшихся дискриминации компаний. При этом дискриминационные меры нередко вводятся под лозунгом ограничительных мер для защиты национальных рынков.

Так к началу 2011 г. против российских товаров действовало 90 ограничительных мер, применяемые рядом стран для защиты внутреннего рынка. Ограничительные меры в отношении российских товаров применяли 22 государства мира: Австралия, Азербайджан, Аргентина, Белоруссия, Бразилия, Венесуэла, Индия, Казахстан, Канада, Китай, Мексика, Перу, Туркмения, Узбекистан, США, Таиланд, Турция, Украина, ЮАР, а также страны – члены ЕС-27 как единый таможенный союз. Максимальное количество ограничительных мер действовало в то время в ЕС, США, на Украине и в Белоруссии. Большая их часть (47 из 82) носила антидемпинговый характер, то есть была направлены против тех российских товаров, которые значительно дешевле конкурентов на внутреннем рынке того или иного государства [1].

Политику защиты своего национального производства от последствий глобального финансового экономического кризиса в 2009 г. проводили и торговые партнеры России, особенно страны Юго-Восточной Азии, применяя широкий спектр антикризисных мер, используя, в первую очередь меры селективной защиты. Так Китай инициировал два антидемпинговых расследования – в отношении российских полиамидов и трансформаторной стали. В Пакистане проводилось антидемпинговое расследование в отношении российского горячекатаного проката. Страны СНГ также активизировали применение мер по защите внутреннего рынка. Так, в Казахстане были начаты специальные защитные расследования в отношении ваты и некоторых видов изделий из стекла, дрожжей, кондитерских изделий, а также кровельных и облицовочных материалов. Киргизия начала специальные защитные расследования в отношении сахара и муки. Украина инициировала специальное защитное расследование в отношении жидкого хлора и листового стекла, а также пересмотр антидемпинговой пошлины в отношении древесноволокнистых плит. Армения ввела дифференцированные ставки акцизов на национальную и импортируемую алкогольную продукцию. В Узбекистане для российских экспортеров большой проблемой стали задержки административного характера с конвертацией национальной валюты в СКВ, а также дифференцированные ставки акцизов на широкую номенклатуру товаров. По состоянию на 1 мая 2010 г. Минэкономразвития России зафиксировано 93 ограничительных мер, применяемых иностранными

государствами для защиты своего внутреннего рынка, в том числе: 40 антидемпинговых мер, 8 специальных защитных мер, 45 мер нетарифного регулирования торговли, включая меры административного регулирования [1].

До вступления в ВТО Россия традиционно попадала в первую десятку стран, в отношении которых чаще всего инициировались антидемпинговые расследования странами-членами ВТО. Основными российскими товарами, в отношении которых наиболее активно использовались антидемпинговые меры, являются черные металлы и изделия из них. Второе место занимают минеральные удобрения и химическая продукция. Максимальное количество антидемпинговых мер против товаров российского происхождения действовало в ЕС (9), затем в США (6), Китае (6) и Мексике (4). На остальные страны - Австралия, Аргентина, Бразилия, Индонезия, Канада, Перу, Таиланд, Турция - приходилось по 1-3 меры [1].

Однако после вступления России в ВТО страна тем не менее не получила ощутимого улучшения экономических результатов. Импортные пошлины были понижены. Это привело к тому, что целый ряд товаров стало невыгодно производить в России. Это продукты сельского хозяйства, а главное – автопром. Так, таможенная пошлина на ввоз поддержанных автомобилей упала в 4 раза. По имеющимся оценкам, 900 млрд рублей за пять лет членства были утеряны, а к 2020 году сумма ущерба составит 12-14 трлн рублей [2].

В начале второго десятилетия XXI в. растущие политические и экономические противоречия между ведущими державами привели к еще большему усилению политических рисков, проявившихся в экономической сфере в виде новых санкций и дискриминационных ограничений, что существенно затруднило, а в ряде случаев сделало невозможным внешнеэкономическую деятельность компаний конкретных государств на рынках отдельных стран. Дискриминационные ограничения проявились в выборочных изменениях регулирующих норм, затрудняющие осуществление предпринимательской деятельности нерезидентов конкретных стран.

Кроме того, ряд событий (противостояние на Украине из-за Крыма, инцидент в Солсбери, вина за который была возложена на Россию) привели к усилению политического противостояния стран ЕС и США по отношению к России, что сопровождалось введением санкций, охватывающих широкий спектр взаимоотношений, со стороны первых и контрсанкций со стороны РФ.

К примеру, после обострения отношений между Россией и Украиной в 2014 г. и последующем введении антироссийских санкций, российские компании нуждались в новых поставщиках, так как многие из прежних иностранных компаний отказались с ними работать. К тому же российские компании были вынуждены искать новые материалы и оборудование не у иностранных поставщиков. В большинстве случаев эти материалы и оборудование были более низкого качества или по более высокой цене, что сказалось на покупательной способности населения и уровне его жизни.

Инвесторам становится невыгодно и небезопасно вкладывать деньги в экономику страны, подверженной политическому риску, что означает, что инвестиционная привлекательность страны снижается значительно. Это также означает, что национальные компании, не будут иметь достаточно средств и финансирования для развития и улучшения своего производства, поэтому для того чтобы «выжить», компании будут вынуждены прибегать к различным способам снижения затрат на производство продукции или оказания услуг, что значительно сказывается на качестве данной продукции и услуг. В свою очередь заемщики, ведущие свою предпринимательскую деятельность в таком государстве, находятся под угрозой неисполнения своих обязательств перед кредиторами. К тому же, банки в таком случае также находятся в не очень выгодном положении, поскольку возникает волатильности валютного курса, а должники могут не исполнить свои обязательства перед банком.

Все это означает, что компании, действующие на рынках стран с ярко выраженным политическим риском, становятся менее конкурентоспособными, нежели иностранные компании, а их внешнеэкономическая деятельность также находится под угрозой. Конечно же, в таком случае, иностранные организации, которые могут пользоваться услугами всех поставщиков и закупать оборудование и материалы по цене и по качеству, приемлемому для них, выигрывают, и находится в более выгодном положении.

К одним из самых сильных неблагоприятных политических инструментов воздействия на экономику страны и ослабления конкурентной силы ее предприятий на внешних рынках являются экономические санкции. Экономические санкции (включают торговые санкции и финансовые санкции) – экономические мероприятия запретительного характера, которые используются одним участником международной торговли (страной или группой стран) по отношению к другому участнику («объекту санкций») с целью принудить последнего к изменению политического курса. Санкции могут выражаться в полном или частичном запрете импорта из этих стран товаров, экспорта товаров в эти страны, а также в ограничении финансовых операций с данными странами, включая трансграничные расчеты и инвестиции. Цель экономических санкций – заставить правительство определенной страны или группы стран принять решения самого разного уровня значимости: от заключения отдельных договоров вплоть до существенного изменения государственного строя.

Говоря о санкциях и политических рисках, нельзя не упомянуть современную ситуацию, которая сложилась в отношениях России, США и стран Европы. Как было упомянуто ранее, политический риск – это вероятность возникновения потерь вследствие каких-либо политических решений. Введение санкций против России и являются такими негативными политическими решениями, обуславливая существенный политический риск, поскольку это действие привело к некоторым



экономическим, финансовым и даже политическим потерям со стороны Российской Федерации.

В 2014 г. ЕС и США приняли первые решения о введении антироссийских санкций. Они были введены после усиления конфликта на юго-востоке Украины и проведения референдума о статусе Крыма. Первоначально США и Евросоюз ввели персональные санкции против ряда политиков, запретив им въезд на свою территорию, затем список этих лиц, а также виды санкций и количество стран к ним присоединившихся, расширились. Россия ответила собственными продовольственными контрсанкциями.

США, ЕС и ряд других стран запретили поставки в Россию товаров военного и двойного назначения, любое сотрудничество своих компаний с предприятиями российского ОПК, поставки оборудования, необходимого для разработки нефтяных и газовых месторождений. В целях минимизации негативного эффекта от санкций в России был провозглашен курс на переориентацию части торговых и инвестиционных потоков с европейского на азиатское направление, импортозамещение и поддержку экспорта. В ответ на секторальные санкции западных стран Россия в августе 2014 г. ввела эмбарго на продовольственные товары из ЕС, США, Канады, Австралии и Норвегии.

Падение цен на нефть в сочетании с резким обесценением валюты усугубили структурные проблемы российской экономики, привели к снижению потребительского и инвестиционного спроса, в результате чего спрос и предложение товаров на внешнем рынке сократились. Так рост американского доллара к рублю с начала введения санкций (2014 г.) составил к 2019 г. 114,51%, а касательно евро его рост по отношению к российскому рублю составил 87,54%. Конфликт с Украиной, введение экономических санкций и встречных запретов привели к разрыву сложившихся между Россией и ее партнерами производственных цепочек и хозяйственных связей. Из-за тесной зависимости стран СНГ от экономики России, кризисные явления в российской экономике повлекли за собой снижение курсов национальных валют и производственный спад в странах содружества, который оказал негативное влияние на их внешнеторговый оборот.

Прогноз на 2019 г. в отношении секторальных санкций для России неблагоприятный. Так, внесенный на рассмотрение в Конгресс США законопроект «Акт о защите США от агрессии Кремля» (DASKA) предполагает целый ряд серьезных мер, направленных на дальнейшую изоляцию России и причинение значительного урона стабильности ее экономики:

– запрет для американских инвесторов совершать сделки, предоставлять финансирование или проводить другие операции с суверенными долговыми обязательствами РФ, выпущенными через 180 дней после вступления закона в силу;

- запрет на сделки со всеми активами в США отдельных российских финансовых институтов, включая Внешэкономбанк, Сбербанк, ВТБ, Газпромбанк, Банк Москвы, Россельхозбанк, Промсвязьбанк;
- запрет инвестиций в любой энергетический проект, контролируемый государственной компанией из России или компанией с большой долей государственного участия;
- запрет инвестиций в российский нефтяной сектор;
- запрет поставки товаров, технологий, услуг, необходимых для разработки новых месторождений нефти в России;
- возможность применения санкций к российским IT-компаниям, которые осуществляют «враждебные действия по отношению к США в киберпространстве»;
- возможность отнесения России к стране-спонсору терроризма [3].

В части цифрового блока санкций, предусмотренных DASKA, указано, что санкции позволяют применить наказание к любой российской IT-компании, которая осуществляет «враждебные действия по отношению к США в киберпространстве». Государственный департамент США утверждает, что Россия поддерживала применение химического оружия в Сирии. Это послужило основанием для применения новых санкций. Первый пакет ограничительных мер вступил в силу 27 августа 2018 г. Санкции предусматривают:

- запрет продажи РФ вооружения и любой оборонной продукции;
- прекращение выдачи лицензий на экспорт американского вооружения российским государственным компаниям;
- запрет на предоставление финансирования сделок по приобретению оружия РФ.

Ключевая особенность применения закона о контроле распространения химического оружия заключается в отсутствии экстерриториальности его действия и отсутствии вторичных санкций. Санкции США являются частью геополитической стратегии. Подобное понимание дает основания, чтобы прогнозировать интенсификацию санкционного давления со стороны США [3].

Санкции, введенные развитыми странами в отношении России, оказали статистически значимый негативный эффект на объемы двусторонней торговли с ними во всех секторах, за исключением российского экспорта сельскохозяйственных товаров. В наибольшей степени пострадал импорт продовольственной продукции из этих стран. Внешние шоки также повлияли на торговлю России с ее основными партнерами, входящими в Евразийский экономический союз, Беларуссией и Казахстаном и привели к значимому снижению российского экспорта промышленной продукции и импорта сырьевых товаров. Двусторонняя торговля России с прочими странами пострадала в значительно меньшей степени.

Вследствие санкций и введения запрета на инвестирование российских банков иностранными инвесторами, крупнейшие банки России оказались ограничены в привлечении внешних инвестиций. Вследствие санкций также пострадала нефтегазовая отрасль, так как прекратились поставки оборудования и технологий в страну для нефтедобычи.

Энергетический пакет санкций DASKA продолжает логику ранее введенных секторальных санкций в отношении нефтяного сектора РФ. Исполнение энергетического пакета DASKA делает невозможным реализацию проектов российских энергетических гигантов, таких как «Роснефть» или «Лукойл». Под секторальными санкциями находится уже и разведка глубоководных и шельфовых месторождений, а также сланцевой нефти. Секторальные санкции действуют по принципу сложного процента с накапливающимся эффектом. Начиная с 2020 г. негативные тенденции будут проявляться все более заметно и могут привести к снижению добычи нефти в России на 5% к 2025 г. и на 10% к 2030 г. от текущих уровней. Снижение добычи в таких размерах, конечно, не катастрофично для российской экономики, но достаточно чувствительно [3].

Кроме того, что санкции поддерживают слабый курс рубля и в целом препятствуют нормальному осуществлению деловой активности, Россия становится из-за санкций нежелательным контрагентом.

Последствия реализации политических рисков имеют достаточно широкий спектр и дальность действия, данный процесс также неблагоприятен для всех, кто оказался вокруг. Так ответные действия на санкционные режимы со стороны России затронули интересы иностранных компаний, желающих представить свою продукцию на российских рынках. В июле 2018 г. был издан указ президента РФ, который продлил запрет на импорт ряда товаров из США, Евросоюза, Норвегии, Австралии и Канады. Кроме того, в октябре 2018 года Путин подписал указ о применении специальных экономических мер в связи с недружественными действиями Украины в отношении граждан и юридических лиц РФ. Правительство ввело специальные экономические меры в отношении 322 украинских граждан и 68 компаний [3]. В основном, все эти случаи привели к увеличению издержек компаний и уменьшению прибыли. Для некоторых участников бизнеса результат оказался критичным: компании ушли с рынка или приостановили деятельность.

Для современной России политический риск имеет довольно негативные проявления. Введенные санкции против многих российских компаний и банков создают ограничение переводов капитала между Россией и другими странами, то есть создаёт трансфертный риск. Следует также отметить проявление риска, связанного с пограничным соседством недружественной страны. Так, политический конфликт с Украиной напрямую влияет на экономические взаимоотношения наших стран

(поставка газа, риск неоплаты обязательств Украины перед российскими кредиторами).

Все эти аспекты существенно сказываются на экономике России и деятельности компаний. Во-первых, происходит отток капитала из России. Крупные инвесторы вынуждены сократить размеры лимитов средств в России. Данные лимиты зависят от кредитных рейтингов страны. Согласно рейтингу Standart & Poor's за 2018 г. России присвоено значение ВВВ-. [4] По шкале данное значение не вполне благоприятное для оценки странового риска. К тому же эксперты дают негативные прогнозы относительно данного показателя в нашей стране по ряду причин:

- политические причины: конфликт с Украиной, похолодание в отношениях России со странами Запада;
- экономические санкции в отношении России ослабляют экономику страны, осложнение экономических отношений России с Европой и США;
- высокая по сравнению с западными странами инфляция в России;
- девальвация рубля;
- последствия экономического кризиса 2014 г.

Со снижением кредитного рейтинга России инвесторы вынуждены уменьшить вес инвестиций в активы российских компаний в своем портфеле. Во вторых, происходит увеличение стоимости заимствований и долг для России обходится дороже. Также снижаются кредитные рейтинги для крупных российских компаний и смещаются интересы инвесторов в сторону активов с высоким качеством. Доступ к финансированию становится ограниченным и зарубежные банки приостанавливают действие синдицированных кредитов и кредитных линий. Наконец, многие инвесторы решают покинуть рынок и уйти на другие более перспективные.

Политический риск является одним из внешних факторов, который оказывает непосредственное влияние на деятельность фирм, их конкурентную позицию и их способность соответствовать конъюнктуре рынка.

В современном мире стала обычной практика, когда изменение торгового режима и таможенной политики ставятся в зависимость от политических решений правительств разных стран. В итоге политические взаимоотношения между государствами оказывают воздействие на частный бизнес нерезидента, создавая лучшие условия для одних (в виде разного рода привилегий и льгот) и тормозя или запрещая аналогичный бизнес предпринимателей-нерезидентов других стран, в отношении с которыми наблюдается политическая напряженность. Подобное неравное отношение к компаниям-представителям разных стран обусловленное спецификой международной политики создает несправедливые конкурентные преимущества отдельным игрокам перед другими.

**Список литературы**

1. Проблема дискриминации российских товаров на зарубежных рынках // URL: [https://knowledge.allbest.ru/economy/2c0a65635a3ad78a5c53b8952126c37\\_0.html](https://knowledge.allbest.ru/economy/2c0a65635a3ad78a5c53b8952126c37_0.html)
2. Когда Россия вступила в ВТО: плюсы и минусы // URL: <https://businessman.ru/kogda-rossiya-vstupila-v-vto-plyusyi-i-minusyi.html>.
3. Санкции: итоги 2018 года и прогноз на 2019 год // URL: <https://pravo.ru/opinion/207892>.
4. S&P Global Ratings – Sovereign Country Indicators Estimates // URL: <https://www.spratings.com/sri>.

---

*Ijnova V.V.*

**POLITICAL RISK UNDER THE CONDITIONS OF INTERNATIONAL COMPETITION**

**Abstract.** *Companies that develop business abroad have to face country-related risks. In the structure of such risks, it is the political risks that have the especially great influence upon the external economic activity of a company. The political relations between countries affect the private business of the company concerned by creating relatively unfavorable conditions for companies that represent the countries with which the host country has strained political relations. Such unequal treatment of companies representing different countries gives some players the unjust advantage over the others in the market.*

**Key words:** *political risk, country risk, external-economic operations, competitiveness, international competition, economic sanctions, foreign trade, external economic activities, competitive advantages.*

---

УДК 330.322 (470+571)

**ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПРОЦЕССА  
ИНВЕСТИРОВАНИЯ В РФ****Кузнецова Е.Л.***кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры теоретической экономики, Кубанский государственный университет***Брагина М.В.***бакалавр Высшей школы технологий управления бизнесом Института промышленного менеджмента, экономики и торговли, Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого***Геворкян С.М.***кандидат экономических наук, доцент кафедры теоретической экономики, Кубанский государственный университет*

**Аннотация:** в статье рассмотрены вопросы институционального оформления процесса инвестирования в российской экономике; оказана роль и функциональное содержание основных институциональных единиц государственного и негосударственного статуса, отвечающих за привлечение инвестиций.

**Ключевые слова:** экономические институты; инвестиции; инвестиционная среда; инвестиционный климат; инвестиционные риски.

Все национальные экономики мира нуждаются в инвестировании, стремятся быть инвестиционно-привлекательными, а более развитые сами готовы выступать в роли инвесторов. Российская Федерация, не так давно вступившая на путь рыночных преобразований, не исключение. Безусловно, зарубежные инвестиции играют большую роль в развитии экономики нашего государства. Этим определяется необходимость институционального оформления данного экономического процесса.

Как известно, экономический институт представляет собой совокупность сложившихся устойчивых форм определенных экономических отношений, норм, правил, законов, а также организаций и фирм, регулирующих деятельность субъектов экономики. Кроме этого, действие экономических, политических и социальных институтов может определенным образом влиять на ход экономического развития, ускоряя или замедляя его. Экономические институты создают некое пространственное оформление экономики, определяя его фундаментальные, базовые признаки и черты. Наличие институтов формирует в экономическом пространстве институциональную среду, способствующую полной реализации потребностей субъектов экономики, достижения ими поставленных целей, применению ими определенных механизмов и инструментов для продвижения к цели и т.д. В данном случае, речь идет об институте инвестиций в рыночной экономике, а также институте привлечения иностранных инвестиций.

В современных условиях понятия зарубежного инвестирования в нашей стране стали рассматриваться намного шире, чем это было во времена существования плановой экономики. В первую очередь это связано с тем, что появилось больше возможностей для получения и передачи инвестиций, стало возможным существование большого количества частных предприятий, открытие фирм, желающих получать инвестиции, в свою очередь, появилось много лиц, имеющих возможности для инвестирования. Также сильное влияние на процесс развития институциональной среды инвестиционной сферы оказало развитие гражданского права, регулирующего рыночные и входящие в них инвестиционные отношения. В конце 90-х гг XX в. российским государством были четко определены необходимые условия для развития гражданско-правовых отношений, способствующих реализации прямых и портфельных инвестиций в нашей стране и за ее пределами.

Действительно, в Российской Федерации выстроена правовая база, регулирующая отношения в сфере инвестиций. Таким образом, в соответствии с ФЗ № 39-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений», принятым 25.02.1999 г., инвестициями считаются «денежные средства, ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права, иные права, имеющие денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской и (или) иной деятельности в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта» [1].

В статье 5 данного Закона указывается, что он регулирует отношения, связанные с инвестиционной деятельностью, осуществляемой в форме капитальных вложений иностранными инвесторами на территории Российской Федерации.

В основных понятиях, определяемых данным законодательным актом, под «капитальными вложениями» понимается конкретный вид инвестиций – инвестиции в основной капитал (основные средства), в том числе затраты на новое строительство, расширение, реконструкцию и техническое перевооружение действующих предприятий, приобретение машин, оборудования, инструмента, проектно-изыскательские работы и другие затраты. Можно заметить, что данным законом регулируются преимущественно прямые зарубежные инвестиции. Динамику прямых инвестиций в РФ иллюстрирует таблица 1.

*Таблица 1*

**Динамика прямых инвестиций в РФ\* (сальдо операций платежного баланса Российской Федерации; миллионов долларов США) [7, 13]**

Вид инвестиций	2010	2011	2011	2013	2014	2015	2016
Прямые инвестиции	9448	11767	-1766	17288	5051	15232	-10225
За границу	52616	66851	48822	86507	57082	22085	22314
В Россию	43168	55084	50588	69219	22031	6853	32539

\*По данным Банка России. Данные представлены в соответствии с принципом активов/ пассивов.

Знак «-» означает снижение.

Также в ФЗ №160-ФЗ (ред. от 01.05.2017) «Об иностранных инвестициях в Российской Федерации», принятом 09.07.1999, определяются основные гарантии прав именно иностранных инвесторов на инвестиции и получаемые от них доходы и прибыль, условия предпринимательской деятельности иностранных инвесторов на территории Российской Федерации.

В статье 5 данного законодательного акта прописано, что «иностранному инвестору на территории Российской Федерации предоставляется полная и безусловная защита прав и интересов, которая обеспечивается настоящим Федеральным законом, другими федеральными законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации, а также международными договорами Российской Федерации. Иностранному инвестору имеет право на возмещение убытков, причиненных ему в результате незаконных действий (бездействия) государственных органов, органов местного самоуправления или должностных лиц этих органов, в соответствии с гражданским законодательством Российской Федерации» [2].

В РФ, помимо законодательных актов, направленных на регулирование инвестиционных отношений, также создано несколько специальных организаций, занимающихся вопросами данной сферы.

*Российское Инвестиционное Агентство «Инвестируйте в Россию» (РИА) и его вклад в инвестиционное пространство России.*

Данное агентство образовано сравнительно недавно, 20 декабря 2013 г., в сотрудничестве с World Association of Investment Promotion Agencies (WAIPA) – Всемирной ассоциацией инвестиционных агентств.

Оно является некоммерческой неправительственной организацией, основная цель деятельности которой состоит в привлечении прямых иностранных инвестиций в экономику Российской Федерации.

Как заявляет сама организация, в работе они руководствуются принципом: Россия всегда будет открытой для привлечения зарубежных инвестиций, сотрудничества и реализации совместных проектов с представителями всех стран мира.

Основные функции организации, заявленные в официальных документах, регламентирующих деятельность РИА, следующие:

1 Организация является источником информации об инвестиционном потенциале российских регионов, их потребностях в инвестициях, новых инвестиционных возможностях.

2 Организация является инструментом создания условий для входа иностранных компаний на российский рынок, лоббирование интересов иностранных инвесторов в рамках российского законодательства, разрешение спорных ситуаций в процессе реализации инвестиционного проекта [3].



В 2014 г. РИА стало полноправным членом WAIPA в качестве официального представителя Российской Федерации, приняло на себя обязательства использовать международные стандарты и обычаи деловой практики в области привлечения прямых иностранных инвестиций.

Для реализации своей главной задачи РИА взаимодействует с государственной властью на всех её уровнях: как с администрацией Президента РФ и Правительством РФ, так и с представителями органов законодательной и исполнительной власти на уровне субъектов Российской Федерации (регионов) и муниципальных образований (городов, районов, поселков).

В своей деятельности Агентство использует развитую инфраструктуру по привлечению инвестиций, созданную российскими регионами. Агентство стало инициатором создания Ассоциации региональных инвестиционных агентств (Regions-Russia Association), объединившей региональные агентства по привлечению инвестиций и корпораций развития.

РИА ведет активную работу в качестве площадки взаимодействия представителей российских деловых кругов и органов государственной власти регионов России с международным инвестиционным сообществом.

Мероприятия, проведенные РИА, стали местом встречи представителей российских регионов с инвесторами из Китая, Южной Кореи, Сингапура, Японии, Индии, Турции, Объединённых Арабских Эмиратов (ОАЭ), Катара, Кувейта, Бахрейна, Ирана, Италии, Франции, Бразилии, Мексики и других стран. Агентство на регулярной основе принимает делегации иностранных государств на уровне министров, послов, глав крупнейших корпораций, фондов, банков и других финансовых организаций [3].

Благодаря РИА, действительно, становятся возможными зарубежные инвестиции в те отрасли российской промышленности, а также в отдельные территории нашей страны и в отдельные предприятия, о которых не имелось необходимой информации ранее и которые, до начала существования данной организации, не обладали должным уровнем инвестиционной привлекательности. Агентство выступает своего рода посредником между теми, кто хочет вкладывать, и теми, кому действительно необходимы вложения извне.

Роль посредничества РИА заключается в том, чтобы осуществлять содействие в сфере разработки проектов подготовки инвестиционных площадок, поиска инвесторов, защите интересов регионов в области инвестиций в федеральных органах исполнительной власти, создании совместных с регионами и инвесторами предприятий [3].

Также агентством осуществляется большое количество таких услуг как: услуги по поиску инвестиционных идей и разработке проектов, по маркетингу и анализу рынка, по построению финансовой модели (финансового плану), по правовому

аудиту инвестиционного проекта (Due Diligence), по сопровождению сделок, по слиянию и поглощению (M&A), а также многие другие. В данном случае РИА можно назвать многопрофильным консультантом по вопросам правильного построения бизнес-стратегии и повышению уровня инвестиционной привлекательности проектов.

По сути, РИА оказывает глобальную функцию поддержки отечественных предприятий, помогая крупнейшим компаниям оставаться конкурентноспособными и тем самым формировать положительный имидж нашей страны за рубежом, а начинающим игрокам предоставляет серьезное содействие по становлению на рынке.

За последнее время данным агентством были осуществлены масштабные мероприятия, укрепляющие инвестиционную привлекательность России и ее регионов. Подписано соглашение о сотрудничестве между Правительством Московской области и РИА, которое предусматривает сотрудничество при подготовке инвестиционных проектов на территории Московской области, в привлечении российских и международных инвесторов для реализации инвестиционных проектов на территории региона, а также проведения комплекса мероприятий по презентации инвестиционных возможностей Подмоскovieя.

Однако, процесс инвестирования неоднозначен. Проанализируем ситуацию в г. Москва и Московской области на основе заявления, сделанного мэром г. Москвы С. Собяниным. Он заявил, что основная масса зарубежных инвестиций приходит в г. Москву из оффшоров, «в основном (инвестируют) московские предприятия, достаточно большой объем из оффшоров – Кипрского, Люксембургского, но предполагаем, что это наш же российский капитал, который проходит через оффшоры и возвращается в Москву». По его словам, сказать точно, какие компании среди тех, что работают через оффшоры, российские, а какие – иностранные, сложно. «Основная масса инвестиций – это оффшоры, среди которых перемешаны российские и иностранные компании, и выделить из них тех или других достаточно сложно», – добавил С. Собянин. По словам мэра, в столице даже в кризисное время не сокращался объем инвестиций. За последние годы он составил 1,7 трлн рублей. По прогнозам властей, объем инвестиций в столице будет только нарастать [4].

Другим не менее важным институтом содействия инвестиционным процессам в РФ является *Российский Фонд Прямых Инвестиций (РФПИ)*.

В России существуют 2-а суверенных инвестиционных фонда: Фонд Национального Благосостояния (ФНБ) и РФПИ. Причем с 2018 г. главной функцией ФНБ является накопление денежных средств. А РФПИ создавали с целью привлечения денежных средств в национальную экономику.

РФПИ – суверенный инвестиционный фонд Российской Федерации с зарезервированным капиталом 10 млрд долл. под управлением. РФПИ осуществляет

прямые инвестиции в лидирующие и перспективные российские компании совместно с ведущими инвесторами мира.

Фонд создан в 2011 г. по инициативе Президента и Председателя Правительства Российской Федерации. Во всех сделках РФПИ выступает соинвестором вместе с крупнейшими международными инвесторами, играя роль катализатора в привлечении прямых инвестиций в Россию.

Российский фонд прямых инвестиций инвестировал более 1,4 трлн рублей, из них более 100 млрд рублей – средства РФПИ и более 1,3 трлн рублей – средства партнеров.

РФПИ также привлек более 40 млрд долл. иностранного капитала в российскую экономику, выстроив ряд долгосрочных стратегических партнерств. В проектах, реализуемых фондом и партнерами, более 90% – это прямые инвестиции, более 60% – это инвестиции в технологии [5].

Как отмечает руководство фонда, ближайшие 5-7 лет в экономику России будет привлечено около 40 млрд долл. прямых иностранных инвестиций. Однако, столь внушительная сумма инвестиций не должна казаться невероятным достижением, так как для потенциала российской экономики и масштаба национальной ресурсной базы эти средства не столь велики, особенно в сравнении с другими странами: в США ежегодно приходит около 380 млрд долл. иностранных инвестиций, Гонконг получает около 160 млрд долл., Китай – 130 млрд. долл. Во многом это происходит потому, что в этих странах созданы условия для роста этих инвестиций, продумана защита интересов инвесторов, законодательно зафиксированы и работают базовые принципы защиты частной собственности [8].

Руководство РФПИ отмечает, что на сегодняшний день интерес к российской экономике проявили около 20-ти компаний и инвестиционных фондов Китая, Южной Кореи, Катара, Саудовской Аравии пр. Одним из приоритетных направлений всех вложений выступит транспортная инфраструктура, а именно, железнодорожные вокзалы, автодороги, аэропорты, речные и морские порты. Очень важно, что 25% всех привлеченных денежных средств будет направлено на усовершенствование технологий. Предполагается также направить основную массу инвестиций в региональные проекты.

Привлекательность транспортной инфраструктуры определяется тем, что инвестору гарантируется возврат инвестиций и определенная доходность от вложенных средств. Однако, если проекты окажутся долгосрочными, то это может вызвать некоторую осторожность у иностранных инвесторов, т.к. они теряют уверенность в перспективах своих вложений из-за изменчивой геополитической ситуации и постоянного риска их усиления. По оценкам экспертов, привлечь инвесторов в российские инфраструктурные проекты возможно только при условии их высокой доходности (около 15% годовых). Другой не менее важной проблемой

становится срок окупаемости проектов. Зарубежные инвесторы рассматривают вложения на 3-5 лет с прописанной в договоре возможностью выхода, а средний срок реализации проектов РФПИ составляет 5-7 лет, в инфраструктурных объектах он может составить 10-15 лет.

Российское правительство ставит перед собой стратегическую задачу повысить долю иностранных инвестиций в российскую экономику до 25% от ВВП до 2024 г. По оценке Минэкономразвития, в 2017 г. этот показатель составил 17,3%, а для увеличения доли капиталовложений необходимо ежегодное ускорение темпов роста инвестиций с 4% до 6-8% [6].

Гигантские резервы экономического развития России, несомненно, связаны с региональными хозяйственными комплексами и теми ресурсными возможностями, которые они в себе заключают. Но для раскрытия этого потенциала, как правило, катастрофически не хватает финансовых средств бизнеса и региональных бюджетов. Для решения подобных задач совместными усилиями РФПИ и Агентства Стратегических Инициатив (АСИ) создается проект, который также отвечает признакам институционального субъекта, целью которого выступает повышение инвестиционной привлекательности регионов России. Данная инициатива оформлена как проектный офис по привлечению иностранных инвестиций в субъекты Российской Федерации.

Привлечение иностранных инвестиций – процесс, который в значительной степени зависит от готовности руководства региона создавать определенные условия для инвестора, а это, прежде всего, логистика, спрос и конкурентная среда, упрощенная процедура оформления необходимых документов, минимизация дополнительных административных барьеров и др. В целом комплекс этих условий носит системный характер, решение одного из них автоматически актуализирует другой. Для достижения определенной оптимизации данного процесса необходимо взаимодействие всех 3-х уровней власти, естественных монополий и самого предпринимателя или инвестора. Несомненно, вопросы привлечения инвестиций в регионы, создание институциональной среды для инвестиционной привлекательности территории – это прерогатива органов власти субъекта. Но в этой работе непосредственное участие предпринимательского сообщества способно показать преимущества частно-государственного партнерства в действии и реализовать его возможности. В такой системе координат бизнес может быть услышан и может влиять на характер принимаемых властью экономических решений.

В этом направлении и предполагается осуществлять работу проектного офиса. Для большинства предпринимателей (инвесторов) сложности входа на рынок региона связаны с 3-мя вопросами: 1) каковы условия подключения к энергосистемам региона; 2) как легко получить разрешение на строительство в

регионе; 3) какие проблемы могут возникнуть с лицензированием предполагаемой деятельности.

Многие регионы России продуманно работают над привлечением иностранных инвестиций, например, Татарстан перешел полностью на систему электронного документооборота (кстати, данную систему также можно позиционировать как институт современной хозяйственной системы, отвечающий требованиям информационных технологий); Тюменская область; Владимирская область и др. Субъекты начинают конкурировать между собой за инвестора, а, как известно, конкурентная среда способствует развитию рыночных отношений. Если привлекать инвестора налоговыми льготами, то данный шаг мало чем отличается по регионам. Следовательно, хозяйственный блок в руководстве территории вынужден учитывать изменения условий экономической действительности, которые носят объективный характер. И здесь речь идет, прежде всего, о рациональном размещении производительных сил, об учете преимуществ специализации и кооперации, о необходимости стратегического планирования.

С позиции организации процесса взаимодействия региональной власти и бизнеса, который хотят привлечь как инвестора, следует исходить из ряда основных характеристик:

- точно сфокусированный перечень мер поддержки бизнеса, который согласован с местным сообществом предпринимателей: что необходимо; какая помощь и в каких видах деятельности или отраслях; меры поддержки таких предприятий;

- всестороннее продвижение конкретных мер поддержки инвесторов: каждое предприятие должно знать, куда ему необходимо обратиться, какие меры поддержки оно получит; открытая публичная информация и прямой доступ к ней; какие необходимы документы предоставлять и какая помощь от власти будет обеспечена, все это представляет собой слаженную работу МФЦ для бизнеса;

- информационно-консультационные услуги для бизнеса со стороны власти могут быть представлены пакетом документации, сопровождающей тот или иной проект;

- открытая процедура отбора инвестиционных проектов, когда предпринимательской среде, институтам развития и международному инвестиционному сообществу понятно: а) почему проект получил государственную поддержку; б) что он, действительно, принесет для региона пользу; в) это решение принято, в том числе и с участием предпринимателя.

Следовательно, предприниматели смогут получить консультационную, административную, организационную и информационную поддержку своих инвестиционных проектов на стадии их практической реализации. Всесторонняя поддержка нового производства и новых рабочих мест через мультипликативный

эффект принесет дополнительные налоговые поступления в региональный бюджет и значительно расширит фискальную базу.

Одним из приоритетных направлений работы проектного офиса станет работа по привлечению новых иностранных инвесторов, которые только пытаются выходить на российский рынок или еще окончательно не приняли решение об инвестициях в Россию. «Это стратегическое направление было неоправданно недооценено – многие институты развития, особенно в регионах, выстроили прекрасную работу с инвесторами, но, по сути, они обрабатывают «входящий поток». А цель нашего проекта – расширять и наращивать этот поток. И в этом отношении мы собираемся опираться на международную экспертизу РФПИ», – считает руководство АСИ [9].

Можно сделать следующие выводы.

Во-первых, большую инвестиционную привлекательность в нашей стране имеют крупнейшие мегаполисы Москва и Санкт-Петербург, а также области к ним прилегающие. Это же находит свое подтверждение в данных рейтинга инвестиционной привлекательности регионов России Национального Рейтингового Агентства (НРА) по тенденциям итогов 2017 и 2018 гг.

Во-вторых, путем оффшорной инвестиционной деятельности компании лишают бюджет нашей страны тех налоговых сборов, которые могли бы идти от их деятельности на территорию России и способствовали ее развитию.

В-третьих, они также оставляют нашу экономику без финансирования, по сути, «вливая» эти средства в экономики других стран, способствуя либо их развитию, либо «отмывая» теневые капиталы сомнительного происхождения, либо преследуя цели собственного обогащения.

Таким образом, наше государство значительно заинтересовано в участии в мировых инвестиционных сделках и обладает определенным уровнем вовлеченности в них. Одним из важнейших условий включения России в общемировые тенденции экономического развития, с одной стороны, и нестабильной геополитической обстановкой с ее рисками и вызовами, с другой стороны, является своевременная и стратегически выверенная государственная и региональная политика, направленная на формирование и развитие институциональной среды инвестиционного процесса.

#### *Список литературы*

1. Федеральный закон от 03.07.2016 № 39-ФЗ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» // URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=201049&dst=0&profile=0&mb=LAW&div=LAW&BASENODE=&SORTTYPE=0&rnd=261745.2700010857&ts=10703386909063174155301812&SEARCHPLUS=%D4%C7%20%B939-%D4%C7%20&SRD=true#0>.
2. Федеральный закон 01.05.2017 № 160-ФЗ «Об иностранных инвестициях в Российской Федерации» // URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=216147&dst=0&p>

rofile=0&mb=LAW&div=LAW&BASENODE=&SORTTYPE=0&rnd=261745.2419312619&ts=102822786102493410375003775&SEARCHPLUS=%E7%E0%EA%EE%ED%20%EE%E1%20%E8%ED%EE%F1%F2%F0%E0%ED%ED%FB%F5%20%E8%ED%E2%E5%F1%F2%E8%F6%E8%FF%F5&SRD=true#0.

3. Официальный сайт Российского Инвестиционного Агентства // URL: <https://investment-in-russia.com/site/page?view=OB-AGENTSTVE>.
4. Собянин С. Основная масса зарубежных инвестиций приходит в Москву из оффшоров // URL: <http://tass.ru/ekonomika/4254554>.
5. 5 Официальный сайт Российского Фонда Прямых Инвестиций // URL: <https://rdif.ru/About/>.
6. Гринкевич Д. Наперекор санкциям: иностранцы вложат в экономику России \$40 млрд // URL: <https://iz.ru/798842/dmitrii-grinkevich/naperekor-sanktciiam-inostrantcy-vlozhat-v-ekonomiku-rossii-40-mlrd>.
7. Инвестиции в России. 2017: Стат.сб. - М., / Росстат. 2017. – 188 с.
8. Королева А. Во что заходят иностранные инвесторы в России? //«Expert Online». 2017 // URL: <http://expert.ru/2017/12/28/vo-chto-zahodyat-inostrannyie-investoryi-v-rossii/>
9. РФПИ и АСИ откроют проектный офис для привлечения иностранных инвестиций в регионы России // URL: <https://asi.ru/news/95222/>.

---

*Kuznetsova E.L., Bragina M.V., Gevorkyan S.M.*

## INSTITUTIONAL COMPONENT OF THE INVESTMENT PROCESS IN THE RUSSIAN FEDERATION

*Abstract: the article deals with the issues of institutional design of the investment process in the Russian economy; the role and functional content of the main institutional units of state and non-state status responsible for attracting investment.*

*Key words: economic institutions; investments; investment environment; investment climate; investment risks.*

---

УДК 334.723.4

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ  
СУБЪЕКТОВ ЧАСТНО-ГОСУДАРСТВЕННОГО  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ И  
РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ****Сорокина Г.А.**

*доктор педагогических наук, профессор, первый проректор  
ГОУ ВПО Луганской Народной Республики «Луганский национальный  
университет имени Тараса Шевченко», член-корреспондент Международной  
академии наук педагогического образования*

**Денисенко И.А.**

*кандидат экономических наук, доцент, директор института экономики и  
бизнеса, и.о. заведующего кафедрой маркетинга ГОУ ВПО Луганской  
Народной Республики «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»*

**Аннотация:** в статье рассмотрены вопросы институционального оформления процесса инвестирования в российской экономике; оказана роль и функциональное содержание основных институциональных единиц государственного и негосударственного статуса, отвечающих за привлечение инвестиций.

**Ключевые слова:** экономические институты; инвестиции; инвестиционная среда; инвестиционный климат; инвестиционные риски.

Эффективным механизмом достижения стратегических целей социально-экономического развития, особенно при формировании и реконструкции объектов инфраструктуры, является использование принципов государственно-частного партнёрства. Данная концепция неоднократно заявлялась в рамках Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 г.

В мировой практике различные схемы государственно-частного партнёрства, давно и достаточно активно используемые при строительстве и реконструкции объектов инфраструктуры. Основным преимуществом государственно-частного партнёрства является то, что в условиях ограниченных бюджетных средств такое партнёрство помогает успешно реализовывать важные социально значимые проекты, привлекая ресурсы, знания и опыт частного сектора. В широком понимании концепция обеспечивает взаимовыгодное взаимодействие органов государственной власти и частного бизнеса в экономической деятельности, в том числе решение социально значимых общественных задач и в то же время позволяет получать доход для частного бизнеса. В узком смысле государственно-частное партнёрство представляется как некое специфическое взаимодействие между



бизнесом и государством, которое, как выясняется, находится в определенной форме. С этой позиции существует множество уникальных авторских определений.

В зарубежных источниках такие интерпретации государственно-частного партнёрства можно найти: по словам Дж. Розенау, «государственно-частное партнёрство возникло как легальная форма сотрудничества, которая может устранить провалы как рынка, так и государства, и объединить лучшие качества обеих сторон в такой ситуации. Способ получения синергетического положительного эффекта». Несмотря на индивидуальность представленных определений, сущность государственно-частного партнёрства воспринимается учеными практически одинаково: сводится к договорному взаимодействию, при котором уполномоченные государственные органы делегируют реализацию социально значимых социально-экономических проектов эффективному инвестору. В проекте Федерального закона о государственно-частном партнёрстве государственно-частное партнерство в этом законе означает Взаимодействие государственного партнера, с одной стороны, и частного партнера, с другой стороны, осуществляется на основе соглашения о государственно-частном партнерстве, заключенного в результате конкурентных процедур, направленных на повышение качества и доступности оказания услуг населению, а также при привлечении частных инвестиций в экономику, в соответствии с которыми частный партнер и государственный партнер принимают на себя обязательства, предусмотренные Федеральным законом.

Широкое распространение в мире механизмов и форм государственно-частного партнерства вызвало к нему внимание со стороны международных институтов. Таким образом, в интерпретации Всемирного банка государственно-частное партнёрство – это соглашения между государственным и частным секторами, заключенные в среднесрочной и долгосрочной перспективе, в результате чего некоторые услуги, которые подпадают под ответственность государственного сектора, делегируются частному сектору с четким соглашением об обязательствах по их осуществлению. Подчеркивается, что государственно-частное партнёрство не включает так называемые сервисные контракты или контракты на строительство под ключ, которые относятся к категории государственных закупок или являются обычной приватизацией коммунальных услуг.

Европейская экономическая комиссия ООН считает, что государственно-частное партнёрство является результатом возросшего интереса государства к частным предприятиям с точки зрения использования их потенциала для финансирования, создания и реализации специальных проектов, направленных на развитие инфраструктуры. В публикации рейтингового агентства StandardandPoor'sPPP – это любое среднесрочное или долгосрочное соглашение между частным и государственным секторами, основанное на распределении рисков и доходов, а также на объединении ресурсов и компетенций. Согласно определению Европейского

инвестиционного банка, государственно-частное партнёрство является общим термином для отношений между деловым сектором и субъектами государственного сектора с целью привлечения ресурсов и людских ресурсов частного сектора для оказания помощи в производстве общественных товаров и услуг.

Анализируя литературные источники, приходим к выводу, что в настоящее время в РФ не существует четкого определения на законодательном уровне государственно-частного партнёрства, в связи с тем, что отсутствует единая нормативно-правовая база для полной реализации государственно-частного партнёрства, а именно закон «О государственно-частном партнёрстве». Существующее правовое регулирование государственно-частного партнёрства в России приведено в таблице 1, являющееся правовой базой для реализации главных форм государственно-частного партнёрства.

Объективно государственно-частное партнерство проходит процесс формирования в двух случаях. Основная особенность государственно-частного партнёрства первого типа это привлечение государством частного бизнеса в качестве инвестора с целью реализации социально значимых проектов для государства [9]. Такое взаимодействие позволяет более эффективно использовать общественные ресурсы. Второй тип государственно-частного партнёрства включает государственную поддержку частного бизнеса в форме софинансирования строительства инженерной и транспортной инфраструктуры, привлечения бюджетных средств в уставный капитал совместных предприятий, предоставления государственных гарантий, налоговых льгот и преференций и т. д.

Наиболее распространенные механизмы государственно-частного партнёрства находятся в так называемых секторах общественных услуг (в частности, в секторах инфраструктуры: электричество, газ и водоснабжение, строительство дорог и железных дорог, деятельность портов и аэропортов, магистральный трубопроводный транспорт, коммунальные услуги). На протяжении многих лет в этих областях накапливался успешный опыт передачи государством определенных полномочий частным компаниям [6].

В государственной собственности находится ряд социально значимых отраслей, которые должны обеспечивать бесперебойную работу. Однако ценными качествами частного предпринимательства являются: склонность к инновациям, мобильность, заинтересованность в конечных результатах, высокая эффективность [3]. Государственно-частное партнёрство помогает воссоединить преимущества обоих типов собственности, чтобы улучшить качество государственных услуг. Таким образом, сохраняя жизненно важные объекты в государственной собственности, государство имеет возможность передавать часть полномочий частного сектора, таких как строительство, эксплуатация и управление этими объектами, в рамках государственно-частного партнёрства. Развитие частного сектора в социально

значимые объекты способствует их эффективному функционированию и рациональному использованию государственных ресурсов.

Необходимость использования механизмов государственно-частного партнерства продиктована следующим: во-первых, для развития инфраструктуры требуется значительное развитие инфраструктуры, а бюджетные возможности ограничены, во-вторых, особенности бюджетного планирования и расходов не позволяют долго – срок инвестиции с должной эффективностью. Поэтому существует потребность в государственных частных инвестициях, в которых появляются новые источники и инструменты проектного финансирования [4].

«Государственно-частное партнёрство, с другой стороны, является реальной альтернативой прямому банковскому кредитованию инвестиционных проектов, гораздо более эффективному». Поскольку у него есть предпосылки для формирования большего интереса у всех его участников. Основные преимущества взаимодействия основных участников или бенефициары проекта, использующие механизмы государственно-частного партнерства, представлены в таблице 1.

**Таблица 1**

**Заинтересованность основных участников в реализации проекта по принципам государственно-частного партнёрства [2]**

Участники и бенефициары государственно-частного партнёрства	Преимущества государственно-частного партнёрства
Государство	Решение социальных проблем. Увеличение налоговых поступлений. Экономия бюджета.
Частный инвестор	Безопасность гарантированный рентабельность инвестиций. Разделение риска Налаживание взаимовыгодного сотрудничества с государством. Новые перспективы роста бизнеса.
Банковский сектор	Увеличены гарантии возврата ссудного капитала. Возможность участия в проекте в составе потенциальных владельцев.
Сопутствующее производство	Эффект интеграции: появление новых заказов, возможность сотрудничества и аутсорсинга.
Население	Расширение доступа к социальной и инженерно-транспортной инфраструктуре. Появление рабочих мест. Возможности для профессионального роста и высокой заработной платы.

Государственные и частные партнеры воспринимают само соглашение о государственно-частном партнёрстве по-разному [7]. Для государства институт государственно-частного партнёрства необходим в связи с тем, что только бюджетные возможности несопоставимы с необходимостью финансирования развития общественной инфраструктуры. А участие частного сектора в ранее исключительно государственных отраслях промышленности – это появление долгосрочных крупных рынков, привлекательных для бизнеса [5].

Анализ лучших мировых и российских практик реализации проектов государственно-частного партнёрства дает представление о следующих преимуществах привлечения частного бизнеса в проект для государства:

1. Ускорение реализации государственных целей и задач за счет привлечения большего числа новых участников со своими собственными финансовыми, трудовыми, материально-техническими и интеллектуальными ресурсами к запланированным проектам.

2. Возможности для построения комплексных программ управления внедрением наборов проектов, принимая во внимание межотраслевой и территориальный баланс.

3. Внедрение передового опыта, а также инноваций большинства профессиональных участников рынка.

4. Активизация предпринимательства и повышение инвестиционного климата территории реализации успешных государственно-частных партнерств.

5. Рациональное использования государственных ресурсов: финансовые, трудовые, территориальные.

6. Мультипликативный эффект: развитие смежных отраслей, обеспечение экономического роста и социальной стабильности.

Интерес частного бизнеса к государственно-частному партнёрству также очень многогранен и имеет следующие основные причины:

1. Возможность получения прибыли с определенными гарантиями.

2. Получение разнообразной поддержки со стороны государства (налоговые преференции, помощь в соединении инженерной и транспортной инфраструктуры, получение разрешений и т. д.). Помимо прочего, может влиять на макроэкономические условия.

3. Возможности для долгосрочных инвестиций, обеспечивающие тем самым гарантированное использование мощностей при государственном заказе.

4. Получение различных видов косвенных выгод от партнерства: укрепление бренда, имидж надежного партнера, получение защиты от враждебных поглощений, возможность создания барьеров для потенциальных конкурентов и т.д.

5. Перспективы долгосрочного сотрудничества, есть возможность подать заявку на новые проекты.

Проекты государственно-частного партнёрства, как правило, имеют сложную структуру и объединяют конгломерат различных интересов и полномочий партнеров. С одной стороны, государство, как один из партнеров, руководствуется реализацией социально значимых функций, не забывая о необходимости бюджетной и экономической эффективности, а в соглашении закреплено его право регулировать и контролировать реализацию проекта, с другой стороны, частный бизнес как второй участник партнерства заинтересован в получении коммерческих выгод от проекта, тесно связанных с эффективностью общего результата, в зависимости от

удовлетворенности конечных пользователей, то есть необходимо добавить, что в проектах государственно-частного партнёрства, особенно с точки зрения их успеха, наиболее важную роль играет потребитель продуктов или услуг, которые создаются в рамках проекта, являясь фактически третьим партнером партнерство, интересы которого становятся решающими в формировании и продвижении государственно-частного партнёрства.

Если сфера деятельности государственно-частного партнёрства связана с коммерческой деятельностью (в отличие от общественных интересов, реализуемых государством), то вполне уместно и даже необходимо торговаться между партнерами о возможном разделении возникающих рисков, характере делегированных транзакций и условия их передачи и использования.

Для реализации государственно-частного партнерства характерны следующие принципы:

– принцип общественной значимости (удовлетворение общественных интересов (Социальное КПД) в условиях максимизация коммерческих интересов (экономическая эффективность));

– принцип актуальности проекта (соблюдение сроков строительства, возврат заемных средств, возврат инвестиций и партнерство);

– принцип справедливой системы распределения ответственности;

– принцип прозрачности (предоставление обратной связи пользователям услуг с частных компаний, а также государственных органов, контролирующих их работу).

Государственно-частным партнерским отношения свойственный следующие специфические особенности и характеристики:

– *Юридическое оформление партнёрских отношений.* Государственно-частное партнёрство осуществляется путем заключения договора, основные положения которого разрабатываются государством. Контракты могут отличаться в зависимости от сферы применения и целей, но позиции, утвержденные государством, остаются неизменными.

– *Использование долгосрочных контрактов.* Государственно-частное партнёрство – это долгосрочное партнерство для реализации социально значимых общественных проектов, следовательно, контракты, как правило, рассчитаны на долгосрочную реализацию. Долгосрочные отношения позволяют государству и частному сектору планировать развитие и более успешно решать стратегические задачи.

– *Обязательный частный сектор финансирования.* В проектах государственно-частного партнёрства частный бизнес, в отличие от государства, всегда выступает в качестве инвестора, то есть финансирует проект как из собственных источников, так и путем привлечения займов и кредитов. В то же время полностью отсутствует государственное софинансирование. Более того, с очевидным коммерческим

потенциалом концессионного проекта, государство может реализовать свое право на получение значительных концессионных платежей от концессионера в той или иной форме.

– *Разнообразие форм государственно-частного партнёрства.* На современном этапе развития существует множество типов государственно-частного партнёрства, которые подразделяются в зависимости от типа имущества, методов финансирования, типов используемых операций и т. д.

– *Синергетическая эффективность.* Государственно-частное партнёрство предусматривает передачу государством ряда ключевых сделок частному сектору. В то же время ведение бизнеса, использование и внедрение присущей ему мобильности, высокой эффективности, знаний, опыта и стремления к инновациям способствует эффективной реализации проектов и рациональному использованию ресурсов [10]. В то же время государство использует собственные преимущества макрорегулирования и осуществляет поддержку проектов, усиливая совокупный эффект.

Можно сделать вывод, что государственно-частное партнерство - это долгосрочное партнерство для реализации социально значимого проекта, основанного на объединении ресурсов и справедливом распределении рисков, и только при таких принципах оно будет успешным [1]:

– о всеобъемлющем контрактном соглашении, объединяющем ресурсы и компетенцию государства и частного сектора;

– на взаимовыгодной основе, в результате чего эффективно расходуются бюджетные средства, правительство получает доходы в форме достижения социально значимых целей и задач, а частный сектор – в форме возврата инвестированного капитала;

– о эффективной финансовой схеме, в которой платежи частному сектору организованы таким образом, чтобы стимулировать его к достижению самых высоких результатов реализованного проекта;

– при справедливой системе распределения рисков и ответственности обе стороны становятся в равной степени защищенными.

Сегодня институт государственно-частного партнёрства успешно и динамично развивается в России. Наиболее распространенной правовой формой государственно-частного партнёрства является концессия, основные положения которой регулируются Федеральным законом от 21.07.2005. №115-ФЗ «О концессионных соглашениях», который предоставил новые возможности для реализации проектов государственно-частного партнерства во многих сферах государственного сектора. Значительное количество регионов принимает собственное региональное законодательство в области государственно-частного партнёрства, что также способствует развитию региональной практики проектов государственно-частного партнёрства [8].

Опираясь на современные условия развития национальной и региональной экономики в Российской Федерации, можно выделить следующие проблемы, решение которых с помощью государственно-частного партнерства является привлекательным для государства:

- решение системных проблем развития инфраструктуры;
- повышение эффективности использования государственных средств;
- снижение бюджетных расходов;
- повышение инвестиционно-инновационной составляющей экономики;
- увеличение доходной части бюджета.

В свою очередь, привлекательность государственно-частного партнерства для бизнеса проявляется через:

- предоставление прямой государственной поддержки и участие;
- возможность долгосрочного размещения инвестиций под надежные гарантии;
- широкий спектр потенциальных проектов.

Государственно-частное партнерство является системой отношений между государством и частными партнерами, при реализации которых ресурсы обоих партнеров сочетаются с соответствующим распределением рисков, ответственности и вознаграждений между ними, для взаимовыгодного сотрудничества на долгосрочной основе в создании новых и модернизации действующих объектов, нуждающихся в привлечении инвестиций, и пользование такими объектами.

С целью активизации современных механизмов государственно-частного партнерства на региональном уровне необходимо осуществление таких первоочередных мероприятий:

- совершенствование правовых и организационно-экономических основ обеспечения деятельности участников проектов государственно-частного партнерства с учетом мирового опыта;
- децентрализация полномочий и бюджетных ресурсов для предоставления регионам больших возможностей в решении собственных проблем;
- поиск и привлечения частных партнеров для осуществления проектов государственно-частного партнерства на конкурсной основе;
- повышение уровня защиты прав участников государственно-частного партнерства (гарантирование неизменности законодательства, гарантии возврата капитала);
- возможности продления срока концессии в случае воздействия непредвиденных обстоятельств на доходный поток проекта;
- участие органов исполнительной власти в частичном финансировании объектов с использованием форм государственно-частного партнерства.

Таким образом, можно сделать выводы, что применение механизмов государственно-частного партнерства в организационно-экономическом и бюджетном регулировании развития региона путем активизации предпринимательской деятельности в бизнес структурах рассматривается в мировой практике одним из ключевых путей обеспечения устойчивого развития бизнес проектов, позволяет повысить эффективность использования бюджетных ресурсов и активов региона, за счёт активизации предпринимательской деятельности. Благодаря привлечению в государственные программы частного сектора, с одной стороны, возможно высвободить часть бюджетных средств для направления их на приоритетные направления развития предпринимательства, и с другой, привнести в государственный сектор опыт и деловые подходы частных фирм.

### *Список литературы*

1. Бородавкина Н.Ю. Региональный уровень интеграционных процессов: возможности государственно-частного партнерства (на примере предпринимательства) // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Серия: Гуманитарные и общественные науки. 2013. №3.
2. Бушуева Е.Н. Развитие предпринимательской деятельности в России: возможности использования инструмента государственно-частного партнерства // Социально-экономические явления и процессы. 2012. №1.
3. Волкова Н.М., Мудунов А.С. Место и роль частного предпринимательства в государственно-частном партнерстве // Бизнес в законе. 2012. №6.
4. Зубатых О.Н., Колесниченко Е.А. Государственно-частное партнерство как фактор развития малого бизнеса в регионах России в посткризисный период // Социально-экономические явления и процессы. 2011. №9.
5. Козлов А.А. Государственно-частное партнерство: сущность, классификация // УЭКС. 2012. №2 (38).
6. Корчагина А.С. Сущность государственно-частного партнерства // Вестник СГТУ. 2011. №1 (55).
7. Могилевич М.В., Квасов И.Н. Совершенствование системы государственного управления в регионе путем внедрения механизма государственно-частного партнерства // ПСЭ. 2009. №4.
8. Самсонов Д.Ю. Анализ существующей законодательной базы в сфере частного-государственного предпринимательства // Социально-экономические явления и процессы. 2012. №7-8.
9. Самсонов Д.Ю. Частно-государственное предпринимательство как инструмент модернизации экономики // Социально-экономические явления и процессы. 2013. №4 (050).
10. Швед И.В. Факторы влияния на развитие частного-государственного предпринимательства в Республике Беларусь // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2015. №6-2.



Sorokina G. A., Denisenko I. A.

**THE ORETICAL BASES OF FUNCTIONING OF SUBJECTS OF  
PRIVATE-STATE ENTREPRENEURSHIP: FOREIGN EXPERIENCE AND REGIONAL  
TRENDS**

*Abstract: the article on the article presents the results of a study to identify patterns of development of rural households in the region, their relationship with the modern business system and the creation of conditions for the development of the state regulation system and business support.*

*The efficiency of the system of relations between state partners and entrepreneurs has been proved by combining production resources and a key result: the distribution of risks during the economic crisis at the regional level.*

*The proposed measures to achieve sustainable development of business ideas of entrepreneurs and lead to the release of budgetary funds, by saving on state administration, in order to use them in support of the development of rural households as business structures in special economic conditions.*

**Key words:** *entrepreneurship, organization, development, planning activities, private-state entrepreneurship, rural households, partnership, socio-economic development.*

---

УДК:338.001.36

## РЫНОЧНЫЙ ПОДХОД К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

*Мигунов Р.А.*

*кандидат экономических наук, ассистент кафедры политической  
экономики ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева*

*Аннотация:* статья посвящена анализу трансформации экономической среды под воздействием электронных технологий, направленных на формирование новой экономической действительности, повышение эффективности общественного производства, улучшение научно-технического, производственного и торгового сотрудничества с иностранными государствами

*Ключевые слова:* цифровая экономика, технология, зондирование, ретрансляция, рынок, технет, эффективность.

Бурное развитие кибернетических и компьютерных систем в конце XX в. привело к тому, что цифровые технологии становятся неотъемлемой чертой современных рыночных государств. При этом сама цифровая экономика понимается как «совокупность общественных отношений, складывающихся при использовании электронных технологий, электронной инфраструктуры и услуг, технологий анализа больших объёмов данных и прогнозирования в целях оптимизации производства, распределения, обмена, потребления и повышения уровня социально-экономического развития государства» [4, с. 8–9].

Переход постиндустриальной экономической системы в цифровую экономику происходит в силу нескольких причин.

1. Продукция, выпускаемая при помощи цифровых технологий, становится относительно дешевле, что позволяет их широко использовать, в т.ч. среди малых и средних фирм (за последние 25 лет их стоимость упала более чем вдвое [1]).

2. Цифровые технологии способны горизонтально распространяться среди существующих компаний, что позволяет создавать различные универсальные платформы для многообразных прикладных решений в различных областях применения.

3. Цифровые технологии, взаимодействуя между собой способны создавать новые технологии и новые способы их использования, что позволяет генерировать аналогичные производные технологии следующего порядка [5, с. 82-83].

Анализ перехода к цифровой экономике возможен при помощи нескольких основных методологических подходов (процессный, технологический, рыночный<sup>4</sup>). Рыночный подход к цифровой трансформации предполагает анализ новых рынков, сформировавшихся в процессе цифровизации. В рамках цифровой экономики рынки

<sup>4</sup> В данной работе применяется рыночный подход к определению и анализу цифровой экономики.

оказываются ориентированными на конечного потребителя, причём расстояние между предложением и спросом на них будет минимальным. Среди ключевых цифровых рынков выделяют следующие: Аэронет, Автонет, Маринет, Нейронет, Хелснет, Энерджинет, Технет, Сейфнет, Фуднет [сформулировано и далее по 3].

**1. Аэронет** – новый глобальный сетевой рынок информационных, логистических, и иных услуг, которые предоставляются широким флотом распределённых беспилотных аппаратов (беспилотных воздушных судов (БВС) беспилотных авиационных систем (БАС)), постоянно находящихся в воздухе и низком космосе.

*Ключевые сегменты рынка Аэронет:*

– дистанцированное зондирование и ретрансляция данных в реальном масштабе времени (обследование объектов наземной инфраструктуры, земель, полей, лесов, рек, озёр и др.) и мониторинг объектов наземной инфраструктуры с целью повышения их общественной, транспортной, строительной, эксплуатационной безопасности (приход на смену картографических трёхмерных пространственных моделей различных территорий, создаваемых преимущественно автоматическим способом; регулярная аэрофото- и космическая съёмка; картирование и бонитировка почв).

– Использование технологических преимуществ БВС и БАС для адресной доставки товаров и грузов конечному получателю без использования существующей транспортной инфраструктуры «в течение минут» (экспресс-доставка грузов, доставка медикаментов и биоматериалов, доставка грузов удалённым и «слабодоступным» с точки зрения существующих транспортных средств потребителям).

– Применение БВС и БАС с целью повышения эффективности эвакуации людей, терпящих бедствие на суше и в море (доставка медикаментов, провизии, повышение координации действия спасателей, увеличение вероятности нахождения пострадавших и пропавших).

– Применение БВС и БАС для развития систем и технологий беспроводной связи, наряду с расширением их пропускной способности и снижением цены на услуги; развитие распределённых систем полёта и обмена информацией; повышение возможности передачи в реальном времени высокодетализированной оптической информации и др.

**2. Автонет** – новый глобальный рынок автоматизированных транспортных систем и беспилотных автотранспортных средств на основе интеллектуальных платформ, сетей и инфраструктуры в логистическом секторе (внедрения помощников водителей, достижение частичной, высокой или полной автономности автотранспортных средств и др.).

*Ключевые сегменты рынка Автонет:*

– рынок телематических транспортных и информационных систем (информационно-навигационные системы и услуги; системы мониторинга транспорта и других телематических транспортных систем; системы искусственного интеллекта, Big

Data, ИТ-безопасности; системы управления автономными транспортными средствами; страховая телематика).

– Рынок интеллектуальной городской мобильности (мультимодальные перевозки; сервисы на основе автономных транспортных средств; поиск попутчиков; общественный пассажирский транспорт по требованию).

– Рынок транспортно-логистических услуг (E-logistics; экспресс-доставка; контрактная логистика; логистический консалтинг).

**3. Маринет** – новый глобальный рынок цифровых технологий в морской отрасли позволит новым компаниям сразу же выходить на мировой рынок в силу глобальности отрасли (цифровая навигация, технологии освоения глубинных ресурсов океана, инновационное судостроение и др.).

*Ключевые сегменты рынка Маринет:*

– эффективный доступ к гидрографической, метеорологической и навигационной информации для организации связи между судами, наблюдением и управлением ими; интеллектуальное управление портовой инфраструктурой; развитие автоматизации и безэкипажного судовождения; развитие спутниковой и морской инфраструктуры телекоммуникаций и передачи данных; разработка технологий и решений по комплексному экологическому и рыбному мониторингу.

– Развитие инновационного скоростного морского транспорта и ледокольного флота; развитие технологий «Энергоэффективного судна» (сокращение выбросов в окружающую среду); развитие технологий автономных аппаратов для продолжительных работ в море.

– Технологии освоения ресурсов океана: подводная робототехника; создание трёхмерных моделей морского дна; развитие систем добычи на шельфе; новые технологии морской добычи углеводородов; внедрение технологий возобновляемых источников энергии океана и систем подводной связи; развитие морских биотехнологий.

**4. Нейронет** – рынок, в котором взаимодействие участников будет осуществляться с помощью новых нейрокомпьютерных интерфейсов (новый этап развития Интернета (Web4.0), а сами компьютеры станут нейроморфными на основе гибридных цифро-аналоговых архитектур (развитие нейротехнологий на основе расшифровки (картирования) работы мозга, появление социальных нейросетей, формирование полноценного гибридного человеко-машинного интеллекта, развитие нейрофитнеса, нейроуправление бытовым пространством на основе искусственных конечностей и дополнительных органов чувств и др.).

*Ключевые сегменты рынка Нейронет:*

– Цифровые блага для больных граждан: средства восстановления нейрокогнитивных функций у неврологических пациентов и средства усиления когнитивных способностей у здоровых людей; системы жизнеобеспечения и

интерфейса мозга; нейропротезы органов чувств и конечностей, превышающие по своим параметрам биологические прототипы.

– Цифровые блага для здоровых граждан: система образования, опирающаяся на закономерности и использование нейрокогнитивных механизмов приобретения новых знаний, обучения и памяти; развлечения, основанные на системах взаимодействия с виртуальной и дополненной реальностью; комплексные решения для полноценного анализа процесса восприятия потребителем возрастающего информационного потока; интеллектуальные виртуальные помощники.

**5. Хелснет** – открытый рынок, на котором компании производят и предоставляют биотехнологические и медицинские продукты и услуги, которые ведут к значительному улучшению здоровья и качества жизни человека (появление эффективных таргетных биомаркеров и препаратов для лечения различных возрастных деменций, открытие генных и клеточных технологий коррекции мозга).

*Ключевые сегменты рынка Хелснет:*

– устройства и сервисы по мониторингу и коррекции состояния здоровья человека; персонализированная медицина, новые медицинские материалы, биопротезы, искусственные органы, инженерная биология живых существ.

– Исследования в области геронтологии, гериатрии, генетики, направленные на продление периода здоровой жизни человека.

– Новые технологические продукты в области спорта и различные системы, формирующие рекомендации для увеличения резервов здоровья пациентов.

– Превентивная медицина – индивидуальный подход к диагностике, лечению и реабилитации с целью предотвращения заболеваний.

– Медицинская генетика – новые продукты в области генетической диагностики, биоинформатики, геной терапии, фармакогенетики, раннем выявлении и профилактики наследственных заболеваний.

**6. Энерджинет** – рынок оборудования, программного обеспечения, инжиниринговых и сервисных услуг для разномасштабных комплексных систем и сервисов интеллектуальной энергетики.

*Ключевые сегменты рынка Энерджинет:*

– технологии, обеспечивающие эффективную и надёжную работу распределительной сети, открытой и адаптивной к новым объектам и участникам рынка (генерирующее оборудование распределённой и возобновляемой генерации).

– Технологии, обеспечивающие интеграцию и совместную работу распределённой генерации, накопителей, средств регулирования нагрузки, агрегаторов распределённых объектов энергетики в рамках единой энергосистемы (энергетическое оборудование, в т.ч. оборудование для «умных сетей» и накопителей; оборудование инженерных инфраструктур умных зданий и умных городов).

– Технологии, обеспечивающие конечным потребителям индивидуализированные сервисы энергоснабжения и управления инженерной инфраструктурой (микроэнергетика на уровне частных домов и отдельных зданий, включая микрогенерацию и системы накопления энергии; управление энергопотреблением на уровне домохозяйств; приложения «интернета вещей», находящиеся на стыке энергетики и других приложений).

**7. Технет** – рынок сквозных/смежных технологий в области поддержки развития других рынков цифровой экономики за счёт передовых производственных технологий и систем комплексных технологических решений (фабрики будущего).

*Ключевые сегменты рынка Технет:*

– Фабрики будущего – передовое производство нового поколения (на основе высокотехнологического оборудования оснащённого 3D-принтерами, ЧПУ-станками, роботами, датчиками и сенсорами) для изготовления индивидуализированной продукции на основе применения передовых производственных технологий (цифровое моделирование и проектирование; автоматизированные системы управления технологическими процессами и системами оперативного управления производственными процессами на уровне цеха), что позволяет радикально сократить сроки вывода на рынок и повысить интеллектуалоёмкость продуктов.

– Компоненты фабрик будущего – технологии проектирования и изготовления на передовом уровне индивидуализированных благ различной сложности, основанных на комплексе смежных научных знаний, наукоёмких технологий и интеллектуальных инноваций (цифровое моделирование и проектирование, станки с ЧПУ, аддитивные технологии, новые материалы, промышленные роботы, MES и ICS-системы управления производством, Big Data, Industrial Internet, суперкомпьютерный инжиниринг и оптимизация).

**8. Сэйфнет** – рынок новых безопасных и защищённых цифровых технологий, в т.ч. в области передачи данных и защищённости информационных сетей и киберфизических систем.

*Ключевые сегменты рынка Сэйфнет:*

– Цифровые устройства для обеспечения безопасности (датчики, камеры видеонаблюдения с минимальной программной компонентой; цифровые системы биометрического контроля и аутентификации).

– Цифровые технологии по безопасности и защищённости информационных сетей (защищённые квантовые и нейроинтерфейсные системы передачи данных; перспективные системы передачи мобильной связи 5G, 6G; защищённое аппаратной обеспечение вычислительных и телекоммуникационных систем).

– Цифровые технологии по безопасности и защищённости платформ управления и приложений (безопасность операционных систем рабочих станций, телефонов,

компьютеров; безопасность облачных систем и сервисов; технологии обеспечения безопасности приложений и данных).

– Интеграционные услуги (технологии по защищённой инфраструктурной среде; интеграция киберфизических систем).

**9. Фуднет** – рынок продовольствия, обеспеченный интеллектуализацией, автоматизацией и роботизацией технологических процессов на всём протяжении жизненного цикла продуктов от производства до потребления, а также развитием биотехнологий.

*Ключевые сегменты рынка Фуднет:*

– «умное» сельское хозяйство – технологии для эффективного животноводства и растениеводства (автоматизация, роботизация, геопозиционирование, искусственный интеллект, «большие данные»).

– Ускоренная селекция – технологии получения новых сортов сельскохозяйственных культур и пород животных (геномное моделирование организмов с заданными требованиями, технологии ускоренной селекции).

– Новые источники сырья – технологии получения продуктов и переработки новых видов биологического сырья (биомассы из водорослей, насекомых, отходов различных культур; производство биопластика и различных биологически активных веществ).

– Органическое сырьё и продовольствие – технологии получения биологических препаратов и веществ для аграрной сферы (высококачественные корма и кормовые добавки, лекарственные ветеринарные препараты, пестициды и химикаты биологического происхождения, органические продукты питания).

– Персонализированное питание – технологии анализа пищевого и микронутриентного статуса человека (геномные технологии, персонализированное продовольствие, сервисы подбора индивидуальной диеты, инновационные сервисы доставки продовольствия и продуктов питания).

На пути внедрения новых технологий и новых рынков цифровой экономики в Российской Федерации стоит несколько **основных ограничений**.

1. Технологические барьеры: отсутствие или принципиальная новизна цифровых технологий, практик и систем; неподготовленность российских компаний к применению цифровых технологий, отсутствие соответствующих технологических и управленческих компетенций; недостаточное качество математических моделей и недостаточность вычислительных ресурсов для обработки массивов данных; недостаточный уровень развития высокотехнологических секторов экономики.

2. Законодательные барьеры: ограничения в области законов и стандартов, регулирующих взаимодействия человека и цифровых систем нового поколения; избыточное регулирование, приводящее к сложности в создании новых рынков.

3. Институциональные барьеры: большое число заинтересованных сторон, способных создать «эффект блокировки», в т.ч. вопросы, связанные с патентным законодательством; отсутствие последовательной государственной политики, ставящей приоритетом исследования в области цифровизации.

4. Инфраструктурные барьеры: нехватка специалистов для фундаментальных и прикладных научных исследований в области новых исследований; малое количество специалистов, которые на регулярной основе изучают машинное обучение, базы знаний и СППР; разрывы и недостаточная координация в инновационном цикле передовых технологий на разных уровнях (исследования, разработки, апробация и внедрение) и дефицитом ряда компетенций в области технологических инноваций.

5. Рыночные барьеры: неразвитость и узость внутреннего рынка, социально-экономическая асимметрия у регионов и групп населения, развитость монопольных и теневых отношений, низкий уровень доверия, низкая эффективность вложений капитала в производства из-за диспропорций в структуре экономики, недостаточный уровень инновационного развития; долгий цикл инвестиционных проектов; высокая стоимость для входа в отрасль; высокая стоимость НИОКР; нестабильность экономического роста и связанные финансовые риски.

6. Конкурентные барьеры: складывающееся чёткое разделение на технологических лидеров и лидеров рынка производителей оборудования снижает возможности для входа новичков на рынок; недостаточное качество отечественной деловой среды, низкий уровень доверия и неразвитая корпоративная среда; угроза, что в существующих условиях технологические решения, выработанные в странах ЕС и США, вытеснят решения российских компаний и будут признаны в качестве общемировых.

7. Макроэкономические барьеры: ухудшение доступа к внутреннему и внешнему частному финансированию; падение уровня доходов населения; отсутствие доступа к «дешёвым, длинным» деньгам.

8. Финансовые: консервативность внедрения традиционных технологий у существующих компаний приводит к сложностям в распространении передовых технологий, и связанной низкой финансовой мотивацией у компаний-новаторов; возможное отсутствие достаточной финансовой поддержки со стороны федеральных органов исполнительной власти в условиях бюджетных ограничений.

9. Этические барьеры: нарастание тенденций по популярности идей о вреде цифровой трансформации.

Решение проблем, связанных с развитием цифровой экономики в современной России позволит получить несколько положительных эффектов, в первую очередь экономических: произойдёт увеличение объёма продаж высокотехнологической продукции; увеличение производительности труда в различных отраслях экономики за счёт технологий гибридного интеллекта и автоматизации производства; рост экспорта



продуктов с высокой добавленной стоимостью; создание высокопроизводительных рабочих мест; повышение доходов отечественного бизнеса от реализации новых цифровых продуктов и решений; увеличение доли продуктов и услуг с высокой добавленной стоимости в доходах российских компаний, и соответственно увеличение налоговых и таможенных поступлений в бюджет РФ.

Развитие цифровых технологий позволит получить положительные социальные эффекты: повышение реального благосостояния населения за счёт снижения стоимости использования инфраструктуры и сопутствующих продуктов и услуг; улучшение состояния здоровья и увеличение продолжительности жизни; развитие актуальных направлений науки и образования; формирование поколения новых продвинутых специалистов и научных работников; ускорение и улучшение научно-технического, производственного и торгового сотрудничества с иностранными государствами.

России в современных сложных геополитических и макроэкономических условиях необходимо воспользоваться сложившейся научно-технологической ситуацией в мировой экономике, чтобы обеспечить глобально конкурентные позиции на быстро развивающихся рынках цифровой экономики.

#### Список литературы

1. McKinsey&Company. McKinsey Global Institute. Digital America: A Tale of the Haves and Have-Mores. 2015 // URL: <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/High%20Tech/Our%20Insights/Digital%20America%20A%20tale%20of%20the%20haves%20and%20have%20mores/Digital%20America%20Full%20Report%20December%202015.ashx>.
2. Гайсин Р.С., Мигунов Р.А. Развитие институтов несвязанной поддержки доходов сельхозпроизводителей: опыт Германии и уроки для России // Экономика сельского хозяйства России. 2017. №10. С. 2-10.
3. Национальная технологическая инициатива. Рынки НТИ // URL: <http://www.nti2035.ru/markets>.
4. Проект «Программа развития цифровой экономики в Российской Федерации до 2035 года» // URL: <http://innclub.info/wp-content/uploads/2017/05/strategy.pdf>.
5. Смородинская Н.В., Катуков Д.Д. Ключевые черты и последствия индустриальной революции 4.0 // Инновации. 2017. №10 (228). С. 81-90.

*Migunov R.A.*

#### MARKET APPROACH TO DETERMINATION OF DIGITAL ECONOMICS

**Abstract.** *The article is devoted to the analysis of the transformation of the economic environment under the influence of electronic technologies aimed at forming a new economic reality, increasing the efficiency of social production, improving scientific, technical, industrial and trade cooperation with foreign states.*

**Key words:** *digital economy, technology, sounding, re-broadcast, market, technet, efficiency.*

УДК: 332.025.12

**ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ  
АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ В РЕГИОНАХ*****Рубцова Л.Н.****доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры  
«Финансы и кредит» Липецкого филиала Финансового университета  
при Правительстве РФ****Чернявская Ю.А.****кандидат экономических наук, доцент кафедры «Финансы и кредит»  
Липецкого филиала Финансового университета при Правительстве РФ*

***Аннотация:** статья посвящена специфике разработки стратегии антикризисного регионального управления с учетом особенностей развития и акцентирует внимание на необходимости перманентного мониторинга и контроля финансового и социально-экономического состояния региона как одного из приоритетных направлений позитивной динамики хозяйствования субъектов Российской Федерации.*

***Ключевые слова:** антикризисное управление, стратегия, риск, программа, эффективность.*

В современный период, характеризующийся явлением экономической и социальной турбулентности, перед экономикой стоит цель максимально реализовать потенциал развития каждого региона, создать для граждан равные возможности, преодолеть инфраструктурные и институциональные ограничения, а также содействовать развитию человеческого потенциала. Для реализации данных задач необходима разработка четкой антикризисной стратегии, поскольку последствия мировых финансово-экономических кризисов носят масштабный и глубокий системный характер для всех отраслей экономики и всех сфер социально-экономической деятельности предприятий, иных хозяйствующих субъектов, а также повседневной жизни домашних хозяйств.

В связи с вышесказанным очевидна актуальность разработки антикризисной стратегии для ликвидации последствий мировых финансовых кризисов последних лет, как на уровне регионов, так и на уровне государственной экономики в целом.

Антикризисная стратегия – это комплекс организационных, нормативно-правовых, социально-экономических, технологических, структурных и других мер, связанных между собой по целям, исполнителям, видам затрачиваемых ресурсов, срокам и источникам их финансирования. Перечисленный комплекс мероприятий ориентирован на выявление причин кризисных явлений, предотвращения в дальнейшем возникновения кризисных ситуаций, вывод территории из состояния кризиса, а также на создание необходимых условий, направленных на переход к дальнейшему устойчивому развитию.

По причине нарастающего экономического кризиса большинство регионов России столкнулись с необходимостью доработки и реорганизации действующей антикризисной стратегии, принимая во внимание негативные явления в экономике. Помимо прочего, перед разработкой комплекса антикризисных мер необходимо осуществить выбор конкретной стратегии антикризисного управления, что определяется различными факторами, как внутренними, так и внешними.

Стратегию антикризисного управления следует выбирать, исходя из основных причин, которые привели к возникновению негативных тенденций. Если таковыми причинами являются: конъюнктура внешнего рынка и отрасли, аварии, катаклизмы, стихийные бедствия, кризис риска, просчет, неустойчивость, то в данном случае самым подходящим вариантом рыночной стратегии будет замедление кризисных процессов.

Возможные варианты антикризисной стратегии, а также факторы, влияющие на потребность в антикризисном управлении и факторы, влияющие на выбор новой стратегии, представлены в таблице (табл. 1).

*Таблица 1*

**Факторы, влияющие на выбор новой стратегии**

<b>Варианты антикризисной стратегии</b>	<b>Предупреждение кризиса</b>	<b>Выжидание зрелости кризиса</b>	<b>Замедление кризисных процессов</b>	<b>Поддержка стабильности</b>	<b>Рассчитанный риск</b>	<b>Вывод из кризиса</b>	<b>Устранение или использование последствий</b>
<b>Факторы, влияющие на потребность в антикризисном управлении</b>							
Дефицит или избыток ресурсов	+			+	+	+	
Состояние внутреннего рынка	+		+		+	+	+
Перспективы развития		+		+			
Качество продукта	+						+
Масштабы управления	+			+			
Последствия деятельности	+						+
Аварии, катаклизмы, стихийные бедствия			+			+	+

В другом случае, если причинами кризиса являются конъюнктура внутреннего рынка, качество выпускаемой продукции, особенности и результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятия, то исходя из стадии риска, считается рекомендованным осуществлять выбор между двумя стратегиями: стратегией предупреждения кризиса и стратегией устранения его последствий.

Помимо этого, органы местного самоуправления на региональном уровне стараются улучшить сложившуюся ситуацию, в основном за счет устранения слабых сторон. Этот подход является традиционным в антикризисном управлении, что выглядит, в первую очередь, как вынужденная необходимость. Однако при подобном подходе не берется во внимание возможность преодоления негативных кризисных явлений не только за счет традиционного подхода устранения слабых сторон, но и за счет развития сильных сторон региона.

На наш взгляд, антикризисную стратегию можно считать положительной тенденцией в развитии региона, если в качестве альтернативы, переместить фокус своего внимания на развитие сильных сторон. Наиболее эффективным методом, по нашему мнению, можно считать именно развитие сильных сторон региона, которое, в свою очередь приведет к сглаживанию негативных тенденций и нивелированию слабых сторон. Данный подход, в отличие от предыдущего, можно считать альтернативным или предлагаемым (табл.2).

*Таблица 2*

**Отличие традиционного и предлагаемого подходов к антикризисному управлению**

<b>Традиционный подход</b>	<b>Предлагаемый</b>
Ориентирован на поиск слабых сторон	Ориентирован на обнаружение сильных сторон
Усиление или устранение выявленных слабых мест	Развитие сильных сторон
Антикризисные мероприятия ориентированы на имеющиеся в предприятии ресурсы	Антикризисные мероприятия подразумевают задействование потенциала предприятия в первую очередь скрытого
Ориентирован на минимизацию рисков	Ориентирован на систематизацию рисков, что позволит ими управлять, т.е. перенесение рисков в категорию управляемых
Действие проводится в рамках существующих ограничений и препятствий	Действие ориентированы на достижение поставленных целей в условиях преодоления препятствий путем неординарных решений
Точка отсчета – начало реализации антикризисного управления	Точка отсчёта – достижение результата

Таким образом, при осуществлении антикризисной программы деятельность органов власти на региональном уровне в соответствии с альтернативным (предлагаемым) подходом ориентирована на решение таких вопросов, как:

- разработка антикризисной программы, направленной на достижение поставленных целей;
- глубокая проработка предлагаемых мероприятий и конкретных действий, с помощью осуществления которых, возможно будет достичь реализации выбранной стратегии;
- приведение ресурсов в соответствие с основными целями реализуемой антикризисной стратегии.

В случае принятия за основу предлагаемой нами концепции антикризисной стратегии необходимо рассматривать кризис как явление, позволяющее обратить фокус внимания на наиболее эффективные направления развития региона, сконцентрироваться непосредственно на сильных сторонах и работать над укреплением наиболее конкурентоспособных позиций региональных отраслей экономики, повышая тем самым конкурентные преимущества конкретных предприятий, отраслей и экономики региона и страны в целом.

Региональная антикризисная стратегия должна представлять собой совокупность стратегий предприятий, выстроенных по конкурентному алгоритму. Несмотря на этот очевидный факт, практика, к сожалению, иногда расходится с теорией. Следовательно, в условиях кризиса предприятия делают выбор в пользу традиционной модели преодоления кризисных явлений, в результате чего первостепенной задачей при разработке и реализации антикризисной стратегии региона можно считать обеспечение использования предлагаемого дохода, т.е. концентрацию на сильных сторонах.

Решение данной задачи предполагает следующие действия:

– предоставление государственной поддержки. Необходимо учитывать возможность и перспективы реализации стратегии прорыва. Например, при утверждении решения относительно субсидирования следует обращать внимание на возможность использования субсидируемого направления деятельности как ключевого в рыночных условиях;

– предоставление консультационных услуг, где будет четко и убедительно продемонстрировано, что ориентация на сильные стороны наиболее эффективна по сравнению с концентрацией на устранении недостатков;

– региональная антикризисная стратегия должна основываться на видении конкурентных позиций региона. При этом должны учитываться его сильные стороны, должен делаться акцент на развитые отрасли промышленности и сельского хозяйства, необходимо использовать опыт наиболее успешных предприятий и руководителей.

Применение данного подхода при разработке региональной антикризисной стратегии предоставит возможность обеспечить системное управление в условиях кризиса и снизить его негативное воздействие на экономическую и социальную жизнь региона.

На современном этапе развития экономики осуществление государственного антикризисного регулирования особенно актуально. Оно является фундаментом для реализации региональных антикризисных программ, на основании которых органами власти принимаются меры для вывода регионов из состояния кризиса.

Зачастую кризисные ситуации преодолеваются регионом самостоятельно, без детального и глубокого анализа, при отсутствии элементарного учета комплекса факторов, влияющих на дальнейшее развитие региона.

На практике вопрос регионального развития в основном возникает в отношении территорий, в наибольшей степени столкнувшихся с конкретными реальными сложностями. В социальной и экономической сферах таких территорий преобладают негативные тенденции. В таком случае возникает необходимость применять стратегию антикризисного управления, подходящую именно к данному региону, отражающую его социально-экономические и иные особенности, с целью предотвращения повторения кризисных явлений, а также устранения негативных последствий для социальной, экономической, финансовой и хозяйственной жизни региона, возникающих в кризисных ситуациях.

Система антикризисного управления регионом включает в себя национальный (государственный) уровень. Он подразумевает создание отстающим регионами системы управления для роста благосостояния общества в целом (а не для каждого отдельного региона), а также уравнивание межтерриториальных пропорций экономики.

Антикризисное управление на уровне региона предполагает регулирование процессов социально-экономического развития в конкретном регионе для обеспечения повышения благосостояния и качества жизни проживающего в нём населения. Государственная региональная политика играет важнейшую роль для поддержания баланса социально-экономического развития регионов страны, качества жизни населения и межрегионального разделения в социально-экономическом состоянии регионов.

Сбалансированное территориальное развитие предполагает наличие конкретного ряда условий, которые позволяют каждому региону обладать достаточным количеством ресурсов для полноценного развития, обеспечения конкурентоспособности и достойных условий жизни граждан. Добиться таких целей можно при реализации государственной региональной политики, ориентированной на максимальное проявление потенциала каждого региона и преодоления инфраструктурных ограничений.

Следует обратить также внимание на тот факт, что поддержания сбалансированного социально-экономического развития регионов можно достичь лишь при синхронизации таких направлений региональной политики как:

– создание и развитие центров экономического роста (с применением новых форм хозяйствования, таких как особых экономических зон, территорий опережающего развития, кластеров и т.п.), основанных на конкурентных преимуществах;

– преодоление различий по уровню и качеству жизни граждан в регионах с помощью активного использования механизмов бюджетной и социальной политики;

– учет приоритетов ограничения ресурсов и развития территорий при направлении в регионы инвестиций государства, развитие механизма государственно-частного партнерства, формирование дружественного взаимодействия бизнес-среды, населения и органов местного самоуправления.

Что касается вопроса государственной политики развития регионов в долгосрочной перспективе, то для ее формирования и дальнейшей успешной реализации необходимо решение следующих задач:

– создание на всех уровнях власти (федеральном, региональном и местном) условий для содействия развитию социальной сферы и отраслей экономики;

– предоставление финансовой поддержки регионам с целью осуществления преобразований и реформ, предусмотренных политикой государства;

– оказание финансовой помощи субъектам Российской Федерации с целью повышения качества предоставляемых гражданам медицинского обслуживания и образования, создание социально-ориентированных экономических программ как на федеральном, так и на региональном уровнях;

– совершенствование механизмов стимулирования комплексного социально-экономического развития регионов для эффективного осуществления полномочий местных органов власти;

– создание условий для роста конкурентоспособности региональной экономики, оказание должного внимания вопросам социального развития, в том числе относительно транспортной доступности территорий.

Антикризисная стратегия доводится до определенного исполнителя за счёт краткосрочного и среднесрочного планирования, что помогает осуществить единую политику государства касательно вопросов антикризисного управления, а также скоординировать деятельность органов управления, занимающихся разработкой и реализацией программы социально-экономического развития регионов.

Региональные программы антикризисного управления ставят перед собой следующие цели:

– снижение уровня безработицы и рост количества рабочих мест;

– погашение задолженностей, включая государственные внебюджетные фонды и бюджеты всех уровней, а также проведение реструктуризации задолженностей всех видов;

– снижение задолженности по заработной плате и поступательный рост доходов на душу населения;

– обеспечение и поддержание экономического роста регионов;

- преодоление негативных кризисных тенденций как в отдельных районах и отраслях, так и на всей территории в целом;
- повышение конкурентоспособности выпускаемой продукции, стабилизация объёма производства и его реализации:

Антикризисные программы регионального управления значительно отличаются в краткосрочном и среднесрочном периодах. Антикризисная стратегия, выбранная местными органами власти, имеет огромное значение в системе общего регионального антикризисного управления.

Одной из главнейших целей региональной антикризисной программы в краткосрочном периоде является восстановление финансовой устойчивости бюджета и обеспечение платежеспособности региона. Для этого по результатам переговоров с кредиторами создаётся график реструктуризации задолженностей с учетом общей суммы и срока погашения задолженности.

Для реализации вышеперечисленной задачи также существует программа санации местного бюджета. Её реализация необходима в том случае, когда платежеспособность не восстановлена, а внутренние возможности для выхода из кризисной ситуации реализованы. Основной задачей данной программы является ревизия муниципального бюджета, проводимая по результатам судебного решения.

Первостепенным источником финансирования мероприятий по оздоровлению регионального бюджета может являться целевой бюджетный фонд, т.е. региональный фонд оздоровления муниципальных финансов. Кроме того, представляется возможной ситуация, при которой возрастает актуальность программы оздоровления местных финансов, рассчитанная на довольно длительный период и разрабатываемая по наиболее важным и стратегическим направлениям, таким как бюджетная политика и управление расходами бюджета.

В подобном случае при реализации этой программы финансирование рекомендуется осуществлять из регионального фонда реформирования муниципальных финансов.

Важнейшей частью системы антикризисного управления на региональном уровне является разработка программы санации предприятий, в которой основным источником финансирования является местный бюджет. Это программа представляется в табличной форме с указанием объема финансовой помощи и её видов для каждого конкретного предприятия. При этом если предприятие считается социально значимым, а на долю муниципального образования приходится не менее четверти в уставном капитале, то финансовая помощь предоставляется в виде субсидии на безвозмездной основе.

Формами помощи, ориентированными на финансовое оздоровление предприятий, могут являться:

- налоговый кредит, а также рассрочка и отсрочка налоговых платежей;



- реструктуризация задолженности предприятий по налогам и сборам – на срок до 4 лет, по пеням и штрафам – на срок до 10 лет;
- выкуп в муниципальную собственность части имущества предприятия-должника;
- консервация основных средств;
- списание безнадежных долгов по налогам, зачисляемым в местный бюджет;
- инвестиционный кредит, который предоставляется на срок до 5 лет из средств местного бюджета для создания новых и совершенствование используемых технологий;
- инвестиционный налоговый кредит по налогу на прибыль в части, поступающий в местный бюджет, также как инвестиционный кредит для технического перевооружения производства и совершенствования технологий;
- размещение заказа на предприятиях-должниках в счёт задолженности данной организации в местный бюджет.

Тем не менее, программа не может обеспечить быстрый качественный переход депрессивных территорий в бездотационные регионы. Это связано с кратковременным характером реализации мероприятий на уровне муниципального образования, а также с ограниченностью средств бюджета. В связи с этим, целесообразно отметить, что для преодоления негативных тенденций, а также для последующего вывода регионов на новый уровень социально-экономического развития необходимо осуществлять реализацию антикризисной программы управления и ее элементов не только в краткосрочные периоды, но и в долгосрочной перспективе с учетом особенностей каждого конкретного региона.

Внедрение комплекса мероприятий программы в полном объеме откроет для региональной экономики следующие перспективы:

- снижение долговой нагрузки местного бюджета;
- улучшение транспортного сообщения между населенными пунктами, обеспечение развития телефонных и интернет-коммуникаций, а улучшение жилищных условий;
- улучшение организации культурного досуга, качества медицинского обслуживания, образования, а также обеспечение роста занятости трудоспособного населения;
- повышение роста объемов производства и, следовательно, повышение налоговых поступлений в бюджеты всех уровней.

Таким образом, разработка стратегии антикризисного регионального управления, а также реализация данной стратегии во всех регионах страны с учетом особенностей их развития, постоянный мониторинг и контроль финансового и социально-экономического состояния регионов, - это одно из приоритетных направлений развития экономики субъектов Российской Федерации.

---

*Rubtsova L.N., Chernyavskaya Yu.A.*

**FEATURES OF DEVELOPMENT OF ANTI-CRISIS MANAGEMENT  
STRATEGY IN THE REGIONS**

***Abstract.** The article is devoted to the specifics of developing a strategy for anti-crisis regional management, taking into account the specifics of development, and focuses on the need for permanent monitoring and control of the financial and socio-economic status of the region as one of the priority directions of the positive dynamics of economic entities of the Russian Federation.*

***Key words:** crisis management, strategy, risk, program, efficiency ..*

---

УДК 130.2

**АБХАЗИЯ: ЖИЗНЬ МЕЖДУ СИСТЕМАМИ****Дамениа О.Н.***кандидат философских наук, доцент, директор Центра стратегических исследований при Президенте Республики Абхазия*

**Аннотация:** в работе дается краткое описание ситуации, сложившейся в постсоветской Абхазии. Происходящие в республике сложные и противоречивые, подчас неоднозначные, процессы осмысливаются сквозь призму кризиса. Разрастаясь вширь и вглубь, кризис разрушил не только советские устои абхазского общества. По существу, люди оказались между двумя несуществующими социальными системами – между старой уже разрушенной, и новой еще не созданной. В этих условиях им приходится выживать по принципу «здесь» и «сейчас». Понимание важности перехода к новой социальной практике – к практике программно-целевого планирования социального развития, в обществе пока нет, что крайне опасно.

**Ключевые слова:** кризис, система, социальная неопределенность, базовая личность, вызов, ответ, реформирование.

**Кризис и его последствия.** На рубеже веков на Абхазию, как известно, обрушился глобальный и системный кризис, продолжающийся поныне. Разрастаясь в планетарных масштабах, он угрожает самому существованию человеческого сообщества. При этом человечество пока не обладает адекватным ответом на этот вызов. Более того, оно и не подозревает себя в том, что именно его видовой образ жизни стал источником разрушительных процессов, происходящих в мире, и не собирается считаться с условиями биосферы [1]. Напротив, оно по-прежнему продолжает расширять сферу своего влияния на природную среду, нарастающее увеличивать объем потребляемых продуктов и услуг, истощать ресурсы планеты, что стало уже несовместимым с нормами биогеоценоза.

Следствием кризиса в республике явилось резкое изменение, в первую очередь, ее геополитического положения. Это привело к войне и международной изоляции Абхазии, разрушению институтов государственной власти и управления, а также социально-экономической инфраструктуры, обеспечивавшей жизнь общества. Правда, вскоре в ответ на это была образована суверенная абхазская государственность, но одно политическое самоопределение, как показывают прошедшие с тех пор десятилетия, оказалось недостаточным. Новоиспеченной абхазской государственности стало не под силу противостоять стремительно развивавшимся вширь и вглубь разрушительным процессам и защитить общество от разложения изнутри.

Кризис вызвал на небольшом жизненном пространстве и отрезке исторического времени целый клубок противоречий, в котором столкнулись различные, подчас трудносовместимые, модели культурно-цивилизационного жизнеустройства, технологии жизнеобеспечения, системы ценностной ориентации и смыслы. Нетрудно

понять, что в этой борьбе, в борьбе между культурами, цивилизациями и конфессиями, придерживающимися разных моделей жизнеустройства, речь идет о завоевании абхазской территории и утверждении на ней новой культурно-цивилизационной генерации.

В этой связи уместно вспомнить новую парадигму развития человечества, предложенную США («Вашингтонский консенсус»). Соответственно ей сегодня в мире уже наблюдается сокращение не только биоразнообразия, но и социоразнообразия [2], что губительно, как для биосферы, так и для социосферы. Если нам, абхазам, как-то удавалось отстаивать свою социокультурную идентичность на протяжении более чем века перед грузинской экспансией, то теперь нам придется противостоять той же самой угрозе, но куда более мощной!

Вследствие кризиса, стали разрушаться, как бы в одночасье, социальные устои абхазского общества, обеспечивавшие совместную жизнь людей на протяжении столетий, а то и тысячелетий. Разрушению подверглись здесь не только политические институты, но и социальные структуры. Стало прерываться связи и отношения между людьми по временной вертикали, т.е. прерывается преемственная связь поколений, что ведет к обесценению накопленного в прошлом культурно-исторического опыта и утрате человеком своей социокультурной идентичности.

Расщепление общества происходило и происходит еще сегодня так же и по пространственной горизонтали: оно разрушает ранее функционировавшие традиционные отношения и объединения людей (кровнородственные, территориальные, трудовые, профессиональные и др.) на более мелкие группы, вплоть до атомарной единицы общества – индивида. Вследствие этого люди оказываются изолированными друг от друга, вне связи между собой. Очевидно, что это ведет к ослаблению культурно-исторического единства общества, к индивидуализации его, в жизни которого еще недавно доминировало коллективистское начало. Стихийные попытки и частные инициативы вернуться в лоно коллективистского начала успеха не возымели. Разные коллективы, группы и объединения, создающиеся в процессе продолжающегося распада общества, не могут быть эффективными, поскольку создаются они, как правило, на индивидуальных интересах и часто распадаются.

Правда, вследствие таких процессов индивид становится более свободным, независимым от окружающих людей, социальной среды, что его прельщает. Тем более что, освобождение личности от государственных, в том числе и социальных, оков преподносится ему как высшая ценность («права человека») и великое благо. И он этому хочет верить, но теперь, по прошествии определенного времени, сомнения стали его раздирать. Он уже начинает ощущать, что при новых условиях он менее гарантирован на безопасное и благополучное существование. Свобода соблазняет его, но она таит в себе немало угроз, о которых он мало задумывается. Тем не менее, глубоко в подсознании он не может не ощущать, что свобода, к которой он так

стремиться, ведет его в конечном итоге к самоизоляции – к лишению возможности поддерживать свое существование. Как человек, он может жить лишь среди других людей, с интересами которых вынужден считаться. Более того, чтобы жить среди них в мире и согласии, он вынужден подчинить свои интересы интересам других (общим). Пути возвращения назад, в природу, у него нет. Он обречен быть социальным существом.

Правда, и рыночная система хозяйствования, к которой республике предстоит переходить, отнюдь не исключает человеческой кооперации. Но она строится на частной инициативе и частном владении собственностью, которое по существу не столько объединяет людей, сколько противопоставляет их друг другу. Натуральное хозяйство, на котором держалось традиционное абхазское общество, велось не на основе частной инициативы, а на базе коллективистского начала. Это позволило ему (обществу) в свое время легко приспособиться к советской системе хозяйствования. Либеральная (рыночная) система хозяйствования не только не знакома абхазскому обществу, но в известной степени и чужда ему. Однако у Абхазии сегодня нет выбора; в самосохранении она может рассчитывать на успех лишь через рынок.

Ситуация в обществе усугублялась еще и тем, что оно долго продолжало находиться в руинах войны и блокады. Социально-экономическая инфраструктура, создававшаяся столетиями и обеспечивавшая жизнь страны довольно эффективно, оставалась разрушенной. Общество остро нуждалось в ее восстановлении, но уже в другом формате, поскольку наступившее время ультимативно требовало перехода к новой (рыночной) системе хозяйствования. Однако геополитическая ситуация вокруг Абхазии оставалась по-прежнему крайне сложной, что тормозило решение задач, накопившихся в обществе.

Между тем люди оставались в другой, совершенно незнакомой, ситуации, в состоянии социальной турбулентности (хаоса), в условиях которой они не могли поддержать свою жизнь привычным способом. А какого-либо другого способа выживания – у них и не было. Навыки, способности, интеллектуальный потенциал, которым они реально обладали, вдруг оказался непригодным. Былая социальная система, при которой они могли достаточно эффективно поддерживать свою жизнь, уже была разрушена, а новая – еще не была создана. Тем самым они оказались вне системы, в условиях, когда жизнь в обществе стала не упорядоченной и трудно управляемой. При такой ситуации каждому из них приходилось выживать любым способом, действуя, главным образом, по принципу «здесь» и «сейчас», что продолжается еще и сегодня. Причем действуют по такому принципу не только бедные, ставшие таковыми при разделе имущества. Судя по тому, как тратятся богатыми материальные ресурсы, приобретенные ими за последнее время, и они действуют по такому принципу, по принципу выживания.

*Исторический экскурс.* Чтобы глубже разобраться в существе социальных изменений, происходящих в абхазском обществе, следует рассмотреть их в историческом контексте, сравнить то, что было в прошлом, с тем, что стало теперь. При этом следует акцентировать внимание на досоветское прошлое, которое, как выше отмечалось, ощутимо присутствовало в жизни советской Абхазии.

Жить людям в традиционном абхазском обществе было удобно и привычно. Они были довольны своим положением в этом обществе, воспринимали его, как нечто идеальное (совершенное) и не помышляли об улучшении своего социального жизнеустройства. Свою задачу они видели в повторении наличного социального бытия, точнее говоря, в транслировании социального прошлого в будущее. Социальное будущее они формировали «по образу и подобию» прошлого. Из такой социальной практики и возник миф о пройденном «золотом веке», о котором писал еще Платон.

Потому в традиционном абхазском обществе люди относились к прошлому сакрально и старались быть похожим на своих предков. Каждое новое поколение считало своим долгом благоговейно относиться к памяти предков. Критическое отношение к ним, к их социальному опыту не допускалось. Прошлое в их сознании изображалось в возвышенных образах, как предмет гордости, эталон подражания. Оно выступало как исходный и универсальный критерии при оценке настоящего и формировании будущего.

В традиционном абхазском обществе, как видно, через механизмы повторяемости люди поддерживали свое существование. Им не приходилось заниматься проектированием социального будущего. Они не испытывали нужды в преобразовании наличной формы бытия, воспринимая ее как готовую. Социальная креативность, как таковая, здесь почти не была востребована. Свой социальный потенциал люди тратили на то, чтобы привести будущее в соответствии с прошлым.

Разумеется, какие-то изменения и при повторяемости в жизни людей все же происходили, но они (изменения) оставались незамеченными их сознанием. Абхаз даже не заметил, как он переоделся в европейскую одежду. Теперь он не особенно стремится одеться в свою традиционную одежду: она ему уже не идет.

Такая практика, практика повторяемости социального прошлого, имела свои преимущества. Благодаря ей будущее здесь не было окутано мраком неизвестности, как сегодня это наблюдается. Оно представлялось людям, повторюсь, «по образу и подобию» прошлого, о котором в их памяти хранились достаточно ясные и образные представления. Людям было хорошо понятно предстоявшее будущее, и ориентироваться по нему им не составляло особого труда.

Более того, такой социальный опыт, накопленный в традиционном абхазском обществе, позволял ему функционировать достаточно стабильно, повторюсь еще раз, на протяжении веков. Но в ходе трансформационных процессов и под воздействием

внешних сил этот опыт стал меняться. Вследствие этого людям пришлось переходить к другой социокультурной матрице - поддерживать свое существование через механизмы не только повторения унаследованного ими социального опыта, но и посредством изменения (развития) его. Такие изменения усиливались в связи с наращиванием интеграционных процессов с внешним миром, в частности, с Россией.

Но в российском обществе люди жили, придерживаясь другой социальной практики. В этом обществе социальный идеал, к которому люди стремились, оказался не в прошлом, как в традиционном абхазском обществе, а в будущем. При этом представления о социальном будущем формировались как отрицание наличной формы бытия, в том числе и прошлого. Потому социальное будущее как идеал не имело реального (чувственного) аналога и представляло собой лишь мысленную (абстрактную) конструкцию. При таких условиях людям приходилось стремиться к своему социальному идеалу не через повторение прошлого, а посредством его отрицания. Отношение их к социальному прошлому было, как правило, критическим. Прошлое ими воспринималось как несовершенное. Задача, возникавшая в этой связи, как раз состояла в том, чтобы сделать его совершенным. Но сделать прошлое более совершенным можно было лишь в будущем. Только в будущем можно было реализовать свой идеал. Тем самым социальный идеал в самосознании российского общества, как, впрочем, и в европейском самосознании, оказывался не в прошлом, а в будущем. Не прошлое, а именно будущее, в котором мыслилась возможность достижения социального идеала, выступало в качестве исходной модели действия людей и критерия оценки ими реального состояния общества.

Однако готового и понятного для всего общества социального идеала здесь не было, поэтому приходилось его создавать. Это происходило главным образом в элитных кругах. Социальное будущее представлялось в таком идеале как некое предельно справедливое и совершенное общество. Люди же в основной своей массе оставались носителями весьма смутных представлений о предстоявшем будущем. В силу этого они не могли осмысленно и целенаправленно участвовать в реализации предлагавшегося им политической элитой того или иного социального проекта. Потому процесс формирования социального будущего в российском обществе, как правило, носил и продолжает носить сложный и напряженный характер.

Течение социального времени по-разному воспринималось в абхазской и русской культурах, по-разному происходило в них формирование социального будущего. Однако это различие не помешало процессу интеграции. В ходе этого процесса абхазское традиционное общество по существу перешло на новую (русскую) схему социальной конструкции. Но этот переход долго не осознавался в абхазском обществе, в самосознании которого формирование будущего по-прежнему не связывалось с какими-либо затруднениями.

Будущее Абхазии теперь мыслилось ее народом в контексте общероссийского культурно-цивилизационного пространства.

Лишь на рубеже XX-XXI веков, в связи с распадом СССР, проблема социального будущего встала во весь свой рост перед Абхазией, как, впрочем, и перед Россией. Решение этой проблемы тогда было сведено, как уже отмечалось, к политическому самоопределению – созданию суверенной национальной государственности [2].

При этом новая абхазская государственность понималась и понимается еще сегодня лишь как инструмент противостояния грузинским угрозам. Ее социальное назначение до сих пор так и не получило серьезного и глубокого осмысления. Между тем государство – это ведь инструмент, средство, целью которого является обеспечение безопасного и стабильного развития общества. Вне связи со стратегической целью, которую преследует общество, государство, как таковое, утрачивает смысл.

**О созидательном потенциале кризиса.** Но кризис – это не только разрушение. Он несет в себе так же определенный созидательный потенциал. Разрушая ту или иную систему социального жизнеустройства, кризис ставит перед человеком новые задачи, решить которые он не может привычным (старым) способом. Поскольку найти новый способ решения этих задач человеку удастся нелегко, кризис заставляет его приложить свои усилия на поиски, а иногда, как бы иносказательно, подсказывает ему, как можно найти искомое решение.

Социальный кризис есть ничто иное, как резкое изменение условий жизни человека. Чтобы поддерживать свою жизнь в новых условиях, ему необходимо адаптироваться к ним. Т.е. ему необходимо выработать в себе такие способности и механизмы жизнедеятельности, которые могли бы адекватно отвечать новым социальным условиям.

Это значит, разрушая ту или иную социальную систему, кризис вынуждает человека формировать новую систему, как более эффективную и жизнеспособную. Кризис втягивает человека в новые, в непривычные для него, социальные процессы, где ему приходится быть более расторопным, активным, организованным, целеустремленным и волевым. Тем самым он заставляет человека развивать себя, способствует наращиванию его интеллектуального (креативного) потенциала, того самого потенциала, которого больше всего не хватает нам сегодня.

Кризис – это испытание человека и общества, в целом, на жизнеспособность. Правда, в этом испытании нет гарантии на успех. На успех может рассчитывать лишь то общество, которое более организовано и обладает креативным потенциалом. В то же время в истории человечества известно немало таких случаев, когда целые страны, а то и цивилизации, не выдержав испытания кризисом, исчезали.



Важно подчеркнуть здесь и другое: не следует рассматривать кризис, как некое, лишь негативное, отклонение от общих тенденций и закономерностей развития человеческой истории. Своими корнями он связан с теми фундаментальными противоречиями, на базе которых формируется и развивается человеческое общество вообще. Потому кризис не устраним. Более того, он, подчеркнем еще раз, является одним из факторов развития общества.

Важно так же уточнить: слова «выход из кризиса», используемые нами здесь, не означают, будто автор этих строк предлагает некий волшебный рецепт, позволяющий выйти из кризиса и, оставив его позади себя, перейти в такое общество, в котором нет и быть не может каких-либо социальных потрясений. На протяжении всей своей истории человечество мечтало и мечтает еще сегодня избавиться навеки от всевозможных социальных катаклизмов. Но о таком обществе можно лишь мечтать. В реальности добиться такой социальной организации жизни человечеству не удастся. Напротив, в последнее время оно все больше погружается в такие разрушительные процессы, масштабы которых расширяются. Из локального, как уже отмечалось, ныне кризис стал глобальным явлением и теперь превращается в планетарный. Промежуток времени между циклами обострения кризисов все сокращается. Более того, будучи объективным явлением, кризис приобретает ныне и субъективный характер. Сегодня он часто используется в качестве инструмента в конкурентной борьбе между мировыми державами, «экспортируется» из одной страны в другую, что еще более усугубляет положение человечества. Именно таким способом был внедрен кризис в нашу жизнь, который мы сегодня переживаем. Именно эта особенность современного кризиса лежит в основе действия тех внешних сил, которые пытаются не допустить выполнения абхазского национального проекта.

***О чем глаголет история?*** Мировая история пестрит фактами, показывающими, как одни общества успешно выходили из кризиса, а другие - разрушались под его ударами. Разумеется, здесь не место давать подробный анализ этих фактов. Но вспомнить некоторые из них – все же следует.

Скажем, разве Россия не пережила кризиса в начале прошлого столетия? О чем же говорит переход империи из одной системы в другую? Причем переход в качественно новую систему, совершенно не изведанную и не имевшую аналога в истории человечества! Совершив такой прорыв, Россия сохранила себя, правда, в другом формате, в формате СССР, и вышла на перспективы развития. Здесь важно уяснить: что же следует понимать под переходом? Переход в тех конкретных условиях означал:

- усиление роли государства и его ответственности перед обществом;
- активное участие государства в управлении обществом и регулировании социально-экономических процессов;
- радикальное изменение форм собственности;

- обеспечение трудоспособной части населения рабочими местами;
- бесплатное обучение, оказание медицинских и других социальных услуг;
- равноправие народов страны и др.

Среди них ключевое место занимало обеспечение социально-экономического развития страны через государственное планирование. Не об этом ли говорит, в частности, НЭП, ГОЭЛРО, последующие пятилетки и создание специального государственного органа – Госплан? При всех политических зигзагах, изгибах и отклонениях, имевших место в жизни страны, благодаря именно планированию СССР стал динамично развиваться и вскоре вышел на передовые позиции. Не потому ли наряду с «Варшавским договором» Госплан оказался под особым прицелом Запада при развале СССР?

Между тем этот опыт был успешно использован в годы «великой депрессии» никем иным, а именно США, являвшимся заклятым врагом социалистической системы! Опираясь на него (опыт), они тогда не дали великой и могущественной капиталистической стране, находившейся на грани развала, разрушиться и вскоре вышли на перспективы развития.

К сожалению, в самой России этот опыт остается пока не востребованным. Зато в Китае и в некоторых странах Дальнего Востока и Северной Европы он используется довольно успешно.

Впрочем, далеко за примерами ходить не надо. Разве Абхазии не приходилось переживать различные социально-политические потрясения и катаклизмы? Вспомним хотя бы недавнее прошлое, вторую половину XIX столетия, когда после длительной войны страна оказалась на краю пропасти! В то время мало, кто мог думать, что Абхазия выживет. Тогда, как известно, она лишилась большей части своего населения, государственного института самоуправления, даже своего топонима. Владетельный князь и влиятельные представители его родословия были высланы из страны, а оставшаяся часть абхазов были объявлены (1880г.) императором «виновным народом».

Тем не менее, абхазы, оставшиеся на своей родине, выдержали это испытание и уже в начале 20-х годов прошлого столетия, разобравшись в геополитических распрях эпохи, встали на путь национального возрождения. Позже Абхазия вошла на равноправной основе в состав СССР. При этом важно подчеркнуть: приобретение государственности было активно использовано в ускоренном восстановлении и реконструкции традиционного социального уклада жизни. За короткие сроки республика стала динамично возрождаться и выходить на передовые позиции. Это ведь был переход Абхазии из одной социально-экономической системы в другую, в социалистическую систему хозяйствования, о которой народ Абхазии не имел никакого представления! Как же при таких условиях правящей элите удавалось успешно решать задачи, стоявшие тогда перед республикой? Не следует ли нам

сегодня изучить этот опыт с тем, чтобы вооружиться им при решении задач, стоящих ныне перед нами?

Не стоит ли нам сегодня извлекать уроки из собственного социального опыта? Он ведь показывает жизнеспособность народа, способность его адаптироваться к меняющимся социально-политическим условиям и развиваться? Оказываясь в трудной ситуации, он через свои элитные структуры искал и, как правило, находил выход из нее, что, к сожалению, не происходит в послевоенный период.

### *Список литературы*

1. Акад. Коптюг В.А. Конференция ООН по окружающей среде и развитию (Рио-де-Жанейро, июнь 1992г.) Информационный обзор, Новосибирск, 1993г.
2. Моисеев Н.Н. Современный антропогенез и цивилизационные разломы (эколого-политологический анализ). В кн. «Глобальный кризис западной цивилизации и Россия», М. 2008г. С. 16-88.
3. Лепский В.Е. Проблемы становления субъектности человечества и модели развития. В альманахе «Развитие и экономика». М. 2011г. №1, С. 95-101.
4. Дисфункция цивилизации. В кн. «Глобальный кризис западной цивилизации и Россия», М. 2008г. С. 503-511.
5. Стратегия Национальной Безопасности США. В кн. «Мировойна все против всех», М. 2015г. С. 15-81.
6. Дамения О.Н. В поисках будущего. В альманахе «Развитие и экономика». М. 2011г. №1. С. 91-94.

---

*Damenia O.N.*

### **ABKHAZIA: LIFE BETWEEN SYSTEMS**

*Abstract: the paper gives a brief description of the situation in post-Soviet Abkhazia. The complex and contradictory, sometimes ambiguous, processes taking place in the Republic are interpreted through the prism of the crisis. Growing in breadth and depth, the crisis has destroyed not only the Soviet foundations of Abkhazian society. In fact, people found themselves between two non – existent social systems-between the old one already destroyed and the new one not yet created. In these conditions, they have to survive on the principle of «here» and «now». Understanding the importance of the transition to a new social practice – to the practice of program-targeted planning of social development, in society yet, which is extremely dangerous.*

*Key words: crisis, system, social uncertainty, basic personality, challenge, response, reformation.*

---

УДК 330.101

**ТЕНЕВАЯ ЭКОНОМИКА  
В РАЗЛИЧНЫХ ОБЩЕСТВЕННО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ****Столярова А.Н.***доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры товароведения  
Государственного социально-гуманитарного университета***Пономарева М.А.***кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры  
«Экономика организации» Финансового университета  
при Правительстве Российской Федерации*

**Аннотация:** теневая экономика зародилась с появлением экономических отношений и характерна всем экономикам современных стран. Она проникает во все сферы экономических отношений, реализуется в многочисленных формах и имеет как негативные, так и позитивные последствия порождая множество проблем с наполнением бюджетов всех уровней.

**Ключевые слова:** теневая экономика, экономические отношения, теневой сектор, предпринимательство, налоговые поступления, экономическое сотрудничество, стабилизирующие и дестабилизирующие факторы, оценка.

Теневая экономика зародилась с появлением экономических отношений и характерна всем экономикам современных стран. Теневая экономика, или как ее еще по-другому называют ненаблюдаемая экономика, как явление проникает во все сферы экономических отношений и реализуется в многочисленных формах, начиная от бегства в офшоры зарплат в конвертах до кустарного производства одежды. Теневая экономика скрыта от контроля, в ней не платятся налоги, что порождает множество проблем с наполнением бюджетов всех уровней.

Необходимо отметить, что причиной теневых экономических отношений является взаимодействие среды и человека в определенных условиях. Важность исследования явления «теневая экономика» подчеркивает тот факт, что в настоящее время не существует единого общепринятого универсального понятия теневой экономики и ее структуры. Необходимо так же отметить, что сегодня нет единого мнения о том, входит ли криминальная экономика в состав теневой экономики. Анализ теневой экономики позволяет выявить основы ее возникновения и существования.

Во-первых, это деструктивные потребности человека, существующие в любом обществе и при любых формах социально-экономического уклада.

Во-вторых, неспособность существующей экономической системы обеспечить наиболее эффективное использование производительных сил и необходимый уровень производственных отношений для поддержания высокого качества жизни населения страны.

В-третьих, следует указать на противоречие между потребительной стоимостью факторов производства и их меновой стоимостью. Как в социалистическом хозяйстве, так и в России переходного периода факторы производства использовались крайне неэффективно и порой выступали не как факторы, а как спекулятивный товар, реализуемый для получения сиюминутной прибыли.

В-четвертых, существенно облегчает возникновение теневой экономики деформация отношений собственности. Во время «военного коммунизма» это выражалось в национализации частной собственности, «раскулачивании», при командно-административной системе – в запрете частной собственности и предпринимательства. В условиях реформирования деформация отношений собственности проявилась в процессе присвоения госсобственности узким кругом лиц, а также при легализации криминального капитала в ходе двух приватизаций.

Главный экономист российского представительства Всемирного банка Кристоф Рюль считает, что доля теневой экономики в ВВП России реально составляет около 40-50%. По его мнению, значительная часть теневого оборота сконцентрирована в сфере услуг. Данные исследований ВБ значительно расходятся с российской официальной статистикой. Так, Госкомстат оценивает размер теневого сектора экономики в России примерно в 20-25%. В Госкомстате считают, что в тени трудятся около 10 млн. россиян.

Таким образом, исследование явления «теневая экономика» подразумевает не только раскрытие ее сущности, но и определение ее экономических функций. Теневой экономики присущ дуализм, что выражается в ее двойственной роли: позитивной – сглаживание отрицательных условий по развитию бизнеса; негативной – антисоциальное перераспределение доходов общества и уменьшение его благосостояния, снижение эффективности системы управления экономикой.

Теневая экономика относится ко всем сферам экономической жизни, а также приобретает региональные и даже международные масштабы. Во всех странах мира с рыночной структурой экономика всегда была, и будет существовать теневая экономика. Масштабы в каждой из стран или сфер могут быть разными, но избавиться от нее полностью еще не удалось никому. Довольно часто, теневую экономику приравнивают к преступности, где уровень можно уменьшить, но искоренить полностью невозможно.

Ежегодно, потери российской экономики от теневого сектора составляют, по средним оценкам экспертов, около 50% ВВП.

В развитых странах главной причиной развития теневой экономики выступает крайне высокий уровень налогообложения (например, в странах Западной Европы на налоги уходит 40-50% ежемесячного заработка среднего гражданина). Нелегальный наемный труд в Западной Европе распространен преимущественно в строительстве и сфере обслуживания. В теневой экономике развитых стран заняты главным образом

работники, которые стремятся увеличить свой доход, выполняя обычную (некриминальную) работу, и укрываются при этом от налогов. Подобная занятость обеспечивает не основной, а дополнительный, вспомогательный доход и чаще всего является временной.

Согласно исследованиям австрийского экономиста Ф.Шнайдера, во второй половине 1990-х гг. в развитых странах теневая экономика составляла около 12% ВВП, в странах с переходной экономикой – 23%, а в развивающихся странах – 39% [1].

Таким образом, в наиболее развитых странах удельный вес теневого сектора в национальной экономике значительно меньше, чем в других группах стран. Однако развитые страны также неоднородны, и среди них встречаются страны с довольно высокими показателями теневой активности (табл. 1).

В 1998 г. страной с наиболее высокой долей теневого сектора является Греция (29,0% официального ВВП). К странам с наибольшим теневым сектором относятся также Италия (27,8%), Испания (23,4%) и Бельгия (23,4%). Среднее положение занимают Ирландия, Канада, Франция и Германия (от 14,9 до 16,3%). Наиболее низкие показатели доли теневого сектора имеют Австрия (9,1%), США (8,9%) и Швейцария (8,0%). Таким образом, даже в относительно благополучных странах абсолютный объем теневой экономики составляет в США – 700 млрд. долларов, в Италии – 310 млрд., а в Великобритании – 190 млрд. долларов [3].

*Таблица 1*

**Оценки размеров теневой экономики в начале 1990-х  
в некоторых развитых странах, в% от ВВП [2]**

Развитые страны	Масштабы теневой экономики			
	Оценка по спросу на деньги (С. Джонсон)	Оценка по спросу на деньги (Ф. Шнайдер)		оценка по расходу электричества
Италия	20,4	24,0	22,8	19,6
Испания	16,1	17,3	16,1	23,9
Португалия	15,6	—	—	16,8
США	13,9	8,2	6,7	10,5
Нидерланды	11,8	12,7	11,9	13,5
Швеция	10,6	17,0	15,8	10,8
Германия	10,5	12,5	11,8	15,2
Франция	10,4	13,8	9,0	12,5
Япония	8,5	—	—	13,7
Великобритания	7,2	11,2	9,6	13,6
Швейцария	6,9	6,9	6,7	10,2

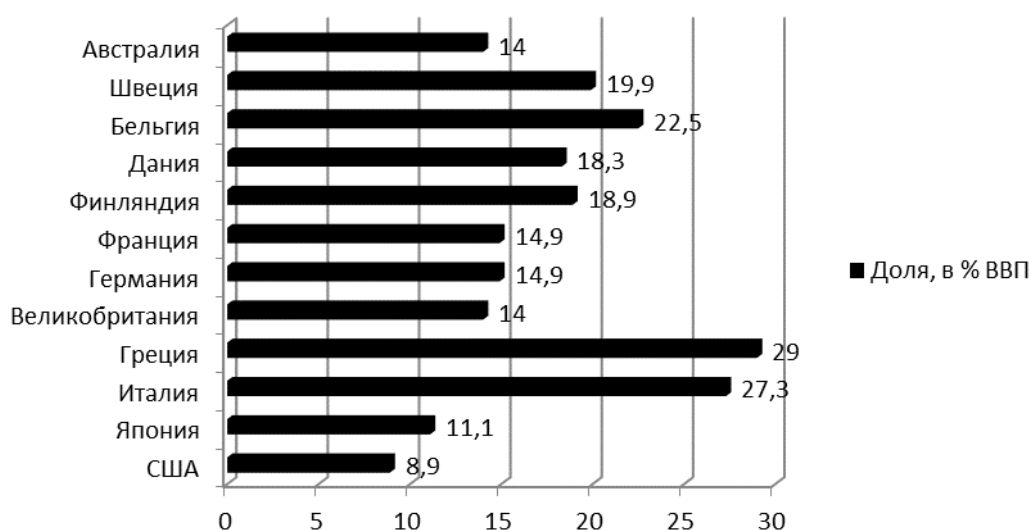
Наиболее быстрый рост масштабов теневого сектора в 80-90-е годы наблюдался в Греции, Италии, Швеции, Норвегии и Германии, - то есть там, где экономика становилась всё более урегулированной из-за принятия новых общеевропейских законов. По некоторым оценкам объём теневой экономики Германии с 1975 по 1997 гг. вырос в пять раз – с 60 до 300 млрд. дол. Причём неофициальный сектор экономики

рос в Германии со скоростью 8% в год, то есть значительно быстрее, чем официальный ВВП.

На современном этапе развития экономики можно так же отметить развитие теневого сектора. Рассматривая негативное влияние теневого сектора на европейскую экономику можно отметить следующее: Европейский Союз ежегодно не дополучает в бюджет около 454 млрд. евро, или 8,6% от общих налоговых поступлений. Налоговые потери варьируются от страны к стране – от 4,5% от общей суммы налогов в Австрии до 18,8% в Болгарии. Почти треть потерь связана с ведением «серой» бухгалтерии, а оставшиеся – с зарплатами «в конвертах». В 2016г. доля теневого сектора в % к ВВП представлена на рисунке 1.

Как видно из рисунка, наибольшую долю теневого сектора имеют такие государства, как Италия (27,3%), Греция (29%) и Бельгия (22,5%). Наименьшая доля приходится на США (8,9%), Япония (11,1%) и Великобритания с Австралией (14%).

Согласно исследованию того же Ф.Шнейдера, в среднем размер теневого сектора в странах Европы в 2017г. составляет 18% от ВВП. Самая низкая доля теневого сектора в ВВП традиционно наблюдается в Швейцарии (6,5%), Австрии (8,2%), Люксембурге (8,3%), Нидерландах (9%) и Великобритании (9,4%). В стране с самой мощной европейской экономикой – Германии – показатель оценивается в 12,2% от ВВП (рис. 1) [1].



**Рисунок 1. Доля теневого сектора в отдельных странах в 2016г., % ВВП**

Больше всего доля теневого сектора в ВВП в южных странах – Болгарии (30,6%), Румынии (28%), Турции (27,8%), Хорватии (27,7%). В странах Балтии теньевая экономика играет наименьшую роль в Латвии – 23,6% от ВВП. В Эстонии показатель составляет 26,2%, в Литве 25,8%. В Польше и Словении показатель доли теневого сектора равен 23,3% ВВП.

В развивающихся странах объемы теневой экономики еще больше – эксперты МВФ видят в этом коррупцию и чрезмерное регулирование, однако отмечают, что теневая экономика может способствовать будущему экономическому росту.

Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), объединяющая 34 развитые экономики, в своем докладе о состоянии экономики мира в 2016 г., заявила о попадании мира в «ловушку низких темпов роста» [7]. По словам генерального секретаря ОЭСР Хосе Анхеля Гурриа, экономика развитых стран не демонстрирует существенного роста, а в ряде развивающихся стран, которые были мировыми локомотивами со времён мирового финансового кризиса 2008 г., напротив, замедляется. Гурриа подчеркнул, что серьезные вызовы представляют собой низкий уровень роста производительности и растущее неравенство.

Проблемой исследования теневой экономики на международном уровне также занимается Ассоциация дипломированных сертифицированных бухгалтеров (АССА). Эксперты АССА определяют теневую экономику как экономическую деятельность и полученный от нее доход, которые находятся за пределами системы государственного регулирования, налогообложения или надзора. Наименьшие показатели объема теневого сектора по итогам 2016 г. зафиксированы в США (7,8% ВВП), Японии (10%) и Китае (10,2%).

Доля теневой экономики в глобальном ВВП составила в 2016 г. 22,66%, подсчитала АССА. В ближайшие годы она будет сокращаться: до 22,1% в 2020 г., 21,4% в 2025 г., прогнозируют эксперты. В России показатель практически не меняется год от года: в 2011 г. он составлял 39,33%, а к 2025 г. останется на том же уровне – 39,3%, ожидает АССА [5].

Методология оценки теневой экономики, которой пользуются эксперты АССА основывается на опросе ведущих предпринимателей, а также выводах двух групп экспертов. Одна группа экспертов использовала метод сканирования горизонтов, в отношении возникающих проблем и факторов, на основе научной литературы и научных исследований. На основе полученных данных применяла метод «мягкого» прогнозирования, т.е. построение прогнозных сценариев. Другая группа экспертов применяла количественный метод, используя математический анализ для построения рядов количественных прогнозов и создания эконометрической модели.

При оценке теневого сектора учитываются такие переменные, как потребительские расходы, инвестиции к ВВП государства, реальный ВВП на душу населения, занятость, удельный вес налогов, государственных расходов в ВВП, а также темпы роста ВВП и число интернет-пользователей на тысячу человек.

На основе проведенного исследования были выделены две группы факторов, определяющих развитие теневой экономики:

– актуальные факторы, к которым можно отнести экономические, социально-демографические и государственные факторы;



– формирующиеся факторы – актуальные факторы + научно-технологические.

Существуют стабилизирующие и дестабилизирующие факторы. Во-первых, с точки зрения экономических агентов, теневая экономика позволяет хозяйствовать эффективнее, т.к. «теневая» экономия на налоговых платежах позволяет предприятию увеличить чистую прибыль и дает ему серьезное конкурентное преимущество перед теми, кто работает легально [5].

Во-вторых, теневая экономика расширяет возможность дополнительных заработков для занятых на официально зарегистрированных промышленных предприятиях. Она создает условия для выживания населения в период спада экономики и ухудшения уровня жизни, формируя дополнительные источники доходов. Это связано с тем, что лица, занятые в теневом секторе, осуществляя потребительские расходы, предъявляют спрос на товары и услуги официального сектора. Это в свою очередь, ведет к увеличению совокупного спроса и росту налоговых поступлений.

В-третьих, она формирует финансовую базу для негосударственной социальной деятельности. Финансирование различных экономических ассоциаций и союзов, спонсорство политической активности, а также благотворительность в сфере искусства в основном идут за счет наличных денег, поступающих из теневой экономики [6].

Таким образом, можно сделать вывод, что маленькая доля теневой экономики может способствовать экономическому развитию государства, а также предоставляет гражданам новые возможности, но только если она не охватывает полностью экономическую сферу страны, так как это ведет к полному разрушению полноценной жизни социума.

Различным типам экономических систем соответствуют различные сферы и формы проявления теневой экономики, ее масштабы. Предпосылками появления теневого сектора экономики является стремление извлечения максимально возможной прибыли от своей предпринимательской деятельности, но вместе с тем уход от уплаты налогов и обязательных платежей государству. Рассматривая проблему появления и развития теневой экономики в России, необходимо отметить наиболее «благоприятные» экономические условия, приходящиеся на конец XX в. – смена экономических систем, законодательства и т.д.

Говоря о методах борьбы с теневой экономикой как в России и в других странах, можно сказать, что значительный объем расчетов ведется при помощи наличных денег.

Например, в Италии, Министерство финансов предложило ввести безналичный расчет по операциям, превышающих величину 600 тыс. рублей. Такое ограничение поспособствует привлечению финансов в реальный сектор экономики Италии. Помимо этого, планируется перевод всех заработных плат бюджетников, в том числе и

работников государственных органов на карточную систему. Введен также запрет для государственных служащих иметь зарубежные счета и финансовые активы в банках.

Если рассматривать опыт США, то можно отметить, что в этой стране в целях защиты страны от экономического кризиса, руководство было вынуждено организовать масштабную работу по неуплате налогов, связанную с вывозом денежных средств из США и его дальнейшего размещения за пределами страны.

Латвия, является страной, в которой уже с давних пор ведется борьба с теневой экономикой. В Латвии руководство страны предпринимает попытки ввести механизм борьбы, основанный на сборе всех личных данных о каждом покупателе, который тратит более 2000 долл. наличными за покупки. Данный метод имеет один недостаток. Данная программа будет касаться лишь резидентов Латвии, что приведет к появлению новой проблемы, связанной с тем, что жители Латвии будут вынуждены договариваться с жителями ближайших стран (Эстония и Литва) или же покупать товар самим, но за пределами Латвии.

Страны Европейского союза большое значение придают такой проблеме, как уклонение от налогообложения. Например, в Испании собираются пополнить казну своей страны на сумму величиной 8,1 млрд. евро при помощи жесткого контроля над налогооблагаемой базой. Государственные органы Италии потребовали, чтобы платежи, свыше 2000 евро совершались таким образом, чтобы их невозможно было отследить (в качестве примера можно привести расчет банковскими картами). В Великобритании появилась специальная бригада численностью 200 агентов. Данная бригада следит по особо высоким доходам, но лишь по поручению правительства.

Все вышеперечисленные меры, направлены на снижение доли теневого сектора в экономике страны, так как по официальным данным, четвертая часть всех коммерческих операций производится нелегально.

Таким образом, на сегодняшний день отсутствует комплексный подход к противодействию теневой экономике, ведется борьба только с отдельными ее проявлениями, мероприятия проводятся без учета национальной и региональной специфики. Очевидно, что сокращение объема теневого оборота хотя и является важной задачей, но не может быть осуществлено любыми средствами. Усиление административного давления на бизнес, расширение полномочий ведомств, контролирующей хозяйственную деятельность, способно существенно снизить эффективность экономики. Требуется оказание системного регулирующего воздействия на теневой сектор экономики. Кроме того, важно обратить внимание Теневая (ненаблюдаемая) деятельность субъектов малого предпринимательства на индикативную функцию теневой экономики, состоящую в демонстрации несовершенства отдельных механизмов государственного регулирования экономики.

При анализе подходов к организации государственного регулирования противодействию теневой экономике на федеральном и региональном уровне

отмечено, что должна быть экономическая эффективность процесса транспарентности теневой экономики, которая определяется как отношение полученного позитивного эффекта от сокращения масштабов теневой экономики к произведенным затратам на его достижение в сопоставимых единицах.

### Список литературы

1. Шнайдер Ф., Энст Д. Скрываясь в тени: Рост подпольной экономики // Вопросы экономики. 2002. № 30.
2. Schnaider F., Enste D. Increasing Shadow Economies All Over the World – Fiction or Reality? A Survey of the Global Evidence of their Size and of their Impact from 1970 to 1995 // URL: <http://economics.uni.linz.ac.at/Members/Shneider/EnstSchn98.html>.
3. Попов, Ю.Н., Тарасов М.Е. Теневая экономика в системе рыночного хозяйства: учебник. – М.: Дело, 2005.
4. Официальный сайт Администрации городского округа Коломна // URL: <http://www.kolomnograd.ru/overview>.
5. Глушков, В. В. Классификация теневой экономической деятельности // Нац. проекты. 2010. № 12. С.130–135.
6. Головкин, М. В. К вопросу о способах оценки детерминантов теневой экономики // Нац. интересы: приоритеты и безопасность. 2013. № 33. С.36–43.
7. ОЭСР заявила о попадании мировой экономики в ловушку низких темпов роста // URL: <https://www.rbc.ru/economics/01/06/2016/574eaa099a7947ad14862e23>

---

*Stolyarova A.N., Ponomareva M.A.*

### SHADOW ECONOMY IN DIFFERENT SOCIAL-ECONOMIC SYSTEMS

*Abstract: the shadow economy originated with the advent of economic relations and is characteristic of all the economies of modern countries. It penetrates all spheres of economic relations, is implemented in numerous forms and has both negative and positive consequences causing many problems with filling budgets of all levels.*

*Key words: shadow economy, economic relations, shadow sector, entrepreneurship, tax revenues, economic cooperation, stabilizing and destabilizing factors, assessment.*

---

УДК 330.342.01

**ВОСПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ДИНАМИКА  
ТЕНЕВОЙ ЭКОНОМИКИ****Чапля В.В.***кандидат экономических наук, доцент кафедры  
теоретической экономики Кубанского государственного университета*

**Аннотация:** одной из важнейших задач, стоящих перед учеными экономистами, является формирование целостной системы взглядов на природу теневых (скрытых, нелегальных) экономических отношений, которые на сегодняшний момент пронизывают почти все сферы общественно-политической и экономической жизни. Вопрос об объективной обусловленности теневого сектора остается во многом открытым, поскольку еще полностью не сформирована концепция самой теневой экономики, не выяснены до конца идеологические установки цивилизованного общества в отношении данного направления экономической мысли. Обоснован авторский подход к воспроизводственной динамике теневой экономики; установлена основная причина как расширенного, так и, что более важно, суженного воспроизводства теневой экономики: трансформация системы контроля в виде отличных от сложившейся системы контроля инструментов, форм и принципов контроля - как хозяйственной альтернативы исторически конкретной формы легальной экономики.

**Ключевые слова:** воспроизводство теневой экономики, экономические отношения контроля, инструменты контроля, формы контроля, принципы контроля.

Существующие модели воспроизводственной динамики теневой экономики не позволяют раскрыть экономическую природу исследуемого феномена, что негативно отражается на предлагаемых программах политики, призванной обеспечить суженную воспроизводственную динамику теневых экономических отношений по причине неспособности выявить универсальную причину разрастания теневой экономики. Предложенные факторы в современных концепциях динамики теневой экономики противоречивы, не отличаются целостностью. Так, например, основная причина по Шнайдеру (Schneider F.) [3], подхваченная большинством исследователей, указывает на недостатки налоговой системы, однако теневая экономика в виде наркоторговли не связана с налоговым законодательством. Потому она либо предстает в статусе не теневой экономики, либо развивается в отрыве от рассматриваемых факторов динамики. Данный недостаток автор пытается решить путем формирования модели, основанной на связи воспроизводства теневой экономики и форм отношений контроля как универсального фактора динамики. Что в конечном итоге позволило не только постичь объективную природу теневой экономики, но и предложить пути ее суженного воспроизводства.

Предположим, что контроль равен единице или 100%. Тогда вся стоимость, которая была создана, контролируется. Например, хозяйство Робинзона. С одной

оговоркой, контроль происходит на основе индивидуального регламента. Весь объём затрат труда Робинзоном признается как необходимый.

У Робинзона могут быть несоциальные потери контроля стоимости. Стоимость есть, а экономических отношений нет!

Так, у Робинзона стоимость созданная может быть, как контролируемой, так и не контролируемой.

Пока нет второго субъекта – уменьшение контролируемой стоимости связано с выбытием в процессах производства и потребления и распределения для потребления, а увеличение связано с производством и распределением для нужд производства и потребления.

Индивидуальный регламент есть также результат труда.

В первобытном обществе при формировании отношений контроля можно как потерять часть или всю созданную стоимость, так и увеличить объём контролируемой стоимости на величину, большую созданной.

При появлении обмена размер контролируемой стоимости корректируется на величину убытия созданной стоимости и величину прибытия не созданной индивидуумом стоимости. За счёт разницы в ценности и полезности стоимости созданной разными индивидуумами создаётся ощущение выгоды, хотя совокупный объём стоимости не изменился.

Разделение труда не изменяет объём стоимости, но изменяет материальное содержание результатов труда, контролируемых субъектом.

Наличие разности между стоимостью и ценностью делает возможным обмен. Если предположить, что результаты труда одинаковые по форме, но разные по своему временному содержанию, то будет распределение.

Появление примитивных орудий (инструментов) контроля связано с заменой стоимости ценностью. Для обмена стоимость надо создавать вновь и вновь, а ценность можно эксплуатировать ровно столько, сколько она будет общей и в той части, в какой она будет общей для субъектов.

Так, предположим, что у нас 2 субъекта отношений контроля А и Б.

А создал 100% стоимости за 8 часов, и Б создал стоимости за 8 часов.

Материально стоимость представлена, например, продуктом х, тогда после производства объём контролируемой стоимости при равной производительности труда будет у субъектов А и Б одинаков.

Но уже после стадии распределения равенство может быть нарушено, так как один субъект может начать сберегать.

Что в свою очередь приведёт к изменению контролируемой стоимости на этапе потребления.

Формы контроля, выйдя из хаоса столкновения индивидуальных регламентов (в виде доступных субъектам, инструментам контроля), становятся более стабильными, приобретая форму социально доминирующих ценностных общественных норм.

Это приводит к изменению эффективности инструментов контроля от некоего базового уровня.

Так сила, как некий примат доступных инструментов контроля, уступает место объяснению неравенства в виде ценностной установки.

Теперь помимо общественных отношений производства есть общественные отношения контроля, которые формируют несовпадения созданной субъектом стоимости и стоимости, фактически контролируемой.

Если доступные инструменты субъекта А будут более эффективны, то он в процессе производства создаст условия для того, чтобы контролировать больший объём стоимости, чем он создал.

Эффективность инструментов контроля может отличаться у субъектов по стадиям воспроизводственного процесса.

Так, более высокая эффективность на стадии производства может быть нивелирована на последующих стадиях.

Например, если у двух субъектов объём стоимости равен единице, то в условиях более эффективных инструментов субъекта А после производства он будет контролировать больше 100% созданной стоимости. Однако если на последующих стадиях общественного производства субъект Б продемонстрирует большую эффективность своих инструментов контроля, то эта пропорция может измениться до равенства или даже наоборот.

С увеличением вовлечённых в отношения контроля доля контролируемой стоимости будет на первый взгляд уменьшаться, за счёт дробления всей единицы на число субъектов. Однако она увеличивается, так как у субъектов появляется интерес контролировать созданную другими стоимость - появляются классы, объединяющие субъектов по интересам.

Классы, желая закрепить свой статус контролёров, вводят формы контроля как ценность, которая распространяется на все общество инструментами правящего класса, закрепляющими свою власть в виде сформулированных принципов.

Всю единицу стоимости правящий класс не может контролировать, так как при производстве существует технологический, а не социальный регламент, требующий применения индивидуальных инструментов контроля, необходимых субъекту, производящему стоимость для выполнения трудовых функций в процессе производства и той части созданной стоимости, необходимой для воспроизводства его рабочей силы.

Данная ситуация разлагает правящий класс и создаёт предпосылки для его смены или расширения за счёт новых групп.

Так, охотники-воины могут отобрать силой добычу, но субъекты, чьим материальным содержанием выступают общественные нормы, могут потеснить воинов через навязывание общественных форм, основанных на альтернативных принципах отношений контроля.

Такие общественные формы, при которых в погоне за всей единицей стоимости проигравшие субъекты уничтожаются, в истории присутствуют. Но при этом они обнаруживают существенный недостаток необходимости воспроизводства.

При появлении экономического антагониста объём общественно признаваемых затрат труда начинает отклоняться на величину несовпадения индивидуального и общественного регламентов. Если для небольшого общества можно физически посчитать это отклонения, то в случае больших, со сложными структурами общество с определенной долей условности можно разбить на группы или классы.

Классы достаточно однородны по принципам, формам и инструментам. Внутри классов безусловно присутствуют внутриклассовые отношения контроля, но, здесь задача не посчитать, а увидеть пропорции и динамику.

Итак, в процессе разделения труда и столкновения индивидуальных регламентов стоимость создаётся, распределяется и потребляется. Может показаться, что в первобытном обществе, при первобытном коммунизме царила идиллия, но уже на основе естественного разделения труда происходит несовпадение объёма стоимости, созданной непосредственно индивидуумом, и стоимости, им контролируемой. Не совпадает не только ее объём, но и структура, так как даже на этой стадии происходит обмен результатами труда.

С общественным усложнением и усилением разделения труда люди начинают замечать, что индивидуальный результат труда и его общественная оценка не совпадают. Охотник, который рассказывает страшную историю неравной битвы со свирепым поросёнком, не только получает восторженные взгляды девушек, он повышает контроль над созданной стоимостью, так как фактически затраты труда могли в каждом конкретном случае отличаться (поросёнок мог быть пойманным как в начале охоты, так и в конце, за ним надо было бегать, или он сам попал в яму, или запутался). Поэтому с совершенствованием навыков охоты чем больше времени оставалось для придумывания общественно необходимых аргументов, тем ярче они становились. А иногда поросёнок не ловился, тогда охотник понимал, что хоть он и затратил усилия, общественно признаваемые затраты отсутствуют, тогда вместо поросёнка в рассказе появляется, например, дракон, затраты индивидуальные отсутствуют, а общественное признание огромное. Тут необходимо пояснить: отсутствие физических затрат на придумывание истории охотника на самом деле не происходит, охотник мог на придумывание истории потратить все время охоты или даже больше в виде частей времени предыдущих охот. Но именно потому, что

общество признавало стоимость реального поросёнка, в её общественном сознании не было запроса на легенды мифы и т.д.

При формировании классового общества формируется запрос на мифы. И затраты такого труда обществом начинают признаваться как общественно необходимые. Это первый этап социальной динамики теневой экономики: когда охотник рассказывал про дракона, он выступал как субъект теневой экономики. В процессе институализации он хотел внедрить в общественное сознание ценность историй охотника и избранность или монопольное право на истину, чтобы убрать конкурентов и скептиков.

Следствием чего стоимость стала выступать не только как объективные затраты труда, но и как оценка общественного одобрения или порицания распределения совокупного продукта между классами.

Стоимость, не получившая своего конкретного хозяйственного воплощения, находится в «метафизической» суперпозиции: она есть воплощённый труд, как продукт индивидуального регламента производителя и как потенциальная форма стоимости, определяемая через отношения контроля.

До момента своего общественного воплощения она существует подобно «коту Шрёдера»: и как продукт индивидуального регламента, и как товарная форма экономических отношений.

Источник теневой экономики заключается в разности между стоимостью индивида и общественной формой стоимости на всех стадиях производства. Без этой разницы теневая экономика не появится и не функционирует. Движение стоимости между стадиями воспроизводственного процесса при разбалансировке порождает теневую экономику. Таким образом превышение или принижение общественной формы стоимости по отношению к индивидуальной стоимости и порождает теневую экономику.

Наличие тех или иных негативных экстерналий, их масштаб и структура, например, теневой экономики имеет для общества конкретную стоимостную величину и показывает: во сколько теневая экономика обходится обществу, или во что обществу обходятся рудименты классов прошлых экономических формаций, пробивающиеся зачатки новых классов из формирующихся формаций и во сколько обществу обходится конкурентная борьба правящего класса в форме коррупции.

Субъектность теневой экономики не абстрактна, за ней стоят конкретные люди или группы людей, а порой целые государства. А раз так, то субъект теневой экономики необходимо рассматривать не отвлеченно, а вкупе с присущим ему экономическим интересом.

При исчезновении, появлении или изменении классового состава общества происходит трансформация экономических интересов.



Теневая экономика есть часть по отношению к целостной экономической системе, состоящая из редуцированных элементов предыдущих экономических систем и не системных блоков нарождающихся экономических систем, присущих конкретным историческим общностям (классам).

Теневая экономика – это строительные блоки исторически конкретных конструкторов способа производства, и в этом основная цель теневой экономики.

Экономический смысл теневой экономики – общественно историческая альтернатива. Предыдущая форма выступает в виде базы для оценки динамики эффективности существующей, будущая как основа для смены парадигмы.

Постижение смысла теневой экономики невозможно без раскрытия знания о её предмете. Незнакомая вещь может показаться бессмысленной, если неизвестно, что она и как ею пользоваться, то есть, как можно извлечь из неё пользу. И, наоборот, по незнанию вещь может наделяться ложными полезными качествами и обладать, с этой точки зрения, значимым смыслом.

Смысл теневой экономики обретается в контексте проектирования экономических систем и факторов их динамики.

Экономическую систему необходимо рассматривать как отражение классовой структуры общества, где правящий класс посредством регламентации пытается консервировать своё историческое положение. В этих условиях формы из экономических систем аутсайдеров приобретают хозяйственный смысл. В свою очередь формирующиеся классы предлагают альтернативные формы на базе принципов иной природы.

Сформировавшись как принцип нового класса и став базисом новой экономической системой, форма переходит на уровень распространения, а потом лакунарно наблюдается в инструментах новых экономических систем.

Наблюдается несовпадение феномена по формирующимся, доминирующим и ушедшим экономическим системам:

принцип → форма → инструмент.

Инструменты контроля – экономические инструменты, посредством которых носители экономического интереса участвуют в экономических отношениях контроля. Применение на практике инструментов контроля позволяет субъекту контроля, который обладает более эффективными инструментами, добиваться установления контроля над стоимостью, им не созданной. Подобная ситуация может также достигаться посредством более умелого использования доступных инструментов контроля. Инструменты контроля имеют трудовую природу, так как они есть порождение трудовой деятельности, или стоимость, созданная контролировать другую созданную стоимость. Инструменты контроля носят исторический характер: что эффективно в одной экономической системе, может оказаться бесполезным в другой.

С прогрессом производительных сил становится возможным индивидуальное, частное ведение производства. Отсюда инструменты контроля – это средства труда и экономический характер их использования.

Средства труда можно разделить на следующие виды:

1. естественные (земля, водопады, реки, которые используются для хозяйственных целей).

2. Технические (созданные человеком искусственно, которые в свою очередь можно подразделить на механические, сосудистые, общие). Прирученных животных Маркс также относит к важнейшим средствам труда [1].

3. Общественные (созданные человеком искусственно, которые в свою очередь можно подразделить на производственный регламент и регламент) Это и есть инструменты контроля ИК.

К. Маркс даёт следующее определение средств труда:

Средство труда есть вещь или комплекс вещей, которые человек помещает между собой и предметом труда и которые служат для него в качестве проводника его воздействий на этот предмет.

Закрепление инструментов контроля в форме общественных институтов позволяет им вырасти до форм контроля.

Формы контроля – формально и неформально закрепленный регламент использования инструментов контроля, отражающий экономические интересы общественного класса или группы, направленные на закрепление монопольного использования инструментов контроля в интересах отдельных индивидуумов, правящих групп или институционализация хозяйственного регламента как формы реализации экономического интереса классов.

Распространяя формы контроля, группы, достигшие монополии контроля, начинают формировать экономическую систему, основанную на принципах контроля. Поэтому эволюция форм контроля – есть принципы контроля, вменяемые всем участникам общественных отношений.

Принципы контроля – ценностная база, объясняющая историческое право закрепления системы отношений контроля за представителями того или иного класса.

Предмет контроля – вещество социальное, результат труда, его общественная форма на которое человек воздействует в процессе контроля, не с целью его создания, а с целью общественного признания или закрепления, общественно-признаваемого объёма затрат труда.

Субъектом отношений контроля выступает носитель индивидуального регламента.

Объект контроля – общественно-признаваемый объём затрат труда.

Экономические отношения контроля - понимаются как исторически конкретные, лежащие в основе социально-экономических формаций, представляющие собой

специфическую форму человеческого труда или результат труда, позволяющий контролировать стоимость. Здесь стоимость не создает новую стоимость, а контролирует ее с помощью механизма общественно признанных затрат труда.

Механизм зарождения концептов, их вызревание, конкурентная борьба и потеря популярности не останавливается, а помещается на склад истории, где хранится, вызревает в новую форму и предьявляется как конкурент существующей.

При этом можно проследить как субъектно ярые сторонники той или иной парадигмы меняют свою приверженность.

Так, бывшие феодалы, монархисты, буржуа, коммунисты, разочаровавшись, могут как вернуться к прежней позиции, так и примкнуть к чему-то новому.

Почему вера в предмет индивидуального предпочтения подвигает всячески убеждать в её истинности, то есть, чем больше приверженцев, тем концепция общества правильная? Тогда на момент начала истории дикость и вера в неё как идеал большинства должна была обеспечить преимущество? Но не обеспечила.

Если механизм субъективной истины не позволяет вырваться концепции в лидеры, что движет адептами?

Возможно, экономический интерес: в надежде на то, что при новом положении дел – экономический класс аутсайдер вырвется в лидеры. Но так происходит не всегда.

Значит экономический интерес не всех адептов положен в основу. Кто был ничем – тот станет всем! Для общественных отношений контроля необходимо как минимум два антагониста.

Но большинство даже при нескольких сменах экономических укладов в течение жизни не попадают в число избранных. Что с ними не так? Есть ещё один фактор – это динамика принадлежащих и используемых ими инструментов, форм и принципов контроля. Положительная динамика! Осознание способности изменить положение дел. У каждого аутайдера есть его принцип, форма и инструмент, подходящий (имманентно) ему.

Так знатность и родство, разложив родоплеменной строй, позволили родственникам героев, святых, других лидеров и причисленных к ним, стать аристократией. Поддержание своего статуса как инструмента, формы и принципа контроля уступило место бережливости, осторожности, рачительности буржуазии. Осознав, что лишившись пролетариата, капиталистическое общество не способно не только себя защитить, но даже обслуживать, пролетариат установил свои принципы, развил свои формы, и стал по-новому применять доступные ему инструменты, обратив винтовку на своего хозяина. Искусственно усложняя формы, придумывая новые инструменты, по-новому трактуя общепринятые принципы, на вершине экономических отношений оказались слуги общества.

Бюрократия как класс формируется не на основе отношений собственности, а на основе отношений контроля. На смену придут террористы как проводники своей идеологии, основанной на принципе оппортунизма по отношению к официальной власти, и начнут действовать в формах видовой анархии хозяйственной жизни и при помощи десубъектных инструментов контроля.

Переход к коммунизму требует капиталистической формации с появлением буржуазии как класса, так как на исторической арене это класс, заявивший свои права на самостоятельность, субъектность контроля и осознав себя как экономический класс благодаря борьбе за субъектность контроля.

Однако видимость возможности установления классом буржуазии равновесия не нашла исторического подтверждения.

Желание контролировать стоимость больше, чем создавать непосредственно собственным трудом, не позволяет выполнить условия экономического роста без отказа от общественно полезного труда.

Буржуазная сущность не стремится к росту производительности для всех, она стремится к росту контроля для возможности переложить груз создания стоимости на другие классы.

И как между привилегированным классом и бесправным формировались промежуточные формы, которые вызрели в класс буржуазии, так между классом собственников и классом рабочих формируются промежуточные классы, обладающие признаками и тех и других, при этом вызревает новая форма, чиновник, менеджер или, по мнению профессора М.Л. Альпидовской, класс бюрократов [1].

Так, путь к правящему статусу пролетариат должен был пройти через промежуточные формы. Результатом данного пути станет не появление нового класса, а исчезновения классов как таковых. Поэтому будут появляться переходящие классы, буржуазия, бюрократия, хакеры, террористы и т.п.

Движение вдоль линии принципы-формы-инструменты контроля и замена всей линии и / или ее части на исторически приходящую альтернативу.

Так, класс, сформулировавший принципы, реализуется в присущих ему формах и овладевает доступными инструментами, которые не должны противоречить принципам. Однако эти же инструменты могут реализоваться и под другими принципами, сформировав другие формы.

Предельная эффективность инструментов контроля зависит как от самого инструмента, так и от экономической системы, что позволяет в высокотехнологических обществах эффективно использовать инструменты из эпохи экономической дикости и варварства.

Феномен общественных благ, как его трактуют либеральные экономисты, парадоксален в том, что декларируется ценность блага в виде функций и свойств общественного блага, а расходуются совокупные стоимостные ресурсы. При этом

часть общества никогда не пользуется данными благами. Они существуют как-бы про запас, а стоимость расходуется в угоду конкретных интересов, конкретных групп экономических субъектов правящего класса, которые из всего многообразия альтернатив первостепенных общественных благ выбрали уникальную версию, отражающую и реализующую набор их экономических интересов на данном историческом этапе.

Данная возможность появляется у этих групп не в результате их права или официального социального статуса, а в результате экономической эффективности инструментов, форм и принципов отношений контроля присущим их классу.

У правящего класса существует монополия на идеологическую функцию экономической науки.

Вместо социально-экономических классов можно предположить существование переходных форм в виде функциональных классов, когда нормирование экономического интереса происходит в связи с функциональной пользой, вкладом в общественное воспроизводство. Правящий класс закрепляет свой хозяйственный регламент как основу легальной экономики.

Хозяйственный регламент как персонифицированный экономический интерес в виде правила, решения задачи «хозяйственного выбора». Хозяйственный регламент закрепляет принципы, по которым субъекты вступают в экономические отношения.

Хаос субъективного подхода не позволяет увидеть сущностную природу экономических отношений, максимум, что дал – это экономическую теорию прав собственности, со своим «пучком прав собственности». Распределение на основе ранжирования статусов собственника не позволяет увидеть природу таких экономических пар, как: собственник-менеджер, электорат-чиновник и т.д. Так, версия того, что коррумпированные бюрократы приватизировали административную ренту, хоть и демонстрируют их частный экономический интерес, не корректна с той точки зрения, что в легальной экономической системе они законными собственниками не являются, хотя находятся в своей хозяйственной роли-статусе вполне законно.

Так, например, в паре капиталист – наемный рабочий либеральный подход определяет их как равных правовых субъектов, зачастую даже с рядом привилегии пролетариата. Однако экономически они не равны. Определение ориентиров, к которым должно стремиться общество в своём внешнем, оторванном от конкретного индивида, прикрываемом принципом главенства общественных интересов, реализуется с учётом конкретно индивидуалистической формы заинтересованных экономических субъектов.

Экономические отношения контроля лежат в основе исторических форм экономических отношений. Так, экономическая система как совокупность доминирующего способа производства, его предыдущих версий и зарождающейся реинкарнации, имеет легальную теневую форму. Она представлена отношениями

собственности исторически доминантной формы, а теневая дополняет ее альтернативными формами отношений контроля. Отсюда понимание экономических отношений собственности как легальной формы контроля, или формы контроля правящего класса.

Превалирующий подход к исследованию роли экономических отношений присвоения (собственности) как экономического базиса экономической жизни общества – не способен описать экономические формы, появившиеся за последние сто лет. Например, в торговых войнах право собственности может оставаться за собственником, а контроль над создаваемой стоимостью может быть у субъекта с иной формой контроля. Поэтому описание исторически конкретных форм экономических отношений, какой является теневая экономика, требует совершенствования методологического инструментария экономической науки. Введение в методологический аппарат экономических отношений контроля позволит более целостно рассматривать многообразие форм экономических отношений. Отсюда понимание экономических отношений контроля как объекта (хозяйственной практики), предмета (научного отражения форм этих отношений) и метода как инструмента анализа этих форм.

#### Список литературы

1. Альпидовская М.Л. Эволюция института бюрократии в социально-экономической системе. Диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук / Финансовая академия. Москва, 2009
2. Богданов А.А. Тектология: Всеобщая организационная наука. Книга 1. - М.: Экономика. 1989. 304 с.
3. The Shadow Economy: An International Survey by Friedrich Schneider, Dominik H. Enste Cambridge University Press, 2003.

*Chaplja V. V.*

#### REPRODUCTIVE DYNAMICS OF SHADOW ECONOMY

*Abstract: one of the most important tasks facing economists is the formation of an integral system of views on the nature of shadow (hidden, illegal) economic relations, which at present penetrate almost all spheres of socio-political and economic life. The question of the objective conditionality of the shadow sector remains largely open, since the concept of the shadow economy itself has not yet been fully formed, the ideological attitudes of civilized society have not been fully clarified with respect to the direction of economic thought. The author's approach to the reproductive dynamics of the shadow economy is grounded; the main reason for both expanded and, more importantly, narrowed reproduction of the shadow economy: the transformation of the control system in the form of tools other than the established control system, forms and principles of control as an economic alternative to a historically concrete form of a legal economy.*

*Key words: reproduction of the shadow economy, economic relations of control, control tools, forms of control, principles of control.*

УДК 338.23

**ПРАВОВОЙ АСПЕКТ ПРЕВЕНТИВНОГО МЕХАНИЗМА  
ПОЛИТИКИ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ЛЕГАЛИЗАЦИИ  
КРИМИНАЛЬНЫХ ДОХОДОВ****Марцева Т.Г.**

*кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры гуманитарных, социально-экономических и информационно-правовых дисциплин Новороссийского филиала федерального государственного казенного образовательного учреждения высшего образования «Краснодарский университет Министерства внутренних дел Российской Федерации»; заведующая кафедрой таможенного дела и международных отношений Новороссийского института (филиала) АНО ВО МГЭУ*

**Аннотация:** в статье раскрыто определение легализации доходов, приведены предпосылки развития процессов легализации как социального и экономического процесса. Дано определение политики противодействия легализации доходов, полученных преступным путем в концептуальном плане, а также конкретно на примере России рассмотрен ряд правовых актов по этому вопросу.

**Ключевые слова:** доход, бизнес, деньги, мошенничество, легализация, контроль, безопасность.

**Введение.** В настоящее время экономические преступления переместились из сферы материального производства услуг и работ и приобретают в большей степени социальный характер, поскольку связаны с использованием не столько машин и механизмов, сколько знаний и информации. Появились новые виды практической деятельности (сюрвейерская, логистическая, аутсорсинговая и пр.), требующие правового регулирования и юридического сопровождения в соответствии с национальными или международными нормами права, а, следовательно, и наличия определенных навыков и умений.

Поскольку между развитием деловой активности и юридической техникой порой существует определенный временной лаг, то это в свою очередь может привести к злоупотреблению ситуацией, некорректным толкованием норм права, введение в заблуждение контролирующих органов, партнеров, потребителей и прочим фактам правонарушений. Простота совершения последних в сфере услуг объясняется скоростью оказания услуги, ее нематериальностью, большим количеством участников, простотой организации предприятия в сервисной деятельности.

**Цель исследования** – определение концептуальных основ правового регулирования финансовых операций в целях предупреждения совершения мошеннических действий.

**Материал и методы исследования.** В процессе написания статьи использовались методы анализа, синтеза, сравнения, логический, исторический. Источниками информации выступали данные периодической печати, нормативно-правовые акты в области правового регулирования объекта исследования, а также данные официальных организаций.

Развитие современной науки способствует не только появлению новых технологий, упрощающих труд человека, но и новых способов правонарушений в сфере оказания услуг в целом и финансовых – в частности. Финансовые отношения выступают неотъемлемой частью экономики любой страны, поскольку позволяют без лишних усилий и затрат времени осуществить транзакцию как с участием материальных объектов, так без оных. Перемещение денег в пространстве и времени с одной стороны, обеспечивает реальный сектор экономики необходимыми текущими средствами, способствует расширению конкурентных возможностей с помощью кредитных и инвестиционных инструментов, стимулирует развитие посреднической сферы (страхование, брокерская и дилерская деятельность, консалтинг, траст и т.д.), а с другой – появлению новых технологий «обхода» закона, ущемления прав и законных интересов участников финансовых операций и расширения «теневого» сектора экономики, который в настоящее время в большей степени характеризуется транснациональностью и масштабностью совершаемых преступлений. Одним из таких преступлений является «отмывание» денег или легализация доходов, полученных преступным путем. На первый взгляд отмывание денег – это преступление, в котором объективно нет жертвы, поскольку с этим преступлением не ассоциируется драматизм лишения человека жизни, причинения увечий в результате насилия и убийств, порча и лишение имущества в результате ограблений, разбоев и прочие преступления, которые могут привести к реальной угрозе жизни, здоровью и имуществу человека. Но нелегальные операции с денежными средствами косвенно могут привести к более масштабным последствиям связанными с угрозой национальной безопасности в целом, нарушению экономического равновесия, недополучения доходов как самим государством, так участниками рынка, финансированию терроризма и экстремистской деятельности. Поэтому защита участников финансовых операций, финансовый контроль и предотвращение нелегального манипулирования денежными средствами являются важными направлениями экономической политики отдельных стран.

В истории экономики существует мнение, что возникновение термина «отмывание денег» связано с действиями чикагских мафиози в Америке в период действия сухого закона с 1920 по 1933 гг. Ими была разработана схема официального оформления нелегальной продажи спиртного, приносящего огромные доходы, как выручку, получаемую от сети автоматических прачечных. Поскольку услуги прачечных оплачивались наличными, а отследить частоту оказываемых услуг было



практически сложно, то гангстеры могли часть криминальных денег выводить из теневого оборота без особых проблем и именно тогда такая операция называлась «стиркой» или «отмыванием» денег.

Еще одна версия определяет, что первые схемы финансового манипулирования связаны с именем американского гангстера итальянского происхождения Аль Капоне, а также деятельностью одного из основателей Лас-Вегаса мафиози Меиром Лански (урожденный Меир Сухомлянский из Гродно, известный как «счетовод мафии»). После ареста Аль Капоне 1931 г. полицейским удалость доказать, что расходы известного итальянца во много раз превышали его официальные доходы, а, следовательно, на лицо факт преступления – сокрытие части доходов от налогообложения.

В то же самое время Меир Лански стал известен разработкой сразу нескольких схем «отмывания денег». Вначале местом легализации преступных доходов были выбраны игорные заведения США, где обычную игровую выручку разбавляли деньгами, полученными нечестным путем. Позже для легализации средств им стали использоваться швейцарские банки, в которых Лански открывал анонимные счета на крупные суммы при этом параллельно в этих же банках оформлял кредиты на крупные суммы под залог как раз и выступали официальным источником денег. Затем займы погашались за счет денег, полученных от преступной деятельности, становясь при этом вполне легальными.

Но официально в прессе сданный термин появился после Уотергейтского скандала в 1973 г., связанного с финансированием избирательного фонда Республиканской партии США за счёт анонимных пожертвований, что было запрещено законом.

В системе права термин «отмывание денег» официально применен в 1982 г. при рассмотрении дела «США против 4 255 625,39 доллара», где рассматривались финансовые махинации американской компании Sonal со своими счетами в банке Capital Bank (Майами, США). Как позже было выяснено, что с помощью этой компании было легализовано порядка 200 млн. долларов, но отследить смогли только сумму немного большую чем 4 млн.долларов. Колумбийские наркодельцы вывозили из США в Колумбию криминальные деньги, обменивали на колумбийские песо и деньги официально возвращались в США в долларах как оплата услуг одной солидной американской компании, затем колумбийцы получали от этой компании чеки на разные суммы якобы за выполненные работы и оказанные услуги [6].

Долгое время считалось, что в большей степени отмывание денег связано с наркобизнесом и различными способами отъема денег, но после террористической акции 11 сентября 2001 г. в США в сферу контроля также попали средства, которые направляются на финансирование терроризма под прикрытием деятельности благотворительных, религиозных и неправительственных организаций, а также

подпольных квазибанковских систем («Хавала», «Хунди») и с использованием денежных переводов в глобальной сети.

Существуют разные определения того, что означает данный термин. В целом с одной стороны это процесс перевода нелегально полученных денег в легальные, а с другой - это способ сокрытия незаконного происхождения или использования денежных средств. В 1989 г. была создана Международная рабочая группа по борьбе с отмыванием денег (FATF, ФАТФ), которая дала юридическое обоснование понятия «отмывание денег» и занимается разработкой и имплементацией международных стандартов в сфере противодействия отмыванию денег и финансированию терроризма (ПОД/ФТ).

Правовое поле в области противодействия отмыванию денег и финансирование терроризма включает в себя конвенции, соглашения и прочие документы следующих институтов:

– в первую очередь ключевой правозащитной организации – Организации Объединенных Наций (ООН), а именно: Конвенция ООН о борьбе против незаконного оборота наркотических средств и психотропных веществ 1998 г., Международная конвенция о борьбе с финансирование терроризма 1999 г., Конвенция ООН против транснациональной организованной преступности 2000 г., Конвенция ООН против коррупции 2003 г.;

– также ряд норм права Совета Безопасности ООН, имеющих обязательную силу для стран-участниц ООН – резолюция № 1276 (1999 г.), а также следующие за ней резолюции по ее практической реализации, имеют обязательную силу для всех государств-членов ООН;

– не меньшую значимость имеют региональные нормы права, так в рамках Совета Европы принята Конвенция Совета Европы об отмывании, выявлении, изъятии и конфискации доходов от преступной деятельности 1990 г., Конвенция Совета Европы об отмывании, выявлении, изъятии и конфискации доходов от преступной деятельности и финансированию терроризма 2005 г.;

– среди специализированных организаций стоит выделить Международную рабочую группу по борьбе с отмыванием денег - например, «Сорок рекомендаций», «Девять специальных рекомендаций по противодействию терроризма» и другие;

– а также вопросами контроля легализации дохода занимается Группа подразделений финансовой разведки «Эгмонт», которая сформулировала «Заявление о целях Группы «Эгмонт», «Оптимальная практика осуществления обмена информацией между подразделениями финансовой разведки» и другие;

– в рамках Базельского комитета по банковскому надзору были разработаны Методические рекомендации БКБН по эффективному управлению рисками, связанными с отмыванием денег и финансированием терроризма, январь 2014 г., Практический документ IAIS по противодействию отмыванию денег и

финансированию терроризма, октябрь 2013 г., Основные принципы эффективного банковского надзора, сентябрь 2012 г.;

– Вольфсбергская группа была образована по инициативе мирового банковского сообщества с целью выработки принципов противодействия отмыванию денег в банковском секторе, по их инициативе были сформулированы, например, «Всеобщие директивы (указания) по противодействию отмыванию денег в частном банковском секторе», «Четырнадцать принципов борьбы с отмыванием денег в банках-корреспондентах» и другие [4].

При этом большая часть международных норм являются рекомендательными и должны содействовать развитию сотрудничества государственных служб стран, контролирующих схожие финансовые риски и участвующие в налаживании деловых контактов.

Среди этих документов можно выделить те, которые являются юридически значимыми для стран, такие как конвенции, договоры, а также те, которые разрабатываются специализированными правозащитными структурами, ставящими цель повышения эффективности контроля за сомнительными финансовыми операциями. Эта группа документов (документы Группы подразделений финансовой разведки «Эгмонт», Базельского комитета по банковскому надзору, Вольфсбергской группы и т.д.) определяет правила международного сотрудничества подразделений финансовой разведки, направления осуществления банковского надзора, а также обязует банки исполнять ряд правил корпоративной этики при осуществлении финансовых операций. Государства в целях соблюдения правового режима контроля сделок, направленных на легализацию доходов полученным преступным путем, обязаны гармонизировать национальные нормы в соответствии с требованиями специализированных международных институтов и существующей правоприменительной практикой, необходимой для создания стандартов национальной системы противодействия.

Выделяют несколько факторов, которые способствуют отмыванию денег [5]:

– распространение коррупции среди государственных служб, специализирующихся в исполнительной, правоохранительной, судебной деятельности;

– наличие нелегальной торговли, что обеспечивает рост доли неофициальных доходов населения и бизнеса;

– существование обезличенных финансовых инструментов, с помощью которых осуществляется выплата средств «на предъявителя»;

– несовершенство механизма контроля над деятельностью финансовых институтов и т.д.

В борьбе с отмыванием денег, как правило, используются следующие механизмы:

1. финансовая и налоговая отчетность юридических и физических лиц;
2. выездные проверки компаний и банков органами регулирования;
3. внешние аудиторские проверки;
4. внутренний аудит, включая выделение особых лиц, ответственных за контроль операций на предмет отмывания денег;
5. контроль в рамках профессиональных ассоциаций и саморегулируемых организаций;
6. оперативные операции местных и иностранных (международных) правоохранительных органов;
7. добровольное (за вознаграждение) предоставление информации физическими лицами.

Так же в УК РФ в статье 174.1 «Легализация (отмывание) денежных средств или иного имущества, приобретенных лицом в результате совершения им преступления» предусмотрены меры наказания за легализацию денежных средств:

в случае совершения финансовых операций с денежными средствами, приобретенными в результате совершенного преступления, в целях придания им правомерного вида владению, пользованию и распоряжению указанными денежными средствами или иным имуществом – наказывается штрафом в размере до 120 000 рублей, в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до 1 года.

Такое же преступление, совершенное в крупном размере, – наказывается штрафом в размере до 200 000 рублей, в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период от 1 года до 2 лет, либо принудительными работами на срок до 2 лет, либо лишением свободы на срок до 2 лет со штрафом в размере до 50 000 рублей, в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до 3 месяцев либо без такового.

Если аналогичные преступления совершаются группой лиц по предварительному сговору, либо лицом, которое воспользовалось своим служебным положением, то наказание применяется в форме принудительных работ на срок до 3 лет с ограничением свободы на срок до 2 лет или без такового и с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до 3 лет или без такового либо лишением свободы на срок до 5 лет со штрафом в размере до 500 000 рублей или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до 3 лет или без такового, с ограничением свободы на срок до 2 лет или без такового и с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до 3 лет или без такового [7].

Основным документом, регулирующим азартные игры в России, является Федеральный закон от 29.12.2006 № 244-ФЗ «О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр и о

внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации». В этом законе выделяются две формы азартных игр:

- казино, деятельность которых возможна на основании лицензии, но исключительно в пределах специальных игорных зон,
- букмекерские конторы и тотализаторы, которые могут открываться по всей стране, но также при наличии лицензии.

На организацию лотерей на территории РФ существует государственная монополия и в соответствии с Федеральным законом от 11.11.2003 № 138-ФЗ «О лотереях» только органы федеральной власти могут организовывать лотереи в России.

Законом о гэмблинге установлено, что «деятельность по организации и проведению азартных игр с использованием ... сети «Интернет», запрещена, за исключением случаев, предусмотренных» этим же законом. Несмотря на отсылку к неким исключениям, на сегодняшний день законом №-244-ФЗ запрещается организация и проведение азартных игр с использованием Интернета на территории России.

Весной 2018 года были внесены коррективы в правовые нормы с целью повышения результативности финансового контроля. С 26 мая 2018 года вступили в силу отдельные положения Федерального закона от 27 ноября 2017 г. №358-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О лотереях» и Федеральный закон «О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации», который запрещает банкам и платежным системам производить перевод денежных средств между физическими лицами и нелегальными гемблинг-сайтами [2].

В настоящее время развитие рынка информации с одной стороны, представляет возможность повысить уровень финансовой грамотности с тем, чтобы защитить себя от обмана и воспользоваться преимуществами бизнес-технологий, но также, в огромных потоках информации не всегда есть возможность своевременно ею воспользоваться, либо качество информации сложно проверить, чем и пользуются мошенники, с уверенностью рассказывая о мифических способах заработка. В политике отдельных стран отсутствуют специализированные инструменты и методики выявления таких правонарушений, недостаточно жестко контролируется рынок информации, недостаточно информации на общедоступных сервисах о том каковы признаки потенциальных схем обмана, размыты полномочия государственных структур в данной сфере, неэффективно осуществляется профилактическая деятельность.

В целях защиты граждан от финансовых махинаций, а также предотвращения легализации доходов, полученных преступным путем, службы финансовой разведки отдельных стран осуществляют следующие меры:

- налаживание обмена информацией подразделениями финансовой разведки разных стран,
- отражение в национальном законодательстве в области отмывания доходов ответственности за изменяющиеся и усовершенствованные способы отмывания денег,
- организация игровых зон и усиления контроля за их деятельностью,
- осуществление совместных действий налоговых, таможенных, банковских органов, а также правоохранительных служб;
- ужесточение наказания не только за организацию схемы, но и пособничество.

Таким образом, преступники постоянно находятся в поисках новых эффективных способов для легализации незаконно полученных средств, поэтому в целях предотвращения действий потенциальных мошенников важно совершенствовать не только правовое поле, но и институциональное взаимодействие и сотрудничество государственных служб по существу решаемых проблем, так как финансовая безопасность является важной гарантией обеспечиваемой государством на современном этапе развития общества.

#### *Список литературы*

1. Анализ мирового рынка онлайн-гемблинга за июнь 2018 года // LoginCasino // URL: <https://logincasino.com/article/analiz-mirovogo-rinka-onlain-gemblinga-za-iyun-2018-goda35821.html>
2. В России вступил в силу закон о запрете на проведение платежных операций в онлайн казино // Slotegrator Limited. URL: [https://slotegrator.com/novosti\\_o\\_zakonah/v-rossii-vstupil-v-silu-zakon-o-zaprete-na-provedenie-platejnyh-operaciy-v-onlayn-kazino.html](https://slotegrator.com/novosti_o_zakonah/v-rossii-vstupil-v-silu-zakon-o-zaprete-na-provedenie-platejnyh-operaciy-v-onlayn-kazino.html).
3. Вобляя И. Н. Методические подходы к оценке эффективности инвестиций в аграрной экономике // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. 2016. № 4 (190). С. 159–168.
4. Кобец П. Н. Международные нормативно-правовые акты, составляющие основу системы противодействия отмывания денег и финансирования терроризма // Международный научный журнал «Инновационная наука». 2016. №1. С. 127–128.
5. Марцева Т.Г. Рынок интеллектуальной собственности: проблемы и перспективы // Вестник Института дружбы народов Кавказа Теория экономики и управления народным хозяйством. 2014. № 4 (32). С. 1.
6. Тосунян Г.А., Викулин А.Ю. Легализация денежных средств: проблемы, возможности, необходимость. // Хозяйство и право. 2015. №11. С.3-8.
7. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ // СПС Консультант Плюс. URL:

[http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_10699/4dfcfc8807c829f92212ce92efe818c4a707a3ca/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/4dfcfc8807c829f92212ce92efe818c4a707a3ca/).

---

*Martseva T. G.*

**LEGAL ASPECT OF A PREVENTIVE MECHANISM OF POLICY TO RESOLVE  
THE LEGALIZATION OF CRIMINAL INCOMES**

*Abstract: the article reveals the definition of income legalization, presents the prerequisites for the development of legalization processes as a social and economic process. The definition of a policy of countering the legalization of proceeds from crime in conceptual terms is given, and also a number of legal acts on this issue are considered specifically on the example of Russia.*

*Key words: income, business, money, fraud, legalization, control, security.*

---

УДК 332.025

**РОЛЬ ИНСТИТУТОВ РАЗВИТИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РЫНОЧНОЙ  
ЭКОНОМИКЕ (ОПЫТ КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ)****Турсунмухамедов И. Г.***кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика»  
Калужского филиала Финансового университета при Правительстве РФ*

**Аннотация:** в работе рассматриваются вопросы становления в Калужской области институтов развития и их роль в экономике региона. Исследование охватывает: во-первых, теоретические подходы к определению значения данных инструментов экономики, их систематизации; во-вторых, изучение предпосылок эффективного использования институтов развития в Калужской области; в-третьих, сравнительную характеристику указанных институтов и их влияния на процессы становления региональной индустриальной базы.

**Ключевые слова:** пространственное развитие, институты развития, кластерная организация, инновации, инвестиции, проектный офис.

Ускорение экономического развития регионов Российской Федерации становится в настоящее время важнейшим фактором экономического роста всей страны. Возможности активного регионального развития определяются, с одной стороны, социально-экономическим потенциалом территории, с другой – институциональными условиями, от которых зависит инвестиционный климат.

Перефразируя знаменитую цитату М.В. Ломоносова о том, что Россия будет прирастать Сибирью, в современных условиях ограниченности инвестиционных федеральных ресурсов, следует говорить о прирастании экономики страны потенциалом всех ее регионов. Одним из источников экономического роста Калужского региона становятся инвестиции и инновации в пространственное развитие, создание кластеров.

Калужская область уже на протяжении ряда лет находится среди российских регионов, где имеются указанные предпосылки для экономического роста. Обладание высоким научным потенциалом, опытом эффективной организации современных предприятий, преимуществами территориального расположения в центральном федеральном округе позволили создать в области эффективную модель территориально-кластерного производства продукции, пользующейся спросом как на внутреннем, так и на внешних рынках региона и страны в целом.

Одним из источников экономического роста Калужского региона становятся инвестиции и инновации в пространственное развитие, создание кластеров. Пространственно-кластерная модель развития, основанная на инновационном предпринимательстве, способна привести к освоению достижений технологического прогресса и качественному прорыву региональной экономики.



Стимулирование инвестиционных процессов и развитие инфраструктурных проектов в области происходит благодаря эффективному внедрению такого важного инструмента государственной политики, каким являются институты развития.

Исследованию роли институтов развития в становлении национальных экономик уделено достаточно внимания отечественных специалистов. Так, Саблин К.С. указывает, что институты развития это представленные в виде «институциональной инфраструктуры, поддерживающей генерирование производительных нововведений (например, технопарки, венчурные фонды, инкубаторы бизнеса)» [1,33]. При этом, в общегосударственном масштабе ими могут быть институты, стимулирующие и поддерживающие необходимое институциональное многообразие, развитие и внедрение инноваций, поддержание квалификации государственных служащих, развитие электронного правительства, системы противодействия коррупции и другие.

Ведмецкая Л.В. выделяет факторы реализации динамических способностей государства через формирование институтов развития, которых подразделяет на три типа: политические, управленческие и когнитивные. В частности, она указывает, что «институты развития противодействуют институциональным ловушкам, стимулируя развитие и чувствительность системы к изменениям в окружающей среде» [2,147].

Определенная и значимая работа в теоретическом обосновании роли институтов развития в экономике государства проделана учеными Кубанского Государственного Университета. Исследования, проведенные здесь, затрагивают в первую очередь уточнение типологизации институтов развития в отечественной экономике. Так институты развития подразделяются на две большие группы: финансовые и нефинансовые. К первым могут относиться агентства и банки развития, экспортные и страховые агентства, финансовые корпорации, инвестиционные, венчурные и суверенные фонды. Во вторую группу входят специальные экономические зоны, технопарки и технополисы, научно-внедренческие инновационные центры, научные фонды, промышленные союзы, образовательные и экспертно-аналитические центры, торговые ассоциации [3].

В проведенной Кубанским Госуниверситетом работе содержится анализ зарубежного опыта становления институтов развития. Это касается опыта развивающихся стран, Франции, Германии, Японии и США, Израиля, а также глобальных и региональных международных институтов развития.

В дальнейшем исследования Университета охватывают подробную характеристику существующих в России институтов развития. При этом особое внимание уделено видам и роли региональных институтов в социально-экономическом развитии территорий.

Ядром практической реализации стратегии становления в России институтов развития является Министерство экономического развития РФ. Оно определяет их в

качестве основного катализатора частных инвестиций в приоритетных секторах и отраслях экономики, которые создают условия для формирования инфраструктуры, обеспечивающей доступ предприятий приоритетных сфер экономики к необходимым финансовым и информационным ресурсам.

Среди направлений функционирования институтов развития Минэкономразвития выделяет развитие экономической и социальной инфраструктуры, развитие инновационной сферы, содействие развитию внешнеэкономической деятельности, поддержку малого и среднего бизнеса, устранение региональных дисбалансов в развитии. Очень важным является уточнение министерством, что важнейшее значение в этой работе будет отводиться региональным институтам развития. Ключевыми направлениями их деятельности должны стать поддержка малого и среднего бизнеса, стимулирование инноваций и ликвидация технологического отставания [4,147].

Становление институтов развития в Калужской области с одной стороны, отражает общие тенденции в использовании этих инструментов роста на уровне региона, с другой, подчинена конкретным целям социально-экономического развития, опирающихся на региональную специфику. Для области эта специфика определяется:

- типом региона (для Калужской области преимущественно индустриальный, с преобладанием наукоемких производств);
- возможностью кластерной организации хозяйства региона с учетом исторически накопленного на его территории научно-образовательного потенциала;
- состоянием внешнеэкономических связей по экспорту знаний и технологий;
- демографическими трендами и качеством населения региона;
- отраслевой структурой ВВП и долей в ВВП услуг, направленных на развитие человека (здравоохранение, образование, социальная поддержка, наука).

Основным планом экономического развития рассматриваемого региона является «Стратегия социально-экономического развития Калужской области до 2030 г.» [5], названная еще стратегией «Инвестируй в человека». В регионе принята государственная программа «Развитие предпринимательства и инноваций в Калужской области». Ее основными задачами на период до 2020 года являются:

- - формирование региональных приоритетных направлений внедрения инновационных проектов, реализация которых будет иметь наибольшее значение для экономического развития региона;
- - дальнейшее развитие частно-государственного партнерства в научно-технической и инновационной сферах;
- - создание недостающих элементов региональной инновационной инфраструктуры (отраслевых технопарков и зон инновационного развития и других).

- - увеличение доли инновационной продукции до 25% от общего объема продукции и в общем объеме экспортной продукции;
- - увеличение количества малых инновационных предприятий до 30% от общего количества малых предприятий области;
- - создание университета инновационного типа, а также научно-образовательных комплексов;
- - активное вовлечение муниципальных образований области в инновационную деятельность.

В рамках реализации указанной программы происходит формирование и осуществляется деятельность институтов развития, призванных способствовать улучшению бизнес-климата в регионе и привлечению инвестиций. Одним из приоритетов развития Калужской области является создание и развитие кластеров как института развития как инновационного способа реализации экономической политики, что позволит обеспечить конкурентоспособность региона не только по стандартным макроэкономическим показателям, но и по состоянию среды жизни и качеству человеческого капитала [6,147].

В Калужской области согласно стратегии социально-экономического развития в ближайшие годы сформировано 7 полноценных кластеров: жизнеобеспечения и развития среды; биотехнологий, фармацевтики, медицинских услуг; образовательный; автостроительный; транспортно-логистический; туристско-рекреационный; агропищевой.

Сегодня на территории области активно развиваются двенадцать индустриальных парков, для резидентов которых предусмотрены налоговые льготы. В результате экономии на налогах предприятия-резиденты дополнительную прибыль могут направить на развитие производства.

Кроме площадок индустриальных парков на территории региона в 2012 году была основана особая экономическая зона (далее–ОЭЗ). На сегодняшний день особая экономическая зона «Калуга» состоит из двух площадок – в Людиновском (610 га) и Боровском (432 га) районах. На обеих площадках высокая степень готовности инженерной инфраструктуры. Преимуществами ОЭЗ являются: наличие природных ресурсов и индустриальная специфика, которые дают преимущества для развития бизнеса в сфере крупного и среднего машиностроения, производства стройматериалов и деревообработки, производству медоборудования, фармацевтических пищевых и других высокотехнологичных производств.

Основными же преимуществами, предоставляемыми резидентам, являются: минимальная арендная плата (2% от кадастровой стоимости участка в год), низкая стоимость выкупа земельного участка (на 2015 год 1 кв. м боровской площадки – 150,26 рублей, людиновской – 25,6 рублей), предоставление налоговых льгот [6,117].

Особый режим предпринимательской деятельности на территории ОЭЗ проявляется в первую очередь в предоставлении ее резидентам различного рода определенных таможенных, налоговых, финансовых и административных льгот. На территории ОЭЗ резидентам предоставляются следующие виды льгот: по налогу на прибыль организации, транспортному налогу, земельному налогу, по налогу на добавленную стоимость.

Как правило, реализация кластерных стратегий предполагает наличие грантообразующих фондов (институтов, агентств), поддерживающих кластерные инициативы.

Одной из институциональных структур, деятельность которой направлена на поддержку кластерного развития в регионе, является Государственный фонд поддержки предпринимательства в Калужской области. В частности, финансовая поддержка фонда проявляется в предоставлении предпринимателям микрозаймов, займов и поручительства на развитие бизнеса по льготным процентным ставкам. Получателем средств фонда может выступать любой предприниматель, зарегистрированный и ведущий свою деятельность на территории Калужской области, выплачивающий сотрудникам среднеотраслевую заработную плату, не имеющий задолженностей по налогам и сборам, заработной плате, а также не занимающийся подакцизными видами деятельности.

Так же на территории Калужской области действует Центр экспортного развития Калужской области, который является структурным подразделением Государственного фонда поддержки предпринимательства Калужской области. Центр создан для формирования механизма эффективного содействия и продвижения калужских предприятий на рынке других стран.

Центр оказывает информационные, аналитические и консультационные услуги по вопросам ведения внешнеэкономической деятельности, проводит маркетинговые исследования потенциальных рынков за рубежом, продвигает инвестиционные и экспортные предложения, помогает в подготовке, переводе на иностранные языки и распространении презентационных материалов в печатном и электронном виде.

Важнейшими функциями и направлениями деятельности центра можно выделить:

- оказание субъектам малого и среднего предпринимательства содействия в проведении маркетинговых исследований, продвижение информации о субъектах малого и среднего предпринимательства Калужской области за рубежом.
- анализ и продвижение потенциала субъектов малого и среднего предпринимательства Калужской области, формирование предложений и программ по повышению его уровня.

– поиск потенциальных партнёров – субъектов малого и среднего предпринимательства для иностранных компаний и инвесторов (по запросу торговых представительств Российской Федерации в иностранных государствах).

– Информирование о развитии внешней экономической деятельности субъектов малого предпринимательства.

В регионе созданы институты развития, каждый из которых решает конкретные задачи инвестора. В первую очередь это агентство регионального развития, которое занимается привлечением инвестиций в регион, развитием приоритетных направлений экономики региона. Каждый из инвесторов, независимо от объема инвестиций, страны происхождения и отраслевой принадлежности, получает полное сопровождение на всех этапах реализации своего проекта.

Среди институтов развития также можно выделить следующие:

– агентство инновационного развития – государственный оператор по развитию инновационного и высокотехнологичного сектора экономики;

– агентство развития бизнеса, в задачи которого входит сопровождение проектов субъектов малого и среднего предпринимательства, содействие развитию их экспортного потенциала, расширению доступа к ресурсам, в том числе финансовым;

– «Индустриальная логистика» – государственный оператор по реализации логистических проектов на территории области;

– агентство развития АПК – государственный оператор по сопровождению проектов в агропромышленном комплексе Калужской области.

Среди важнейших нефинансовых институтов развития Калужской области можно выделить организованный на базе Калужского IT-Центра «Бизнес-инкубатор информационных технологий». Это некоммерческая организация, созданная с целью оказания материальной, информационной, технической поддержки деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства IT-сферы Калужской области.

Для потенциального резидента АНО «Бизнес-инкубатор информационных технологий» выступает в трех ипостасях:

– поддержка стартап-проектов молодых предпринимателей на всех этапах развития;

– обеспечение организаций инфраструктурой, оборудованием, экспертной и информационной поддержкой;

– инвестирование наиболее перспективных инновационных проектов.

Главной задачей развития области является создание надежного единого информационного пространства. Для реализации этой задачи в 2017 г. в регионе был создан Проектный офис Калужской области.

Создание офиса обусловлено необходимостью внедрения проектного управления в деятельность органов исполнительной власти Калужской области в целях:

- обеспечения достижения результатов, запланированных органами исполнительной власти;
- соблюдения и сокращения сроков достижения результатов;
- повышения эффективности использования ресурсов;
- прозрачности, обоснованности и своевременности принимаемых решений в органе исполнительной власти;
- повышения эффективности внутриведомственного, межведомственного и межуровневого взаимодействия, а также взаимодействия с подрядными организациями, привлекаемыми органом исполнительной власти, за счет использования единых подходов проектного управления.

Региональный проектный офис выполняет следующие основные задачи:

1. оказание содействия органам исполнительной власти Калужской области и подведомственных учреждений в области планирования, управления, координации и сопровождения проектов Калужской области.
2. Оказание содействия органам исполнительной власти Калужской области и подведомственных учреждений в области развития процессов проектного управления.
3. Оказание содействия органам исполнительной власти Калужской области в области использования автоматизированных средств поддержки проектной деятельности, включая специализированные прикладные программы и комплексные программные решения.

За первый год работы проектного офиса правительства региона созданы сотни тысяч новых рабочих мест в сфере малого бизнеса, отремонтированы дороги в крупнейших городах. Проектный офис заработал и набирает сторонников в самых разных сферах. Уже к концу 2018 г. улучшилась ситуация с дорогами в крупнейших городах области, запустилось всенародное движение по благоустройству городской среды, созданы сотни тысяч новых рабочих мест в сфере малого бизнеса. Есть достижения в области здравоохранения и образования. Перезапущена система санитарной авиации в труднодоступных территориях региона.

Таким образом, рассмотрев деятельность институтов развития Калужской области, можно сделать следующие выводы. Во-первых, задачи институтов развития направлены на успешное становление в регионе рыночных экономических отношений; во-вторых, деятельность действующих институтов развития продиктована стратегией экономического развития области; в-третьих, повышение эффективности институтов развития будет зависеть от комплексности внедрения новых инновационных форм сотрудничества власти, образования и бизнеса.

### Список литературы

1. Саблин К.С. Роль институциональной среды в формировании институтов развития // Журнал институциональных исследований. 2012. Т. 4. №2. С. 32-42.

2. Роль институтов развития в формировании национальных конкурентных преимуществ современных государств // Вестник СПбГУ. Сер.6. 2014. Вып.4. С. 141-148.
  3. Сайт КубГУ. Файл: 31-37. Docx // URL: <https://studfiles.net/preview /3601352/>.
  4. Сайт Министерства экономического развития Российской Федерации // URL: <http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/instdev/institute//>.
  5. Стратегия-2030 для Калужской области // URL: <http://www.opes.ru/1249079.html//>.
  6. И.Г. Турсунмухамедов. Точки роста инвестиционного потенциала в стратегии развития экономики региона // Экономика, налоги, право. 2016. № 4. С. 112-118.
- 

*Tursunmukhamedov I. G.*

**ROLE OF INSTITUTES OF DEVELOPMENT IN MODERN MARKET ECONOMY  
(EXPERIENCE OF THE KALUGA REGION)**

*Abstract: in work questions of formation in the Kaluga region of institutes of development and their role in region economy are considered. The research covers: first, theoretical approaches to determination of value of these tools of economy of their systematization; secondly, studying of prerequisites of effective use of institutes of development in the Kaluga region; thirdly, comparative characteristic of the specified institutes and their influence on processes of formation of regional industrial base.*

*Key words: spatial development, institutes of development, cluster organization, innovations, investments, design office.*

---

УДК 658.114.1

**ИСТОРИЯ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА  
И ЧАСТНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УЗБЕКИСТАНЕ****Эргашева Ю. А.***доктор исторических наук, профессор, заведующая кафедрой Истории  
Узбекистана Каршинского инженерно-экономического института*

**Аннотация:** в статье рассматриваются вопросы экономических преобразований и развития рыночных отношений, формирования и развития малого бизнеса и частного предпринимательства в Узбекистане за годы независимости. Анализируются проблемы коренного реформирования экономики республики, осуществления масштабных структурных преобразований, поэтапных процессов формирования многоукладной экономики, с целью выявления и эффективного использования природного и экономического потенциала страны, определения стратегических задач по формированию, развитию и поддержке малого бизнеса и частного предпринимательства.

**Ключевые слова:** экономические преобразования, рыночные отношения, малый бизнес, частное предпринимательство, приватизация, многоукладная экономика, микрофирмы, малые и средние предприятия.

В условиях глобализации и глобальной взаимозависимости, успешное продвижение вперед любого развитого цивилизованного государства зависит от учета позитивного и негативного исторического опыта, в том числе общих тенденций экономических преобразований и развития рыночных отношений. В этом контексте особую значимость приобретает исследование сути, специфики, характерных черт, тенденций и факторов экономических преобразований в нашей республике на примере отдельных секторов, системное осмысление реальных закономерностей общественно-экономического развития на новейшем этапе национальной истории. На начальном этапе реформ и во всей стратегии перехода Узбекистана к рынку стала проблема коренного реформирования и структурного переустройства экономики республики, с целью выявления и эффективного использования его природного и экономического потенциала. Были определены стратегические задачи, направленные на экономические преобразования регионов, с учетом их специфических особенностей и возможностей, на формирование, развитие и поддержку малого бизнеса и частного предпринимательства.

Модель развития экономики Узбекистана была эволюционной и учитывала социально-экономический потенциал страны, историю государственности народа, национально-религиозные ценности и демографическую ситуацию. «Узбекская модель», воплощая в себе реформаторские способности государства, защиту экономики от любого политического и идеологического вмешательства, обеспечение верховенства закона, поэтапное проведение реформ, социальную защиту населения, которое в новых рыночных условиях испытывало серьезный психологический и



материальный шок, стала основой для развития общества на переходном этапе [1]. Принятые меры позволили приостановить спад производства, стабилизировать республиканский бюджет, создать систему социальной поддержки населения. Эти принципы на сегодняшний день нашли свое отражение в «Стратегии действий по пяти приоритетным направлениям развития в 2017–2021 гг.» [2].

С обретением независимости, исходя из стратегии экономических реформ были осуществлены масштабные структурные преобразования, поэтапные процессы формирования многоукладной экономики. Именно государственная независимость Узбекистана и избрание собственного пути развития кардинально изменили положение дел в экономике и дали возможность выбрать верное направление, которое обеспечило макроэкономическую и финансовую стабильность в республике, помогло решить социальные проблемы в обществе, а развитие малого бизнеса и предпринимательства стало рассматриваться в качестве одного из ключевых звеньев экономики. Разгосударствление и приватизация, техническое перевооружение и модернизация производства явились приоритетами государственной политики, а принятие важнейших законопроектов позволило использовать экономический фактор как инструмент политического и социального регулирования общественных отношений и явилось ключевым звеном в стратегическом развитии экономики республики.

История формирования малого бизнеса и частного предпринимательства охватывает этапы, для каждого из которых характерны исторические события, новшества и институциональные изменения. Начиная с 1991 г. в развитии национальной экономики и формирования малого и частного предпринимательства, судя по динамике ее развития, предпринимавшимся мерам по реформированию системы хозяйствования и последствиям для человеческого развития, можно выделить несколько этапов.

**Первый этап** (1991–1993 гг.) характеризовался, с одной стороны, сочетанием ужесточения фискальной, денежно-кредитной политики, с другой стороны – ограниченной приватизацией на льготных условиях приусадебных участков, государственного жилья, небольших предприятий торговли, общественного питания, бытового обслуживания и иного коммерческого и производственного назначения. Проведение приватизации заложили основы для возникновения и развития малого бизнеса, частного предпринимательства и одновременно наделили граждан страны собственностью, активами, которыми они могли распорядиться по своему усмотрению. Это в определенной мере смягчило негативные последствия произошедшего в рассматриваемом периоде ощутимого снижения объемов производства, прекращения финансовых поступлений снаружи, значительного падения уровня жизни населения страны.

В связи с принятием соответствующих законодательно-правовых актов деятельность малого бизнеса и частного предпринимательства приняла статус свободной деятельности, так как в данный период государство выступило гарантом свободы данного сектора экономики. Так, на основе конституционных норм и принципов были приняты законы «О разгосударствлении и приватизации», «О собственности», которые позволили за кратчайшие сроки преобразовать в частную собственность десятки и сотни тысяч объектов государственной собственности в отраслях промышленности, торговли, общественного питания и услуг. 26 февраля 1992 г. Кабинет Министров при Президенте Республики Узбекистан принял постановление «О мерах по дальнейшему развитию предпринимательской деятельности в Республике», где указывалось о расширении делового климата в стране. За этот период со стороны предпринимателей было создано свыше 85 тыс. частных, малых и средних предприятий. Если рассматривать данный факт по регионам, можно проследить, что только в Бухарской области и в Республике Каракалпакстан в 1991 г. функционировали 71 частных, 1320 арендных, 407 малых предприятий, 204 кооператива и 5 ассоциаций. В Каракалпакстане по состоянию на 1 июля 1992 г. прошли регистрацию 739 малых предприятий, 46 % которых занимались производственной деятельностью [3]. Но, с другой стороны, так как данный сектор экономики был еще на стадии формирования, ему были существенны некоторые негативные факторы, в частности нехватка проявляющей активности со стороны населения, неравномерное распределение и развитие малых и средних предприятий.

**На втором этапе** переходного периода (1994–1996 гг.) правительство осуществило важные меры по развитию малой приватизации, стимулированию частного предпринимательства, либерализации системы госзаказов на сельскохозяйственную продукцию, внешнеторгового режима и реформированию банковской системы. В эти годы проведенные меры для повышения чувства собственности среди населения, предоставления гражданам Узбекистана права заниматься предпринимательской деятельностью путем создания, приобретения, продажи и реструктуризации предприятий и организаций дали ощутимые результаты. В ходе крупномасштабных экономических преобразований государство поддерживало крупные и средние предприятия, постепенность их реорганизации, перепрофилирования и приватизации, что позволило избежать значительного спада производства промышленной продукции. В Узбекистане он был наименьшим – 16,5%, чем в целом по СНГ – 38,5% (в России – 30%, в Казахстане – 29%) [4]. Эффект этих мер проявился уже к концу рассматриваемого периода, когда в 1996 г. Узбекистан первым на постсоветском пространстве продемонстрировал экономический рост.

В принятой в августе 1995 г. Государственной программе поддержки развития малого бизнеса и частного предпринимательства были поставлены задачи создания рыночной инфраструктуры и условий развития малого бизнеса и частного

предпринимательства; обозначены меры государственной поддержки малого бизнеса и частного предпринимательства; создание новых рабочих мест; развитие конкуренции; облегчение процедуры создания и регистрации частных и малых предприятий; указаны источники финансового обеспечения реализации Государственной программы. В результате принятых мер по поддержке предприятий малого и среднего бизнеса их количество возрастало год за годом. В 1992–1996 гг. было зарегистрировано около 85 тыс. малых предприятий [5].

В июле 1995 г. был образован Фонд по поддержке частного предпринимательства и малого бизнеса (Бизнес-фонд), в марте 1996 г. – Палата товаропроизводителей и предпринимателей Узбекистана и ее территориальные филиалы. Для поддержки малого бизнеса в эти годы только Бизнес-фондом была оказана финансовая помощь в размере 10 млрд. сум, были открыты курсы по повышению квалификации предпринимателей. Развитию среднего и малого бизнеса также способствовали Ассоциация дехканских и фермерских хозяйств, ассоциация «Хунарманд», Ассоциация женщин-предпринимателей.

В целях оказания помощи и консультирования предпринимателей и бизнесменов при содействии Немецкого общества технической помощи был открыт Центр по поддержке малого бизнеса в Узбекистане, а Комиссией Европейского сообщества – Центр практических связей. Работающие в Центральной Азии Фонд предпринимательства США и инвестиционный фонд Великобритании снабжали отечественных предпринимателей необходимой информацией.

**Третий этап** переходного периода, охватывает 1997–2003 гг. Этот период отмечается умеренным ростом экономической активности, которая складывалась под воздействием разнонаправленных факторов. С одной стороны, позитивное воздействие на нее оказывали активизация малого бизнеса и частного предпринимательства, перестройка отраслевой структуры промышленности в направлении развития импортозамещающих, высокотехнологичных производств и другие меры правительства Узбекистана по развитию экономики. С другой стороны, негативное влияние на динамику роста и эффективность национальной экономики оказывали непредвиденные факторы: низкий в 1998-1999 гг. сбор хлопка – главной продукции экспорта, неблагоприятная конъюнктура мировых цен на него, Азиатский финансовый кризис, дефолт в России – крупнейшего внешнеторгового партнера нашей республики.

В связи с этим в январе 1997 г. был издан указ Президента «О дополнительных мерах по стимулированию развития малого и среднего бизнеса», в котором была определена процедура использования кредитных линий международных организаций, предназначенных для развития этого сектора экономики. В частности, было установлено, что оборудование для осуществления соответствующих инвестиционных предложений должно быть полностью освобождено от обложения таможенными

пошлинами. В Законе Республики Узбекистан «О гарантиях свободы предпринимательской деятельности», который был принят в 2002 г. были разработаны критерии, по которому субъектов предпринимательства можно было отнести либо к малому, либо к среднему, также была определена суть индивидуального предпринимательства, были определены основные права и обязанности предпринимателей. С целью усовершенствования нормативно-правовой базы малого бизнеса и частного предпринимательства 20 августа 2003 г. было принято Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан «О кардинальном совершенствовании системы регистрационных процедур для организации предпринимательской деятельности», по которому впервые был определен новый порядок регистрации, получивший в дальнейшем название «одно окно». На основании постановления Кабинета Министров Республики Узбекистан «О проведении государственной регистрации субъектов предпринимательства и совершенствование системы их учета» от 22 августа 2001 г. был создан Республиканский координационный совет по стимулированию развития малого и среднего бизнеса. Был применен новый, упрощенный, порядок проведения государственной регистрации и учета субъектов предпринимательства на местах. В городах и районах были созданы подразделения по проведению государственной регистрации субъектов предпринимательства, они были обеспечены отдельными зданиями и необходимым оборудованием. Коммерческие банки за счет своих средств в 2001 году выделили кредит в размере 144,3 млрд. сум. для предприятий малого и среднего бизнеса.

В 2001–2002 гг. был создан механизм устранения незаконного вмешательства в деятельность субъектов малого и среднего бизнеса, восстановления их нарушенных прав и привлечения к судебной ответственности виновных. Устанавливалось, что материальный и моральный ущерб, нанесенный предпринимателям, взыскивается с виновных должностных лиц. В результате число незаконных проверок и случаев вмешательства в деятельность хозяйствующих субъектов резко сократилось. Если в 2001 г. было зарегистрировано 1450 случаев незаконных проверок, то в 2002 г. их число составило 157, т.е. сократилось в 10 раз. Эти меры послужили новым толчком для развития малого и среднего бизнеса [6].

Внутренние факторы, обусловленные углублением реформ во всех сферах хозяйствования и управления, модернизацией отраслевой структуры экономики, целенаправленной политикой правительства по формированию в стране максимально благоприятной для бизнеса деловой, инвестиционной среды позитивно повлияли на экономический прогресс Узбекистана начала XXI века. С другой стороны, внешние факторы также оказывали положительное влияние на развитие страны. Для Узбекистана вхождение в мировой рынок происходило на фоне реформирования и обновления всей политической, экономической и социальной жизни. Республика вступила на путь рыночной трансформации, не имея готовой модели социально-

экономических преобразований. Необходимо было не только модернизировать экономику государства, но и создать принципиально новые методы и механизмы его включения во внешнеэкономическую деятельность с учетом специфических особенностей страны.

По данным «Доклада о человеческом развитии. Узбекистан, 2000», вышедшем в Ташкенте в 2001 г., в 1999 г. доля малого и среднего предпринимательства в ВВП страны составила 12,5%, а с добавлением индивидуальных предпринимателей – 29,1%. Число занятых в нем достигала 46,7% от общей численности занятых в экономике республики.

В результате принятых мер по поддержке предприятий малого и среднего бизнеса их количество к началу 2001 г. составляло более 190 тыс., в том числе функционирующих – 149,3 тыс., из них 63% были заняты в сфере производства [7]. Только в Навоийской области в 2003 г. существовало 9548 малых и средних предприятий, количество, которых выросло в 2004 г. до 10291, среди которых были и совместные предприятия.

Четвертый этап формирования и развития малого бизнеса и частного предпринимательства охватывает 2004-2008 гг. Как указывалось выше, в этот период одной из основ внешнеторговой политики республики являлась разработка и реализация целостной программы, направленной на повышение конкурентоспособности национальной экономики, развитие и расширение экспортного потенциала страны. Целью программы было обеспечение условий для устойчивого роста объемов экспорта и совершенствование его структуры на основе максимального использования и развития имеющегося ресурсного и производственного потенциала. В частности, были предприняты комплексные меры по улучшению делового климата в стране, по установлению взаимного сотрудничества между государством и местных органов с предпринимателями, по предоставлению помощи со стороны международных доноров для улучшения деловой среды в стране и стабильного роста экономики. В 2004 г. за счет развития малого бизнеса и частного предпринимательства было создано 427,6 тыс. новых рабочих мест. В 2005 г. количество объектов малого бизнеса превысило 310 тыс. С 2005 г. произошли коренные изменения в сфере малого бизнеса и частного предпринимательства. Этому способствовали принятие правовых актов, которые установили в области налогообложения единую ставку налогов вместо принудительного ассигнования. Так, с целью облегчения налогового бремени для предпринимателей 20 июня 2005 г. был принят Указ Президента Республики Узбекистан «О дополнительных мерах по стимулированию развития микрофирм и малых предприятий» и Указ Президента Республики Узбекистан от 5 ноября 2005 г. «О мерах по дальнейшему сокращению и совершенствованию системы проверок субъектов предпринимательства». В связи с этим, только в 2007 г. в г. Ташкент 456

микрофирмам и малым предприятиям были предоставлены льготы в размере 3 млрд. сум. В первой половине 2008 г. 386 микрофирм и малых предприятий были освобождены от принудительного ассигнования. Эти меры со своей стороны, во-первых, дали стимул к модернизации предприятий с привлечением новых технологий. Во-вторых, увеличилось количество предприятий, которые по разным причинам не занимались активной деятельностью до конца года. Например, если в 2004 г. 14 % зарегистрированных предпринимателей не участвовали в экономической жизни страны до конца года, то в 2008 году этот показатель был равен 7,2 %. По состоянию на 1 января 2004 г. число созданных и функционирующих в республике предприятий малого бизнеса составило более 283 тыс., из них 168,6 тыс. были микрофирмами. Если в 2004 г. на каждую 1000 жителей республики приходилось 11 предприятий малого бизнеса, то в 2007 г. в этом секторе на одну тысячу жителей Узбекистана приходилось почти 15 предприятий [8].

Формирование негосударственного сектора экономики привело к появлению новых сфер деятельности и активизировало процесс занятости женщин, вовлечения их в малый и частный бизнес. И неслучайно первой женской организацией, созданной по инициативе «снизу», стала Ассоциация деловых женщин Узбекистана «Гадбиркор Аёл». На сегодняшний день ассоциация является одной из крупнейших женской организацией Республики. Большинство организаций, поддерживающих женщин-предпринимательниц, являются членами Ассоциации деловых женщин. Она была создана в 1991 г. двенадцатью женщинами-предпринимателями, которые одними из первых начали заниматься частным бизнесом. Сотрудничая с Министерством труда и социальной защиты, Ассоциация деловых женщин создала более 70 тыс. рабочих мест, более 14 тыс. женщин были обучены основам предпринимательства и методам адаптации в рыночных преобразованиях. При содействии ассоциации 10 тыс. безработных женщин получили профессиональную подготовку и переподготовку. Более 600 женщин через микрокредиты организовали свое дело [9]. Если в 1991 г. было всего лишь 4 организации, связанных с деятельностью женского предпринимательства, то к 2000 г. их количество возросло уже на 49. Из 9 миллионного населения, занятого в бизнесе женщины представляли 44% активного населения. Также правительством в 2009 г. для развития женского предпринимательства было выделено льготных кредитов 153,9 млрд. сумов (106,8 млн. долл.) и с каждым годом эта сумма увеличивается. Все эти меры свидетельствуют о том, что государство является настоящим вдохновителем и партнером представителей малого бизнеса и индивидуального предпринимательства, в частности женщин предпринимателей. На сегодняшний день женщины-руководители возглавляют 120 тыс. предприятий малого бизнеса, в частности, по производству трикотажных и кондитерских изделий, строительных материалов, а также заняты в сфере услуг, туризма и сервиса [10].

Пятый этап формирования малого бизнеса и частного предпринимательства охватывает 2009-2018 гг. Этот период характеризуется целым рядом исторических событий и факторов. Государство, активно сотрудничая с иностранными инвесторами и отечественными предпринимателями, создавало реальные условия для усовершенствования нормативно-правовой базы, улучшения деловой среды и поднятия предпринимательского сознания у людей. В частности, Постановление Президента Республики Узбекистан от 15 мая 2009 г. «О мерах по дальнейшей поддержке и развитию предпринимательской деятельности» устанавливало плановую проверку микрофирм, малых предприятий и фермерских хозяйств не чаще одного раза в четыре года, других субъектов предпринимательства - не чаще одного раза в три года; до вступления настоящего Указа в силу все плановые проверки могли осуществляться не чаще одного раза в год. Результат был ощутим - количество проверок хозяйствующих субъектов только в 2010 г. снизилось на 90% по отношению к 2005 г.

В марте 2011 г. было принято Постановление Президента Республики Узбекистан «О дополнительных мерах по увеличению кредитования субъектов малого бизнеса и частного предпринимательства», в мае 2012 г. был принят Закон Республики Узбекистан «О внесении изменений и дополнений в закон Республики Узбекистан «О гарантиях свободы предпринимательской деятельности», на основе которых руководство страны предусматривало создание широких возможностей для развития малого бизнеса и частного предпринимательства в отраслях промышленности и организации современных высокотехнологичных производств, стимулирования внедрения в производство субъектами малого бизнеса и частного предпринимательства инновационных технологий. С этой целью предусматривалось, что с 1 апреля 2011 г. до 1 января 2016 г. коммерческие банки Узбекистана при предоставлении кредитов за счет собственных специальных фондов льготного кредитования малого бизнеса должны были освобождаться от уплаты налога на прибыль в части предоставления льготных кредитов. Эти меры позволили создавать новые мини-заводы и предприятия, оснащенные современными технологиями и оборудованием, и производящие конкурентоспособную продукцию, быстро приспосабливающиеся к изменениям на внутреннем и внешнем рынках, расширить ряды предпринимателей, производящих востребованную на мировом рынке продукцию, усилению стремления предпринимателей, фермеров и ремесленников к внедрению в свою деятельность современных передовых методов.

Малый бизнес и частное предпринимательство становятся важным фактором по обеспечению занятости и источником стабильного дохода. Об этом свидетельствует и тот факт, в этой сфере трудится свыше 74% от общей численности занятого населения страны. Наглядным подтверждением высказанной выше мысли служит тот факт, что только в 2010 г. за счет развития малого бизнеса и частного предпринимательства

было создано 480 тысяч новых рабочих мест, из них более 60% – в сельской местности. Принимая во внимание, что 50% населения страны проживает именно в селах, нетрудно понять социальную значимость этих цифр. Надо отметить, что в 2000 г. субъектами малого бизнеса было произведено 30% внутреннего валового продукта страны, то в 2010 г. этот показатель достиг 53%. Таким образом, в результате проведенных работ только в 2010 году из созданных более 900 тысяч новых рабочих мест две трети были созданы в сельской местности, около 65% приходился на малый бизнес и сферу сервиса, и более 20% на сферу надомного труда [11].

Соответственно кардинально менялись отношение к представителям малого бизнеса и частного предпринимательства. В рамках принятой программы решались вопросы по расширению участия субъектов малого бизнеса и частного предпринимательства во внешнеэкономической деятельности, а также по оказанию содействия в повышении их экспортного потенциала и продвижении экспортной продукции на региональные и мировые рынки. Постановлением Президента Республики Узбекистан от 08.08.2013 г. «О дополнительных мерах по поддержке экспорта субъектов малого бизнеса и частного предпринимательства» при Национальном банке внешнеэкономической деятельности был создан Фонд поддержки экспорта субъектов малого бизнеса и частного предпринимательства с территориальными филиалами в регионах республики. Иностранные банки и международные финансовые институты стали активнее по выделению кредитов предпринимателям Узбекистана. Важную роль в развитии малого бизнеса и частного предпринимательства сыграло и создание в эти годы свободных экономических зон. Потенциал такого инструмента экономического развития, как СЭЗ, в Узбекистане был освоен достаточно давно. Уже в апреле 1996 г. был принят Закон «О свободных экономических зонах».

В результате этих и других мер государственной поддержки за 2000–2013 гг. количество зарегистрированных малых и частных субъектов предпринимательства увеличилось почти в 2 раза [12]. В 2014 г. на 1000 человек приходится 16,2 субъектов малого бизнеса и частного предпринимательства. Данный показатель в Молдове составлял 12,3, в России – 11,3, в Украине – 7,5, в Беларуси – 7,3 и в Азербайджане – 1,6 [13].

Доля предприятий малого и среднего бизнеса в общей численности зарегистрированных предприятий в Узбекистане составило около 90%. Осуществление последовательно проводимой политики государства способствовало значительным структурным сдвигам. За период с 2000 по 2011 гг. вклад сферы малого бизнеса и частного предпринимательства в ВВП вырос с 31,2% до 54%, удельный вес занятых в сфере малого бизнеса и частного предпринимательства с 49,7% до 74,3%, в том числе в промышленном производстве – с 12,9% до 21,1%, а доля субъектов малого бизнеса и частного предпринимательства в экспорте страны возросла с 10,2% до 18,8%



[14]. Согласно данным Единого государственного регистра предприятий и организаций, на начало 2012 г. количество зарегистрированных субъектов малого бизнеса увеличилось до 494,5 тыс.

Также правительство стало уделять внимание к разработке новых методов по привлечению зарубежных инвестиций в сферу малого бизнеса и частного предпринимательства. В связи с внедрением иностранного капитала в сферу малого бизнеса и частного предпринимательства расширился ассортимент выпускаемой продукции, расширились инфраструктура и сферы услуг. В процессе глобализации меняющийся характер международных отношений нашли свое отражение и в экономической сфере Республики. Это обуславливается тем, что если на начальном этапе формирования малого и среднего бизнеса основными участниками были свыше 20 стран мира, то на сегодняшний день их количество составляет больше 40, и нет сомнений, что в дальнейшем меры, принятые по привлечению иностранных инвесторов, дадут ощутимые результаты, где количество стран, которые хотели бы открыть свой бизнес в Узбекистане будет постепенно увеличиваться. За 2015 г. создано 433 предприятия с иностранным капиталом. Больше всего предприятий создано с участием капитала Китая. Основная часть вновь зарегистрированных малых и средних предприятий с участием иностранного капитала была сосредоточена в отраслях промышленности – 219, в сфере торговли и общественного питания – 100, строительства – 18, в сельском хозяйстве – 16, транспорте и связи – 11, других производственных отраслях – 46, сферах здравоохранения, физкультуры и спорта – 19.

В последние два года в результате принимаемых мер по формированию деловой среды, всесторонней поддержке и дальнейшему стимулированию развития малого бизнеса и частного предпринимательства в 2017 г. создано 38,2 тыс. новых субъектов малых предприятий и микрофирм (без дехканских и фермерских хозяйств, 122 % к аналогичному периоду 2016 г.). Наибольшее количество малого бизнеса создано в отраслях промышленности (27 %), сфере торговли (21 %), сельском, лесном, рыбном хозяйстве (13 %) и строительстве (10 %). Если в 2016 г. доля малого бизнеса и частного предпринимательства в ВВП страны составила 56,2 %, в следующем 2017 г. этот показатель был равен 53,3 %. По состоянию на 1 января 2018 г. в республике количество действующих субъектов малого бизнеса (без дехканских и фермерских хозяйств) составило 229 666 единиц. В расчете на 1000 человек населения в среднем по Республике Узбекистан 01.01.2018 г. приходится 12,2 ед. субъектов малого предпринимательства, или 107,0 % к уровню 01.01. 2017 г. [15]. Важным решением в системе мер по стимулированию развития малого бизнеса в трудоемких отраслях промышленности, таких, как легкая, пищевая промышленность и производство строительных материалов, стало увеличение предельной численности работников в среднем со 100 до 200 человек [16]. По постановлению Кабинета Министров от 28 апреля 2017 г., самое большое число работающих в Узбекистане разрешено иметь

малым предприятиям, производящим электротехнические изделия – электронные детали, компьютеры, периферийное коммуникационное оборудование, часы, электродвигатели и др. Они могут нанимать до 270 человек среднесписочного персонала. Ранее этот показатель по одним направлениям составлял 50, по другим – 100 человек.

За годы независимости в Узбекистане было приватизировано более 97 тысяч единиц государственных предприятий и объектов. В результате этого возник новый для Узбекистана социальный слой общества - класс собственников численностью более 10 млн. человек [17].

Динамичное развитие малого бизнеса шло благодаря либерализации экономики и созданию качественно новой деловой среды. За годы реформ в Узбекистане были созданы правовые условия и институциональные структуры, призванные оказывать содействие не только развитию малого и среднего бизнеса, но и защищать права среднего класса.

По проведенным в 2010 г. Центром экономических исследований опросам в Узбекистане к концу первого десятилетия основной сферой бизнеса среднего класса или предпринимателей до 53% была торговля, 19% – сфера услуг, 18% – производство товаров, 11% – были заняты в сфере общественного питания. Чаще всего производители были ориентированы на выпуск товаров и оказание услуг исключительно для населения. Только 10,8% из них выпускали товары и оказывали услуги для предприятий. 13% предпринимателей имели одновременно несколько видов бизнеса, как правило, два. На половине предприятий (56%) число работников не менялось с момента создания. На 35% предприятий произошло увеличение числа работников, а на 9% – сокращение. Согласно выводам исследователей, сегодня средний класс занимает 60-75% от общества Узбекистана в целом [18].

В настоящее время малый бизнес и частное предпринимательство играют ключевую роль в модернизации национальной экономики страны, о чем наглядно свидетельствует то, что в 2017 г. доля малого бизнеса и частного предпринимательства в экспорте составила 27,0 % (26,0 % за 2016 г.), промышленности – 39,6 % (45,3 %), услуг – 58,4 % (61,4 %), строительстве – 65,1 % (66,9 %) и занятости – 78,3 % (78,2 %). В результате проводимых в стране реформ растет доля малого бизнеса и частного предпринимательства, частный сектор занимает все более важное место в экономике государства. В разрезе по основным видам экономической деятельности наибольшая доля малого бизнеса и частного предпринимательства в 2017 г. наблюдалась в сельском хозяйстве – 99,0 %, пассажирообороте – 94,8 %, торговле – 88,4 %, занятости – 78,3 %, грузообороте – 77,9 % [19].

В Узбекистане 2018 г. был назван Годом поддержки активного предпринимательства, инновационных идей и технологий, в рамках которого

соответствующей Государственной программой было реализовано 76 тысяч проектов на 21 триллион сумов и 1 миллиард долларов. На реализацию программ «Каждая семья – предприниматель» и «Молодежь – наше будущее» было в общей сложности направлено около 2 триллионов сумов, на местах осуществлено более 2 600 бизнес-проектов. В республике на системной основе ведется работа над снижением налоговой нагрузки для субъектов малого бизнеса и предпринимателей, а также иностранных инвесторов. В целях защиты интересов и создания благоприятных условий для бизнеса в 2018 г. запрещены все виды внеплановых проверок финансово-хозяйственной деятельности субъектов предпринимательства и резко ограничены полномочия контролирующих органов. Упрощены требования для получения 138 видов лицензий и документов разрешительного характера, 42 из них полностью отменены. В целях устранения препятствий и барьеров, проявлений коррупции при выделении земельных участков для предпринимательской деятельности внедрен порядок приобретения их через электронный аукцион. Установлен строгий запрет на изъятие земельных участков для государственных и общественных нужд, снос недвижимости до тех пор, пока собственнику не будет возмещен ущерб. Гарантирован порядок полного возмещения имущественного ущерба, нанесенного инвесторам и предпринимателям. Создан институт Омбудсмана по защите прав предпринимателей.

В связи с тем, что 2019 г. назван Годом активных инвестиций и социального развития, для дальнейшего развития малого бизнеса и частного предпринимательства, ставится очередная задача по привлечению больше иностранных инвестиций в этот сектор экономики. Предусматривается также освобождение с этого года предпринимателей от уплаты налога на прибыль и единого налогового платежа при экспорте продукции, работ и услуг.

Президент Узбекистана Шавкат Мирзиёев, выступая 7 декабря на торжественном собрании, посвященном 26-летию принятия Конституции Узбекистана, заявил, что в стране будут решительно продолжены начатые реформы, работа по снижению уровня инфляции, всесторонней поддержке активного предпринимательства, созданию широких возможностей для инвесторов. Как подчеркнул глава государства: «Если мы хотим построить в нашей стране действительно прочную экономику, жить так же богато и благополучно, как и народы развитых государств мира, мы, насколько бы трудно и сложно это ни было, обязаны внедрять механизмы настоящей рыночной экономики, и делать это не формально, кое-как, а глубоко продуманно. Это единственно верный путь. Иной альтернативы нет. Мы решительно продолжим начатые реформы, и они обязательно дадут положительный результат».

Таким образом, исторический анализ развития данного сектора экономики свидетельствует о том, что на начальном этапе формирования малого бизнеса и частного предпринимательства существовали негативные факторы, среди которых

следует указать низкий стимул эффективного использования ресурсов, недостаточная защищенность института частной собственности; недостаточный уровень правовой защищенности субъектов частного предпринимательства, связанный с несовершенством законодательства. Руководство страны, отказываясь от быстросействующих методов развития экономики, выбрало поэтапный путь создания многоукладной экономики, формирования законодательной базы стимулирования развития малого бизнеса и частного предпринимательства, привлечения иностранных инвестиций, что привело к существенным изменениям. Создание и ведение малого и частного предпринимательства, не требуя больших вложений и затрат, позволила быстрее и легче проводить модернизацию, техническое и технологическое изменения производства, осваивать новые виды продукции, постоянно обновлять ее номенклатуру и обеспечивать конкурентоспособность.

### *Список литературы*

1. Каримов И.А. Узбекистан на пути углубления экономических реформ. – Т., «Узбекистан», 1995.
2. Указ Президента Республики Узбекистан «О Стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан» за №ПФ-4947 от 7 февраля 2017 года.
3. Ўзбекистон статистик тўплами. Т.:2005, 216-бет; Ўзбекистон мустақиллик йилларида. Т.: “Ўзбекистон”,1996, 38-бет.
4. Чепель С. Рост за годы независимости: факторы, проблемы и перспективы // URL: <http://www.review.uz/page/article/149.htm>.
5. Ўзбекистон статистик тўплами. Т.:2005, 216-бет; Ўзбекистон мустақиллик йилларида. Т.: “Ўзбекистон”,1996, 38-бет.
6. Малый бизнес и частное предпринимательство в Республике Узбекистан // URL: [http://testhistory.ru/history.php?id=his\\_5\\_75](http://testhistory.ru/history.php?id=his_5_75).
7. Абдувалиев Ф. Новые возможности для развития малого бизнеса и частного предпринимательства // URL: <http://www.bdm.uz>.
8. Деловая среда Узбекистана глазами представителей частного бизнеса. Ежегодный отчет Международной Финансовой Корпорации за 2008 год. Международная Финансовая Корпорация, Группа Всемирного Банка. 2009. С.25.
9. Махмудова Г. Роль неправительственных организаций в становлении и развитии женского предпринимательства в Узбекистане // URL: <http://www.fpa.su>.
10. Годовой обзор состояния экономики и основных направлений внешнеэкономической деятельности Республики Узбекистан за 2016 год // Торговое представительство Российской Федерации в Республике Узбекистан, Ташкент. 2017. С.174.
11. Иноятлов У.У. Механизм развития предпринимательских структур в условиях модернизации экономических реформ Узбекистана // Бюллетень науки и практики. 2017. № 12 (25) // URL: <http://www.bulletennauki.com>
12. Абдурахманова Г. К. Малый бизнес в обеспечении занятости населения в Узбекистане // Вестник Российского экономического университета имени Г.В.Плеханова. 2012. № 12. С. 133.

13. Абидов М. И., Файзиев Ш. Ш. Анализ роста развития малого бизнеса и частного предпринимательства в Узбекистане // Молодой ученый. 2016. №6. С. 372.
14. Абдувалиев Ф. Новые возможности для развития малого бизнеса и частного предпринимательства // URL: <http://biznes-daily.uz/birjaexpert/15266-novi-vozmojnosti-dlya-razvitiya-malogo-biznsa-i-chastnogo-prdprinimatlstva>.
15. Госкомстат Республики Узбекистан // URL: <https://stat.uz/ru/>.
16. Республика Узбекистан. Страновой обзор // URL: [info@kaznexinvest.kz](mailto:info@kaznexinvest.kz)
17. Кабулов А.А. Роль малого бизнеса и частного предпринимательства в обеспечении развития национальной экономики Узбекистана // URL: [www.socioguru.ru/sgurus-987-2.html](http://www.socioguru.ru/sgurus-987-2.html).
18. Мобилизация активов домохозяйств-2010. Аналитический доклад. – Ташкент: Центр экономических исследований, 2011.

---

*Ergasheva Y. A.*

#### HISTORY OF THE FORMATION AND DEVELOPMENT OF SMALL BUSINESS AND PRIVATE ENTREPRENEURSHIP IN UZBEKISTAN

***Abstract:** the article examines the issues of economic transformation and development of market relations, the formation and development of small business and private entrepreneurship in Uzbekistan over the years of independence. The problems of radical reforming of the economy of the republic, the implementation of large-scale structural reforms, step-by-step processes of forming a mixed economy are analyzed in order to identify and effectively use the country's natural and economic potential, to identify strategic objectives for the formation, development and support of small business and private entrepreneurship.*

***Key words:** economic transformations, market relations, small business, private entrepreneurship, privatization, mixed economy, microfirms, small and medium enterprises.*

УДК 336.7

**ТРАНСФОРМАЦИЯ МЕТОДОЛОГИЧЕСКОГО ПОДХОДА  
К ИССЛЕДОВАНИЮ КРЕДИТНОГО РЫНКА****Бровкина Н. Е.**

кандидат экономических наук, доцент,  
Финансовый университет при Правительстве РФ,  
Департамент финансовых рынков и банков

***Аннотация.** В научной экономической литературе кредитный рынок обычно исследуется как совокупность кредиторов, заемщиков и кредитных продуктов, образующих определенную целостность, единство. Такой подход позволяет более глубоко проанализировать отношения и связи внутри системы, однако не способен объяснить изменения, которые претерпевает кредитный рынок с течением времени, а также различия кредитных рынков разных стран. Чтобы ответить на эти вопросы, кредитный рынок следует рассматривать как социально – экономическую интегрированную систему, объединяющую относительно обособленные объектную, процессную, средовую, регулируемую и обеспечивающую подсистемы кредитного рынка.*

***Ключевые слова:** кредитный рынок, интегрированная система кредитного рынка, методология исследования кредитного рынка, системный подход.*

В процессе общественного развития содержание понятия «рынок» претерпевало изменения. С развитием товарно-денежных отношений возникает понимание рынка как формы товарного и товарно-денежного обмена. Наиболее часто встречаются определения рынка как процесса или механизма обмена товаров на деньги. Некоторые ученые подчеркивают в определении рынка взаимодействие интересов, процесс принятия соглашения между продавцом и покупателем.

Существует мнение, что рынок представляет собой общественный институт, сводящий вместе покупателя и продавца для совершения ими сделки купли-продажи определенного товара или услуги.

С появлением товара «рабочая сила» покупка не только средств производства, но и рабочей силы становится условием производства. Понятие «рынок» расширяется до понимания его как элемента воспроизводства совокупного общественного продукта, как формы реализации, движения основных составных частей этого продукта. Понятие «рынок» ассоциируется с рыночной экономикой в целом, становится сокращением термина «рыночная экономика». Воспроизводственный подход к определению рынка был характерен для исследователей рыночных отношений в советский период. По нашему мнению, данные определения в большей степени характеризуют форму организации общественного хозяйства, нежели раскрывают содержание рынка.

Особняком стоит определение рынка, предложенное лауреатом Нобелевской премии по экономике 2014 г. Жаном Тиролем, который отмечал: «Важно понимать, что «правильное» определение рынка зависит от области его применения... Рынок... включает в себя либо однородный товар, либо группу дифференцированных продуктов, которые представляют собой довольно хорошие заменители (или дополнители) по крайней мере для одного из товаров данной группы и ограниченно взаимодействует с остальной экономикой». [6, С. 19 - 20; 7, С. 12]. Из представленного определения следует, что Ж. Тироль в понятие «рынок» не включает отношения между субъектами рыночных отношений. Содержание рынка сводится к движению однородных товаров. Однако следует заметить, что определение рынка, данное Ж. Тиролем, вступает в противоречие с проведенным им исследованием рынка, которое в значительной части посвящено различным аспектам рыночного поведения субъектов.

Определение должно выделить существенные стороны, имманентно присущие рынку во времени и пространстве, другими словами, присущие рынку во всех его проявлениях на всех этапах исторического развития общественного производства: и в эпоху становления капитализма, и в современных, характеризующихся сложными взаимосвязанными процессами, условиях.

Для исследования этих связей в качестве метода научного познания применен метод научной абстракции, который позволяет путем отвлечения от многообразия проявлений, выделения необходимых, наиболее существенных особенностей явления перейти к теоретическому обобщению, то есть рассмотреть рынок как экономическую категорию.

На рынке происходит институционально организованное взаимодействие многочисленных продавцов и покупателей по поводу предлагаемых товаров. Покупатель выбирает товар, отвечающий по цене и качеству его потребительскому спросу, продавец продает товар по устраивающей его цене. В результате взаимодействия выделяются отдельные группы продавцов и покупателей, достигающие соглашения по поводу спроса и предложения на отдельные группы товаров. Таким образом, рынок – это то, прежде всего, отношения между субъектами. Такой подход коренным образом отличается от подхода Ж. Тироля, в понимании которого рынок – это, прежде всего, товар. Таким образом, *рынок как экономическая категория представляет собой институционально и организационно оформленные отношения, возникающие в процессе взаимодействия покупателей и продавцов в целях обретения соответствия между спросом на товары и услуги и их предложением.*

Разновидностью экономической категории «рынок» является кредитный рынок, представления о котором также существенно разнятся. Анализ подходов к определению кредитного рынка позволяет заметить, что в некоторых случаях авторы концентрируют внимание лишь на одной из граней данного явления. В ряде случаев

кредитный рынок рассматривается как совокупность финансовых институтов, осуществляющих кредитные операции.

Трактовка кредитного рынка как совокупности финансовых институтов, осуществляющих кредитные операции, не только сужает представление о кредитном рынке до субъектов отношений, но и ограничивает их перечень финансовыми учреждениями, исключая нефинансовые организации и домашние хозяйства, играющие важную роль в кредитных отношениях.

Некоторые трактовки показывают место кредитного рынка в системе рыночных отношений, его структуру, но не раскрывают сущности. Это относится к определению кредитного рынка как части финансового.

На кредитном рынке возникают сложные взаимосвязи между кредиторами и заемщиками. Причем каждая категория субъектов рыночных отношений может выступать как в роли кредиторов, так и в роли заемщиков. Отношения, которые складываются между кредиторами и заемщиками, отражают их взаимодействие по поводу спроса и предложения кредитных продуктов. Исходя из этого, кредитный рынок следует рассматривать как институционально и организационно оформленные отношения, возникающие в процессе взаимодействия кредиторов и заемщиков в целях обретения соответствия между спросом на кредитные продукты и их предложением.

В научной экономической литературе кредитный рынок обычно исследуется как система, то есть как совокупность кредиторов, заемщиков и кредитных продуктов, образующих определенную целостность, единство. При этом, несмотря на то, что при описании системных подходов подчеркивается, что системный объект не может быть проанализирован, если при анализе абстрагироваться от его взаимодействия со средой, акцент при изучении кредитного рынка как системы делался на рассмотрении элементов внутри целого.

Преимущества концентрирования на исследовании внутренней структуры системы состоят в том, что такой подход позволяет более глубоко проанализировать отношения и связи внутри системы. Однако он не способен объяснить, почему кредитный рынок страны со временем претерпевает определенные изменения, чем определяются различия кредитных рынков разных стран. Ответы на эти вопросы, возможно, получить, применив в качестве методологии исследования системную парадигму, в соответствии с которой изучение системы опирается не столько на ее внутреннюю структуру, сколько на внешнюю устойчивость и целостность.

Применение системной парадигмы как методологии исследования позволяет рассматривать кредитный рынок во взаимодействии с другими системами, причем, не только экономическими, но и, например, политическими, психологическими, идеологическими, культурными. В рамках системной парадигмы как методологического подхода признается, что исследуемая система развивается как в



силу собственных законов развития, так и принятия соответствующих управленческих решений.

Достаточно полное развитие системная парадигма получила в трудах Я. Корнаи и Г. Б. Клейнера. Я. Корнаи обратил внимание, что именно среда оказывает значимое влияние на развитие экономических систем. Г. Б. Клейнер развил это исследование и превратил его в методологию. Им было дано определение социально-экономической системы как «относительно обособленной и устойчивой части социально-экономического пространства, обладающей внешней целостностью и внутренним многообразием» [2, С.10]. Он предложил различать типы социально-экономических систем в зависимости от имеющихся ограничений их жизненного цикла в пространстве и во времени. В соответствии с пространственно-временным подходом каждая система имеет те или иные ограничения в пространстве и определенную продолжительность жизненного цикла во времени. По мнению Г. Б. Клейнера, ограниченные в пространстве, но не имеющие очевидных временных ограничений системы следует рассматривать как объекты. Системы, не имеющие априорных пространственных ограничений существования, но ограниченные во времени – как процессы. Системы, ограниченные и в пространственном, и во временном отношении – как проекты. Системы, не ограниченные ни во времени, ни в пространстве – как среды. Таким образом, выделяются четыре типа базисных систем, существующих в экономике – объектные, проектные, процессные и средовые [3, С. 140].

Каждую социально – экономическую систему, по мнению Г. Б. Клейнера, можно отнести к одному из предложенных типов. При этом каждый тип систем имеет свою миссию в обществе, обусловленную ее природой:

- объектные системы обеспечивают устойчивость и стабильность;
- процессные системы реализуют задачи распространения и распределения потоков благ;
- средовые системы способствуют гомогенности социально-экономического пространства, являются естественной средой для протекания социально-экономических процессов;
- проектные системы приносят локальные изменения и инновации.

Г.Б. Клейнер предложил использовать системные ресурсы в качестве аргументов при построении макроэкономической производственной функции

$$Y = F(A, B, G, A),$$

где:

Y – показатель результативности экономической деятельности государства (интенсивность производства, распределения, обмена и потребления продукции в стране в течение года, например, объем ВВП);

A – показатель объема средового макроэкономического ресурса или «качество» макросреды;

В – показатель объема процессного ресурса (может оцениваться через стоимость перемещения единицы благ);

Г – показатель объема проектного ресурса (число реализуемых проектов с учетом их пространственно-временных характеристик);

Δ – показатель объема объектного ресурса (число предприятий и организаций с учетом их мощностей).

По мнению Г. Б. Клейнера, системы четырех типов взаимно дополняют друг друга и создают в экономике устойчивые конфигурации – тетрады. При этом каждую социально – экономическую систему можно представить в виде тетрады. «В реальности конкретная социально-экономическая система сочетает в тех или иных пропорциях черты всех четырех типов, хотя, как правило, один доминирует» [3, С. 140].

Рассмотрим возможность применения системной парадигмы как методологии научного познания к исследованию кредитного рынка. Опираясь на изложенный методологический подход, кредитный рынок следует рассматривать как открытую социально-экономическую систему, то есть как относительно обособленную в пространстве и относительно устойчивую во времени часть окружающего мира, обладающую одновременно свойствами внешней целостности и внутреннего многообразия. Для социально-экономической системы характерны, с одной стороны, устойчивые внутренние связи, с другой, границы, обеспечивающие обособленность системы, а также ее взаимодействие с другими экономическими системами. Рассмотрим, может ли кредитный рынок как социально-экономическая система быть представлен в виде тетрады, объединяющей объектную, процессную, средовую и проектные системы.

Объектная система, в соответствии с методологией системной парадигмы, ограничена в пространстве, но не имеет очевидных временных ограничений. Применительно к кредитному рынку объектная система, очевидно, включает кредиторов и заемщиков: кредитные, микрофинансовые организации, кредитные кооперативы, ломбарды, торговые организации, фирмы (предприятия и организации), учреждения, региональные и местные администрации, индивидуальных предпринимателей, домашние хозяйства. Каждый элемент объектной системы имеет пространственную локализацию. И, несмотря на то, что существовать он может небольшое количество времени (например, организации малого и среднего предпринимательства), теоретически время существования объектов не ограничено. Предприятия и организации могут работать и десятки лет. Таким образом, можно полагать, что объектная система кредитного рынка выбрана верно.

Процессная система не имеет пространственных ограничений, но ограничена во времени. Процессная система кредитного рынка отражает взаимодействие кредиторов и заемщиков по поводу соответствия спроса на кредитные продукты их предложению.

Таким образом, к процессной системе кредитного рынка могут быть отнесены кредитные продукты, а также технологии их создания и доведения до потребителя. Действительно, кредитные продукты не имеют пространственных ограничений. Кредит может быть использован в любой точке отдельной страны, а также не только в стране, резидентом которой является заемщик, но и в других странах. Однако пользование кредитом ограничено во времени и по истечении определенного договором периода кредит должен быть возвращен. Технологии создания и доведения кредитного продукта до потребителя, процедуры погашения кредита также постоянно обновляются и тем самым ограничены во времени.

Кредитный рынок существует в определенной среде и от ее качества зависят протекающие на рынке процессы. Средовая система не ограничена ни во времени, ни в пространстве. По отношению к кредитному рынку она характеризуется определенной однородностью. Качество среды кредитного рынка определяется его экономической основой, зрелостью институционального пространства, создающего условия беспрепятственного взаимодействия участников рынка. Экономической основой кредитного рынка является товарное производство. Для оценки качественного уровня товарного производства следует исследовать вопросы: что производится, каким образом и для кого. А зрелость институциональной среды определяется развитием рыночных институтов, спецификацией и защитой прав собственности, уровнем транзакционных издержек. Товарное производство и институциональное развитие не локализовано в пространстве и не ограничено во времени, следовательно, действительно по отношению к кредитному рынку представляет собой средовую систему.

В тетраде социально-экономической системы выделяются проекты, обеспечивающие локальные изменения и инновации. Проектные системы имеют пространственные и временные ограничения. Применительно к фирме (предприятию, организации) проекты являются необходимой составляющей системы, так как производственное развитие в условиях конкуренции представляет собой последовательную реализацию проектов. Заканчивая один проект, предприятию необходимо начинать реализацию другого, так как конкурентная борьба требует постоянных изменений: обновления ассортимента продукции в связи с изменяющимися потребностями покупателей, снижения издержек, новых подходов к корпоративному управлению, организации логистических потоков.

Если рассматривать деятельность отдельной кредитной организации, то в системе кредитной организации проект является необходимой относительно обособленной системой. В системе кредитного рынка проекты, реализуемые отдельными кредитными организациями, превращаются в постоянной поток изменений и инноваций, которые затрагивают объектную и процессную системы кредитного рынка. Кредитные, микрофинансовые организации, оптимизируя затраты

и стараясь более эффективно выстраивать свою деятельность, сокращают филиальную сеть, изменяют организационную структуру, переводят отдельные подразделения на аутсорсинг. Последствиями этого могут быть не только качественные, но и количественные изменения объектной системы.

Внедряя в банковскую практику современные технологии, кредитные организации обновляют или создают принципиально новые кредитные продукты, на основе накопленной информации о клиентах и их более глубокой дифференциации формируются новые каналы доведения дифференцированных банковских продуктов до потребителя. Реализуемые как проекты отдельными кредитными организациями, инновации совершенствуют процессную систему кредитного рынка. Изменение процессов превращается в постоянный поток: первоначально инновации внедряются отдельными наиболее технологичными кредитными организациями, затем подхватываются основными участниками рынка и постепенно в этот поток вовлекаются все кредитные организации. На последнем этапе инновации превращаются в обычную банковскую практику и перестают приносить дополнительный доход. Возникает потребность в новых инновациях, которые также постепенно внедряются, интегрируются в банковскую деятельность.

Таким образом, инновационные процессы и обновления на кредитном рынке происходят постоянно, они могут касаться как составляющих объектной, так и элементов процессной системы, поэтому мы полагаем, что применительно к кредитному рынку выделять проектную систему неправомерно. В этом, по нашему мнению, состоит одна из особенностей кредитного рынка как социально-экономической системы.

Другая особенность заключается в том, что кредитный рынок в значительной степени является объектом регулирования и развивается не только в соответствии с объективными закономерностями, но и в силу принятия регулятором решений, соответствующих или несоответствующих закономерностям. Деятельность предприятий и кредитных организаций с точки зрения регулирования значительно различается. Для выхода на рынок производственному или торговому предприятию достаточно зарегистрироваться, уведомить о начале своей деятельности соответствующие органы, открыть счет в банке. При этом стимулируя развитие малого и среднего предпринимательства механизм регистрации постоянно упрощается. Непосредственная деятельность предприятий регулируется федеральным и региональным законодательством. Успешность этой деятельности зависит от уровня развития конкуренции, качества производимой продукции, её соответствия платёжеспособному спросу покупателей. Если предприятию не удалось выиграть в конкурентной борьбе, ему придется уйти с рынка. Выход на рынок, законопослушная деятельность и уход с рынка производственного или торгового предприятия

определяется эффективностью его работы и собственными решениями владельцев бизнеса.

Деятельность кредитных организаций как социально-значимых участников рынка регулируется методами прямого ограничения; нормативно-правового; функционального и административного регулирования. Деятельность регулятора активно влияет на процессы, происходящие на кредитном рынке. Например, с помощью ключевой ставки (методы функционального регулирования) может быть ограничен спрос на кредитные продукты. Административные решения, направленные на создание соответствующих резервов, ограничивают предложение кредитных продуктов. Именно поэтому считаем целесообразным выделить регулирование как самостоятельную систему в социально – экономической системе кредитного рынка.

Еще одна особенность кредитного рынка как социально-экономической системы связана с инфраструктурой. При системном анализе инфраструктуру чаще всего относят к средовой системе. И действительно, по отношению к фирме (предприятию, организации) все, что обычно относится к производственной инфраструктуре (дороги, линии электропередачи и т. п.) находится вне фирмы, способствует однородности среды, упрощает взаимодействие с другими системами. Применительно к кредитному рынку инфраструктура существует в самом рынке, как бы пронизывает рынок, облегчая создание и доведение кредитных продуктов до потребителя, то есть содействует взаимодействию между кредиторами и заемщиками, ускоряя достижение соответствия спроса на кредитные продукты и их предложению.

Применительно к кредитному рынку инфраструктура не является составной частью среды. Она представляет собой систему, объединяющую материальные, технологические, организационные и информационные составляющие, подчиненную кредитному рынку и обеспечивающую бесперебойность его функционирования. Мы считаем правомерным рассматривать инфраструктуру как относительно самостоятельную обеспечивающую систему кредитного рынка.

Таким образом, кредитный рынок – это социально-экономическая интегрированная система, объединяющая относительно обособленные объектную, процессную, средовую, регулируемую и обеспечивающую системы. Системы кредитного рынка в процессе функционирования взаимодействуют между собой. Например, развитие процессной системы путем внедрения новых технологий создания и доведения банковских продуктов до потребителя расширяет состав участников кредитного рынка, вовлекая в сферу кредитного рынка индивидуальных предпринимателей, микропредприятия, менее обеспеченные слои населения, то есть способствует расширению объектной системы. Уровень развития товарного производства как основы средовой системы отвечает за увеличение или снижение платежеспособного спроса предприятий и домашних хозяйств на кредитные продукты; институциональная среда может укреплять, или, напротив, разрушать

взаимное доверие между кредитором и заемщиком. Уровень развития товарного производства и институциональная среда в совокупности определяют количественную и качественную составляющие объектной системы.

*Список литературы.*

1. Клейнер Г. Б. Системный ресурс экономики. // Вопросы экономики. 2011, № 1, С.89 -100.
2. Клейнер Г. Б. Какая мезоэкономика нужна России? Региональный разрез в свете системной экономической теории//Вестник финансового университета. – 2014. - №4 (82). – С.6 – 22.
3. Клейнер Г. Б. Системная платформа развития современной экономической теории//Вестник Тюменского Государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. Экономика. 2015.Том 1. № 2(2). С. 136-110.
4. Корнаи Я. Системная парадигма//Вопросы экономики, 2002, № 4.
5. Kornai J. (1998). System Paradigm. William Davidson Institute Working Paper 278 // William Davidson Institute at the University of Michigan.
6. Тироль Ж. Рынки и рыночная власть: теория организации промышленности: в 2-х т. Изд. 2-е испр. / Пер. с англ. Под редакцией В. М. Гальперина и Н. А. Зенкевича. СПб.: Экономическая школа, 2000. Т.1. XLII + 328 с. – С. 19 -20.
7. Tirole J. The Theory of Industrial Organization. MIT Press, Cambridge, 1988. 479 pp., P.12

---

*Brovkina N. E.*

**TRANSFORMATION OF THE METHODOLOGICAL APPROACH TO INVESTIGATION  
OF THE CREDIT MARKET**

*Abstract.* In the scientific economic literature, the credit market is usually investigated as a set of lenders, borrowers and credit products, forming a certain integrity, unity. This approach allows for a more in-depth analysis of relationships and relationships within the system, but is not able to explain the changes that the credit market undergoes over time, as well as the differences in the credit markets of different countries. To answer these questions, the credit market should be considered as a socio - economic integrated system that unites relatively separate object, process, environmental, regulatory and provide subsystems of the credit market.

**Key words:** credit market, the integrated system of the credit market, the research methodology of the credit market, a systematic approach.

---

УДК 336.1

**РЫНОЧНАЯ МОДЕЛЬ ФОРМИРОВАНИЯ ССУДНОГО  
ПРОЦЕНТА И ЕЕ ОТРАЖЕНИЕ В ПРОЦЕНТНОЙ ПОЛИТИКЕ БАНКОВ*****Мешкова Е.И.****кандидат экономических наук, доцент, Финансовый университет при  
Правительстве РФ, Департамент финансовых рынков и банков*

***Аннотация.** В статье рассмотрена сущность процентной политики коммерческих банков; проанализированы основные теоретические подходы и научные направления в теории ссудного процента; показаны как субъективное начало процентной политики, так и ее объективная основа – это законы рыночной экономики. Автор выявляет особенности развитие теорий ссудного процента, так же отмечает, что в условиях рыночной экономики признается неразрывная связь между спросом и предложением денег, объемом сбережений и инвестиций, процентом и доходом как элементами единой системы.*

***Ключевые слова:** процентные ставки, процентная политика, банки, модель ценообразования кредитов, рыночная экономика.*

Для рыночной экономики признается неразрывная связь между спросом и предложением денег, объемом сбережений и инвестиций, процентом и доходом как элементами единой системы. Принимается также взаимосвязь между денежным и реальным секторами экономики.

Следует выделить ряд научных направлений, которые внесли весомый вклад в развитие теории ссудного процента. Значимыми из них являются: реальная или классическая теория ссудного процента, теория ссудных фондов, теория процента как части прибыли, кейнсианская теория предпочтения ликвидности.

Классическая, реальная, теория предполагает, что единственными переменными, которые воздействуют на норму процента даже в краткосрочном аспекте, являются инвестиции и сбережения [1, с.416]. Простая реальная модель рынка облигаций включает функцию спроса и предложения облигаций и равновесную норму процента, которая устанавливается в точке их равенства. Предполагается, что спрос и предложение облигаций равны сбережениям и инвестициям, и, следовательно, норма процента определяется также равновесием планируемых сбережений и инвестиций.

Неоклассическая теория ссудных фондов, разработанная экономистами стокгольмской и кембриджской школ, расширяет понятие спроса и предложения капитала, дополняя его спросом на кассовую наличность и приростом денежной массы. В этом случае поток спроса на облигации приравнивается к сумме планируемых сбережений и некоторому приросту денежной массы. Признается, что спрос на заемные средства (или поток предложения облигаций) вызывается потребностью финансирования производственных инвестиций и спросом на кредит со стороны тех, кто стремится увеличить свою кассовую наличность. Условие равновесия рынка при

этом получает следующее выражение: планируемый объем сбережений и некоторый прирост денежной массы равны объему инвестиций и денежному спросу с целью увеличения кассовой наличности [1, с.420].

В интерпретации этой теории норма процента выступает в определенной степени денежным феноменом. Она определяется как реальными факторами (сбережениями и инвестициями), так и денежными (спросом на деньги и их предложением), причем уровень процента может быть изменен непосредственно за счет влияния последних.

Иная природа ссудного процента и механизма его формирования представлена в работах таких известных ученых как А. Смит (1723-1790) и К. Маркс (1818-1883). Так, А. Смит рассматривал процент как плату за пользование капиталом и сводил его к части прибыли, полученной от применения данного капитала [2, с.25]. По словам К.Маркса [3, с.406] именно образование ссудного капитала «превращает часть прибыли в процент, вообще создает категорию процента». Денежный капиталист получает возможность, не участвуя в процессе производства, получать определенную долю прибыли, производимую его капиталом. Эта прибыль распределяется на «две качественно различные, взаимно самостоятельные и не зависимые друг от друга части, процент и предпринимательский доход», которые существуют лишь в своей противоположности. Рассматривая ссудный капитал как товар, К.Маркс писал, что если цена выражает стоимость товара, то процент «выражает возрастание стоимости денежного капитала и потому представляется ценой, которая уплачивается за него кредитору» [3, с.390]. Но называя процент «ценой» ссудного капитала, К.Маркс отмечал, что он будет иррациональной формой цены, которая противоречит понятию цены товара.

В теории Дж. М. Кейнса норма процента – определенное вознаграждение за расставание с ликвидностью. Дж.М. Кейнс отмечал, что процент – это «цена, которая уравнивает желание держать богатство в форме наличных денег с имеющимся количеством наличных денег» [4, с. 159], т.е. количество денег в обращении – еще один фактор, который наряду с предпочтением ликвидности при данных обстоятельствах определяет действительную норму процента.

Таким образом, уровень процента с учетом заданного дохода измеряется в прямом отношении к степени предпочтения ликвидности и в обратном – к количеству денег в обращении.

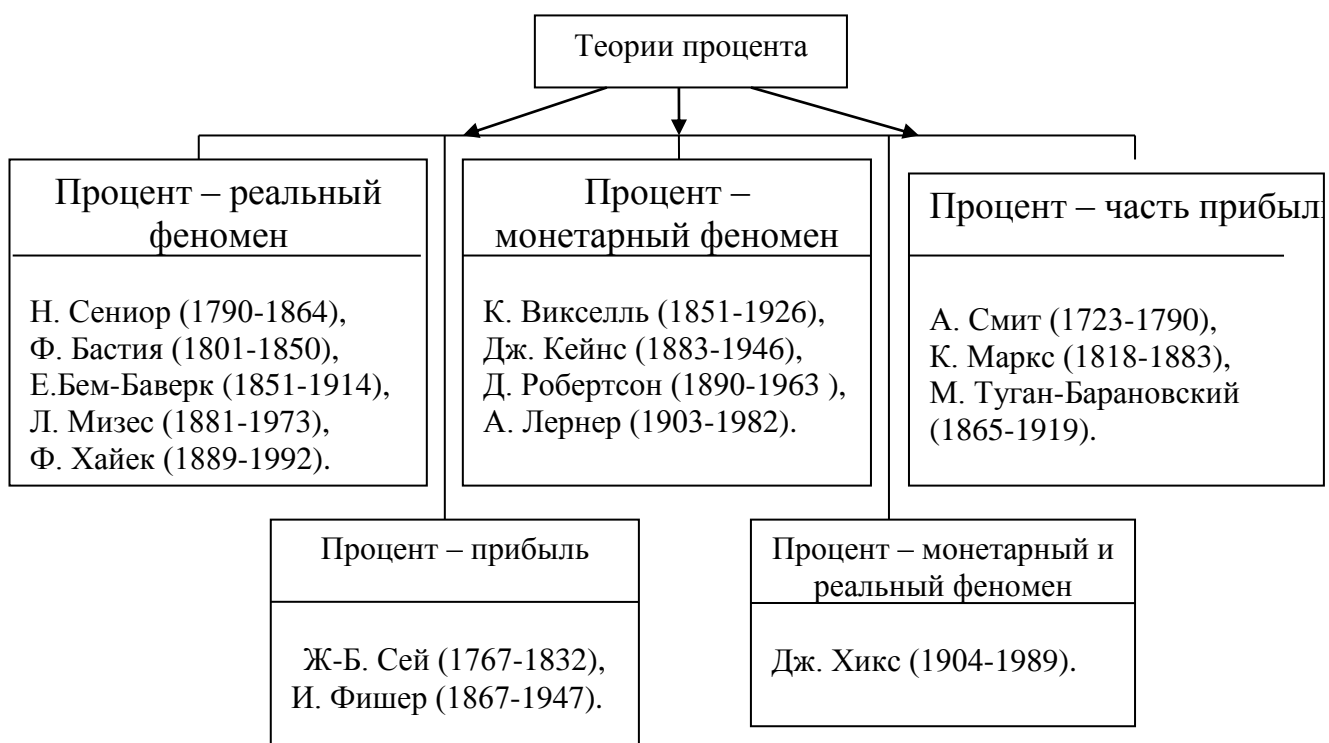
При этом, Дж. М. Кейнс предпочтением ликвидности ставит в зависимость от следующих основных составляющих: соображения обращения, предосторожности и спекулятивных соображений. Автор предполагает, что график предпочтения ликвидности представляет собой плавную кривую, которая падает по мере роста объема денежной массы. В точке пересечения функции с заданным предложением денег будет получена равновесная норма процента.



Таким образом, особенность кейнсианской теории состоит в предположении, что норма процента складывается в результате взаимодействия спроса и предложения денежных средств, при этом процент рассматривается как «в высшей степени психологический феномен».

Дальнейшее развитие и интерпретацию теория Дж.Кейнса получила в трудах Дж. Хикса, представившего т.н. ISLM – модель [5]. Эта модель иллюстрирует изменения, возникающие на денежном или товарном рынках для национального дохода и процентных ставок, и показывает, что равновесие на денежном и товарном рынках будет происходить одновременно.

Необходимо отметить, что в российской научной литературе существуют иные классификации западных теорий ссудного процента, одна из таких классификаций представлена ниже (см. рисунок 1).



*Рисунок 1. Теории процента в представлениях западных экономистов [6, с.17]*

Советская экономическая литература также уделяла существенное внимание проблеме ссудного процента. Так, в начале и середине 20-х гг. XX в. ссудный процент рассматривался как вознаграждение за пользование чужим (ссудным) капиталом. В последующие годы в ходе усиления централизованных начал управления экономикой ссудный процент определялся как средство снижения себестоимости продукции, либо как способ возмещения расходов банка. Позже, в 50-е гг XX в. стали появляться теории, в которых экономической природой ссудного процента признавалось социалистическое накопление. Подобный подход сохранился и в 60-х и 70-х гг прошлого века, когда ссудный процент определяли как часть чистого дохода общества. В тот же период в ссудном проценте ряд авторов видел плату за использование заемных средств. В

последующие годы появилось определение ссудного процента как иррациональной цены ссудного фонда. Такой подход к характеристике процента впервые был предложен в 70-х гг XX в. проф. Лаврушиным О.И. позже такое определение ссудного процента становилось все более распространенным.

Исторический аспект исследования показывает, что в условиях централизованного управления кредитными отношениями величина процентных ставок и их дифференциация определялись исключительно субъективными целями процентной политики. Вместе с тем, в советской экономической литературе высказывались различные точки зрения относительно основы определения уровня процента.

При переходе от плановой экономики к рыночной с учетом перестройки кредитной системы возникали подходы к определению уровня процентных ставок, которые увязывали его с показателями рентабельности (народного хозяйства, отрасли, производства заемщика и т.д.), а также характером потребности в ссуде и степени риска последней. Вместе с тем предлагаемые модели, исходя из действовавших условий, предполагали плановую систему ведения хозяйства и централизованное определение, как показателей рентабельности, так и уровня процентных ставок.

Изучая современное представление западных исследователей о механизме формирования процентных ставок, считаем необходимым отметить работу L. Gambacorta (2008). Автор, опираясь на результаты проведенных ранее исследований, выделяет следующие основные факторы, определяющие банковские процентные ставки<sup>5</sup>.

Прежде всего, спрос на кредиты и депозиты. На основе существующих исследований утверждается, что на процентные ставки по кредитам положительно влияет реальный уровень ВВП и темп инфляции. Так, благоприятные экономические условия увеличивают количество прибыльных проектов (с точки зрения ожидаемой чистой приведенной стоимости) и, следовательно, увеличивают спрос на кредит (Kashyap et al., 1993). На основе исследования Melitz and Pardue (1973) утверждается, что на спрос на кредит положительно влияет только рост постоянного дохода, в то время как эффект, связанный с непостоянной частью поступлений, следует соотносить с эффектом самофинансирования, который уменьшает задолженность перед банками (Friedman and Kuttner, 1993). Увеличение процентных ставок денежного рынка повышает альтернативные издержки других форм финансирования (например, посредством выпуска облигаций), что делает кредитование более привлекательным. Этот механизм также повышает спрос на кредиты и стимулирует увеличение процентных ставок по кредитам.

Напротив, по мнению автора, на процентную ставку по депозитам рост ВВП и инфляция влияют отрицательно. Более высокий уровень дохода увеличивает спрос на

<sup>5</sup> рассмотрено по материалам [7, с. 792-819]

депозиты и, следовательно, снижает стимулы для установления банками более высоких ставок по депозитам.

В качестве следующих значимых факторов называются эффективность банка, кредитный риск и волатильность процентных ставок. Банковские затраты на посредничество имеют положительное влияние на процентную ставку по кредитам и отрицательное – на депозитную. Процентная ставка по кредитам также зависит от рискованности кредитного портфеля. Банки, которые инвестируют в более рискованные проекты, должны иметь более высокий уровень прибыли, чтобы компенсировать более высокий процент безнадежных кредитов, подлежащих списанию за счет формируемых резервов на возможные потери. На процентные ставки банка также влияет волатильность рыночных процентных ставок. Следуя дилерской модели Но and Saunders (1981) и их последователя Angbazo (1997), процентная ставка по кредитам должна быть больше подвержена влиянию межбанковских процентных ставок, чем депозитная.

Утверждается, что на процентные ставки банков оказывает непосредственное влияние изменение денежно-кредитной политики. Денежная рестрикция определяет уменьшение резервных депозитов и рост рыночных процентных ставок и наоборот. Одновременно отмечается, что изменение стоимости финансирования оказывает различное влияние на банки в зависимости от их конкретных характеристик. Процентные ставки по краткосрочному кредитованию ликвидных и хорошо капитализированных банков меньше реагируют на изменения официальных ставок. Напротив, небольшие, низколиквидные и низкокапитализированные банки платят более высокую премию, поскольку рынок считает их более рискованными. Поскольку эти банки более подвержены проблеме асимметрии информации, у них меньше возможностей защитить свой кредитный бизнес. В случае ужесточения денежно-кредитной политики они должны сократить объемы кредитования и повысить процентные ставки. Более того, у этих банков меньше возможностей выпуска облигаций и других инструментов привлечения ресурсов, и поэтому они могут попытаться сдержать отток депозитов, повышая свои ставки.

Отмечается также, что подверженность банка влиянию внешних факторов зависит от структуры кредитного портфеля и структуры пассивов: банки с высокой долей долгосрочных кредитов менее склонны к изменению ставок, твердая депозитная база также стимулирует более плавное ценообразование кредитов.

L. Gambacorta в своей работе выделяет и фактор, основанный на обычном превышении сроков размещения активов относительно обязательств (Van den Heuvel, 2002). После повышения рыночных процентных ставок, меньшая часть кредитов может подлежать пересмотру в части процентных ставок из-за названного выше несоответствия сроков погашения требований и обязательств. По этой причине банки несут дополнительные расходы, что снижает прибыль, а затем и накопление капитала.

Если уровень достаточности капитала становится низким, а размещение новых акций слишком дорого, банки сокращают кредитование (в противном случае они не отвечают требованиям достаточности регуляторного капитала) и расширяют процентный спрэд. Это приводит к увеличению процентных ставок по кредитам и уменьшению по депозитам.

В качестве одного из прочих факторов, влияющих на уровень банковских процентных ставок, автором называется уровень концентрации банковского бизнеса, при этом выделяется два источника возможного влияния концентрации на ценовое поведение банков (Berger and Hannan, 1989). Первый класс моделей утверждает, что банковский сектор, которому присущ более высокий уровень концентрации будет вести себя олигополистически (гипотеза структуры управления), тогда как другой класс моделей подчеркивает, что концентрация обусловлена наличием более эффективных банков относительно других участников рынка (гипотеза эффективной структуры). Это означает, что в первом случае более низкая конкуренция должна привести к увеличению процентных спредов, тогда как во втором случае снижение управленческих расходов из-за повышения эффективности деятельности должно оказать негативное влияние на размер спредов процентных ставок.

С развитием теорий ссудного процента менялись и методологические подходы к формированию уровня процентных ставок. Постепенно сложилось понимание, что процентная ставка аналогично цене товара включает набор конкретных элементов.

Так, уровень рыночной процентной ставки согласно подходам известных авторов в области финансового менеджмента Ю. Ф. Бриггема и М. С. Эрхардта [8, с.251] включает составляющие: реальную безрисковую процентную ставку, премию за инфляцию, премию за риск неуплаты, премию за ликвидность, премию за срок до погашения.

По мнению американского экономиста Д. Синки [9, с.86] рыночная банковская процентная ставка учитывает: вознаграждение за отказ от потребления, премию за ожидаемую инфляцию, премию за несение риска непогашения обязательства, премию за несение процентного риска.

Н. Бакстер, Г. Панова, В. Платонов [10, с.140] при рассмотрении основных элементов определения цены кредита выделили следующие позиции: базовую ставку (учитывающую дополнительные издержки), процентную маржу, надбавку за отраслевой риск, надбавку за риск неплатежеспособности (+ или -), корректировку в зависимости от обеспечения (+ или -).

Последующие работы, посвященные теме банковского риск-менеджмента, содержат более сложные многофакторные модели ценообразования кредитных продуктов [11, с.608]. Процентная ставка определяется исходя из стоимости привлеченных средств, учитывает расходы по обеспечению деятельности банка,

относящиеся к активным операциям, премию за риск в части т.н. ожидаемых потерь и надбавку, которая отражает стоимость задействованного капитала банка.

В отдельных источниках озвучено мнение, что процентные ставки должны включать помимо премии на ожидаемые потери еще и дополнительную риск-премию как компенсацию за недиверсифицируемый риск потерь по ссуде [11, с. 483].

Утверждается, что если ссуда не включает названную риск-премию, значит, в среднем она обеспечит возврат исходя из безрисковой процентной ставки. В периоды без дефолта доходность по ссуде будет выше среднего уровня доходности, однако, в случае дефолта по кредиту доходность будет ниже уровня безрисковой ставки доходности. С учетом того, что инвестор в принципе может неограниченно приобретать безрисковые активы на условиях, соответственно, безрисковой процентной ставки, и в среднем им будет также обеспечена некая безрисковая ставка доходности по портфелю финансовых инструментов, то рискованные активы с тем, чтобы быть привлекательными, должны обеспечивать дополнительную компенсацию в том случае, если риск дефолта недиверсифицируем.

Если в банке применяется система трансфертного ценообразования, процентные ставки основаны на трансфертных ценах и включают также: операционные затраты, надбавку за риск (ожидаемые потери) и коммерческую надбавку к цене. При этом особенностью современных подходов является максимальная формализация процесса калькулирования процентных ставок.

Когда в банке реализована модель определения экономического капитала и его распределения по бизнес-направлениям деятельности, схема ценообразования приобретает несколько иную форму.

В этом случае процентная ставка определяется исходя из стоимости привлеченных средств аналогично предыдущей модели, учитывает расходы по обеспечению деятельности банка, премию за риск в части ожидаемых потерь и надбавку, которая отражает стоимость задействованного капитала фирмы (см. рисунок 2). Также как и в предыдущем случае в цене кредита учитывается премия на покрытие ожидаемых потерь как в части балансового, так и в части кредитного риска. Принципиальное же отличие ценообразования с учетом стоимости экономического капитала от стандартного подхода состоит в том, что требует решения задача оценки экономического капитала банка.



Рисунок 2. Схема ценообразования кредитного продукта с учетом стоимости капитала

В целом же основное различие между двумя методами ценообразования состоит в том, что стандартный метод ценообразования оперирует только ожидаемыми потерями, закладывая их в размер процентной ставки по кредиту, второй метод – ценообразование с учетом стоимости экономического капитала – в цене кредита позволяет учесть также стоимость капитала, предназначенного для покрытия непредвиденных потерь банка.

### Список литературы

1. Dictionary of business and finance/ Donald T.Clark and Bert A. Cotteried.- New-York, 1957.
2. Смит А. Исследования о природе и причинах богатства народов / А.Смит. – М.: Соцэкгиз, 1935.
3. Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т.25, ч.1. / К.Маркс, Ф.Энгельс. - М.: Гос. изд-во политической лит-ры, 1961.
4. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег / Дж.м. Кейнс. - М.: Гос. изд-во иностр. лит-ры, 1948. С. 159
5. Хикс Дж. Стоимость и капитал / Дж. Хикс. - М.: Прогресс, 1993.
6. Абдюкова Э.И. Формирование сбалансированной процентной политики коммерческого банка на российском рынке кредитных услуг. Диссертация на соискание ученой степени кандидата наук, М., 2015.
7. Gambacorta L. How do banks set interest rates?/ L. Gambacorta // European Economic Review. – 2008. - № 52. – pp. 792–819
8. Бриггем Ю.Ф., Эрхардт М. С. Финансовый менеджмент / Ю.Ф. Бриггем, М.С. Эрхардт. 10-е издание. - СПб.: Питер, 2007.
9. Синки-мл. Дж. Ф. Финансовый менеджмент в коммерческих банках / Дж. Ф. Синки.- М.: Catallaxy, 1994
10. Банковское дело: Стратегическое руководство / коллектив авторов; под ред. В.Платонова, М.Хиггинса. - М.: Консалтбанкир, 2001
11. Glantz M., Managing bank risk. An Introduction to Broad-Base Credit Engineering / M. Glantz. - San Diego: Academic Press, 2003.

*Meshkova E.I.*

## A MARKET MODEL OF LOAN INTEREST RATES AND ITS REFLECTION IN AN INTEREST RATE POLICY OF BANKS

***Abstract.** The interest rate policy of commercial banks is aimed at ensuring the profitability of banking business, effective management of the bank's own and borrowed resources considering the assumed risks factors, and permanent development of the credit institution's business as a whole. The interest rate policy takes a special place as an instrument of banking risks managing, forming a source of coverage for expected and unexpected losses of credit institutions.*

*The interest rate policy, being a subjective, superstructure category, nevertheless, takes into account the objective basis - the laws of market economy. If account is taken of the development of the theory of borrowing rate, an inseparable link between the demand for and the supply of money, the volume of savings and the investments, the interest and the income as the elements of a single system is acknowledged in respect of the market economy. The interrelation between the monetary and real sectors of the economy is also taken into account.*

**Key words:** interest rates, interest rate policy, banks, credit pricing model, market economy.

УДК 36.6

**СОВРЕМЕННЫЙ АУТСОРСИНГ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ  
НА РЫНКЕ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ****Синяев В.В.***доктор экономических наук, доцент, генеральный директор ФСК «Валекс»*

«Мы не стремимся быть самыми большими. Наша цель – быть лучшими!  
Девиз группы компаний «Tra Dec»

***Аннотация.** В статье исследуются тенденции развития рынка аутсорсинга на финансовых рынках. На общем фоне стабилизации национальной экономики, автор отмечает рост услуг аутсорсинга. Исследуя тенденции аутсорсинга в финансовом секторе, автор предлагает структуру маркетинга комплексного аутсорсинга. Научная новизна заключена не только в раскрытии содержания рынка аутсорсинга финансовых услуг, но и современных формах комплексного аутсорсинга, направленных на повышение имиджа финансовой организации.*

***Ключевые слова:** аутсорсинг, банк, глобализация, интеграция, кредитный анализ, реклама, рынок, услуги, PR.*

В условиях регулярных экономических санкций, агрессивного внешнего западного окружения, жесткой конкуренции, финансовый рынок страны обеспечивает восстановление национальной экономики с небольшим ростом ВВП.

Трудно переоценить значение аутсорсинга в успешной организации бизнес-процессов. Финансовый аутсорсинг – это управленческий процесс передачи финансовым учреждением отдельных функций или бизнес-процессов сторонней организации, которая выступает в качестве исполнителя услуг.

Применение финансового аутсорсинга в практике компаний регулируется п. 3 статьи 7 Федерального закона от 06 декабря 2011 г. № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» и нормами главы 39 «Возмездное оказание услуг» ГК РФ. Процесс внедрения банковского аутсорсинга закреплен в положении Outsourcing in Financial Services Базельского комитета по банковскому надзору.

Основными причинами высокой потребности аутсорсинга на финансовом рынке являются: дополнительные требования к качеству оказываемых услуг; стремление к безопасности; сложность ценообразования и возрастающая сложность финансовых услуг; необходимость более быстрого поиска альтернатив в сложной рыночной ситуации.

Аутсорсинг, начиная с 2000 г., доказал всем участникам финансового рынка свои явные преимущества в области: оптимизации затрат; получения внешних ресурсов (доступ к инновационным технологиям и лучшим специалистам); снижения коммерческих рисков; профессиональной переподготовки базовых кадров. Но, несмотря на явные преимущества, постоянно меняющаяся ситуация на мировом

финансовом рынке, повлияла на неустойчивость показателей аутсорсинга. Как видно из приведенного рисунка объем сделок на мировом рынке услуг аутсорсинга в 2017 г. увеличились в 2 раза и достиг уровня 90 млрд. долларов США относительно 2000 г. [1].

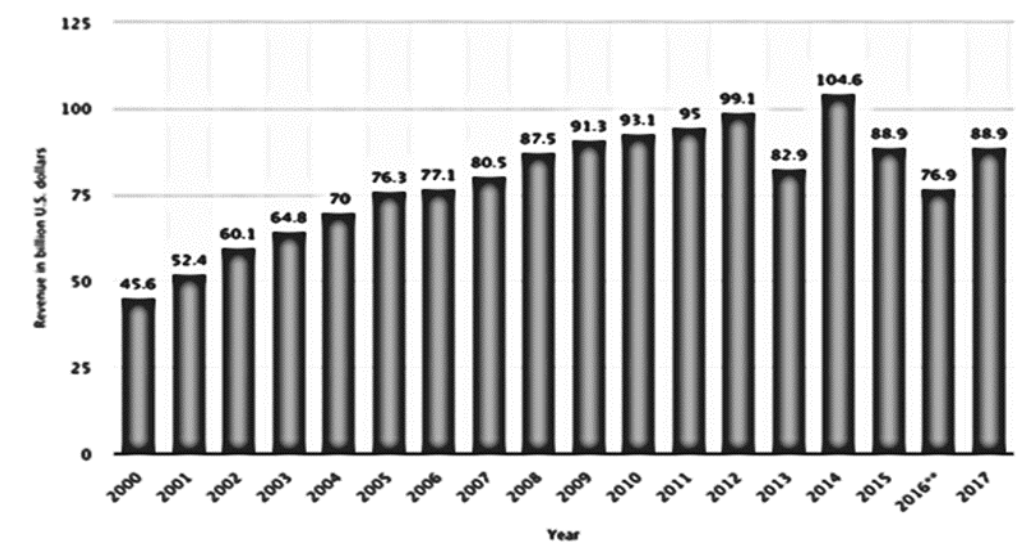


Рисунок 1. Объем сделок на мировом рынке услуг аутсорсинга в динамике с 2000-2017 гг. [1]

Эксперты аналитического агентства McKinsey, Global Payments Russia утверждают, что самостоятельное выполнение комплекса финансовых услуг в банке целесообразно, если среднегодовое количество обслуживаемых транзакций превысило 500 млн. долларов США, пока этот рубеж не достигнут, аутсорсинг услуг – единственное экономически эффективное решение.

Процесс внедрения банковского аутсорсинга закреплен в положении Outsourcing in Financial Services Базельского комитета по банковскому надзору. В документе также сформулирован рекомендуемый перечень работ и услуг, передаваемых кредитными организациями на аутсорсинг. К ним относятся: транспортные и ремонтные услуги; управление недвижимым имуществом; маркетинг; процессы, связанные с использованием информационных технологий; деятельность кол-центров; логистика; клининговая, охранная и аудиторская деятельность; деятельность по привлечению клиентов и обработке заявок (например, данные виды деятельности в ипотечном кредитовании могут передаваться аутсорсерам в лице агентств недвижимости и ипотечных брокеров); деятельность, связанная с работой по проблемной задолженности (передается на аутсорсинг коллекторским агентствам); процессинг банковских карт.

Тенденция формирования современного аутсорсинга на рынке финансовых имеет форму маркетинга комплексного аутсорсинга.

Маркетинг комплексного аутсорсинга в финансовой сфере – это современная организационная форма управления аутсорсингом, направленная на своевременное и качественное выполнение пакета услуг: стратегического управления; ведения



бухгалтерского и административного учета; юридической, финансовой и информационной безопасности; кассовой обработки финансов и других с использованием инструментов продуктовой и ценовой политики, политики распределения и продвижения с тщательным учетом запросов заказчика.

Содержание комплексного аутсорсинга на рынке финансовых услуг приведено на рисунке 2.



Рисунок 2. Структура маркетинга комплексного аутсорсинга (составлено автором)

Маркетинг комплексного аутсорсинга (Mка) можно представить как функциональную зависимость от качества и своевременности выполнения различных видов услуг, а именно:

$$Mка = f (Bpa; Ma; Yua; La; HRa), \quad где:$$

*Bpa* – аутсорсинг бизнес-процессов (*Business Process Outsourcing, BPO*). Бизнес-процесс включает множество внутренних видов деятельности, направленных на производство готового объекта недвижимости, необходимой клиенту. Назначение каждого бизнес-процесса состоит в том, чтобы предложить клиенту законченный вид услуги, т.е. продукцию, удовлетворяющую его по стоимости, долговечности, сервису и качеству. BPO – процесс передачи выполнения бизнес-процесса на определенный промежуток времени, на основе длительного контракта (не менее 1 года), не

ограничиваясь конкретным объектом. Полномочия по оперативно-стратегическому управлению бизнес-процессом (виду работ) заказчик передает аутсорсеру. Всей стране известен передовой опыт лидера услуг бизнес-процессов отечественной компании «Intercomp», «UCMS Group Russia» и другие, которые являются лидерами по объему и качеству предоставляемых услуг комплексного аутсорсинга с выделением бизнес-процессов, юридического аутсорсинга, IT услуг, услуг логистики, кадрового администрирования и учетных функций.

*Ma – аутсорсинг маркетинговых услуг.* Основными видами маркетинга финансовых услуг являются: анализ рынка (состояние, динамика и тенденции развития финансового рынка; емкость и потенциал рынка; структура рынка); поиск новых рыночных ниш; анализ бренда; анализ рыночной среды (состояние и тенденции в конкурентном окружении; рыночная доля основных игроков); анализ цен (изучение ценовой политики конкурентов; копирование передового опыта ассортиментной и сбытовой политики лидирующих игроков; использование инструментов масс-медиа для повышения рекламной и PR активности); анализ потребителей (состояние и тенденции развития потребительского спроса; сегментирование рынка с выделением целевых групп; портрет «целевого» потребителя; анализ ожиданий и предпочтений потребителей; оценка удовлетворенности клиентов; медиа-предпочтения, анализ отношения к бренду, программа лояльности);

*Yua – юридический аутсорсинг* направлен для оказания юридической помощи российским предпринимателям в сфере финансовой индустрии. Компании аутсорсеры оказывают профессиональную поддержку участникам рынка в области права и соблюдения этических стандартов при ведении бизнеса. В последнее время широкое распространение получил комплекс правовых услуг в области консалтинга и правового обеспечения инвестиций в объекты недвижимости, а также услуги удаленного абонентского юридического обслуживания.

В пакет наиболее распространенных юридических услуг аутсорсинга включены: консультации по вопросам применения гражданского, корпоративного, трудового права; разработка и правовая экспертиза договоров, соглашений, контрактов, протоколов разногласий и других документов; представление интересов заказчика на переговорах с контрагентами. На рынке услуг юридического аутсорсинга хорошо зарекомендовали себя компании ООО «Центр оформления недвижимости «MariS», «Юдестра» и другие компании, в состав которых входят успешные и энергичные профессионалы высокой квалификации и большого практического опыта.

*La – логистический аутсорсинг.* В целях оптимизации затрат и своевременной реализации цепочки поставок грузов, руководство принимает решение привлечь квалифицированного логистического оператора. В пакет услуг по логистическому аутсорсингу входят услуги провайдеров по доставке грузов, складскому хранению, экспедиционные услуги и многие другие. С конца прошлого века хорошо

зарекомендовали себя транснациональные корпорации *UPS, DB Schenker, ItellaNLC, Kuehne+Nagel, DHL, TNT* и другие, которые ввели первичные стандарты для логистических операторов.

Среди лидеров компаний национального рынка логистических услуг следует выделить ЗАО «Центр внедрения «Протек», группа компаний «Совфрайт – Совмортранс», группа компаний «АЛИДИ», группа компаний «Смайл», *ItellaNLC* («Национальная Логистическая Компания»), группа компаний «ЕвроСиб», компании группы «ФМ Ложистик» и многие другие.

Эксперты рейтингового агентства «Эксперт РА» (RAEX) оценивают емкость российского рынка логистических услуг за 2018 год общим объемом выше 100 млрд. долларов США. Структура отечественного рынка логистики по данным экспертов рейтингового агентства «Эксперт РА» представляет собой следующие пропорции: транспортные перевозки – 9 %; хранение и складские операции – 8 %; экспедирование – 2 %; управление цепями поставок – 1 % от общего объема операций. [2].

*HRA – кадровый аутсорсинг* (аутстаффинг) предполагает использование услуг внешней организации в целях изменения в кадровой политике заказчика за счет реструктуризации использования внешнего человеческого ресурса. С появлением огромного количества инновационных технологий все более востребованными становятся квалифицированные кадры. Известные фирмы «ВЛС Групп», «DASgroupPROFESSIONAL» и другие выполняют комплексные решения по аутсорсингу и имеют широкий опыт в подборе кадров для участников рынка финансовых услуг.

Известно, что все явления нашего глобального мира систематизированы – они представляют определенную целостность взаимосвязанных суперсистем, систем, подсистем, видов, подвидов, элементов (галактика, земля, природа, человек, общество и рыночные отношения). Термин «глобальность бизнеса» определяется как множество элементов находящихся в закономерных отношениях и связях друг с другом, образующих определенную целостность, единство в сфере бизнеса под влиянием таких суперсистем, как экономика, природа, общество.

Если говорить о рынке финансов как механизме взаимодействия между людьми и финансовыми потоками в целях обмена товара на деньги, то при всем их многообразии и противоречивости, этот механизм представляет определенную совокупность политических, экономических, организационных социальных систем в рамках функционирования мирового, национального, локального рынка.

Содержание современного аутсорсинга бизнес-процессов на финансовом рынке приведено на рисунке 3.

Лидером по выполнению комплекса услуг аутсорсинга на финансовом рынке является Сбербанк. Среди поставщиков финансовых услуг наиболее активными являются банк ВТБ, Райффайзенбанк, Промсвязьбанк, Возрождение. Наиболее

активным аутсорсером IT услуг в 2018 г. был Тинькофф банк. Абонентские услуги в сфере IT избавляют руководство от всех забот о компьютерах, программном обеспечении, информационной безопасности и апгрейдах.

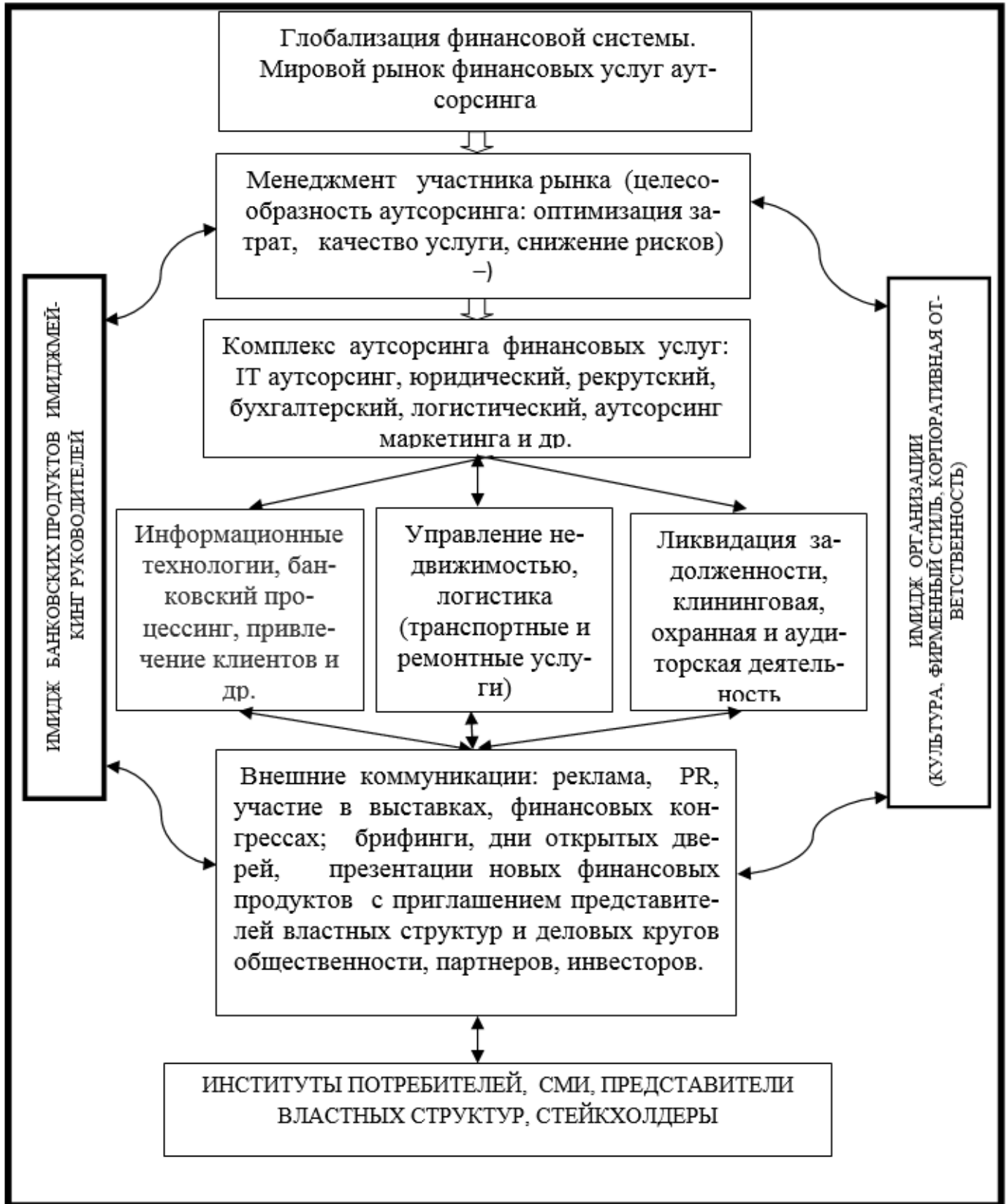


Рисунок 3. Содержание аутсорсинга на рынке финансовых услуг (составлено автором)

Заслуживает внимание передовой опыт консалтинговой компании «Техносерв Консалтинг», которая по заказу ВТБ разработала и внедрила систему, позволяющую банку сократить пакет документов для принятия кредитного решения и в три раза ускорить процесс обслуживания клиентов [3].

Компания «Инфосистемы Джет» выполняет услугу для банков VDI (Virtual Desktop Infrastructure), согласно которой банк, как аутсорси имеет возможность перевести 14000 своих сотрудников на виртуальные рабочие места. Например, в банке ВТБ данный проект затронул более 90 подразделений Группы (филиалов, региональных и дополнительных офисов) по всей России. Внедрение VDI стало частью масштабной программы ВТБ по централизации и повышению качества ИТ-сервисов, а также обеспечило единую ИТ-платформу в рамках интеграции структур Банка Москвы и ВТБ24 с Банком ВТБ. За счет консолидации региональных ИТ-систем удалось повысить уровень информационной безопасности, значительно сократить парк оборудования и снизить затраты на ИТ-поддержку. Экономия от реализации проекта к 2020 г. составит 1,42 млрд руб. [4].

Заслуживает внимания и передовой опыт известного аутсорсера – Российское объединений инкассации Центрального банка России «РОСИНКАС». Поставляемая модель аутсорсинга полного цикла (кассового и инкассационного обслуживания) позволяет банкам отказаться от затрат на создание собственных кассовых центров, а также приведет к оптимизации операционных расходов. По оценке аналитиков РОСИНКАС экономия от аутсорсинга в 2019 г. после полного внедрения проекта составит 100-150 млн рублей [5].

Необходимо отметить крупного аутсорсера – компанию NFP, которая вошла в рэнкинг компаний, оказывающих услуги в области аутсорсинга учетных функций, составленный агентством RAEX («РАЭКС-Аналитика»). В рейтинге учитывались направления: бухгалтерский и налоговый учет, расчет заработной платы, подготовка финансовой отчетности по российским правилам и стандартам, подготовка финансовой отчетности в соответствии с международными стандартами, кадровый учет и делопроизводство и другие виды аутсорсинга.

Суммарный объем выручки крупнейших российских консалтинговых групп и компаний – участниц 19-го рэнкинга RAEX («РАЭКС-Аналитика») достиг по итогам 2017 г. 97,1 млрд руб., увеличившись за год по сопоставимым данным на рекордные 10% [6].

В заключении следует отметить, что игроки финансового рынка услуг будут в дальнейшем всё более внимательно относиться к аутсорсингу, как форме ведения современного бизнеса. Сталкиваясь с жёсткой конкуренцией со стороны иностранных фирм, они активно проводят реструктуризацию, продавая активы, ненужные для основной деятельности, и, передавая на сторону выполнение часть корпоративной деятельности.

Практика российского предпринимательства отмечает, что для дальнейшего внедрения различных видов аутсорсинга в финансовые компании необходимо: грамотное стратегическое планирование; профессиональное оперативное руководство; чёткий финансовый менеджмент; надёжные механизмы контроля качества

Можно сделать вывод о тенденциях бурного развития современного аутсорсинга, услуги которого нуждаются в совершенствовании законодательства (нормативно-правовое регулирование отношений аутсорсинга) и модернизации культуры договорных отношений на финансовых рынках.

#### Список литературы

1. Тенденции финансового аутсорсинга на 2018 год [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.outsource2india.com/financial/articles/latest-financial-outsourcing-trends.asp>
2. Официальный сайт рейтингового агентства «Эксперт РА» (RAEX): URL: <http://www.raexpert/>
3. «Техносерв Консалтинг» ускорил в три раза работу ВТБ с клиентами // URL: <http://www.tsconsulting.ru/press/news/tekhnoserv-konsalting-uskoril-v-tri-raza-rabotu-vtb-s-klientami/>
4. ИТ ПОРТАЛ «ИНФОСИСТЕМЫ ДЖЕТ» Медведев В. DI: результативность, эффективность, безопасность. Опыт проекта в Группе ВТБ/ URL: <http://www.jetinfo.ru/stati/vdi-rezultativnost-effektivnost-bezopasnost-opyt-proekta-v-gruppe-vtb/>
5. Российское объединение инкассации Центрального банка России «РосИнКас»/ URL: <https://www.rosinkas.ru/>
6. Борисов И., Рост рынка консалтинга сигнализирует об окончании кризиса // «Экономика и жизнь». №20 (9736), 2018/ URL: <https://www.eg-online.ru/article/373402/>

*Sinyaev V. V.*

### MODERN OUTSOURCING OF BUSINESS PROCESSES IN THE FINANCIAL SERVICES MARKET

*Abstract.* The article examines the trends in the development of the outsourcing market in the financial markets. Against the General background of stabilization of the national economy, the author notes the growth of outsourcing services. Exploring the trends of outsourcing in the financial sector, the author offers a marketing structure of complex outsourcing. Scientific novelty lies not only in the disclosure of the content of the financial services outsourcing market, but also in modern forms of complex outsourcing aimed at improving the image of a financial organization.

**Key words:** outsourcing, Bank, globalization, integration, credit analysis, advertising, market, services, PR.

УДК 336.02

**МОДЕЛИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГА ИННОВАЦИЙ В ФИНАНСОВОМ  
СЕКТОРЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ****Синяева И.М.**

*доктор экономических наук, профессор, Финансовый университет при  
Правительстве Российской Федерации, Департамент менеджмента  
«Банкир – это центральная фигура.  
Он держит на своих плечах весь мир»  
Канадский журналист и писатель  
Герберт Н. Кэссон.*

***Аннотация.** В статье анализируется трансформация финансовой системы в условиях гиперсвязанности мировой экономики. В логической последовательности дана оценка национальной финансовой системы на мировой арене с учетом индекса GCI. Используя теоретическое наследие модели экономического роста и аксельративной модели, автором впервые разработана модель инновационного маркетинга, которая способствует максимальному удовлетворению запросов потребителей.*

***Ключевые слова:** акселератор, диджитал, интеллектуальный продукт, инновации, маркетинг, модель, стартап, робот, цифровая экономика.*

Глобализация мировой экономики формирует глобальную финансовую систему, как единое информационное пространство, расширению которого способствует дальнейшему развитию финансового сектора с практическим использованием современных инновационных технологий и многообразных средств телекоммуникаций. Формированию гиперсвязанности бизнеса способствует фактор цифровой экономики, который с использованием цифровых технологий выполняют мгновенный обмен информации в обществе (например, Twitter производит 100 тысяч твитов в минуту, а на Youtube за несколько минут появляется больше роликов, чем составляет суточная сетка любого телеканала). В современном мире количество мобильных телефонов увеличилось втрое и достигло около 7 миллиардов, появились многочисленные смартфоны и планшеты, сенсорные датчики, измеряющие давление, содержание глюкозы в крови.

На мировой арене фондового рынка Форекс, Россия находится на 17 месте. Как и ранее, безусловными лидерами по рыночной капитализации и объему торгов в 2018 г. являются объединенная Нью-Йоркская фондовая биржа (NYSE) и 39 европейских фондовых бирж. Второй лидер - Национальная электронная биржа (NASDAQ OMX). Euronext. Третье место по капитализации занимает Токийская фондовая биржа, а по объему торгов – Шанхайская фондовая биржа. На биржевых торгах наиболее эффективными (до 40% в 2018 г.) были торговые сделки по акциям «ВТБ», «Роснефти», «РусГидро» и «Ростелекома». Хорошую динамику также продемонстрировали ценные бумаги «Газпрома», «Новатэка», «Лукойла», «Яндекса», группы «ЛСР» и «Аэрофлота».

Согласно открытым данным консалтинговой компании «Brand Finance» лидерами мировых брендов в первой десятке в 2018 г. являются представители США и компании из Южной Кореи и Китая: *Amazon, Apple, Google, Samsung* (Южная Корея), *Facebook, AT&T, Microsoft, Verizon, Walmart, ICBC* (Китай).

В мировом рейтинге глобальной конкурентоспособности GCI (показатели – здравоохранение, инфраструктура, потребительский рынок, финансовая система, образование: готовность стран к новому промышленному укладу: 4.0) среди 137 государств в 2018 г. Россия переместилась вверх с 43 места на 38 и оказалась между Мальтой и Польшей. Лидерами рейтинга являются страны: США – 85,6%, Сингапур, Германия[1].

Россия уже третий год представлена в этом рейтинге тремя брендами. *Сбербанк* стал самым дорогим российским брендом в рейтинге. *Сбербанк* в нем на 129-м месте, стоимость бренда составила 11,6 млрд. долларов США. *Газпром* занял 315-е место, стоимость его бренда за год выросла на 14% и оценена в 5,6 млрд. долларов США. *«ЛУКОЙЛ»* поднялся на несколько пунктов до 363-го места, стоимость ее бренда за прошлый год выросла на 8% до 4,9 млрд. долларов США [2].

Лидерами национального рынка финансов, как и ранее, остаются всему миру известные финансовые банки: *Сбербанк, ВТБ, Газпромбанк, Россельхозбанк, Альфабанк, Райффайзенбанк, Почтабанк, Хоумкредит, Тинькоффбанк.*

Генеральной целью инновационной политики является создание внутреннего наукоемкого рынка, обеспечивающего выход отечественного продукта на мировую арену. Объектом направления моделирования инновационного маркетинга на макроуровне является *рост национальной экономики страны, на микроуровне – рост финансовых фирм.* Предметом моделирования инновационного роста выступает целенаправленный процесс формирования инновационного маркетинга с использованием информационной системы на базе маркетинговых исследований.

Совершенно очевидно, что национальная экономика страны формируется в условиях влияния негативных геополитических тенденций и экономической нестабильности на мировой арене. Несмотря на эти негативные факторы, происходит постепенная стабилизация национальной экономики, которая обеспечивается за счет максимального расширения практического использования инструментов маркетинга. Результатом стабилизации явилась оптимизация бюджета на базе гибкого перераспределения доходов между потребителями для повышения социальной стабильности.

С 2015 г. можно наблюдать постепенный рост показателя ВВП. Объем ВВП за январь-сентябрь 2018 г. в текущих ценах составил 74093,3 млрд. рублей, индекс его физического объема относительно января-сентября 2017 г. составил 101,6%. По данным Росстата, годовая инфляция в сентябре 2018 г. повысилась до 3,4%. Однако,



несмотря на это, в целом, уровень инфляции не увеличился значительно выше и имеет тенденцию к уменьшению. [3].

Основными тенденциями развития финансового сектора являются: *интеграция* (число банков в 2018 г. сократилось на 45 банков – отозвана лицензия и составило 561 банк. Всего за пять лет – с 2013 по 2017 гг. – их число уменьшилось более чем на 40%, или почти на 400.), *цифровизация* (интернет банкинг почти 90%, мобильный банк – 76%), *безусловная ориентация на потребителя* (программа CRM).

Трансформация финансового сектора, преобразование его институтов (*банк России, коммерческие банки, страховые компании, негосударственные пенсионные фонды, паевые инвестиционные фонды, профессиональные участники рынка ценных бумаг*) в 2018 сопровождалась процедурами санации. Со стороны государства была оказана помощь в целях исключения проблем банкротства крупнейших российских банков – ФК «Открытие», Бинбанк, Промсвязьбанк.

Несмотря на сокращение количества банков, совокупные активы банков в 2018 году выросли почти 7,8%, превысив уровень 85 трлн. рублей [4].

В основе поступательного развития финансового сектора используются модели экономического роста. Основоположником теории моделирования инновационного процесса считают австроамериканского экономиста И. Шумпетера (1883–1950), который еще в 1912 г. обосновал значение инноваций в экономическом росте.

Фундаментом теории моделирования маркетинга является модель экономического роста американского экономиста, лауреата Нобелевской премии Р. Солоу (50–60-е гг. XX в.), основу которой составляли коэффициент капиталовооруженности труда и технический прогресс. Этой неоклассической теории уже в 70-90 гг. прошлого столетия оппонировали ученые Н. Калдор, Дж. Робинсон, Р. Лукас и др. Согласно их новой теории «роста» модель Р. Слоу нуждается в конкретизации возможных факторов роста в условиях «несовершенной конкуренции и комплекса изменений нормы прибыли с использованием экономико-математических моделей. По их мнению, отдача от инноваций достается не только тем, кто их осуществляет, но и всему обществу.

Большой вклад в развитие теории моделирования инновационного маркетинга выполнили ученые Ф. Котлер, К. Келлер, Р. Коуз, Ж.-Ж. Ламбен Д. Норт, М. Олсон и др. Необходимо отметить, что в маркетинговой модели инноваций акцентируется внимание на важности учета показателя маркетинга взаимоотношений.

Ж.-Ж. Ламбен трактует маркетинг отношений как «систему, создающую необходимые условия для установления длительных и конструктивных связей с покупателями, что в долгосрочной перспективе приводит к высоким коммерческим результатам» [5, с. 672].

Ф.Котлер и К. Келлер в системе инноваций идентифицируют понятия «маркетинг взаимоотношений» и «маркетинг партнерских отношений». При этом

акцентируется внимание на том, что «это практика построения долгосрочных взаимовыгодных взаимодействий с ключевыми рыночными партнерами компании в целях установления длительных привилегированных отношений».[6, с.30].

Менеджмент современной компании, приступая к разработке философии рыночного участия в области вывода новинки на рынок, понимает, что разработанная философия должна учитывать не только факторы рыночной среды, комплексную оценку конкурентного окружения, уровень конкурентоспособности новинки, но и степень реальной обеспеченности стартапа на всех его стадии от посевной до коммерциализации. Модель интеллектуального продукта должна способствовать не только разработке пилотного проекта, но и его коммерциализации с учетом финансовой и экспертной поддержки. Процесс разработки инновационной модели построен на использовании стартапов с использованием инструментов онлайн бизнеса.

Формированию акселеративной модели уделялось внимание со стороны современных зарубежных ученых Джеда Кристенсена в работе «Копируя Y Combinator» (2009 г.), исследования авторства Полы Миллер и Кирстен Баунда в докладе<sup>6</sup> «The Startup Factories» и (2011 г.) и публикации Сьюзен Коэн в журнале Innovations: Technology, Governance, Globalization Массачусетского технологического института (декабрь 2013 г.).[7].

Модель инновационного маркетинга приведена на рисунке 1.

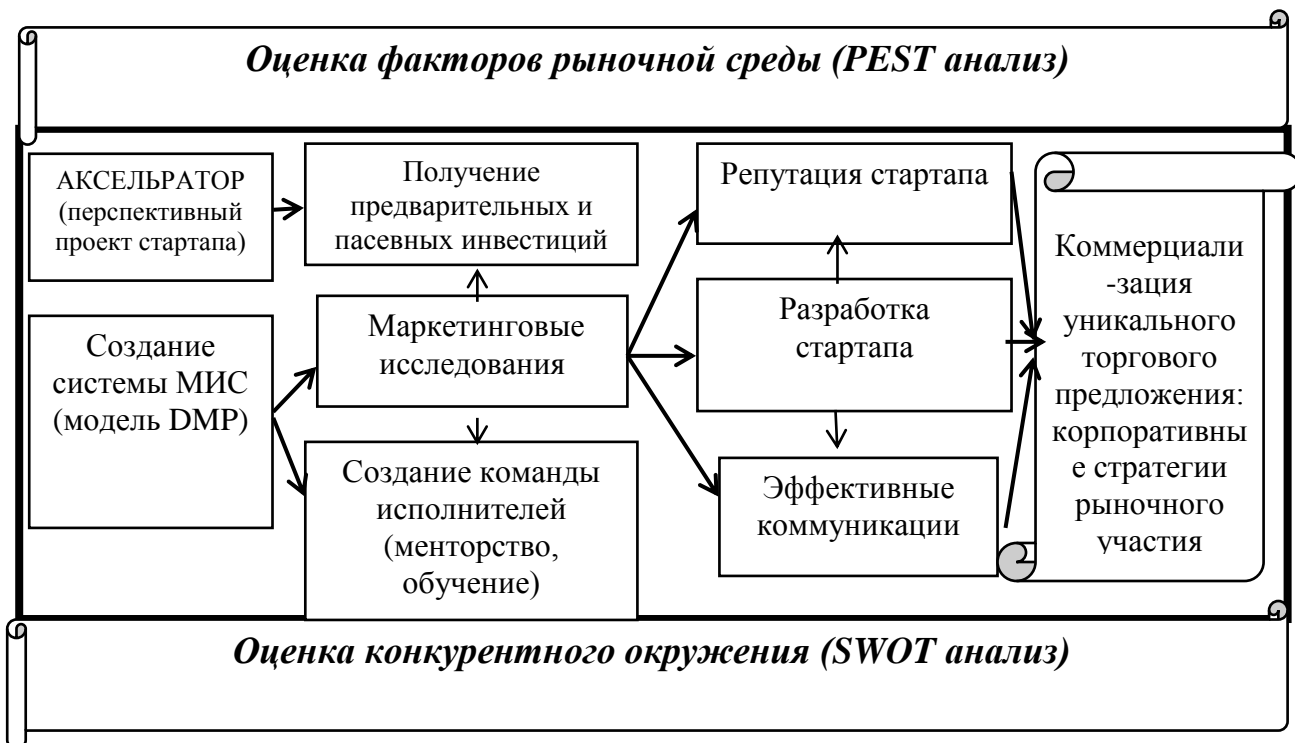


Рисунок 1. Модель инновационного маркетинга (составлено автором)

<sup>6</sup> Paul Miller and Kirsten Bound Доклад «Стартап -заводы» Среда, 30 Октября 2014г.: <https://www.nesta.org.uk/report/the-startup-factories/URL> 20.12/2018/

Конечная цель инновационной модели – получение эффекта акселератора, то есть показателя отношения инвестиций данного года к приросту дохода прошлого года в результате коммерциализации уникального торгового предложения.

Ключевая роль в продвижении интеллектуального продукта отводится бизнес-акселераторам, как социальным институтам поддержки стартапов.

Первым в мире акселератором считается Y Combinator – американский посевной фонд, основанный в 2005 г. Полом Грахамом (Paul Graham), Джессикой Ливингстон (Jessica Livingston), Тревером Влэкуеллом (Trevor Blackwell) и Робертом Моррисом (Robert Morris). Y Combinator открыт в Силиконовой Долине, США. К настоящему моменту посевные инвестиции от акселератора получили более 380 компаний, общая рыночная стоимость которых составляет более 30 трлн долларов США. Сообщество выпускников акселератора насчитывает более 1600 человек.

Акселератор стимулирует участника рынка к качественному росту и достижению целевых показателей развития. Слово «акселератор» обозначает ускоритель. Иными словами акселератор для бизнеса – это инструмент, нацеленный на повышение результатов рыночного участия в результате практического использования информационных технологий, маркетинга, обновленной инфраструктуры, а также финансовых инструментов.

В стране накоплен передовой опыт работы крупнейших акселераторов России: бизнес-акселератор Академии народного хозяйства; бизнес-акселератор ГУ – Высшая школа; бизнес-акселератор МГУ; акселератор ЗЭУ им. В.Г. Плеханова.

Залогом успешной акселеративной модели является создание достоверной системы маркетинговой информации (МИС). В современных условиях жесткой борьбы за клиента, сердцевину МИС составляет платформа DMP, которая позволяет установить длительный контакт и взаимодействие с многочисленной целевой аудиторией потенциальных потребителей и своевременно сформировать лояльность среди потребителей новинки. Еще несколько лет назад было невозможно говорить с миллионами покупателей в целях продвижения новинки, но сегодня с помощью цифровых технологий это стало практически реально и возможным в результате своевременной рекламы, нацеленной на заинтересованных пользователей.

DMP (от английского Data Management Platform) или *платформа управления данными*. Платформа управления данными создается в целях рекламного маркетинга, как инструмент определения необходимой целевой аудитории. DMP обладает рядом свойств, которые отличают её от похожих программных решений, таких как DSP или Data-supplier, а именно: – возможность собирать и структурировать все типы аудиторных данных; – возможность анализировать имеющиеся данные; – наличие пользовательского интерфейса и личного кабинета для клиентов – возможность передачи данных в любое медийное пространство (DSP, Trading desk, адсервер) для размещения таргетированной рекламы. Нет привязки к конкретному сайту или сетке.

Определением индустриальных стандартов для компаний поставщиков DMP занимается некоммерческая организация IAB.

Платформа DMP получает данные в рамках различных моделей взаимодействия с учетом типа игрока:

Агентства заводят в DMP данные своих клиентов первого (first-party data) и второго уровня, систематизируют их и по необходимости подключают данные третьего уровня (third-party data).

По мнению международных аналитиков в ближайшей перспективе большой поступательный импульс развития получают современные направления цифровизации национальной экономики: большие данные, интернет-вещи (умная одежда), мобильные приложения, облачные технологии, робототехника, искусственный интеллект, соцсети, что приведено на рисунке 2.



**Рисунок 2. Популярные новые технологии в ближайшие 5-ти лет [8]**

В последнее время успешно функционируют многочисленные мобильные приложения, которые стали комфортным инструментом для работы розничных клиентов и юридических лиц с поставщиками. Уже в 2018 г. наиболее прогрессивная аудитория потребителей выбирает поставщика, ориентируясь на качество его мобильных сервисов, их простоту и доступность. Удобные мобильные приложения и сайты повышают лояльность пользователей и способствуют участникам рынка приобретать новых клиентов.

Совершенно очевидно, что менеджмент современной компании, приступая к разработке философии рыночного участия в области вывода новинки на рынок, понимает, что разработанная философия должна учитывать не только факторы рыночной среды, комплексную оценку конкурентного окружения, уровень конкурентоспособности новинки, но и степень реальной обеспеченности стартапа на всех его стадии от посевной до коммерциализации. В условиях информационной

насыщенности и стремительных электронных коммуникаций в высшей степени важно своевременно продумать стратегию рыночного участия коммерциализации новинки в целевом сегменте сбыта.

Приступая к разработке модели маркетинга инновационных технологий, необходимо подходить с позиции принципа системности, учитывающего основную концепцию развития фирмы, ее глобальные цели и задачи в основных стратегических зонах присутствия; тенденции развития спроса и запросы потребителей на новинку; состояние и специфику конкурентной борьбы на рынке; уровень обеспеченности ресурсами и целесообразность использования услуг аутсорсинга, как источника привлечения внешних ресурсов; привлечения инвестиции в разработку и коммерциализацию стартапа с учетом возможностей GR, краудфандинга и фандрайзинга.

На корпоративном уровне разрабатываются портфельные стратегии, стратегии роста и стратегии CRM, создающие эффективные партнерские программы по продвижению новинки. Менеджмент инновационно ориентированных компаний России подтвердил целесообразность использования *портфельных стратегий* в области оптимизации инвестиционных потоков между структурными подразделениями проектирования, производства и коммерциализации интеллектуального продукта. Наряду с этой *стратегией уделяется большое внимание разработке* стратегии роста, когда участники проекта стремятся увеличить результаты краткосрочных целей над уровнем показателей предыдущего периода в результате обновления ассортимента, повышения конкурентоспособности нового интеллектуального продукта.

Высокий результат внедрения инновационной модели зависит от системного подхода к продвижению новинки к потребителю с учетом факторов рыночной среды, конкурентного окружения, обоснования акселератора и главное – создание команды профессиональных исполнителей с привлечением ментора, как временного члена команды стартапа, исполняющего роль консультанта, помощника с глубокими знаниям и опытом.

#### **Список литературы**

1. Ежегодный отчет о мировых брендах 2018 /Brand Finance. // Режим доступа: URL <http://brandfinance.com/knowledge-centre/reports/brand-finance-global-500-2018/>
2. Мировой рейтинг глобальной конкурентоспособности GCI // URL: <https://gtmarket.ru/ratings/global-competitiveness-index/info/>
3. Данные с сайта Федеральной службы государственной статистики // ВВП (в III квартале 2018г. - первая оценка) URL : [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/rates/46880c804a41fb53bdc\\_ebf78e6889fb6](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/rates/46880c804a41fb53bdc_ebf78e6889fb6)
4. Отчет центрального банка за 2018// URL : <https://yandex.ru/search/?text=отчет центрального банка за%202018 год &lr=213&clid=2261452&win=357>
5. Ж.-Ж.Ламбен /Пер. с англ. /Под ред. В.Б. Колчанова. - СПб.: Питер, 2005- 800с.

6. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс.3-е изд. / Пер.с англ. Под науч. Ред. С.Г. Жильцова.- СПб.: Питер, 2012.- 480 с.
7. Paul Miller and Kirsten Bound Доклад «Стартап -заводы» Среда, 30 Октября 2014 г.: URL: <https://www.nesta.org.uk/report/the-startup-factories/>
8. РБК.Цифровая Россия. Индустрия 4.0. Big dataИнтернет вещейБлокчейн Нейросети Искусственный интеллектЦифровой двойник Цифровой бэк-офис ОмниканальностьVR/ARРоботы // URL: [http://digital-russia.rbc.ru/article-page\\_2.html](http://digital-russia.rbc.ru/article-page_2.html).

---

*Sinyaeva I. M.*

### **MODELING OF MARKETING INNOVATION IN THE FINANCIAL SECTOR OF THE NATIONAL ECONOMY SINYAEVA INGA M.**

*Annotation. The article analyzes the transformation of the financial system in a hyperconnected world economy. In a logical sequence, the assessment of the national financial system on the world stage, taking into account the GCI index, is given. Using the theoretical heritage of the economic growth model and the accelerator model, the author for the first time developed a model of innovative marketing, which contributes to the maximum satisfaction of consumer needs.*

**Key words:** *accelerator, digital, intellectual product, innovation, marketing, model, startup, robot, digital economy.*

---

УДК: 336.719

**РАЗВИТИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ  
В БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА СИСТЕМНОЙ ОСНОВЕ*****Гварлиани Т. Е.****доктор экономических наук, профессор кафедры финансов, кредита и мировой экономики факультета экономики и процессов управления, Сочинский государственный университет****Кашиникова Е. А.****аспирантка кафедры финансов, кредита и мировой экономики, Сочинский государственный университет*

**Аннотация:** статья посвящена поиску направлений развития банковской системы Российской Федерации, могущей сочетать инновационные и технологические методы управления минимизирующие текущие издержки и направленные на оптимизацию финансово-хозяйственной деятельности агентов ссудного рынка, в центре которого стоит решение проблемы моделирования банковских бизнес-процессов.

**Ключевые слова:** цифровизация, технологии, коммуникации, издержки, хабы, эффективность.

Банковская система в последние десятилетия первой испытывает на себе влияние кризисных явлений, которые впоследствии распространяются на другие сферы экономики страны. Сокращение ликвидности, резкое колебание валютных курсов, усиление рисков банкротства и неплатежеспособности клиентских групп способствуют поиску эффективных моделей и инструментов управления, которые с минимальными затратами кажут положительный эффект на устойчивость и стабильность функционирования финансово-кредитных учреждений. Уровень развития банковской системы страны позволяет говорить о разнообразных клиентоориентированных стратегиях, которые позволяют осуществлять длительное сотрудничество и достигать зоны безубыточности.

Традиционные модели повышения конкурентоспособности практически исчерпали себя, поэтому необходим поиск направлений, которые будут гибко сочетать инновационные методы и технологии управления внутренней средой с минимальными расходами, отвечающими требованиям адаптации к внешним условиям. Одним из положительно зарекомендовавших себя методов оптимизации финансово-хозяйственной деятельности является моделирование бизнес-процессов. Его сущность заключается в выделении ключевых процессов объекта управления, которые представлены в виде определенных этапов. Такое видение деятельности предприятия в форме модели позволяет оценивать каждый этап с точки зрения эффективности ресурсного распределения, качества получаемого на выходе результата, оптимальности управления персоналом.

В работе коммерческих предприятий и банковских учреждений внедрение цифровизации производственно-управленческих процессов способствует достижению технологического, экономического и социального эффекта, существенно влияя на конкурентные позиции объекта управления в отрасли и повышение его финансово-экономической устойчивости.

Цифровые технологии, внедряемые в производственно-управленческие процессы коммерческих банков, должны соответствовать критериям доступности, реализуемости, целесообразности (рис. 1).

Техническая доступность означает, что банковское учреждение располагает необходимой материальной базой, программным обеспечением, характеристики которого позволяют внедрять и использовать технологию без сбоев и простоев, конфликтов с имеющимся оборудованием.

Экономическая доступность свидетельствует о том, что банк располагает финансовыми и временными ресурсами, позволяющими в максимально короткие сроки, либо в соответствии с особенностями функционирования и структурой филиальной сети внедрить технологию и использовать ее, получая коммерческий эффект.

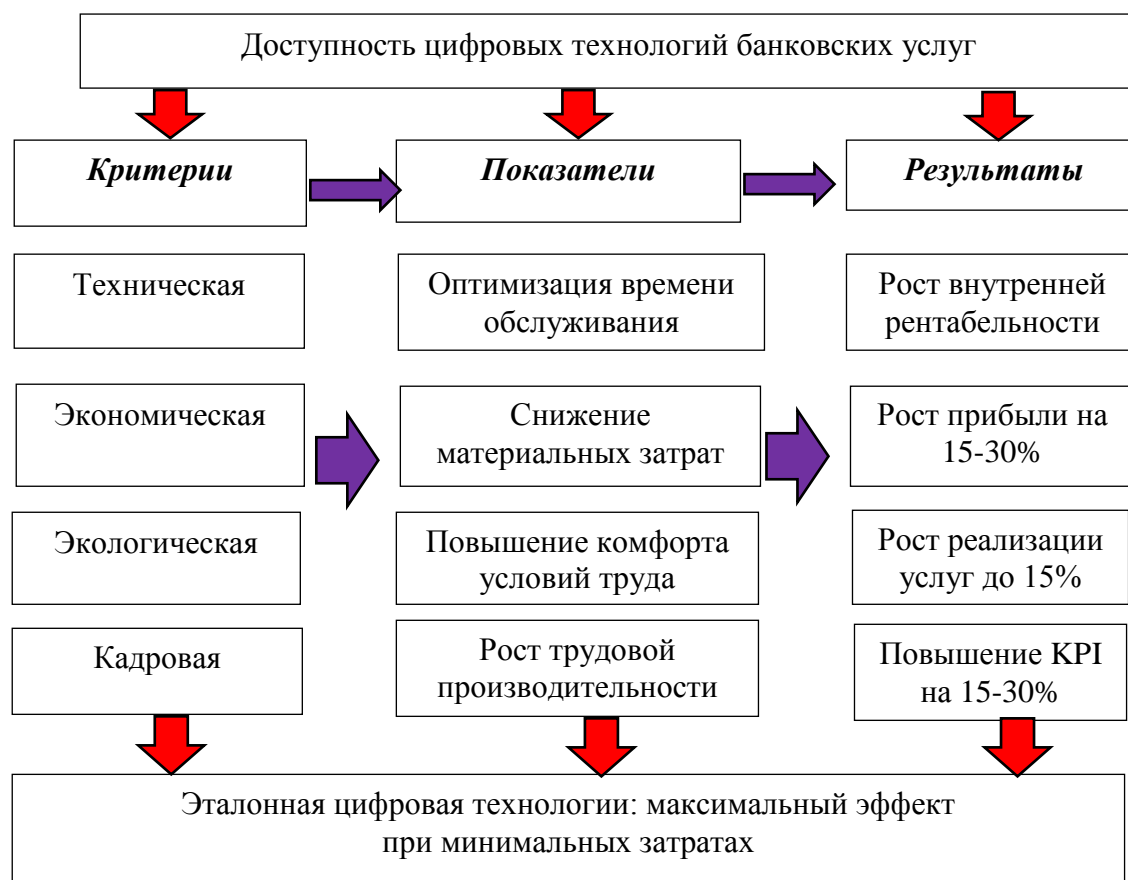


Рисунок 1. Параметры доступности цифровых технологий банковских услуг (составлено авторами)



Экологическая доступность свидетельствует о безопасности технологии для окружающей среды, клиентов сотрудников банка, не оказывает негативного влияния на условия труда.

Кадровая доступность означает наличие квалифицированного персонала, способного использовать технологию в своей деятельности, извлекая положительный эффект для участка работы, структурного подразделения и коммерческого банка в целом.

Рассмотрим кратко достигнутые результаты и стратегию развития ПАО «Сбербанк» до 2020 года. Реализация стратегических планов в 2014-2018 гг. осуществлялась по нескольким направлениям:

1. Достижение стабильно высокого дохода и эффективности – в 2016 г. аккумуляция около 70% прибыли всей банковской системы страны; цель по отношению операционных расходов к операционным доходам до резервов перевыполнена (снижение до 40%). По данному показателю Сбербанк РФ занимает ведущие позиции на отечественном и мировом банковском рынке.

2. Высокие показатели рентабельности и доходности для акционеров. Рентабельность собственного капитала по итогам 2016 г. составила 20% (Сбербанк вошел в ТОП-5 мировых банков по версии The Banker по ROE). Стоимость акций существенно выросла, что сделало группу Сбербанк одной из самых дорогих публичных компаний.

3. Темпы роста активов за эти годы существенно превысил средний по рынку одновременно с высоким качеством портфеля: на протяжении всего срока реализации Стратегии показатели качества кредитного портфеля были лучше рыночных показателей как по розничному бизнесу, так и корпоративному. Несмотря на кризисную ситуацию, Сбербанк продемонстрировал средний годовой прирост кредитования физических лиц, значительно превысивший средний уровень на российском рынке.

4. Построение стратегических отношений с клиентами: наращивание клиентской базы и увеличение количества продуктов на одного клиента во всех клиентских сегментах; усиление позиций на ключевых рынках присутствия: кредитование, зарплатные проекты, платежи, переводы и привлечение; лидирующие позиции на всех рынках управления благосостоянием: первое место на рынке страхования жизни и управления активами по вложениям в открытые паевые инвестиционные фонды, лидер среди негосударственных пенсионных фондов; лучший показатель по доле безналичного оборота в РФ, внедрение новых форм оплаты и расширение эквайринговой сети; внедрение специализированных продуктов: «массовая персонализация» – индивидуальное предложение для каждого клиента; «активный возраст» – специализированная платформа для возрастных клиентов; «особенный банк» – адаптация продуктов и сервисов для нужд клиентов с физическими

ограничениями.

5. Вывод на рынок новых востребованных продуктов: платежные сервисы перевода с карты на карту физических лиц (P2P-переводы); автопереводы и платежи, оплата при помощи QR-кодов; новые способы оплаты Apple Pay, Android Pay, Samsung Pay, новые кредитные продукты, новые схемы ежедневных зарплатных начислений.

6. Финансовые услуги для корпоративных клиентов: запуск предодобренных предложений по кредитам, сформированных на основе транзакционной модели (СМАРТ-кредитование); новый интернет и мобильный банк на базе платформы «Сбербанк Бизнес Онлайн»; вывод на рынок новых транзакционных и небанковских сервисов: самоинкассация, бизнес-карта, смарт-терминалы для кассовых операций, электронный документооборот и выставление счетов; существенное увеличение скорости и доступности транзакционных операций, сокращение длительности платежа до 3-х минут, реализовав возможность проведения транзакций в режиме 20x7; внедрение пакетов услуг для бизнеса «Легкий старт», отраслевую экспертизу, бизнес-хабы, электронные платформы Sberbank Markets, Сбербанк Fineline, позволяющие управлять текущими операциями, ликвидностью.

Перспективными направлениями стратегического развития являются:

#### ***Область управленческих и организационных навыков***

– повышения качества организационных и управленческих навыков, создание оптимальных процессов для группы Сбербанк на основе Agile-трансформации и технологии активных разработок и ИТ-операций (DevOps), развитие интеллектуальных систем управления, сокративших число операционных ошибок в 7 раз;

– запуск тестирования программы «бирюзовая организация»: контролируемое самоуправление, эволюционные цели, руководитель-наставник, в трех территориальных банках и свыше 100 пилотных отделениях – цель повышение клиентоориентированности.

#### ***Область информационных технологий и безопасности***

– создана основа технологической платформы: завершено формирование технологических компонент ядра, созданы инструменты разработки бизнес-сервисов, осуществлен перевод первых продуктов банковского бизнеса на новую платформу;

– начата активная работа с аналитикой: заложены основы инфраструктуры хранения и обработки баз данных на базе «облачных технологий», запущено масштабирование основных процессов управления данными, внедряются технологии искусственного интеллекта;

– значительно повышена отказоустойчивость систем, ведется работа над центром обработки данных «Сколково», которая еще больше повысит надежность и автономность систем;

– на технологической платформе Банка разрабатываются более 500 проектов,

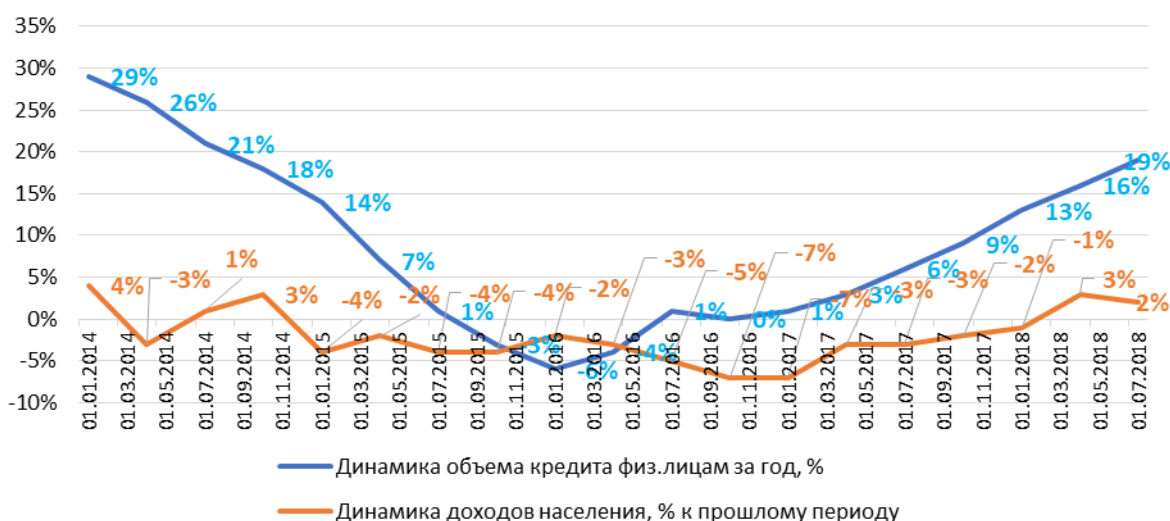
созданы внутренние лаборатории, в том числе искусственного интеллекта;

– экономические результаты использования ИТ-технологий: снижение стоимости базовых операций за счет оптимизации географического присутствия автоматизации процессов (сокращение 65% численности поддержки); повышена эффективность управления ликвидностью (в 1,5 раз снижены остатки денежной наличности, на 42% снизились расходы на 1000 руб. оборота); оптимизация портфеля недвижимости, достигнув за рассматриваемый период результата в 69 млрд. руб.

Деятельность Сбербанка России охватывает различные рыночные сегменты, ориентирована на гибкость и дифференцированный подход к различным категориям заемщиков. При анализе существующих тенденций следует исходить из динамики и стратегических перспектив развития банковского рынка.

Снижение маржи и стагнация корпоративного кредитования подтолкнули банки к наращиванию кредитов в более доходной рознице. Однако отсутствие предпосылок для роста платежеспособности заемщиков при вызревании выдач 2017-2018 гг. с высокой вероятностью приведет к кризису в перспективе двух лет. Предвосхищая перегрев сегмента, Банк России принял меры по охлаждению кредитования населения, однако это лишь частично сгладит эффект от ухудшения качества розничных портфелей. Негативное влияние на прибыль также окажет обострение конкуренции за первоклассных корпоративных заемщиков и в сегменте банковских гарантий, что на фоне ожидаемых сделок M&A приведет к дальнейшему усилению концентрации рынка на крупных игроках.

Розничный бум в перспективе двух лет сменится кризисом. За период с 01.07.2017 по 01.07.2018 гг. объем задолженности физлиц перед банками вырос на 19%, динамика сегмента достигла пика с 2014 г. При этом в указанный период реальные располагаемые денежные доходы населения стагнировали (рисунок 2).



**Рисунок 2. Разнонаправленная динамика роста розничного кредитования и низкой платежеспособности**

Кроме того, негативное влияние на платежеспособность населения дополнительно окажут повышение НДС и цен на топливо, а также снижение курса рубля, что приведет к росту дефолтности в розничном сегменте в 2019-2020 гг.

Отсутствие тенденций к росту покупательской способности на фоне стагнации корпоративного кредитования привело к опережающему росту кредитования населения. Однако в результате повышения НДС и цен на топливо, а также снижения курса рубля вышедшее на траекторию устойчивого роста розничное кредитование иссякнет как драйвер банковского рынка до 2020 г.

Банк России предпринял меры по охлаждению розничного кредитования, увеличив коэффициенты риска по потребкредитам, однако ухудшение качества портфелей на фоне минимального уровня резервирования по рознице за последние несколько лет (рисунок 3) и применения стандарта МСФО 9 (в рамках 605-П) потребует от банков отражения масштабной дооценки кредитного риска уже со следующего года. В результате до 2020 г. розничное кредитование как полноценный драйвер банковского рынка изживет себя, а большинство банков не сможет компенсировать создание резервов доходами от новых выдач и, как следствие, сохранить текущий уровень рентабельности.



Рисунок 3. Коэффициент резервирования розничных кредитов

В отличие от 2014 г., когда рост портфелей розничных ссуд сопровождался увеличением отчислений в резервы, в 2017–2018 гг. динамика розницы и провизий под их обесценение разнонаправленна. На фоне ожидаемого торможения розничного кредитования капиталу и прибыли банков будет нанесен двойной удар: с одной стороны, необходимо будет увеличивать резервы по вызревающим выдачам, с другой – доходы по новым выдачам будут покрывать резервы все в меньшей степени.

Конкуренция в корпоративном сегменте и сегменте банковских гарантий обострится. Поскольку динамика корпоративного кредитования остается слабой (4,6%

за период с 01.07.2017 по 01.07.2018 гг., рисунок 4), в корпоративной нише в ближайший год произойдет перераспределение первоклассных заемщиков вследствие активизации крупных банков, проходящих процедуру санации с участием государства.

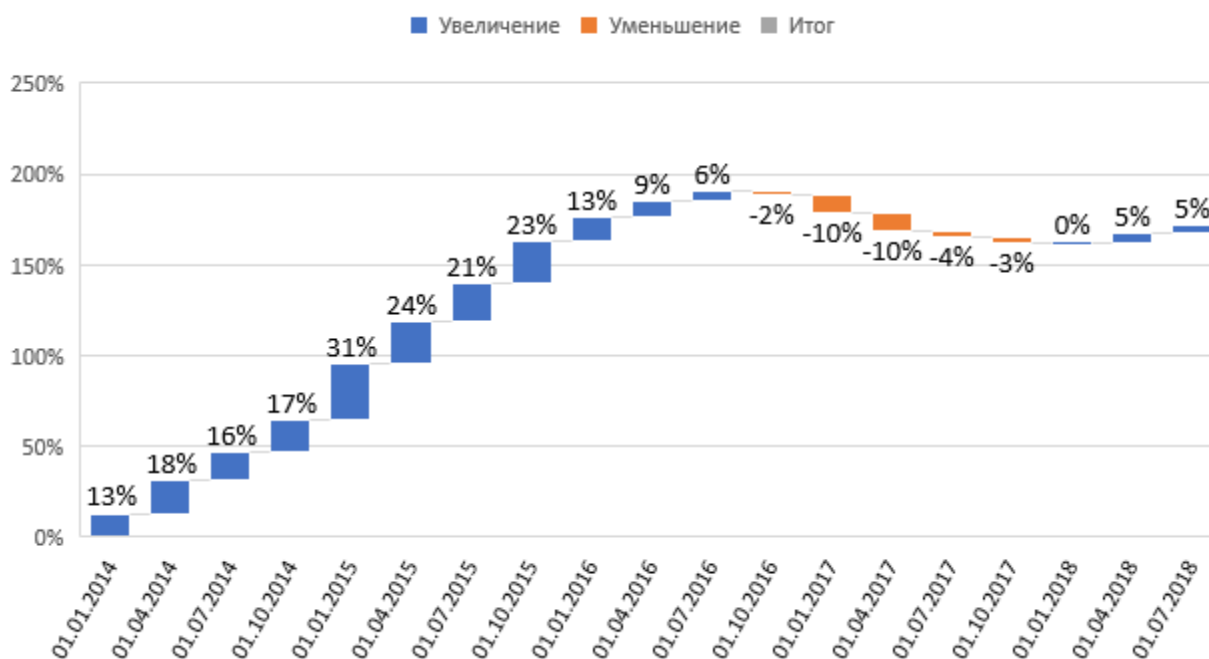
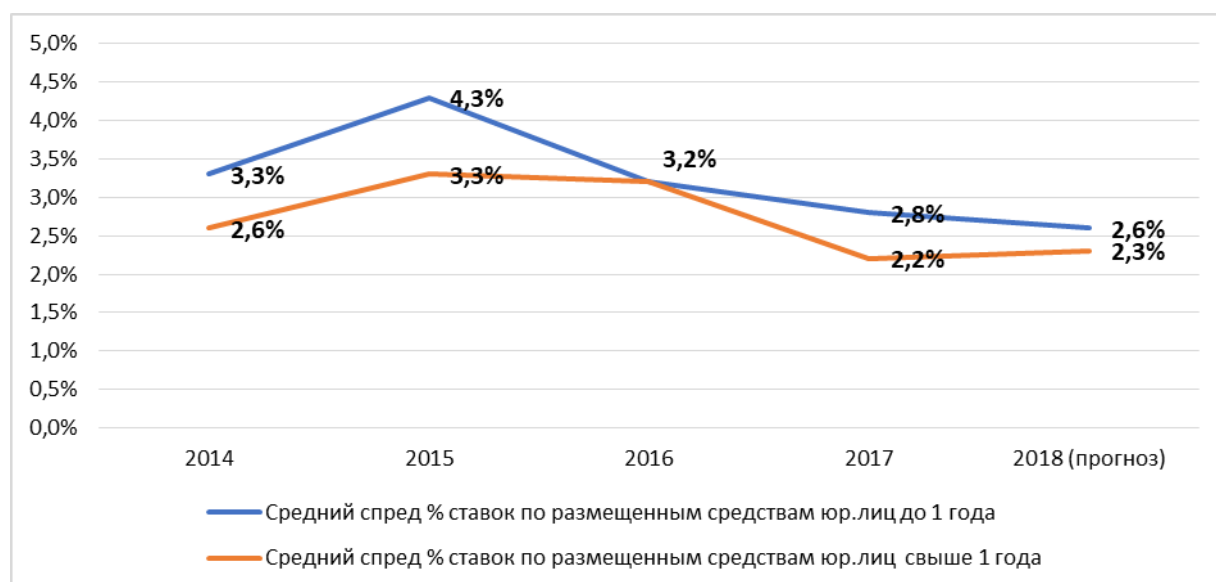


Рисунок 4. Низкая динамика кредитования бизнеса

Два последних года сегмент корпоративного кредитования показывал отрицательные либо слабые темпы прироста. Стагнация в экономике не позволит расти объемам корпоративного кредитования без учета валютной переоценки более чем на 3% в течение 2-го полугодия 2018-го и 2019 г., а активизация в данном сегменте крупных банков, проходящих процедуру санации с участием государства, приведет к дальнейшему усилению конкуренции за первоклассных заемщиков. В результате уровень процентной маржи продолжит снижаться.

В связи с ростом градуса конкурентной борьбы между госбанками потенциал для удержания маржи останется пониженным даже в отсутствие тенденции существенного снижения ставок на денежном рынке на фоне возросших в 2018 г. инфляционных и геополитических рисков (рисунок 5). Падение маржинальности кредитования банки будут пытаться компенсировать за счет наращивания непроцентных доходов, в первую очередь, от выдачи гарантий. В результате либерализации требований к минимальному уровню рейтинга для выдачи банковских гарантий по госконтрактам<sup>1</sup> потенциал генерации капитала для банков, специализирующихся на гарантийном бизнесе, также будет ограниченным вследствие ужесточения конкуренции. Так, если при принятии первоначально предложенных требований 84 из 150 банков, имеющих рейтинги Эксперт РА, утратили бы возможность работать в указанном сегменте, то на конец июля 2018 г. только 5 из рейтингуемых банков не удовлетворяли действующим критериям.



*Рисунок 5. Динамика спредов по операциям с юридическими лицами*

Спреды процентных ставок по операциям с юрлицами сокращались в 2015–2017 гг. по мере снижения ключевой ставки Банком России, но даже при условии отказа регулятора от значимого смягчения денежно-кредитной политики на маржинальность будет оказывать давление жесткая конкурентная среда, во многом характеризующаяся ростом доминирующей роли госбанков.

Движение в направлении комплексного обслуживания и непрерывное развитие сервисов позволят удержать клиентов даже небольшим банкам. Вызовом для средних и небольших банков будет сохранение той качественной части клиентской базы, которая осталась к ним лояльной на протяжении «банковской чистки». Во многом это сопряжено с движением в сторону универсализации и превращения в полнофункциональное казначейство для клиента, а также с ростом инфраструктурных расходов. Однако инвестиционный потенциал банковского бизнеса остается низким: доля банков, размещающих клиентские средства в низкодоходные инструменты, достигла порядка 50%. Как следствие, большинство собственников не готово к существенным вложениям в инфраструктуру. Именно поэтому для многих небольших кредитных организаций своего рода спасительной соломинкой стало смягчение требований к уровню рейтинга для выдачи гарантий по госконтрактам. Однако без проведения работы, направленной на повышение диверсификации доходов, ряд банков, удовлетворявших на 01.07.2018 г. более лояльным требованиям, с 2020 г. не смогут соответствовать условиям допуска на рынок гарантий. По оценкам Эксперт РА, имплементация в моменте усиленных требований к уровню рейтинга для выдачи гарантий по госконтрактам может привести к тому, что гарантийный рынок недосчитается порядка 30 участников.

Укрупнение сектора будет сопровождаться активностью крупных и средних банков в части сделок M&A. Отсутствие точек роста приведет к продолжению

процесса вымывания неэффективных игроков с рынка. В свою очередь, устойчивые середняки и узкоспециализированные банки все чаще будут становиться претендентами на поглощение банками федерального уровня. Кроме того, в рамках программ оптимизации издержек продолжится отчетливо заметный тренд на консолидацию банков, образующих банковские группы, на базе единой лицензии (крупнейшие из сделок по объединению, о которых известно из публичных источников, приведены в табл. 1).

*Таблица 1*

**Сделки M&A, ожидаемые на горизонте до 2020 года**

Наименования банков	Ожидаемый горизонт объединения
ПАО «Совкомбанк», АКБ «РосЕвроБанк» (АО), ООО «Банк «СКИБ»	2018 год
ПАО «АКБ «Связь-Банк», АО «ГЛОБЭКСБАНК»	2018 год
«Азиатско-Тихоокеанский Банк» (ПАО)	2018 год
ПАО «Банк ЗЕНИТ», АБ «Девон-Кредит» (ПАО), АО «Банк ЗЕНИТ Сочи», ПАО «Спиритбанк», ПАО «Липецккомбанк»	2019 год
ПАО «Банк «ФК Открытие», ПАО «БИНБАНК», ПАО «РГС Банк», Банк «ТРАСТ» (ПАО)	2019 год
Банк ВТБ (ПАО), Банк «Возрождение» (ПАО)	2020 год

Крупные игроки будут использовать возможность для углубления диверсификации бизнеса с помощью покупки кредитных портфелей у банков, которые испытывают трудности либо планируют сокращать присутствие на российском банковском рынке. В результате концентрация активов на 20 крупнейших банках продолжит увеличиваться: к началу 2020 г. она вырастет до 82–83% с 80% на 01.07.2018 г.

С 2015 по 2018 г. число банков, поддерживающих избыточную подушку ликвидности, выросло почти вдвое, а их доля в общем количестве кредитных организаций – без малого в три раза. Отсутствие предпосылок для стабильного роста экономики будет и в дальнейшем ограничивать инвестиционный интерес собственников, что не позволит в ближайшие два года существенно увеличить объем кредитования реального сектора экономики. В результате осторожность банков становится еще одним значимым фактором, ограничивающим потенциал ускорения экономического роста.

Необходимо учитывать рассмотренные тенденции при моделировании существующих бизнес-процессов в ПАО «Сбербанк России». Перечислим выгоды и преимущества, которые получает банк при этом [2]:

1. Комплексная бизнес-модель имеет большое значение при слиянии и поглощении банков. У разных учреждений разные организационные структуры,

бизнес-процессы, стратегии и другие элементы управления. При слиянии и поглощении возникает необходимость стыковки этих элементов, их реорганизации. И если они не формализованы в виде бизнес-моделей, то дальнейшая деятельность становится довольно проблематичной.

2. Комплексная бизнес-модель имеет большое значение при тиражировании бизнеса банка на филиалы. Как правило, в современных успешных кредитных учреждениях создается модель, включающая бизнес-процессы филиала, его оргструктуру, построение информационных систем и операционных ресурсов, схемы взаимодействия филиала и головного офиса. Таким образом, комплексная бизнес-модель облегчает и ускоряет процесс открытия новых филиалов, повышает стабильность и качество их функционирования.

3. Комплексная бизнес-модель особенно эффективна как инструмент наведения порядка в банке и развития, повышения прозрачности деятельности и управляемости. Благодаря модели можно быстро и качественно решать задачи развития: эффективная автоматизация, правильный подбор и мотивация персонала, разработка и запуск новых продуктов и услуг и многое другое.

4. Комплексная бизнес-модель – это весомый шаг к построению и сертификации системы менеджмента качества банка по стандартам серии ISO 9000, к улучшению имиджа и повышению рыночной стоимости банка.

5. Комплексная бизнес-модель – один из ключевых факторов успеха в реализации стратегии банка, так как она связывает стратегию со всеми элементами и системами управления (бизнес-процессами, персоналом, проектами, информационными технологиями (ИТ) и т. д.).

6. Комплексная бизнес-модель благодаря наличию готовых актуальных регламентов, правил позволяет освободить руководителей от выполнения рутинных функций, принимать своевременные и правильные управленческие решения.

Экономические результаты применения цифровых технологий: снижение стоимости базовых операций за счет оптимизации географического присутствия автоматизации процессов (сокращение 65% численности поддержки); повышена эффективность управления ликвидностью (в 1,5 раз снижены остатки денежной наличности, на 42% снизились расходы на 1000 руб. оборота); оптимизация портфеля недвижимости, достигнув за рассматриваемый период результата в 69 млрд. руб. Внедрение моделирования бизнес-процессов позволит повысить эффективность и прозрачность основных операций, оптимально распределить ресурсы и полномочия ответственных лиц.



**Список литературы**

1. Авдеева И.Л. Возможности цифровой экономики для развития банковского бизнеса в России. Среднерусский вестник общественных наук. 2017. № 12(5). С. 69-81.
2. Бианкина О.Ю. Цифровые технологии и их роль в современной экономике// Экономика и социум: современные модели развития. 2017. № 16. С. 85-93.
3. Бизнес-процессы в организации [Электронный ресурс]/ Библиофонд. – 2017. Режим доступа: <http://bibliofond.ru>
4. Василенко О.А. Будущее за цифровыми банками // Успехи современной науки. 2017. Т 3. № 1. С. 162.
5. Данные об объемах привлеченных кредитными организациями вкладов (депозитов) физических лиц // Центральный Банк Российской Федерации. – URL: [http://www.cbr.ru/statistics/?PrId=pdko\\_sub](http://www.cbr.ru/statistics/?PrId=pdko_sub)
6. Интернет-банкинг в России: автоматизируй это// Официальный сайт рейтингового агентства РА «Эксперт» [Электронный ресурс] Режим доступа: [https://raexpert.ru/researches/banks/internet\\_1h2017](https://raexpert.ru/researches/banks/internet_1h2017)
7. Козлов, А. Эффективные инструменты организационных преобразований / А. Козлов // Банковские технологии. 2017. - № 1. С. 18-22.
8. Котенков, В. Стратегии управления банком: российские особенности / В. Котенков, Б. Сазыкин // Банковские технологии. 2017. № 1. С. 37-41.
9. Прогноз развития банковского сектора в 2018 году: кризис бизнес-модели// Официальный сайт рейтингового агентства РА «Эксперт» [Электронный ресурс] Режим доступа: [https://raexpert.ru/researches/banks/prognoz\\_2018](https://raexpert.ru/researches/banks/prognoz_2018)
10. Сарыджанов Б.Э. Развитие цифровых технологий в деятельности коммерческих банков // Научные записки молодых исследователей. 2018. № 3. С. 50-57.

---

*Gvarliani T. Ye., Kashnikova E.A.*

**DEVELOPMENT OF DIGITALIZATION OF BUSINESS PROCESSES  
IN BANKING ACTIVITY ON A SYSTEM BASIS**

*Abstract.* The article is devoted to the search for directions of development of the banking system of the Russian Federation, which can combine innovative and technological management methods that minimize current costs and are aimed at optimizing the financial and economic activities of loan market agents, which focus on solving the problem of modeling banking business processes.

**Key words:** digitalization, technology, communications, costs, hubs, efficiency.

---

УДК 336.71

## РАЗВИТИЕ ДИСТАНЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ

**Цхададзе Н. В.***доктор экономических наук, профессор, Финансовый университет  
при Правительстве РФ*

**Аннотация.** В статье рассмотрены теоретические особенности дистанционного банковского обслуживания и его структурных элементов; дана сравнительная характеристика предоставления подобных услуг в России и за рубежом; исследованы технологические и функциональные особенности каналов предоставления дистанционного обслуживания в банках; изучен спектр дистанционного банковского обслуживания в России; дан анализ эффективности и рисков использования дистанционных технологий в российских банках; предложены пути усовершенствования предоставления дистанционных банковских технологий на российском рынке; указаны основополагающие тенденции развития дистанционного банковского обслуживания.

**Ключевые слова:** банковский сектор, дистанционные технологии, дистанционное обслуживание клиентов банка, электронный банкинг, интернет-банкинг, мобильный банкинг, WAP-банкинг.

Одной из характерных черт современного развития искусственного интеллекта и будущей цифровой экономики является быстрое и повсеместное развитие дистанционных технологий, которые все шире и настойчивее проникают во все сферы социально-экономической жизни общества. Банки и финансы развиваются в общем русле новейших изменений.

На сегодняшний день, в условиях жесткой конкуренции и постоянного инновационного развития многих областей нашей жизни, банковская отрасль также не осталась без изменений. Рост эффективности деятельности при внедрении удобных, качественных систем и продуктов обслуживания клиентов – основные факторы успеха современной банковской системы. Ведущие банки стремятся постоянно улучшить качество предоставляемых ими услуг при одновременном уменьшении издержек на их обслуживание.

Целью данного научного исследования является изучение систем дистанционного банковского обслуживания, этапов их развития, различных особенностей деятельности и сопутствующих рисков, а также предоставление предложений по совершенствованию систем дистанционного банковского обслуживания в современной России.

Достижение поставленной цели осуществляется путем:

- рассмотрения теоретических особенностей дистанционного банковского обслуживания и его структурных элементов;
- сравнительной характеристики предоставления подобных услуг в России и за рубежом;

- исследования технологических и функциональных особенностей каналов предоставления дистанционного обслуживания в банках: с помощью телефонной связи; через сеть Интернет; специальные устройства самообслуживания;
- рассмотрения спектра дистанционного банковского обслуживания в современной России;
- анализа эффективности и рисков использования дистанционных технологий в российских банках;
- предложений по усовершенствованию предоставления дистанционных банковских технологий на российском рынке.

Развитие систем дистанционного обслуживания клиентов банка является одним из наиболее важных направлений функционирования банковского сектора в современных условиях. Создание и развитие условий для предоставления услуг клиентам дистанционно выводит банк на совершенно новый уровень сервиса. С одной стороны, быстрый рост розничного сектора диктует доступные и эффективные механизмы взаимодействия клиентов с банком или друг с другом. С другой стороны – качественное предоставление подобных услуг дает определенное преимущество на высоко конкурентном банковском рынке.

#### ***Общее понятие дистанционного банковского обслуживания и его структурных элементов***

Дистанционное банковское обслуживание – комплекс определенных услуг, с помощью которых клиенты банка могут удаленно выполнять разные банковские операции. Для этого им достаточно воспользоваться своим компьютером или телефоном, посещать само отделение банка больше не требуется. Дистанционные технологии предоставляют клиенту максимум удобства в использовании банковских услуг и минимум временных и финансовых затрат на всех стадиях работы с банком. Получение информации об банковских услугах и продуктах, заполнение необходимых анкет и выполнение надлежащих запросов, а также получение банковского продукта и контроль за ним – все это высокими темпами автоматизируется, быстро и качественно предоставляется, экономит достаточное количество временных ресурсов физических и юридических лиц.

Для банка любые системы дистанционного банковского обслуживания способствуют росту показателей эффективности его работы, уменьшению издержек без потери качества продукта, а главное, существенно увеличивают клиентскую базу, что немаловажно для банков в условиях конкуренции на рынке. Именно поэтому сегодня уже почти каждый банк имеет систему дистанционного банковского обслуживания для юридических лиц и развивает пути дистанционного взаимодействия с физическими лицами.

Определенный вектор развития всех систем дистанционного банковского обслуживания – создание комплекса определенных услуг, с помощью которых

клиенты банка могут удаленно выполнять самые разные банковские операции. Для этого им не приходится посещать само отделение банка, а достаточно воспользоваться своим компьютером или телефоном. Это было образовано благодаря быстрому развитию информационных технологий и глобализации рынков, что породило у потребителей различных услуг высокие нормы комфорта, даже в банковском деле. Именно поэтому одной из главных причин внедрения различными банками систем дистанционного обслуживания является желание оставаться конкурентоспособным игроком.

Основным принципом всех систем дистанционного банковского обслуживания является обмен различной информацией между клиентом и банком на расстоянии. При этом со стороны банка обеспечивается должный уровень безопасности и конфиденциальности подобного общения, потому что сегодня дистанционно клиент банка может не только получить информацию о своих счетах, но и управлять ими, совершать различные операции. В арсенале клиента находятся такие возможности, как удаленный доступ к счетам, платежи и переводы, а также открытие вкладов и большое количество материалов информационного характера, такие как курсы валют или расположение ближайших банкоматов. Для получения всего этого набора возможностей клиенту достаточно иметь какой-либо канал связи (телефонная связь или Интернет), техническое устройство (компьютер или телефон) и специализированный программный продукт, предоставляемый банком.

Именно поэтому дистанционное банковское обслуживание иногда называют электронным банкингом, включая сюда такие понятия, как интернет-банкинг, мобильный банкинг, WAP-банкинг, SMS и другие. Рассмотрим подробнее каждое из направлений и выделим его особенности.

### *Каналы дистанционного обслуживания*

Первым критерием различия систем дистанционного банковского обслуживания называют каналы доставки услуг. Здесь ярко прослеживаются технологические и функциональные особенности каждого из каналов. Выделяют следующие виды каналов предоставления дистанционного обслуживания в банках: с помощью телефонной связи; через сеть Интернет; специальные устройства самообслуживания. [11;7].

*Банкинг с помощью телефонной связи.* Раньше всех появилась телефонная связь и до появления современных технологий развития сети Интернет была очень распространенным каналом. Клиенты могли получить любую информацию по счетам, а также консультацию по продуктам, достаточно было позвонить в банк. Подобный механизм остался и сегодня, хотя и был гораздо сокращен, благодаря внедрению канала общения через сеть Интернет, потому что был достаточно дорогой. Банки содержали большой штат сотрудников call-центра для предоставления своих услуг с помощью телефонной связи, хотя не брали с этого никаких комиссионных, что порождало высокие издержки их деятельности. [9].

*Платежно-справочные терминалы и банкоматы.* В качестве еще одного канала дистанционного банковского обслуживания специалисты выделяют механизмы самообслуживания, такие как платежно-справочные терминалы, банкоматы и другое. [2]. Данный вид дистанционных банковских услуг требовал высоких вложений со стороны банка на начальных этапах развития. Производство и закупка соответствующего оборудования, создание технической базы для использования, развитие всей инфраструктуры и разработка логики инкассации подобных устройств. Несмотря на это, банкоматы появлялись повсеместно, и на сегодняшний день у крупных банков представлены обширные сети данных машин для удобства их клиентов. Также растет и перечень предоставляемых услуг, совершенствуется безопасность использования, ну и самое главное преимущество среди других систем дистанционного банковского обслуживания – банкоматы позволяют обеспечить клиента наличностью, которая ему необходима. [8].

*Интернет-банкинг.* Одним из самых перспективных и быстро развивающихся каналов предоставления банковских услуг на сегодня является сеть Интернет. Развитие различных информационных технологий позволило банкам предоставлять своим клиентам не только информационные и консультационные услуги, но и огромный спектр клиентских запросов и активных операций, таких как платежи и переводы. Производятся они посредством личного компьютера или мобильного телефона клиента с возможностью выхода в Интернет.

Особенностью последнего из перечисленных каналов является тот факт, что взаимодействие банка с клиентом даже в сети Интернет строго регламентируется нормативами Банка России. Среди прочих, есть четкие положения по оформлению сайтов банков, которые предоставляют свои услуги через них [4]:

- на странице сайта должно быть представлено полное фирменное наименование кредитной организации, включенное в ЕГРЮЛ;
- должен быть размещен регистрационный номер, который Банк России присвоил данной кредитной организации; сокращенное фирменное наименование на русском языке и т.д.

Банк России также следит за безопасностью предоставления дистанционного банковского обслуживания, поэтому все операции клиента подвержены различным методам шифрования. Это особенно важно для юридических лиц, являющихся клиентами банка, потому что под угрозой может находиться вся их деятельность. [5].

*«Клиент-Банк».* Возможность осуществления дистанционного банковского обслуживания через персональный компьютер носит название «Клиент-Банк». Зачастую банк предоставляет своим клиентам поддержку при установке и использовании подобных систем, что повышает уровень сервиса со стороны банка. Данную систему принято разделять на два типа:

– Классический Банк-Клиент, как его еще называют «толстый клиент», при котором на персональный компьютер клиента банка устанавливается специальная программа. С помощью нее на компьютере хранятся все данные клиента: платежные поручения, выписки по счетам и т.д.

– «Тонкий клиент» или Интернет-Клиент – взаимодействие с банком напрямую по сети Интернет через браузер. В этом случае вся информация о действиях пользователя хранится на серверах банка.

Для бесперебойной и эффективной работы системы дистанционного банковского обслуживания необходимо привлечение высококвалифицированных специалистов. К этому перечню относятся финансовые специалисты, эксперты информатизации и информационной безопасности, юристы и многие другие профессии. Важно наладить работу структур банка по предоставлению дистанционного обслуживания с целью предотвращения различных ошибок и «слабых мест» в работе, что может сказаться на появлении существенных финансовых потерь и падении преимуществ банка. [3].

#### *Дистанционное банковское обслуживание в странах мира: к истории вопроса*

Впервые дистанционное банковское обслуживание появилось в Соединенных Штатах Америки, что крайне справедливо, банковская система данного государства является одной из самых первых и на сегодняшний день является самой крупной и надежной в мире. Еще одной причиной появления и развития интернет-банкинга в Америке является существовавшее в середине 1990-х годов прошлого века ограничение на открытие филиалов своих банков. Таким образом, в 1995 году был открыт первый банк, предоставляющий свои услуги по средствам сети Интернет – Security First Network Bank.

В дистанционном банковском обслуживании США является страной-лидером в современном мире. Развитие всех направлений информационных технологий способствуют этому. Сегодня почти каждая вторая семья в США имеет компьютер, не говоря уже о телефоне, и статистические данные совсем не кажутся астрономическими.

В настоящий момент практически 90% банков Америки проводят обслуживание своих клиентов дистанционно. Они предлагают достаточно разнообразный диапазон услуг, к которым относится обмен валюты, оформление кредитов, открытие вкладов и возможность его страхования, контроль за перемещением средств со счетов, а также участие в торгах на фондовых биржах.

Главной особенностью функционирования систем дистанционного банковского обслуживания в США является то, что большинство всех перечисленных услуг клиент получает бесплатно, и только за некоторые из них банк взимает комиссию, в очень

небольшом размере. Также банки Америки гордятся тем, что их система безопасности при использовании интернет-банкинга является одной из самых надежных.[13].

Вслед за Америкой дистанционное банковское обслуживание нашло свое широкое распространение в Европе. Большинство видов предоставляемых операций и сама система дистанционного банковского обслуживания были схожи с американской моделью, но стоит отметить некоторые новшества, которые принес европейский интернет-банкинг. Появилась возможность оплаты коммунальных и прочих обязательных услуг, а также возможность планирования своих финансовых затрат.

С целью уменьшения издержек и увеличения скорости предоставляемых услуг, основополагающей тенденцией европейского развития дистанционного банковского обслуживания является: повышение качества предоставляемых услуг и их безопасности; комплексное обслуживание за счет увеличения доступных видов услуг. [14].

### *Дистанционное банковское обслуживание в современной России*

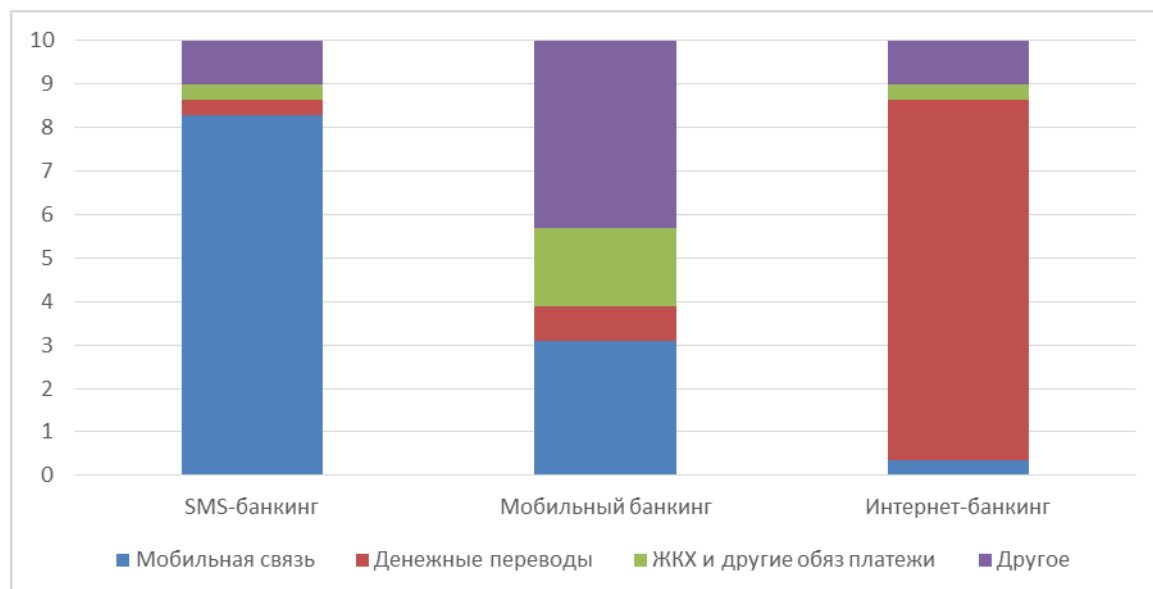
По сравнению с США и Европой, развитие дистанционного банковского обслуживания в России значительно отстает. На это есть свои объективные причины, например, не стоит забывать, что данные системы развиваются в нашей стране относительно недавно и уже показывают неплохие темпы роста. Именно поэтому хочется сделать вывод о том, что у российского рынка присутствует неплохой потенциал.

Аналитическое агентство Marksw Webb Rank & Report недавно представило результаты проводимых исследований среди пользователей, использующих системы дистанционного банковского обслуживания. В основу исследования лег опрос более трех тысяч россиян, который затем был скоррелирован на общее число населения нашей страны. [17].

Основные выводы, к которым привел опрос:

- 41.6 млн наших сограждан совершают хотя бы одну активную операцию в сети Интернет в месяц;
- 39.4 млн активные пользователи мобильного и SMS-банкинга;
- 35.4 млн используют Интернет-банкинг, из которых 70% клиенты Сбербанк Онлайн;
- 29 млн человек платят в сети Интернет банковской картой;
- 17.5 млн владельцы электронных кошельков.[12].

Здесь приведены не все показатели, но тенденция прослеживается ярко. Люди в России хотят и готовы к дальнейшему развитию систем дистанционного банковского обслуживания. Они осваивают современные технологии, повышают свою экономическую грамотность и увеличивают степень доверия к банкам, что очень важно при осуществлении любых финансовых операции на расстоянии.[15].



**Рисунок 1. Структура платежей через сервисы ДБО в России**  
(составлено автором по аналитическим данным [18;20])

По данным агентства J'son & Partners Consulting структура платежей различными сервисами ДБО значительно различается.

Исходя из показателей рисунка 1 можно сделать вывод, что структуры платежей совершенно непохожи друг на друга. Таким образом, клиенты банков для совершения различных активных операций выбирают разные формы дистанционного обслуживания. Например, на рис. 1 видно, что мобильную связь клиенты оплачивают в основном с помощью SMS-банкинга (больше 80%), а на втором месте Мобильный банкинг. Совсем малую долю в выполнении подобных операций занимает Интернет-банкинг. Это связано с удобством и простотой совершения подобных операций по средствам SMS и Мобильного банкинга. Телефон всегда под рукой, данная операция не требует дополнительных подтверждений, клиентам банка достаточно отправить SMS, в котором требуется просто указать сумму зачисления на счет своего мобильного номера, и средства поступят на счет.

По данным агентства «Рустелеком», в сегменте физических лиц объем федерального рынка интернет-банкинга в 2016 г., по сравнению с 2014 г., вырос с 1,7 до 2,0 трлн рублей, а количество транзакций снизилось до 79,9 млн. В сегменте юридических лиц объем рынка за аналогичный период вырос с 351,4 до 392,5 трлн рублей, количество транзакций возросло до 1044,7 млн.

Совершенно по-другому выглядит ситуация, если сравнивать объемы абонентских баз юридических и физических лиц – клиентов Интернет-банкинга (рис. 2).



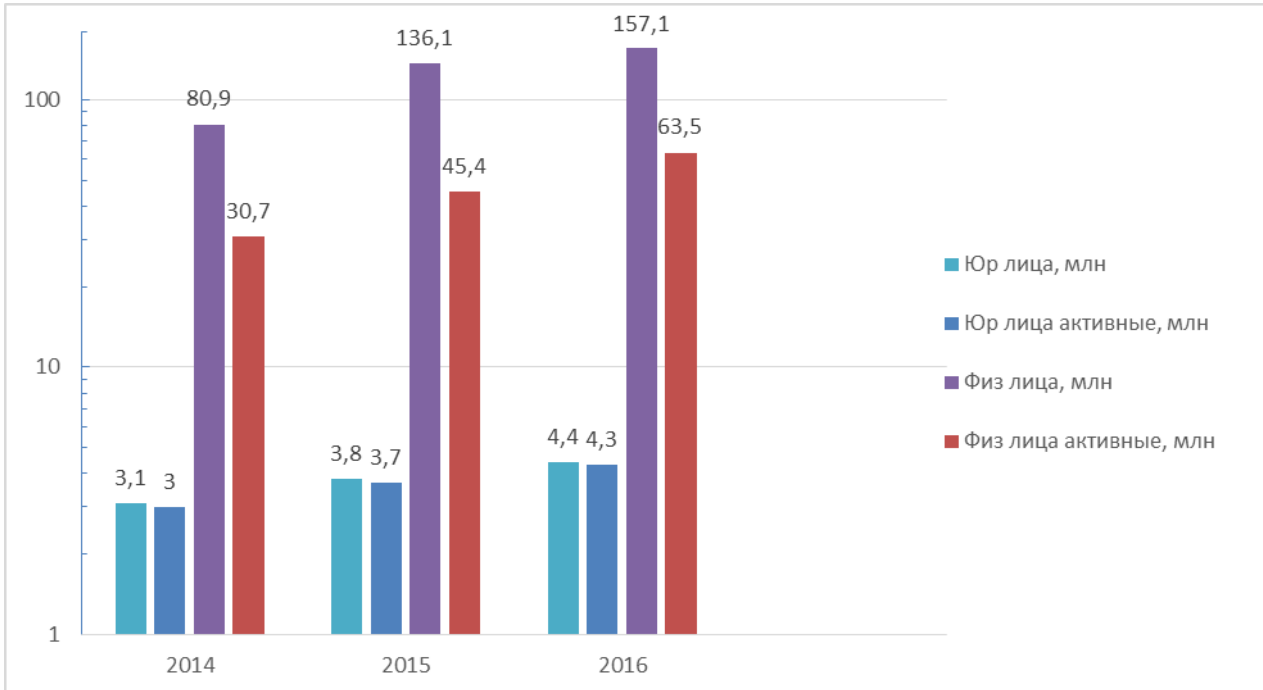


Рисунок 2. Объем абонентской базы Интернет-банкинга в России (составлено автором по данным. [18])

По данным Центрального Банка РФ и расчетам «Рустелеком» на рис. 2 можно увидеть количество счетов клиентов, использующих Интернет-банкинг у юридических лиц всего 4.4 млн, а у физических лиц – 157.1 млн пользователей. Рост объемов происходит ежегодно, что говорит о положительных тенденциях в использовании данного сервиса. Объемы активных пользователей по каждому из представленных вариантов значительно меньше.



Рисунок 3. Структура российского рынка Интернет-банкинга по основным участникам, % [19].

На основе рисунка 3 можно сделать вывод о том, что доли среди крупных банков практически повторяют общий объем, занимаемый определенной кредитной организацией в данной отрасли. На долю ПАО Сбербанк выпадает максимальный охват всего рынка, а все пять крупных игроков забирают 75% объема в сегменте B2C.

***Эффективность и риски дистанционного банковского обслуживания.***

Пришло время вспомнить и о еще одной причине того, почему банки так активно развивают свои системы дистанционного обслуживания: практически все банки неплохо зарабатывают на комиссионных, которые они берут за предоставление данных услуг. Дело в том, что разработка и внедрение любых форм систем дистанционного обслуживания клиентов является для банка достаточно дорогостоящим процессом. Связанно это как с самой разработкой данной системы, так и с рисками, преследующими подобную деятельность различных банков. Риски со стороны клиентов и самих банков многочисленны, поэтому задача специалистов по предоставлению дистанционного обслуживания предусмотреть, проанализировать и минимизировать их для увеличения качества продукта.[6]. На это все требуется время, человеческие и финансовые ресурсы, что во многом увеличивает стоимость внедрения и обслуживания дистанционных технологий для банков. [10].

Аналитическое агентство Markswebb Rank & Report смогло провести исследование стоимости дистанционных услуг Интернет и Мобильного банкинга крупнейших банков России. [17].

Были проанализированы ежемесячные издержки пользователей дистанционного банковского обслуживания в столичном регионе. Аналитики учитывали все, за что банк может брать с них деньги: абонентские платежи за подключение и обслуживание интернет- и мобильного банка, комиссии за переводы и платежи, плату за подключение и т. д. Все данные брали из платежных форм в интернет- и мобильных банках, на сайтах банков, а также в службах поддержки. Для сравнения потерь было выделено 3 типичных профиля активного пользователя дистанционного банковского обслуживания:

«Бюджетник» с доходом в месяц 45000 руб. и операциями дистанционного банковского обслуживания – 32600 руб. (куда включали усредненные значения оплаты ЖКХ, потребкредит, различные переводы, оплата связи, интернета и другие расходы);

«Специалист» доход – 90000 руб., операции дистанционного банковского обслуживания – 61500 руб.;

«Руководитель» доход – 150000 руб., операции дистанционного банковского обслуживания – 86900 руб.

Изучив тарифы различных банков, специалисты произвели необходимые расчеты и получили результаты, указанные в таблице 1. Изучив тарифы различных банков, аналитики пришли к выводу, что в большей степени на стоимость дистанционного обслуживания для клиентов влияют разовые комиссии за переводы в сторонние банки по номеру карты (варьируются от 0,5% до 2%) и по номеру счета (варьируются от 0,1% до 1%, не взимаются в «Тинькофф банке», Ситибанке и «Кредит Европа банке»).

По их данным, внутрибанковские переводы бесплатны во всех банках, но в некоторых из них есть ограничения. Например, Сбербанк берет комиссию за переводы на карту, выпущенную в другом городе, отмечают исследователи.

*Таблица 1*

**Стоимость предоставления услуг ДБО для клиентов российских банков  
в месяц, руб. (составлено автором)**

Категория клиента	«Руководитель»	«Специалист»	«Бюджетник»
<b>Общая сумма транзакций в месяц, руб.</b>	86900	61500	32600
<b>Банк</b>			
Тинькофф	0	0	0
Ситибанк	300	225	225
МТС Банк	450	315	220
Банк Москвы	624	360	240
ВТБ 24	645	434	272
Почта России	673	460	315
Альфа-Банк	707	509	380
Открытие Банк	790	550	375
Юникредит Банк	800	575	325
Газпромбанк	836	489	295
Сбербанк	865	605	345

Самым демократичным банком оказался «Тинькофф Банк», который не берет комиссию со своих клиентов по анализируемым услугам. А вот Сбербанк оказался самым дорогим банком среди всего перечня. Сбербанк входит в число банков с самым большим размером комиссий за операции переводов в другие банки по номеру счета (1%). Комиссии за все остальные операции, которые существенно влияют на общую стоимость обслуживания – переводы в другие банки по номеру карты, упрощенное погашение кредитов в других банках, – находятся на уровне не ниже среднего. В совокупности это дает высокую общую стоимость обслуживания.[16].

Таким образом, Россия сегодня отстает от развитых стран мира, как в линейке предлагаемых банковских продуктов, так и в развитии дистанционных каналов банковского обслуживания, но в настоящее время у ведущих отечественных банков есть возможность активно развивать не только общепризнанные технологии дистанционного банковского обслуживания, но и предлагать свои инновационные решения.

С целью уменьшения издержек и увеличения скорости предоставляемых услуг, основополагающими тенденциями развития дистанционного банковского обслуживания являются:

- применение стратегий многоканального обслуживания физических лиц;
- перевод систем дистанционного обслуживания клиентов на аутсорсинг;
- создание различными банками совместных систем дистанционного обслуживания;

- повышение качества предоставляемых услуг и их безопасности;
- комплексное обслуживание за счет увеличения доступных видов услуг.

Подводя итог, отметим стремительно развивающееся в России использование мобильного банкинга. По данным исследования Mobile Banking Rank, в 2017 г. клиентами данного канала услуг дистанционного банковского обслуживания являлись 18 млн человек в возрасте от 18 до 64 лет. Расширяется набор предоставляемых функций, возможность оплаты штрафов и других обязательных платежей, создание личных шаблонов при выполнении одинаковых операций. На смену call-центрам приходят онлайн-чаты, вшитые в интерфейс мобильного приложения для возможности оперативной поддержки клиента. Сами приложения становятся проще в использовании для удобства и сокращения времени пользователей.

#### *Список литературы*

1. Положение ЦБ РФ от 03.10.2002 г. № 2-П «О безналичных расчетах в РФ».
2. Положения ЦБ РФ от 24.04.2008 г. № 318-П «О порядке ведения кассовых операций в кредитных организациях на территории РФ» (п. 2.8 «Организация работы с денежной наличностью при использовании банкоматов, электронных кассиров, автоматических сейфов и других программно-технических комплексов»).
3. Письмо Банка России от 07.12.2007 № 197-Т «О рисках при дистанционном банковском обслуживании».
4. Письмо Банка России от 23.10.2009 № 128-Т «О рекомендациях по информационному содержанию и организации web-сайтов кредитных организаций в сети Интернет».
5. Письма Банка России от 26.10.2010 № 141-Т «О Рекомендациях по подходам кредитных организаций к выбору провайдеров и взаимодействию с ними при осуществлении дистанционного банковского обслуживания».
6. Письма Банка России от 27.04.2007 № 60-Т «Об особенностях обслуживания кредитными организациями клиентов с использованием технологии дистанционного доступа к банковскому счету клиента (включая Интернет-банкинг)».
7. Дистанционное банковское обслуживание, серия Библиотека Центра исследований платежных систем и расчетов - Издательство: КноРус, ЦИПСиР 2015г.
8. Лямин Л. В., Применение технологий электронного банкинга. Риск-ориентированный подход, серия Библиотека Центра исследований платежных систем и расчетов - Издательство: КноРус, 2015.
9. Цхададзе Н.В. Понятие и сущность банковских рисков /Сб. научных трудов «Экономика и менеджмент: от теории к практике».- Ростов-на-Дону, 2017 - С.21-25.
10. Цхададзе Н.В. Теоретические аспекты маркетинга в системе управления банком /Сб. научных трудов «Перспективы развития экономики и менеджмента».- Челябинск, 2017 - С. 14-21.
11. Юденков, Н. А. Тысячникова, И. В. Сандалов, С. Л. Ермаков, Интернет-технологии в банковском бизнесе. Перспективы и риски - Издательство: КноРус, 2015 .

12. Bankir.ru - информационное агентство [Электронный ресурс] - Электронные данные - <http://bankir.ru> .
13. iFin-2012 - XII Международный Форум, посвященный дистанционным финансовым услугам и технологиям [Электронный ресурс] - Электронные данные - <http://forumifin.ru/> .
14. Издание о высоких технологиях [Электронный ресурс] - Электронные данные - <http://www.cnews.ru> .
15. Интернет финансы [Электронный ресурс] - Электронные данные - <http://ifin.ru/>.
16. Сбербанк России: Официальный сайт [Электронный ресурс] - Электронные данные - <http://www.sberbank.ru/>.
17. Аналитическое агентство MarksWebb Rank & Report: Официальный сайт [Электронный ресурс] - Электронные данные - <http://markswebb.ru/>.
18. Аналитическое агентство J'son & Partners Consulting: Официальный сайт [Электронный ресурс] – Электронные данные - <http://web.json.ru> .
19. Официальный сайт ЦБ РФ. Интернет ресурс, доступ по адресу: <http://www.cbr.ru>.
20. Банк ДБО [Электронный ресурс] - Электронные данные - <http://www.bankdbo>

---

*Tskhadadze N. V.*

### **DEVELOPMENT OF REMOTE TECHNOLOGIES IN THE BANK SPHERE**

***Abstract.** The article deals with: theoretical features of remote banking services and its structural elements; a comparative description of the provision of such services in Russia and abroad; investigated technological and functional features of the channels providing remote services in banks; studied the range of remote banking services in Russia; an analysis of the effectiveness and risks of using remote technologies in Russian banks; proposed ways to improve the provision of remote banking technologies in the Russian market. The development and implementation of any form of remote customer service systems is quite a costly process for a bank and is associated with numerous risks from both customers and the banks themselves. In order to reduce costs and increase the speed of services provided, the authors pointed out the fundamental trends in the development of remote banking services.*

***Key words:** banking sector, remote technologies, remote customer service of a bank, electronic banking, Internet banking, mobile banking, WAP banking.*

---

УДК 339.138

**РАЗВИТИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА  
ФИНАНСОВЫХ РЫНКАХ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ****Рожков И.В.***кандидат экономических наук, доцент, Финансовый университет  
при Правительстве РФ Департамент менеджмента,*

**Аннотация.** *Автором проанализированы возможности применения современных информационных технологий в маркетинговой деятельности на финансовых рынках. Выделены основные типы цифровых технологий, которые активно вошли в практику маркетинговой деятельности финансовых организаций, среди них: анализ больших данных (big data); виртуальная и дополненная реальности (AR, VR); мобильные технологии; концепция «интернета вещей» (IoT); угрофикация. По каждому типу цифровых технологий определены цели и особенности применения в маркетинге, а также преимущества и недостатки для использования на финансовых рынках.*

**Ключевые слова:** *маркетинг, финансовые организации, цифровые технологии, большие данные, виртуальная реальность, дополненная реальность, мобильные технологии, угрофикация.*

Информационные технологии прочно вошли в жизнь каждого человека. Современные потребители с их помощью получают возможности быстрого доступа к необходимой информации, постоянной коммуникации со своим окружением, дистанционного обслуживания и совершения различных операций, при этом затрачивая минимальные усилия. Распространение информационных технологий в разные сферы социально-экономических отношений, и связанная с этим цифровизация делают лучше и проще не только жизнь отдельного человека, но и способствуют повышению эффективности деятельности организаций, в том числе и на финансовом рынке [9, 10].

Именно по этой причине внедрение информационных технологий в маркетинговую деятельность становится не просто трендом, а необходимым эволюционным этапом во взаимоотношениях с клиентом [3, 4]. Оно указывает на уровень качества партнерских взаимоотношений, обеспечивает высокие стандарты сервисного обслуживания, позволяет вывести клиентоориентированность бизнеса на новую технологическую платформу [8, 12].

Осознавая значимость инноваций и, в том числе, информационных технологий, Банк России продолжает работу по исследованию и анализу их применения на финансовом рынке. Так, например, в годовом отчете Банка России указано, что в 2017 году, по сравнению с 2016 годом, «количество операций, совершенных клиентами кредитных организаций с использованием электронных технологий, увеличилось более чем на треть (до 25,4 млрд. распоряжений), объем – на 10,5% (до 592,6 трлн. рублей). Около 20 % всех платежей физлиц, свершаемых в электронной форме,

осуществлялся посредством информационных технологий - сети Интернет и (или) мобильных устройств связи» [1]. Это указывает на актуальность и важность проблемы развития информационных технологий при продвижении финансовых продуктов и обслуживании клиентов финансовых организаций.

В настоящее время в практику маркетинговой деятельности на финансовом рынке прочно вошли несколько типов информационных технологий, которые требуют подробного изучения и анализа, среди них:

- анализ больших данных (big data);
- виртуальная и дополненная реальности (AR, VR);
- мобильные технологии;
- концепция «интернета вещей»(IoT);
- игрофикация.

Рассмотрим их развитие и применение на финансовых рынках.

*Перспективы применения анализа больших данных (big data) в финансовом маркетинге.* Современный потребитель больше не может и не желает быть одним из многих. Он требует, чтобы его воспринимали как индивидуума, обладающего уникальными свойствами, потребностями, мыслями и эмоциями, что полностью соответствует современным теоретическим концепциям маркетинга – «Маркетинга 3.0 и 4.0». При этом в маркетинговой деятельности все большее внимания отводится индивидуальному подходу. В этой связи, от финансовой организации ожидается, что она сможет не только распознать и заблокировать подозрительную транзакцию по банковской карте или увидеть мошеннические схемы, но всегда будет предугадывать потребности своего клиента, предлагая новые более удобные, персонализированные продукты в самый подходящий для этого момент. Реализовать такой подход в цифровой среде возможно только на основе анализа больших данных.

Эти технологии в современном мире уже давно набирают популярность. На данный момент более 76% крупнейших американских банков для привлечения клиентов используют именно технологии big data, которые позволяют улучшить процесс коммуникаций и повысить лояльность потребителей. На мировом рынке 34% банков уже инвестируют в развитие технологий анализа больших данных. Стоит заметить, что уже сейчас финансовые организации на мировом уровне владеют четвертью всех собранных данных о пользователях.

К категории «большие данные (Big Data)» относится информация, которую уже невозможно обрабатывать традиционными способами, в том числе структурированные данные, медиа-файлы и случайные объекты. Некоторые эксперты считают, что для работы с ними на смену традиционным монолитным системам пришли новые массивно-параллельные решения.

Из названия можно предположить, что термин «большие данные» относится просто к управлению и анализу больших объемов данных. Согласно отчету McKinsey

Institute «Большие данные: новый рубеж для инноваций, конкуренции и производительности» [15], к категории «больших» относятся данные, для занесения, хранения, управления и анализа которых не могут быть использованы традиционные базы данных (БД).

Большая часть розничных банков уже сейчас активно используют технологии анализа больших данных в целях повышения безопасности, что помогает им вычислять и предотвращать подозрительные транзакции. Отсев подобных операций происходит при срабатывании обозначенных индикаторов, к которым можно отнести, нетипичные для пользователя IP или время осуществления транзакции. Финансовая организация получает, обрабатывает и хранит большое количество данных о пользователе их услуг, включая сведения о его доходе, среднем чеке в кафе или магазине, времени и месте проведения транзакции по карте. Из подобных данных становится легко сформировать поведенческую картину потребителя услуг, работая с которой финансовая организация способна сокращать свои риски и предлагать индивидуальные решения.

По транзакциям, осуществляемым их клиентами через банковские карты, финансовые организации видят, где клиенты тратят свои деньги. По этим данным банки могут понимать, что происходит в жизни клиента, – они знают все, от незначительных вещей вроде любимых мест для завтрака до важных событий, например отпуска, ремонта, рождения детей и т.п. Эти маркетинговые данные позволяют очень точно таргетировать коммуникации с клиентами.

Новые тенденции в применении больших данных – это их анализ, для того чтобы постараться дать потребителю совет или рекомендации. Подобная коммуникация не обязательно должна быть связана с реализацией продукта банка, но благодаря точечному таргетированию приносит дополнительную ценность клиенту. При этом выгода для банка заключается в снижении издержек на реализацию конкретного товара или услуги. К примеру, банк, предполагая, что его клиент намеревается поехать в отпуск, имея абонемент в фитнес-клуб, может направить ему письмо с советом и напоминанием заморозить данный абонемент на время путешествия, для того чтобы не потерять деньги. Советы и рекомендации банка могут увеличивать лояльность потребителя, а также влиять на его вовлеченность в коммуникации с этим брендом финансовой организации – после чего клиент с меньшей вероятностью и частотой будет стремиться сменить банк, воспринимая организацию в качестве своего финансового помощника. В свою очередь банку становится гораздо легче продавать клиенту, расположенному к банку, более маржинальные финансовые продукты. Так, с точки зрения реализации продуктов эффект от продажи с помощью анализа больших данных может быть значительно выше, чем при их прямом продвижении.



Прямыми кросс-продажами на основе данных бизнес-аналитики занимаются банки во всем мире. А вот использование данных для создания рекомендаций – пока является развивающимся направлением. В России осваивают применение анализа больших данных в предиктивной аналитике потребительского поведения пока несколько крупных банков, но предполагается, что уже в ближайшее время их будет в разы больше.

Стоит отметить, что в отечественной практике существует ряд юридических ограничений, связанных с использованием big data. Например, в законодательстве нет определения понятия «большие данные», кроме того, не установлены правила распоряжения этими данными, их хранения и передачи. Поэтому банки пока ограничены в использовании этой клиентской информации.

В будущем банки за счет анализа данных будут более глубоко понимать все аспекты повседневного поведения клиента, связанного с персональными финансами. Клиент будет избавлен от необходимости думать о своих финансах, ему будет достаточно просто согласиться с предложением банка, потому что алгоритмы, основанные на анализе больших данных, гарантированно предложат решение эффективнее любого человека.

*Использование технологий виртуальной реальности (VR) и дополненной реальности (AR) в маркетинговой деятельности.* Под дополненной реальностью понимается смешанная реальность, создаваемая с использованием «дополненных» с помощью компьютера элементов воспринимаемой реальности (когда реальные объекты монтируются в поле восприятия).

Первой попыткой создания прототипа дополненной реальности можно считать машину Sensorama, которую в 1957 году начал создавать Мортон Гелиг. Она была разработана как инструмент расширения кинематографического опыта, чтобы задействовать максимальное количество органов чувств человека. В 1966 г. профессор Иван Суверланд в университете электротехники Гарвардского университета ввел в обращение первую модель одного из наиболее важных устройств, используемых как в дополненной, так и в виртуальной реальности: дисплей, присоединенный к голове человека (head-mounted display, HMD). Развитие потенциала дополненной реальности произошло в 90-х годах прошлого века. НАСА проводило исследования на базе специальных компьютерных программ для штурмовиков и космических кораблей. Активное обсуждение возможностей применения технологий дополненной реальности возобновилось в 2016 г. с приходом в эту отрасль крупных разработчиков и запуском первых проектов виртуальной реальности. С этого периода изменилась парадигма потребления контента пользователями и укрепилось осознание того, что наша реальность может быть модифицирована и улучшена.

Под виртуальной реальностью понимается специально созданный с помощью технических средств мир, воздействующий на человека посредством его органов

чувств, таких как зрение, слух, осязание и другие. Виртуальная реальность имитирует как воздействие, так и реакции на воздействие. Для усиления эффекта воздействие на органы чувств в виртуальной реальности производится в реальном времени. Не следует путать виртуальную реальность с дополненной. Их основное отличие состоит в том, что виртуальная реальность конструирует новый искусственный мир, а дополненная реальность лишь вносит отдельные искусственные дополняющие элементы в восприятие мира реального.

Первой реализацией виртуальной реальности считается «Кинокарта Аспена», созданная в Массачусетском Технологическом Институте в 1977 г. Эта компьютерная программа симулировала прогулку по городу Аспен, находящемуся в штате Колорадо, давая возможность выбрать между разными способами отображения местности. Летний и зимний варианты были основаны на реальных фотографиях. В середине 1980-х гг появились системы, в которых пользователь мог манипулировать с трёхмерными объектами на экране благодаря их отклику на движения руки. В 1989 г. Джарон Ланьер ввёл более популярный ныне термин «виртуальная реальность». В настоящее время возможности технологий виртуальной реальности применяются в различных областях человеческой деятельности: проектировании и дизайне, добыче полезных ископаемых, военных технологиях, строительстве, тренажёрах и симуляторах, маркетинге и рекламе, индустрии развлечений и т. д. Объём рынка технологий виртуальной реальности в 2016 г. оценивался в 15 млрд. долларов США в год.

Существует множество направлений применения дополненной и виртуальной реальности в маркетинговой деятельности на финансовых рынках. Рассмотрим их подробнее.

1. Визуализация данных в виртуальный трейдинг. Возможность визуализации данных является важным инструментом, который используют трейдеры для принятия ответственных решений по управлению активами, особенно в связи с тем, что финансовая индустрия становится все более сложной и появляется больше данных для анализа. AR и VR упрощают и ускоряют визуализацию и организацию больших объемов данных.

2. Платежи в виртуальной реальности. Некоторые компании уже сейчас переносят совершение транзакций в виртуальную реальность. Так, MasterCard сотрудничает с одним из разработчиков приложений виртуальной реальности Wearality, чтобы создать мир, в котором потребители могут совершать покупки, не выходя из виртуального мира.

3. Безопасность. Чтобы создать более безопасную среду для клиентов, в систему AR можно внедрить биометрическую защиту, которая затем может соединиться с миром виртуальной реальности. Так они могут использовать возможности

дополненной реальности для доступа к банковским услугам, совершать транзакции через банкоматы или осуществлять платежи.

4. Обслуживание клиентов. Многие финансовые учреждения также используют AR и VR, чтобы улучшить качество обслуживания своих клиентов. У многих банков есть приложения дополненной реальности, которые помогают клиентам находить ближайшие отделения и банкоматы. Находясь в городе, они могут сканировать местность с помощью своих телефонов и видеть в режиме реального времени информацию о местоположении, расстоянии и услугах в ближайших отделениях банков. У некоторых фирм по недвижимости есть приложения, которые позволяют клиентам, проходя мимо, сканировать дома с помощью своих телефонов или планшетов, чтобы получить более подробную информацию о недвижимости и условиях ее приобретения в кредит.

5. Виртуальные отделения. Если клиенты по какой-либо причине не могут посетить реальные филиалы финансовой организации, вскоре им будет предоставлена возможность посетить виртуальный филиал. Эти филиалы смогут предоставлять те же услуги, что и реальные, но исключительно в виртуальной среде. Такая возможность не только полезна для клиентов, но и снижает расходы банков, поскольку им больше не нужно вкладывать значительные инвестиции в открытие и содержание реальных отделений.

6. Привлечение клиентов. Современные представители поколения миллениалов выросли в тесном взаимодействии с информационными технологиями [14]. Они рассматривают многие традиционные отрасли бизнеса по-иному и ждут приемлемых для них каналов коммуникации. По результатам исследований 73% миллениалов обращаются к Google, PayPal и Apple за финансовыми продуктами, а 33% из них считают, что традиционные банки утратят свою актуальность в ближайшее время. Банки и другие учреждения, желающие обратиться к данной группе потребителей включают в свои маркетинговые стратегии все больше технологий дополненной и виртуальной реальности, чтобы привлечь и удержать клиентов.

*Возможности мобильных технологий при обслуживании клиентов на финансовом рынке.* В результате развития информационных технологий и диджитализации сферы социально-экономических отношений растет популярность разнообразных способов предоставления банковских услуг клиентам (как юридическим, так и физическим лицам) с использованием средств телекоммуникаций и без необходимости их непосредственного визита в банк. Совокупность таких способов обслуживания клиентов на рынке банковских услуг получила название систем дистанционного обслуживания. Однако используются мобильные технологии и для продвижения финансовых продуктов. Рассмотрим основные маркетинговые возможности финансовых организаций при использовании мобильных технологий [11,12]:

1) Директ-маркетинг – комплекс коммуникационных мероприятий, с помощью которых выстраиваются прямые взаимоотношения с каждым клиентом организации. Основными инструментами прямого маркетинга, осуществляемого с использованием мобильных технологий являются всем знакомые e-mail и SMS-рассылки.

2) Мобильная версия сайта (WAP-сайт) для быстроты и удобства работы пользователей. Зачастую на стандартных сайтах оставляют ссылку, перенаправляющую пользователей на специальные поддомены с специально адаптированным под экран мобильного устройства интерфейсом.

3) Мобильная реклама (текстовая, графическая, контекстная), размещаемая в мобильных приложениях.

4) Мобильные приложения, через которые осуществляется дистанционное банковское обслуживание.

Отечественные кредитные организации своевременно уловили потребности своих клиентов в мобильных финансах, предлагая сначала физическим, а затем и юридическим лицам онлайн-доступ к своим банковским счетам – как в режиме просмотра информации, так и с возможностью полноценного управления.

Если интернет-банкинг является довольно развитым для российских реалий, то онлайн-банкинг с использованием мобильных устройств – от смартфонов до планшетов – ещё находится в стадии роста. Так, около 90% предпринимателей и представителей малого бизнеса используют Интернет-банк как основной канал взаимодействия с банком. Что же касается мобильного банка, то им в большей степени пользуются физические лица.

Результаты исследования аналитического центра НАФИ свидетельствуют о том, что большая часть представителей (физических лиц) интернет-аудитории пользуется услугами интернет-банка (81%), к сервисам мобильного банка обращаются реже – 69%. Среди 69% представителей российской интернет-аудитории, использующих мобильный банк: 52% обращаются к нему раз в месяц или чаще, 17% – реже раза в месяц. Среди женщин такой сервис востребован больше, чем среди мужчин (72% против 66% соответственно). Также доля пользователей мобильным банком выше среди молодой аудитории (76% пользователей мобильного банка в возрасте 25-34 лет) [16].

Мобильные технологии проникают во многие отрасли, и финансовый сектор является одним из наиболее развитых в этом плане. Финансовые организации внедряют дистанционное обслуживание, так как это удобно, это экономит время, сокращает затраты на бумажный документооборот, расширяет возможности коллективной работы. Именно по этой причине доля клиентов финансовых организаций, которые на сегодняшний день подключают мобильные сервисы увеличивается, в среднем на 2% ежемесячно.

Среди основных достоинств таких технологий для маркетинговой деятельности

можно выделить:

1) Доступность. Ни один современный деловой человек не представляет своей ежедневной деятельности без смартфона и интернета. Данные технологии доступны каждому и не требуют больших затрат.

2) Постоянное усовершенствование. Ежедневно разрабатываются новые возможности, помогающие осуществлять дистанционное обслуживание клиентов, контроль выполнения планов, и многого другого.

3) Экономия затрат и времени. С помощью мобильных устройств клиенты легко могут получить доступ к информации, затратив на это минимум денежных средств.

Кроме того, мобильные технологии позволяют снизить стоимость финансовых продуктов для конечных потребителей за счет оптимизации процессов и сокращения издержек. При этом у каждой технологии есть и свои недостатки. Бурное развитие рынка дистанционного банковского обслуживания вызывают риски в области безопасности. При защите клиентской и финансовой информации важен комплексный подход – банк можно применить большое количество сложных средств безопасности, но если клиент, или же сам банк, пренебрежет банальными правилами защиты, то злоумышленник завладеет денежными средствами или личной информацией.

К сожалению, большинство финансовых организаций пока не выработало долгосрочную рыночную стратегию развития мобильных каналов взаимодействия с клиентами, позволяющую выявить необходимый сегмент потребителей и увеличивать количество используемых каналов обслуживания в них. Многие современные российские банки недостаточно планомерно занимаются управлением качеством оказываемых дистанционно услуг и не уделяют должного внимания формированию положительного клиентского опыта у своих потребителей. Так, у многих банков России в мобильных приложениях отсутствует классический функционал дистанционного банковского обслуживания: нет функции погашения кредита; пополнения счета с карты стороннего банка; заполнения заявки на увеличение лимита по кредитной карте; заказа дебетовой карты; оформления заявки на получения кредита.

*Реализация концепции «интернета вещей» IoT в маркетинговой деятельности на финансовом рынке.* Одним из наиболее эффективных инструментов в достижении нового уровня цифровизации может стать концепция «Интернет вещей» или IoT (от англ. Internet of Things). Каждый год в мире растет количество подключенных к Сети устройств. По оценкам отраслевых аналитиков, к 2020 г. их будет от 20 до 50 млрд. единиц. Вместе с ростом подключенных к Сети устройств увеличивается и число примеров применения «Интернета вещей» в рыночной деятельности.

На сегодняшний день концепция IoT находит применение в энергетике, промышленности, жилищно-коммунальном хозяйстве, сельском хозяйстве, транспорте, здравоохранении и др. Более того, в зарубежной практике известны

успешные примеры внедрения «Интернета вещей» по инициативе не только бизнеса, но и государственных структур.

Значительный потенциал данная концепция имеет в рыночной деятельности современных организаций. При правильном подходе «Интернет вещей» позволяет не просто выпустить новые линейки продукции, но и улучшить взаимодействие с пользователями, отследить их потребности, моментально предложить наиболее приемлемое решение (для этого даже не потребуется проводить масштабные маркетинговые исследования, нанимать значительный штат специалистов для проведения рекламных кампаний, осуществления других функций [5, 6]).

Если раньше маркетинг был «односторонним», то сегодня – интерактивным. Специалисты отвечают на вопросы в социальных сетях, дают экспертные консультации, спрашивают совета, проводят голосования и делают многое другое. Максимальная интерактивность и вовлеченность аудитории требует использования принципиально новых инструментов и решений: социальные сети, специальные приложения. Маркетологи по всему миру работают над тем, чтобы не просто вывести продукцию на рынок, а выстроить с клиентами крепкие отношения, основанные на доверии и взаимном уважении.

Эксперты уверены, что к 2020 г. в обращении будут находиться более 13 млрд. интеллектуальных устройств (почти по 2 на каждого жителя планеты). Это не только планшеты и смартфоны, но и часы, автомобили и даже бытовая техника. Все они собирают информацию о пользователе: какие сайты он посещает, что ищет в Интернете, какие приложения использует и многое другое. Компании, которые смогут получить доступ к данным на каждого пользователя, получат значительное конкурентное преимущество [13]. Они смогут построить прочные отношения с каждым клиентом, основанные на более глубоком понимании того, как клиент принимает решение о покупке, на какой стадии он это делает, почему отказывается от приобретения и т.д.

Крупные компании и бренды давно сделали ставку на разработку приложений, которые пользователь может скачать на мобильное устройство. Эти приложения используются для организации коммуникации в режиме «реального времени». К примеру, такие приложения давно пользуются спросом среди владельцев кафе и ресторанов, банков и финансовых организаций, розничных магазинов. Мгновенная обратная связь стоит чуть ли не на первом месте для современных покупателей. Им важно задать вопрос и тут же получить ответ, а не ждать, пока менеджер поднимет трубку телефона, откроет каталоги, расскажет о наличии или об отсутствии товара в ассортименте.

Среди основных преимуществ концепции IoT в маркетинговой деятельности финансовых организаций можно выделить:

1. Совершенствование финансовых продуктов будет еще проще, еще эффективнее. Данные, которые предоставит специалистам IoT, помогут усовершенствовать финансовые продукты, повысить их качество, добавить новые характеристики.

2. Укрепление отношений с клиентами. Доверие и уважение – постулаты, на которых держится современный маркетинг. Благодаря новой концепции финансовые организации смогут оперативно реагировать на вопросы, сомнения клиента. Отношения с каждым покупателем станут более крепкими.

3. Спрос на инновационные продукты и качественные решения. Реализация IoT невозможна без серьезного технологического рывка. Финансовые организации, которые первыми внедряют интеллектуальные и инновационные решения, получают доверие клиентов и высокий спрос [2, 7]. Это касается не только B2C, но и B2B покупателей.

4. Реклама «поумнеет» и станет более релевантной. Если товар постоянно подключен к интернету, то можно отследить активность пользователя, его вопросы и особенности. А это позволит сделать рекламу более точной, ориентированной как будто бы на каждого отдельного клиента.

5. Тактики и стратегии маркетинга придется изменить. Все меняется. Те технологии, которые приносили прибыль вчера, сегодня перестают это делать. Почти нет сомнений в том, что подходы к рекламе и маркетингу изменятся.

6. Способов коммуникации станет больше. В арсенале маркетолога не только телефонные номера, адреса электронной почты, социальные сети, но и сами продукты.

7. Автоматизация маркетинга и рутинных процедур. «Умные» технологии собирают данные, так что маркетологам больше не придется заниматься многими аналитическими операциями.

*Игрофикация как инструмент продвижения финансовых продуктов.* С каждым годом ситуация на рынке все сильнее меняется, возрастает конкуренция, появляются более новые способы продвижения продукта. Для того, чтобы способ был эффективнее, он должен быть адаптирован к современному ритму жизни и к нынешним тенденциям в обществе, а, следовательно, так или иначе, быть связанным с сетью Интернет, а лучше – с мобильными технологиями.

Таким способом является геймификация – использование игровых методик, приложений для неигровых процессов, в частности – организациями для привлечения внимания потенциальной аудитории, исследования спроса и предпочтений клиентов, продвижения продукта на современном рынке. В то время, когда классическая реклама воспринимается как нечто навязчивое, в хорошую «игру» пользователь включается по своей воле. Кроме того, игровые техники обладают значительным «вирусным» потенциалом, с точки зрения продвижения у потребителей. Так,

результатами участия в игре ее участники с удовольствием делятся со своим окружением, привлекая его представителей к участию.

Игофикация прочно вошла в креативный инструментарий продвижения финансовых организаций. Первым таким примером может стать Промсвязьбанк. Обычный способ стимуляции клиентов банками – начисление каких-либо бонусов. Похожий подход, но дополненный элементами игры помог Промсвязьбанку получить «Премия Рунета» 2016. Кампания «Охота за золотом» в коллаборации с MasterCard началась в сентябре 2016 года. Ее призовой фонд составлял более 30 млн. рублей, а для участия необходимо было быть клиентом банка и иметь MasterCard. Каждый участник мог исследовать карту России и искать спрятанные на ней «сокровища», в том числе денежные. Участники акции должны были зарегистрироваться на ее, авторизоваться в личном кабинете, и получить доступ к игровой карте с островами. После этого достаточно было совершать повседневные покупки по карте Промсвязьбанка, получать за них ходы и находить призы: золото, серебро и бонусные баллы. Чтобы выиграть главный приз – путешествие, нужно было собрать все фрагменты карты сокровищ, которые расположены на разных локациях. Получить новый ход можно было, совершив покупку по карте Промсвязьбанка на сумму от 1000 руб. или выполнив задание: например, оплатив сотовую связь в мобильном банке или совершив покупки в различных категориях товаров. Победители определялись в онлайн-режиме, а призы начислялись в рублевом эквиваленте на карту Промсвязьбанка Mastercard или бонусный счет – PSBonus (в случае выигрыша бонусных баллов). Получить призы мог каждый участник вне зависимости от потраченной суммы. Цель такой акции, в сущности, очевидна: привлечь новых клиентов. Кроме того, необходимо было повысить интерес к программам лояльности Банка и показать, что ими просто и выгодно пользоваться. В результате, прозрачная система и игровая механика дали впечатляющий результат: обороты по картам действующих клиентов-участников акции выросли на 60%. Реклама в соцсетях и «сарафанное радио» принесли банку 20000 новых клиентов. Благодаря акции в банк удалось «вернуть» больше 10000 клиентов, которые использовали свою карту только для снятия наличных или для перевода зарплаты в другой банк.

Другой классический пример геймификации в банковском бизнесе – «Квест на миллион», проводившийся крупный онлайн-банком Тинькофф в июле-августе 2015 г. Клиентам банка, которые владели кредитными картами, предлагалось за 35 дней выполнить 7 заданий разной степени сложности. Изначально компания обещала победителю 1 млн.руб., но из-за большого количества человек, успешно выполнивших все квесты, поделила между ними сумму – каждый из 444 победителей получил 2252 рубля и 12 тысяч миль с возможностью потратить их на билеты любых авиакомпаний. Первыми задания получили держатели бонусных кредитных карт Tinkoff ALL Airlines, Tinkoff OneTwoTrip и Tinkoff eBay. Задания отправлялись смс-сообщением, на



выполнение задания отводилось в среднем пять дней, при этом скорость прохождения квеста зависела исключительно от участников, поскольку следующее задание приходило примерно в течение получаса после выполнения предыдущего. За каждое выполненное задание участники сразу же получали вознаграждение в бонусной валюте своей карты (милями или баллами). При этом если участник в какой-то момент выбывал из квеста и не выполнял следующее задание, полученное вознаграждение не сгорало, а оставалось на его счету. В задачи акции входило повышение активности использования кобрендинговых карт: ALL Airlines, OneTwoTrip и eBay, привлечение новых клиентов и увеличение количества выпущенных карт, а также повышение интереса к программам лояльности банка. В результате в «квесте» приняли участие более 15 тыс. человек. Количество транзакций по кобрендинговым картам увеличилось на 20%, среди участников игры – почти на 40%. Банк получил больше тысячи публикаций клиентов в различных соцсетях. Выросло и количество выпущенных карт, и число покупок у партнеров Банка. Так что, акция прошла успешно. Известно, что одни лишь победители квеста потратили около 9 млн. рублей.

Сейчас элементы геймификации можно встретить в целом ряде областей, по большей части там, где основной целью является вовлечение пользователей. Основной задачей геймификации является удержание внимания клиентов, мотивация их к взаимодействию с сайтом или приложением максимально долго. Основной плюс геймификации в глазах потребителя – тот факт, что предлагаемая ему игра снижает агрессивность рекламного воздействия. Коммуникация уже не выглядит как приевшаяся всем навязчивая реклама, это – игра, которая пробуждает в клиенте эмоции, мотивацию, вовлеченность.

### *Список литературы*

1. Годовой отчет Банка России за 2017 год. [Электронный ресурс] // Режим доступа: [https://www.cbr.ru/Collection/Collection/File/7796/ar\\_2017.pdf](https://www.cbr.ru/Collection/Collection/File/7796/ar_2017.pdf)
2. Инновационный маркетинг: учебник для бакалавриата и магистратуры / С. В. Карпова [и др.] ; под ред. С. В. Карповой. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 457 с. С. 25-30.
3. Маркетинг: теория и практика : учеб. пособие для бакалавров / под общ. ред. С.В. Карповой. – М.: Издательство Юрайт, 2013. – 408 с. – Серия : Бакалавр. Базовый курс.
4. Маркетинг и современность: Коллективная монография /под общей ред. д.э.н. С.В. Карповой; отв. ред. к.э.н. О.Н. Романенкова – М.: Изд-во «Вузовский учебник», 2014. – с. 362.
5. Маркетинговые исследования. Теория и практика : учебник для бакалавров / под общ. ред. О.Н. Романенковой. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 315 с. – Серия : Бакалавр. Базовый курс
6. Маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С.П. Азарова [и др.] ; под общ. ред. О. Н. Жильцовой. – М. : Издательство Юрайт, 2014. – 456 с.
7. Казакова Н.В., Карпова С.В., Рожков И.В. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности в сфере инноваций // Научные труды Вольного экономического общества России. Том 130. М.: 2010.
8. Рожков И.В. Структурно-функциональный анализ моделей маркетинговых информационных систем // Научные труды Вольного экономического общества России. Том 127. М.: 2009.
9. Рожков И.В. Совершенствование технологий маркетинговой деятельности в процессе информатизации общества // Экономика. Бизнес. Банки. 2013. № 4 (5). С. 79-91.

10. Рожков И.В. Маркетинговые информационные системы: современные подходы к определению и использованию // Управленческие науки. 2013. № 3. С. 68-75.
11. Рожков И.В. Современные направления применения информационных технологий в маркетинге/ ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. 2013. № 1. С. 113-122.
12. Рожков И.В. Информационные системы и технологии в маркетинге: Монография. – М.: Русайнс, 2014. – 196 с. С. 39-44.
13. Стыцюз Р.Ю., Артемьева О.А., Рожков И.В. Роль инновационной деятельности в повышении конкурентоспособности современных организаций // Экономика и управление в машиностроении. 2014. № 5. С. 33-35.
14. Стыцюз Р.Ю., Артемьева О.А., Рожков И.В. Маркетинговая ценность символического сообщения в обществе постмодерна// Экономика и управление в машиностроении. 2014. № 6. С. 72-74.
15. Big data: The next frontier for innovation, competition and productivity URL: <https://www.mckinsey.com/business-functions/digital-mckinsey/our-insights/big-data-the-next-frontier-for-innovation> (дата обращения: 18.01.2019).
16. Интернет-банк более востребован, чем мобильный банк. URL: <https://nafi.ru/analytics/internet-bank-bolee-vostrebovan-chem-mobilnyy-bank> (дата обращения: 19.01.2019).

---

*Rozhkov Iliya V.*

## DEVELOPMENT OF MARKETING TECHNOLOGIES IN THE FINANCIAL MARKETS UNDER CONDITIONS OF DIGITALIZATION

***Abstract.** The author analyzed the possibility of using modern information technologies in marketing activities in financial markets. The main types of digital technologies that are actively used in the practice of marketing activities of financial organizations are highlighted, among them: big data; virtual and augmented reality (AR, VR); mobile technology; the Internet of Things (IoT); gamification. The objectives, features of the application in marketing, the advantages and disadvantages of each technology are defined in relation to the financial market.*

***Key words:** marketing, financial organizations, digital technologies, big data, virtual reality, augmented reality, mobile technologies, gamification.*

---

УДК: 332.055

**МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АДАПТАЦИИ ТРУДОВЫХ,  
ТЕХНИЧЕСКИХ И ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ  
СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ АПК БЕЛАРУСИ  
К ПРИРОДНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМ И РЫНОЧНЫМ УСЛОВИЯМ  
ИХ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ*****Гануш Г.И.***

*доктор экономических наук, член-корреспондент НАН Беларуси, профессор  
кафедры экономической теории и права УО «Белорусский государственный  
аграрный технический университет»*

*Аннотация:* в статье рассмотрены проблемы информационного обеспечения производственно-бытовой деятельности субъектов хозяйствования, использующих адаптивные агротехнологии, особенности ресурсопользования которых предлагается учитывать в качестве методологических подходов к научным разработкам прикладного характера, направленным на совершенствование систем обеспечения организаций агропромышленного комплекса, что является важным фактором их эффективного функционирования и устойчивого развития.

*Ключевые слова:* ресурсы, факторы, комплексы, технологии, методология, адаптация, эффективность.

Уровень эффективности производственной деятельности сельскохозяйственных организаций и других субъектов агробизнеса в значительной мере предопределяется степенью адаптированности их трудовых, материально-технических и информационных ресурсов к конкретным природным, экономическим и рыночным условиям функционирования. Оптимальная адаптация агропромышленного производства к природным и экономическим условиям позволяет предприятиям за счет более полного использования агроклиматических ресурсов местности экономить дорогостоящие и невозобновляемые техногенные ресурсы (топливо, электричество, удобрения, средства защиты растений и др.), что обеспечивает возможности снижения себестоимости продукции и улучшения ее качества, повышения рыночной конкурентоспособности при соблюдении принципов сохранности и восстановления плодородия почв, охраны окружающей среды в целом [1]. Решение задач адаптации комплекса производственных факторов к природным и экономическим условиям хозяйствования будет осуществляться более квалифицированно и успешно при использовании соответствующего методологического и методического обеспечения выбора более оптимальных вариантов как в количественном, так и в качественном

аспектах. При этом методологические и методические подходы должны быть дифференцированными с учетом специфики роли и места каждого вида ресурсов в осуществлении производственно-сбытовой деятельности предприятия, в частности, его стратегических целей, природно-экономических условий и структуры производства.

Так, относительно адаптации **трудовых ресурсов** сельской местности к природным и производственным факторам представляется возможным выделить следующие методологические принципы, которыми целесообразно руководствоваться в процессах совершенствования или формирования видов и структуры экономической деятельности предприятий в конкретных условиях функционирования.

1. Субъектом адаптации следует считать агропроизводственную единицу. Это может быть сельскохозяйственная организация любой организационно-правовой формы, а также фермерское (крестьянское) хозяйство, предприятие по переработке сельскохозяйственной продукции. Адаптация субъектов хозяйствования в совокупности обусловит адаптацию к природным и рыночным условиям соответствующего аграрного региона (района, области). Только в таком направлении – от предприятия к региону – может продвигаться процесс обеспечения адаптивного соответствия экономики хозяйствующих субъектов, с одной стороны, и их кадрового потенциала (персонала), с другой стороны. Если же данный процесс осуществлять на уровне региона, то эффективность его будет низкой, так как природные и производственные условия (обеспеченность фондами, транспортно-логистическая система и др.) хозяйствующих субъектов могут значительно различаться. Следовательно, реальная ситуация не будет должным образом отражена. Данный принцип можно рекомендовать в качестве основополагающего подхода к адаптации технических, информационных и других ресурсов.

2. Специализация субъекта хозяйствования на том или ином виде (видах) экономической деятельности должна осуществляться с учетом обеспеченности трудовыми ресурсами, адекватности их состава и структуры. Данный принцип предусматривает необходимость сопоставления нормативной потребности и фактического наличия рабочей силы. Однако этот показатель следует нивелировать по качественному составу работающих (профессионализм работников, возраст, трудовая активность и др.), степени его соответствия условиям эффективного функционирования основной и дополнительных отраслей (всех видов деятельности). Состав и структура персонала не могут быть одинаковыми, к примеру, для хозяйств, специализирующихся на производстве льна или молока, зерна или картофеля, говядины или овощей. Для каждого вида деятельности необходимы работники, имеющие специфические профессиональные навыки и опыт, способные эффективно использовать соответствующие технические средства и технологии. Реализация

данного принципа предполагает осуществление при необходимости мер по обучению, повышению квалификации и переквалификации работников.

3. Определение перспективных параметров и структуры производства следует осуществлять с учетом потенциала трудовых ресурсов предприятия. Данный принцип предусматривает необходимость учитывать действующий и возможный потенциал трудообеспеченности предприятия для эффективного использования производственных фондов с целью производства продукции в намечаемых объемах и ассортименте. Это означает, что при решении вопросов приобретения техники, создания новых производственных мощностей (комплексы, цеха по переработке продукции и др.) необходимо учитывать наличие трудовых ресурсов, источники их дополнительного поступления. Возможно будет необходимым планировать строительство жилья, предусматривать средства доставки работников из других населенных пунктов, организовать вахтовый метод работы и т.п. Если эти вопросы останутся за пределами внимания, то действующие и вновь создаваемые производственные мощности не будут использованы с достаточной степенью эффективности.

4. Формирование и совершенствование трудового потенциала субъекта хозяйствования могут быть успешно осуществлены на основе высокого уровня агроменеджмента. Данный принцип означает, что руководители и специалисты хозяйств, должны, во-первых, принять правильные управленческие решения о численности, составе и структуре персонала. Во-вторых, им необходимо обеспечить рациональное управление трудовым коллективом, всеми его звеньями. Это требует от агроменеджеров высокого уровня профессиональной подготовки, в том числе управленческой.

Первоначальной задачей агроменеджмента является умелое, научно обоснованное решение вопросов организации труда, включая расстановку работников по звеньям производственного процесса. Важно не допустить избытка кадров на одних участках производства и нехватки их на других, что неизбежно приводит к сбоям в технологической цепи и низкой эффективности всего производственно-сбытового процесса. Необходимо чтобы каждый работник четко знал и выполнял свои функции, в чем и заключается главная задача эффективного управления.

5. Стимулирование труда следует осуществлять с учетом специфики природных факторов и сложности технологических процессов. Данный принцип означает, что оплата труда механизаторов, животноводов и других участников производственных процессов должна находиться в зависимости от специфики природных условий, в первую очередь, почвенных и климатических (погодных) факторов. Известно, например, что условия проведения полевых работ, особенно в период уборки, в ряде районов и хозяйств Витебской области значительно сложнее, чем в хозяйствах южной зоны республики. Следовательно, в сельхозорганизациях Витебской области будет

правомерным уменьшать нормы выработки и повышать расценки за их выполнение. Могут быть применены и другие меры мотивации работников, в том числе специфическая система премиальных вознаграждений при осложненных условиях труда. Адаптированная система стимулирования производительности и качества труда положительно скажется на трудовой активности работников, эффективности производства.

С учетом изложенных методологических принципов возможно обосновать следующие направления адаптации трудовых ресурсов сельской местности к природным, производственным и рыночным условиям хозяйствования.

*Обеспечение соответствия производственного направления хозяйства численности и качественному составу трудовых ресурсов.* Практическое осуществление данного направления может осуществляться на основе двух подходов. Первый подход заключается в том, что определение специализации и отраслевой структуры (видов экономической деятельности) предприятия необходимо осуществлять с учетом наличия трудовых ресурсов, их профессионального состава. В данном варианте приоритетным (ведущим) фактором адаптации выступают трудовые ресурсы. Предприятие приспособливает к ним свою экономику, определяет при этом производственную структуру, объемы и ассортимент производимой продукции. Такой подход наиболее характерен для устойчиво функционирующих организаций со сложившейся производственной структурой, сформированными внешними связями.

В отличие от первого второй подход к обеспечению адаптивного сочетания факторов производства сельхозорганизации (рабочей силы и материально-вещественных факторов) ориентирован на приоритетность структуры производства, техники и технологий, сложившихся в данных природных и экономических условиях хозяйствования. Это означает, что персонал предприятия комплектуется (набирается) в зависимости от потребности технологических процессов как по количеству, так и по профессиональным признакам. Данный подход является более адекватным для сельхозорганизаций (предприятий АПК), фермерских хозяйств, которые создаются вновь, то есть образуют свою производственную структуру и материально-техническую базу на новых началах. При таком сценарии необходимо предусматривать решение вопросов по обеспечению персонала жильем, социально-бытовыми условиями.

*Осуществление системных мер по подготовке, повышению квалификации и переквалификации работников всех категорий с учетом инновационной модернизации технологий агропромышленного производства.* Данное направление характеризуется широким спектром мероприятий. Оно включает систему высшего и среднего специального образования, профессионального образования, а также все формы переподготовки и повышения квалификации кадров. Ускорившиеся в последнее годы процессы инновационной модернизации техники и технологий требуют

соответствующего усовершенствования учебных планов и программ, усиления связей науки, образования и производства, создания четкой системы обучения кадров, повышения их профессионального уровня. В каждом предприятии необходимо отслеживать процессы трансформации количественного и качественного состава персонала, составлять четкие планы укомплектования квалифицированными кадрами ведущих участков производства (крупные молочно-товарные комплексы, птицефабрики, комплексы по откорму животных, машинно-тракторные парки). Подготовка и переподготовка кадров массовых профессий и специалистов должна носить опережающий характер, чтобы обновление техники и технологий обеспечивалось наличием соответствующих специалистов.

*Диверсификация видов экономической деятельности и создание новых форм хозяйствования в целях привлечения и рационального использования трудовых ресурсов.* Укомплектование специализированных участков производства подготовленными кадрами, как правило, сопровождается соответственным формированием такой категории трудовых ресурсов, которая не находит должной занятости (жены механизаторов, семьи животноводов и др.). Данная ситуация предполагает решение вопросов создания новых рабочих мест, что влечет развитие процессов диверсификации производства. Могут создаваться, к примеру, предприятия по пошиву одежды, оказанию коммунально-бытовых услуг, изготовлению строительных и столярных материалов, ремонту автомобилей, бытовой техники и др.

Важными направлениями диверсификации аграрного производства могут быть создание предприятий (цехов) по выращиванию грибов, производству продукции пчеловодства, органических продуктов. Эти и другие виды экономической деятельности решают не только проблемы занятости людей, они обладают значительным потенциалом эффективности, получения хозяйством дополнительной прибыли.

*Дифференциация методик расчета потребности в рабочей силе с учетом специфики природных условий хозяйствования и уровня технического обеспечения сельскохозяйственного производства.* В природных условиях Беларуси нормативная (агрономически обоснованная) продолжительность выполнения полевых работ характеризуются различными календарными сроками. К примеру, в хозяйствах северных районов Витебской области и южных районов Брестской (Гомельской) области количество дней на проведение сева озимых культур в нормативные сроки может различаться до 20-25. Разумеется, что в витебских хозяйствах требуется значительно большее количество работающих и техники для качественного и своевременного выполнения работ. Такой пик приходится, прежде всего, на осенний период – август – сентябрь месяцы, когда одновременно проводится уборка зерновых, льна, картофеля, продолжается заготовка кормов, ведутся работы по севу озимых и

подъему зяби. В этой связи расчет потребности в рабочей силе должен осуществляться по дифференцированным методикам.

*Совершенствование методов мотивации кадрового потенциала.* В настоящее время применяются различные способы стимулирования работников в целях повышения производительности труда, улучшения качества продукции, экономии материальных ресурсов. Важно стремиться к тому, чтобы заработок сельских тружеников был не ниже по сравнению с промышленными отраслями. Сельскохозяйственный труд осуществляется в сравнительно тяжелых условиях. Заработная плата сельчан должна быть адекватной результатам труда с учетом специфики его условий (погода, сезонность, режим дня и др.) и напряженности.

Особое внимание следует обратить на повышение уровня заработной платы механизаторов и животноводов, а также специалистов сельского хозяйства. Она должна быть достойной и способствовать закрепляемости кадров в сельской местности.

Методологические принципы *адаптации технической оснащённости* сельскохозяйственных организаций к природным и производственным факторам производства базируются на следующих заключениях и выводах.

Во-первых, техническая оснащённость каждой сельскохозяйственной организации может быть адекватной задачам обеспечения намечаемой эффективности производства, если наличное количество, видовой состав и качественные характеристики техники будут максимально адаптированными к конкретным условиям функционирования хозяйства. К данным условиям относятся такие факторы как климат местности, физико-химические свойства почв, специализация производства, структура сельхозугодий, пашни и посевных площадей, место нахождения хозяйства и др. Учет всего комплекса указанных факторов в процессе решения вопросов технического обеспечения субъектов сельскохозяйственного производства следует относить к числу основополагающих требований их эффективного развития, практической реализации сравнительных (относительных) преимуществ.

Во-вторых, эффективность использования технических средств и базирующихся на их основе агротехнологий в сельхозорганизациях может проявляться в достаточной мере при условии рациональной организационной структуры производства и управления им, что определяется освоением научно обоснованных севооборотов, созданием необходимой инфраструктуры технического сервиса, осуществления инновационной модернизации технико-технологических процессов. Только при таком подходе будет оправданным приобретение новой современной техники и достигнута должная окупаемость осуществленных в этих целях затрат.

В-третьих, выполнение мероприятий по техническому перевооружению сельскохозяйственного производства с учетом повышения уровня его



адаптированности к условиям производства может быть эффективным при рациональном сочетании технического обеспечения сельхозорганизации с обеспеченностью ее трудовыми ресурсами, наличием высококвалифицированных кадров специалистов и массовых профессий, в частности, механизаторов. Это позволит обеспечить эффективное использование современных мощных тракторов и прицепных орудий, их рациональное агрегирование, возможность организации двухсменной, а при необходимости трехсменной работы.

На основе изложенных общих принципов адаптации технического обеспечения сельскохозяйственного производства к природным и производственным условиям в целях своевременного выполнения полевых и других работ, соблюдения технологических режимов возможно сформулировать следующие методические подходы, которые могут быть использованы в практической работе специалистами хозяйств и управленческих органов, а также сотрудниками научных учреждений.

1). Необходимо установить рекомендуемые агрономической наукой оптимальные сроки начала и окончания в данной агроклиматической зоне основных сельскохозяйственных работ: сева яровых культур (ячмень, овес, кукуруза, картофель, овощи и др.), сева озимых культур (рожь, рапс и др.), уборки озимых и яровых зерновых культур, рапса, льна, картофеля и овощей, посева и уборки повторных культур (поукосных, пожнивных, промежуточных), сидеральных культур, зяблевой обработки почвы (лушение, вспашка). Сроки проведения полевых работ – начала и окончания – в северных, центральных и южных районах республики различаются в пределах 15-30 дней. Следовательно количество дней для выполнения одних и тех же работ в оптимальные сроки в хозяйствах, находящихся в различных климатических зонах, будет различным.

2). Определить на основе расчетов количество дней для выполнения в хозяйстве каждого вида работ в рамках рекомендуемых агрономической наукой для данной агроклиматической зоны сроков. Это позволит выявить напряженность периода проведения той или иной полевой работы: чем меньше дней, тем выше напряженность. Наиболее высокой она будет в хозяйствах северной зоны республики (Витебская область), наиболее низкой – в хозяйствах южной зоны (Гомельская и Брестская области).

3). Установить объемы планируемых полевых работ по каждому их виду. Большинство выполняемых посевных и уборочных работ целесообразно выражать в гектарах (посев, уборка, зяблевая вспашка и др.). В расчетах могут использоваться как физические, так и условные гектары.

4). Исходя из числа дней, рекомендуемых агронаукой для выполнения той или иной работы в оптимальные сроки, и объемов предстоящих работ по каждому их виду за период следует определить какой объем конкретных работ необходимо выполнять ежедневно, чтобы провести их в пределах установленных сроков.

5). Определить на основе изучения и анализа соответствующих источников информации часовую производительность почвообрабатывающих, посевных и уборочных агрегатов, являющихся в данное время наиболее распространенными в республике. Исходя из ежедневного объема предстоящих работ по каждому их виду и часовой производительности техники можно получить ориентировочные данные о количестве тракторов и сельскохозяйственных машин, необходимых для проведения технологических работ по той или иной культуре.

6). На основе учета контурности полей и технологических особенностей почв в полученные выше данные необходимо внести соответствующие коррективы, что будет способствовать повышению уровня объективности определения потребности в технических средствах для выполнения полевых работ в конкретном хозяйстве той или иной агроклиматической зоны.

7). Полученные данные по количеству сельскохозяйственной техники, необходимой для проведения основных полевых работ, следует дополнить расчетами потребности в технических средствах для выполнения работ общехозяйственной значимости: перевозка грузов, подвоз кормов, доставка топлива и др. Изложенные в представленной последовательности методические подходы могут составлять алгоритм соответствующей методики расчета потребности в сельскохозяйственной технике (по количеству и качественному составу) с учетом специфики природных и производственных факторов, структуры земельных угодий и посевных площадей применительно к сельхозорганизациям различных агроклиматических зон.

Актуальные направления совершенствования *информационного обеспечения процессов развития адаптивных систем ведения сельского хозяйства* базируются на следующих теоретико-методологических положениях.

1). *Наличие плана мероприятий по развитию информационного обеспечения предприятия (организации)*. К разработке указанного плана целесообразно привлечь квалифицированных специалистов (консультантов), что позволит обеспечить его необходимый качественный уровень.

В плане могут быть выделены следующие разделы информатизации: процессов производства (структурные подразделения, объекты, параметры, сроки, объемы и источники финансирования); учета и анализа производственно-хозяйственной деятельности; принятия управленческих решений.

Наличие плана является важным критерием оценки работы руководителей и специалистов по формированию в хозяйстве совершенной системы информации, что, в свою очередь, может свидетельствовать об уровне инновационной восприимчивости кадров, их профессиональной подготовки и способности успешно работать в условиях рыночных преобразований, цифровой трансформации аграрной экономики.

2). *Кадровое обеспечение информационных систем*. Данный фактор можно рассматривать и оценивать по трем аспектам:

наличие в организации специалистов, имеющих специальную подготовку по обслуживанию информационных систем;

умение всех специалистов хозяйства использовать средства информатизации (компьютеры и др.);

системное обучение кадров владению современными формами, методами и средствами информационного обеспечения организационно-управленческой деятельности.

Совокупность показателей по указанным аспектам позволит сделать вывод о степени готовности организации использовать информационные технологии в интересах экономического и социального развития коллективов.

3). *Материально-техническое обеспечение информатизации производства и сбыта продукции.* Данный фактор характеризует обеспечение организации компьютерами, интернет, навигационного оборудования, техники, средств технологий точного земледелия. Наличие технических средств информатизации должно быть достаточным для обеспечения процессов менеджмента и маркетинга, первичного и бухгалтерского учета, анализа производственно-финансовой деятельности, дистанционного мониторинга состояния посевов и оценки урожайности сельскохозяйственных культур.

В качестве структурных составляющих процессов совершенствования информационного обеспечения аграрного производства возможно выделить следующие наиболее актуальные направления, способствующие развитию адаптивных систем хозяйствования.

1). *Отражение мирового и отечественного опыта освоения адаптивных систем сельскохозяйственного производства.* Во многих странах Европы, США накоплен положительный опыт адаптивного хозяйствования на земле. Процесс формирования фермерства по существу базировался на принципах наиболее полного соответствия видов экономической деятельности природным условиям местности, что в результате предопределяло эффективность производственной структуры фермерских хозяйств, а также соответствовало экономическим и социальным интересам государства.

Теоретическим обоснованием адаптивного подхода к размещению производства служили и служат в настоящее время классические экономические теории об абсолютных и сравнительных (относительных) преимуществах, являющиеся методологической базой обеспечения конкурентной устойчивости хозяйствующих субъектов. В данной связи освещение в информационных системах лучшего опыта предоставляет товаропроизводителям аграрной продукции не только практическую, но и полезную методологическую помощь.

2). *Накопление систематизированных сведений о современных разработках адаптивных технологий и эффективности их применения в земледелии и животноводстве.* Здесь может содержаться следующая информация:

– о новых технических средствах, представляющих собой комплексные агрегаты, позволяющие одновременно проводить основную и предпосевную обработку почвы, работы по уходу за посевами, защите растений, локальному внесению удобрений, выполнению других агротехнических приемов;

– об адресах приобретения новой техники, ее стоимости, условиях покупки и др.;

– о применении в посевах сельскохозяйственных культур, обогащающих почву азотом, а также выполняющих сидеральную и защитную роль в агробиоценозах (бобовые, крестцовые и др.).

Полагаем необходимым содержание и структуру информационных систем АПК дополнить более широкой и детальной информацией о промежуточных посевах (пожнивных, поукосных и др.). Они, как свидетельствуют результаты белорусских исследователей, являются в условиях республики значимым резервом пополнения кормовых запасов, эффективным способом более полного использования агроклиматического и почвенного плодородия. Такие посевы позволяют задействовать поле страны не 140-160 дней в году, а 200–210 дней и более. За счет этого можно существенно повысить его продуктивность [2].

3). *Создание банка информации о научно обоснованных севооборотах и структурах посевных площадей, наиболее адекватных почвенно-климатическим условиям различных регионов.* Желательно представить конкретные типы севооборотов, рекомендуемые агронаукой, их экономическую и экологическую эффективность, а также указать научные учреждения, которые могут и готовы оказать консультативную помощь в разработке и практическом освоении таких севооборотов для конкретного хозяйства.

4). *Обеспечение возможности получения широкой информации об органическом сельском хозяйстве,* являющегося одной из форм и важной составляющей адаптивных систем земледелия. Здесь важно накапливать системные данные о динамике органического агропроизводства в мире, его экономической и социальной значимости, формах, видах и объемах, емкости рынка органической продукции, формах реализации, наличии законодательства и нормативной документации.

Органическое сельское хозяйство относится к наиболее наукоемким видам сельскохозяйственного производства. В этой связи в информационных системах должны содержаться разнообразные сведения об органических технологиях, их экономической и экологической эффективности, адекватных сортах и гибридах, конкретных примерах лучшего опыта.

На основе результатов предшествующих исследований нами разработаны и внедрены в учебный процесс методологические рекомендации по формированию организационно-экономических условий развития органического агропроизводства в Республике Беларусь. Они также могут быть включены в систему информационного обеспечения процессов освоения принципиально нового метода производства сельскохозяйственной продукции.

5). *Предоставление информации о новых результатах селекции сельскохозяйственных растений*, осуществляемой в целях создания сортов и гибридов, обладающих высокой продуктивностью и повышенной экологической устойчивостью в конкретных природных условиях хозяйства или региона, характеризующихся адекватными свойствами для органического земледелия. Здесь также важно разместить информацию о семеноводстве создаваемых сортов сельскохозяйственных культур, наличии семян, условиях и ценах их приобретения.

6). *Создание систематизированной информации об удобрениях и средствах защиты биологического происхождения*. Указанные средства создаются в республике. Информация о их наличии, возможностях приобретения представляет значительный интерес для субъектов хозяйствования, осваивающих адаптивные системы земледелия, особенно органические агротехнологии.

7). *Совершенствование структуры и содержания информационного обеспечения сельскохозяйственного производства в связи с освоением технологий точного земледелия*.

Переход на точное земледелие является одной из наиболее выраженных современных тенденций мирового сельского хозяйства. Это актуальное направление адаптивной интенсификации растениеводства, производства экологически безопасной продукции при одновременном сокращении материальных затрат и предотвращении ущерба окружающей среде.

Точное земледелие и точное животноводство становятся трендами цифровой трансформации сельского хозяйства. В последние годы активизировалась работа по проведению научных исследований и освоению научных разработок (отечественных и зарубежных) в области точного земледелия в Республике Беларусь (бортовые компьютеры для тракторов, беспилотные летательные аппараты для воздушного картографирования местности и др.).

Вместе с тем, проведенные исследования свидетельствуют, что оснащение машинно-тракторного парка навигационными системами и другим оборудованием для точного земледелия сельхозорганизаций республики находится на недостаточном уровне. Так, удельный вес тракторов, укомплектованных навигационными системами в общем их количестве составлял в 2018 г. 10,6%, зерноуборочных комбайнов – 3,6%, грузовых автомобилей – 1,4%.

Переход на точное земледелие является многоаспектной проблемой. Ее решение предусматривает осуществление комплекса технических, технологических, экономических и организационно-управленческих мер. Основными ориентирами в этой работе являются соответствующие положения Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016-2020 гг. [3], а также Государственной программы развития аграрного бизнеса в Республике Беларусь на 2016–2020 гг.[4].

Важным направлением совершенствования информационного обеспечения развития растениеводства на принципах адаптивности должно стать создание базы данных, содержащей сведения о размерах площади, урожайности, агрохимических и агрофизических свойствах почвы, уровне развития растений с помощью специальных программ на многослойных электронных картах. Это позволит более объективно оценивать производственный потенциал каждого поля и предприятия в целом.

В качестве примера такой информационной системы в растениеводстве может служить разработанная в РУП «Институт мелиорации» автоматизированная книга истории полей агропредприятия. Она обеспечивает возможность решения следующих задач:

- дифференцированный учет урожая по каждому полю, определение количественных зависимостей урожайности от соответствующих урожаяобразующих факторов;
- автоматизированный расчет и анализ экономических показателей (прибыль, рентабельность и др.);
- осуществление автоматизированного отдельного учета урожайности полей хозяйства, до и после проведения мелиорации, с резюмированием данных по культурам, типам почв и т. п.;
- интеграцию данных по урожаяобразующим факторам различных ведомств, включая данные дистанционного зондирования земли, «точечную» урожайность с комбайнов, оснащенных GPS-приемниками;

Основанная на ГИС-технологиях книга истории полей может быть расширена до автоматизированной системы оптимизации всей хозяйственной деятельности агропредприятия в целом, включая растениеводство, логистику, переработку и т. п., а при необходимости – и для более высоких иерархических уровней управления аграрной экономикой, включая сельское хозяйство страны в целом.

Для обеспечения повсеместного внедрения автоматизированных книг истории полей в качестве первоочередных мер необходимо проводить соответствующее обучение агрономов и экономистов сельскохозяйственных организаций. Представляется также целесообразным организовать специальные учебные занятия для студентов агрономических специальностей по изучению правил ведения книги истории полей.

Изложенные направления отражают особенности информационного обеспечения производственно-сбытовой деятельности субъектов хозяйствования, использующих адаптивные технологии в растениеводстве и животноводстве, в том числе органические агротехнологии. Данные особенности необходимо, на наш взгляд, учитывать в качестве методологических подходов в научных разработках прикладного характера и практических планах (программах) совершенствования систем информационного обеспечения организаций агропромышленного комплекса, что является важным фактором их эффективного функционирования и устойчивого развития.

#### *Список литературы*

1. Адаптивные системы земледелия в Беларуси /М-во сел. хоз-ва и продовольствия Респ. Беларусь, Акад. аграр. наук Респ. Беларусь; редкол.: Антонюк В.С. [и др.] – Минск, : [б. и.], 2001. – 308 с.
2. Научный прогноз экономического развития Республики Беларусь до 2030года / В.Г. Гусаков [и др.]; под ред. В.Г. Гусакова. – Минск: Беларуская навука, 2015. – 243с.
3. Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016-2020 годы. – Минск: Беларусь, 2017. – 127с.
4. О Государственной программе развития аграрного бизнеса в Республике Беларусь на 2016-2020 годы и внесение изменений в постановление Совета Министров Республики Беларусь от 16 июля 2014 г № 585: постановление Совета Министров Республики Беларусь, 11 марта 2016г. № 196 // Консультант Плюс / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой инф., Респ. Беларусь. – Минск, 2018.

---

*Ganush G.I.*

#### **METHODOLOGICAL ASPECTS OF THE ADAPTATION OF WORK-OUTPUT, TECHNICAL AND INFORMATION RESOURCES OF THE SUBJECTS OF THE ECONOMIC MANAGEMENT OF THE AGRICULTURE OF BELARUS TO NATURAL ECONOMIC AND MARKET CONDITIONS AND THEIR OPERATION**

*Abstract.* The article discusses the problems of information support of production and sales activities of business entities using adaptive agricultural technologies, whose resource use features are proposed to be taken into account as methodological approaches to applied research aimed at improving the support systems of organizations of the agro-industrial complex, which is an important factor for their effective functioning and sustainable development.

**Key words:** resources, factors, complexes, technologies, methodology, adaptation, efficiency.

УДК 330.368:338.431.7(Крм)

**СУБРЕГИОНАЛЬНАЯ ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ  
В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ*****Ергин С.М.****доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры экономики  
предприятия, «Крымский Федеральный Университет имени В.И. Вернадского»*

***Аннотация.** В статье рассмотрены изменения логистических систем перемещения грузов и пассажиров, резко обострившиеся социальные проблемы в сельских населенных пунктах северной части Равнинного Крыма. Автор фиксирует развитие первоначальных процессов «социального опустынивания». В публикации проведено исследование социальных проблем сельских муниципалитетов Равнинного Крыма на основе интегральной оценки уровня социально-экономического развития сельских муниципальных территорий с целью последующей разработки оригинальных специфических моделей ревитализации экономики отстающих сельских муниципалитетов республики.*

***Ключевые слова:** муниципальные сельские территории, уровень социально-экономического развития региона, северная часть Равнинного Крыма, программа развития сельских территорий, депрессивный регион, социальное опустынивание, потенциал регионального развития, конвергенция и дивергенции сельских муниципалитетов*

Для устойчивого и бесперебойного обеспечения местного населения и отдыхающих на территории Крыма качественным продовольствием, а местной промышленности – дешевым сырьем, необходимо стабильное развитие сельских территорий. Процесс падения объема сельскохозяйственного производства в Республике Крым (на 1,8% за 2013-2017 гг. в фактически действовавших ценах) [1, с.693; 2, с.636] во многом связан и стимулирует развитие первоначальных процессов «социального опустынивания» в регионе. Особенно обострились проблемы жизнедеятельности в сельских населенных пунктах северной части региона.

Можно назвать несколько факторов обострения социальных проблем Северного Крыма, важнейшим из которых является организация правительством Украины водной блокады Крымского полуострова. Если в 2013 г. фактически поливных сельскохозяйственных угодий в Крыму числилось 136,8 тыс. га., то в 2017 г. их осталось только 14,3 тыс. га, что на данной территории не смогло не сказаться на сокращении сельскохозяйственного производства и росте сельской безработицы.

Вторым фактором обострения социальных проблем сельских территорий севера Крымского полуострова является начинающаяся деградация агроландшафтов и почвенного покрова в связи с интенсификацией процессов ветровой эрозии и засоления почв.

Иным важным фактором снижения численности сельского населения, особенно среди молодежи, является наложение международных санкций, введенных против



населения Крыма, в части визовых ограничений со стороны стран ЕС, США и ряда других западных стран.

Четвертая причина нарастания социальных проблем в северной части Равнинного Крыма – это трудности открытия нового производства, связанные как с логистическими трудностями взаимосвязи между Крымским полуостровом и материковой Россией из-за отсутствия прямого сообщения, так и из-за опасений введения против российских и международных инвесторов экономических санкций.

К этой же причине можно отнести изменение основных транспортных потоков в Крыму. Из северных районов республики основные транспортные потоки и финансовые вложения в развитие инфраструктуры переориентированы в предгорные и восточные муниципальные районы Крыма, что особенно может быть связано со строительством Крымского моста, автомобильной трассы «Таврида» [3], превращая северную часть Равнинного Крыма в «медвежий угол».

Исследования социальных проблем развития сельских территорий северной части Равнинного Крыма нацелены на решение фундаментальной научной задачи, связанной с давно известными, но весьма актуальными и не решенными научными проблемами неравномерности социально-экономического развития субъектов и территорий в рыночной экономической системе. Их важность обусловлена потребностью в преодолении разрыва в уровне социальной обеспеченности, как между регионами России, так и внутри самих российских регионов. Для решения этих вопросов проводятся комплексные исследования социально-экономических, экологических и других факторов, влияющих на уровень жизни населения хозяйственной территории.

Научные исследования социальных проблем развития сельских территорий в рамках российской действительности решались в рамках теории устойчивого развития, которая получила существенное развитие в научных статьях [2,3], диссертационных [4] и монографических [5,6] исследованиях. По этой теме уже издано учебное пособие [7]. Это все написано в одном и том же методологическом и теоретическом ключе – теории устойчивого развития.

В качестве индикаторов, используемых для анализа социально-экономической динамики сельских муниципальных образований, российские исследователи используют: 1) валовая добавленная стоимость; 2) среднедушевые доходы; 3) среднемесячную номинальную начисленную заработную плату; 4) объем инвестиций в основной капитал на душу населения; 5) стоимость основных фондов на душу населения; 6) общий объем розничного товарооборота на душу населения; 7) объем внешнеторгового оборота на душу населения; 8) величину чистого экспорта.

Критериями неравенства социальных условий жизни сельского населения считаются: 1) численность населения (тыс. чел.); 2) число учащихся средних учебных заведений; 3) естественный прирост (убыль) населения; 4) площадь земельных

участков, предоставленных для строительства, в расчете на 10 тысяч человек населения, га; 5) доля населения с доходами ниже прожиточного минимума; 6) обеспеченность врачами, приходящаяся в среднем на 1 тыс. жителей; 7) уровень зарегистрированной безработицы, %; 8) общая площадь жилых помещений, приходящаяся в среднем на 1 жителя; 9) среднемесячная заработная плата работников организаций; 10) число лечебно-профилактических организаций; 11) доля детей в возрасте 1-6 лет, состоящих на учете для определения в муниципальные дошкольные образовательные учреждения, в общей численности детей в возрасте 1-6 лет, %; 12) численность обучающихся общеобразовательных организаций с учетом обособленных подразделений, чел.; 13) число муниципальных органов охраны общественного порядка; 14) число телефонизированных сельских населенных пунктов; 15) число сельских населенных пунктов, обслуживаемых почтовой связью; 16) число мест в коллективных средствах размещения; 17) доля населения, проживающего в населенных пунктах, не имеющих регулярного автобусного (железнодорожного) сообщения с административным центром муниципального района, в общей численности населения муниципального района, %; 18) доля протяженности автодорог общего пользования местного значения, не отвечающих нормативным требованиям, в общей протяженности автомобильных дорог общего пользования, %; 19) библиотечные фонды, руб.; 20) объем розничного товарооборота, руб.; 21) число семей, состоящих на учете в качестве нуждающихся в жилых помещениях на конец года, ед.

Несколько в ином плане реализуют свои исследования сельских территорий зарубежные исследователи. В качестве методологической базы они приняли концепцию регионального европейского анализа, основанную на теоретических постулатах Я. Тинбергена, А. Родригеса-Пасе [8], Дж. Петракоса [9]. В этой же парадигме написана монография М.Д. Спектора [10]. При проведении социального анализа они акцентируют свое внимание на более конкретных целевых показателях: прирост добавленной стоимости или инвестиций, в том числе иностранных, нулевая инфляция и пр. и инструментах достижения этих целевых показателей (например, расходы государственного бюджета, целевые кредиты и т.д.).

Об усилении процессов региональной дифференциации муниципалитетов Равнинного Крыма свидетельствуют ключевые индикаторы социального благополучия в регионе: изменение численности его населения и уровень среднемесячной заработной платы (доходов на душу населения) в муниципальном районе. Так начался реальный отток населения из сельских поселений данного региона республики (таблица 1).

Если численность всего населения Республики Крым в целом с момента проведения переписи населения (14.10.2014 г.) и до 01.01.2018 г. возросла на 24331 чел. или на 1,29%, численность всего сельского крымского населения практически не

изменилась (+0,2%), то численность сельского населения северной части Равнинного Крыма сократилась на 3968 чел. или почти на 1% от прежнего их количества. И это при миграции в этот приграничный регион большого числа новых жителей из числа семей военнослужащих. Из 10 сельских муниципальных округов северной части Равнинного Крыма лишь в одном из них (Красногвардейском районе) она незначительно возросла, а в другом (Сакском районе) – осталась практически на прежнем уровне. Наибольший отток сельского населения (-3,4%) наблюдается в приграничном Джанкойском муниципальном районе, в котором практически отсутствуют какие-либо крупные или средние промышленные производства.

*Таблица 1*

**Численность населения сельских муниципальных районов Республики Крым, чел.**

Муниципальные округа	На 14.10.2014	На 01.01.2018	Изменение, %%
Бахчисарайский район	90900	89184	98,11
Белогорский район	60400	60588	100,31
Джанкойский район	68300	65978	96,60
Кировский район	50800	51288	100,96
Красногвардейский район	83200	84587	101,67
Красноперекопский район	24700	24053	97,38
Ленинский район	61200	58985	96,38
Нижнегорский район	45100	44336	98,31
Первомайский район	32800	31851	97,11
Раздольненский район	30600	30429	99,44
Сакский район	76400	76326	99,90
Симферопольский район	152100	160772	105,70
Советский район	31900	31545	98,89
Черноморский район	30500	30427	99,76
Итого по городским округам	1050500	1073382	102,18
Всего по Республике Крым	1889400	1913731	101,29

Из 10-и сельских муниципальных округов северной части Равнинного Крыма – у 9-и из них уровень среднемесячной заработной платы меньше среднего уровня этого же показателя в целом по Республике Крым, у 7-и округов среднемесячная заработная плата – менее 90%, а у 2-х округов – менее 85% от средне крымского уровня этого же показателя (таблица 2).

Таблица 2

Среднемесячная заработная плата в сельских муниципальных районах  
Республики Крым

Сельские муниципальные районы	Среднемесячная заработная плата – всего, руб.	Отклонение от среднего уровня среднемесячной заработной платы	
		всего – +;-, руб.	процентов
Бахчисарайский район	25161,8	-1003,2	96,2
Белогорский район	23072,3	-3092,7	88,2
Джанкойский район	20134,0	-6031,0	77,0
Кировский район	22263,8	-3901,2	85,1
Красногвардейский район	24357,4	-1807,6	93,1
Краснопереконский район	21430,4	-4734,6	81,9
Ленинский район	23867,2	-2297,8	91,2
Нижнегорский район	22427,2	-3737,8	85,7
Первомайский район	21999,0	-4166,0	84,1
Раздольненский рн	22791,6	-3373,4	87,1
Сакский район	23091,6	-3073,4	88,3
Симферопольский район	26303,2	+138,2	100,5
Советский район	24610,3	-1554,7	94,1
Черноморский район	36974,7	+10809,7	141,3
В среднем по Республике Крым	26165,0	x	x

Минимальный уровень данного показателя (на уровне 77%) наблюдается в том же Джанкойском районе. Исключение составляет средняя заработная плата в Черноморском районе республики (+41,3%), где сосредоточено производство по добыче природного газа. В тоже время в целом среднемесячный уровень заработной платы в среднем по муниципальным округам Предгорного Крыма и Южного Берега Крыма находится на средне крымском уровне, кроме г. Симферополь, где он превышает 27%.

Таблица 3

Дивергенция муниципальных округов Республики Крым в 2015-2017 гг.

Муниципальные округа	Коэффициент дивергенции территориальных единиц	Ранг	Тип муниципального округа*	Коэффициент эластичности финансового результата организаций муниципалитета по	
				основному капиталу	величине среднемесячной заработной плате
Республика Крым	1,0	-	x	1,703	1,454
г. Симферополь	3,477	1	A	1,504	9,100
г. Краснопереконск	3,341	2	A	2,047	-3,68
г. Судак	0,571	3	П	7,677	-12,062
г. Ялта	0,552	7	П	-38,079	-920,858
г. Саки	0,546	4	П	-3,788	-51,327
г. Алушта	0,527	8	П	-11,662	-27,632
Ленинский район	0,505	5	П	-6,016	-14,509
Красногвардейский район	0,394	6	П	-4,302	-6,636

Продолжение таблицы 3

Муниципальные округа	Коэффициент дивергенции территориальных единиц	Ранг	Тип муниципального округа*	Коэффициент эластичности финансового результата организаций муниципалитета по величине среднемесячной заработной плате	
				основному капиталу	величине среднемесячной заработной плате
г. Феодосия	0,278	9	П	2,535	18,412
г. Керчь	0,268	10	П	-0,473	-9,798
Белогорский район	0,252	11	П	0,869	9,577
Красноперекопский район	0,176	12	Д	0,846	85,132
Бахчисарайский район	0,142	13	Д	7,843	2,892
Сакский район	0,108	14	Д	-0,687	-4,899
Симферопольский район	0,071	15	Д	0,632	3,136
г. Евпатория	0,056	16	Д	-14,706	-7,762
г. Джанкой	0,056	17	Д	-1,745	14,442
Нижнегорский район	0,036	18	Д	-92,193	614,295
Кировский район	0,033	19	Д	-0,739	5,192
Раздольненский район	0,028	20	Д	11,488	184,908
Первомайский район	0,015	21	Д	0,877	7,850
Советский район	-0,032			-92,193	614,295
Черноморский район	-0,062	22	У	-11,662	-27,632
г. Армянск	-0,076	23	У	11,488	184,908
Джанкойский район	-0,248	24	У	-38,079	-620,858

\* Условные обозначения муниципальных округов: А – активный; П – проблемный; Д – депрессивный; У – ультрадепрессивный.

На значительные риски несоответствия между функциями крымского макрорегиона и процессами развития промышленного, аграрного и транспортного секторов в муниципалитетах и населенных пунктах указано в Целевой программе Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2020 г. [3]. При общем росте экономики и благосостояния населения в целом по Республике Крым за период после воссоединения Крыма с Россией наблюдается как резкая региональная дивергенция муниципальных районов республики, так и дифференциация социально-экономических условий жизни в населенных пунктах разной людности внутри различных сельских муниципальных районов северной части Равнинного Крыма.

Аналогичные тенденции развиваются как в странах с развитой, так и развивающейся экономической системами. Давно известны депрессивные регионы Среднего Запада в США (с серьезными проблемами г. Детройт), восточные земли в ФРГ, южные регионы Италии, северо-западные территории в Болгарии, северные районы (кроме г. Киева) Украины и т.д.

Неравномерность социально-экономического развития рыночного пространства обусловило появление как регионов (субрегионов) с успешными, так и с ультра депрессивными социально-экономическими показателями их состояния и уровнем жизни проживающего там населения.

При подведении итогов разнообразных факторов, влияющих на дивергенцию крымских муниципальных территориальных образований, ключевыми экономическими показателями являются: коэффициент дивергенции территориальных единиц, который можно рассчитать как отношение между валовой добавленной стоимостью (финансового результата хозяйственных организаций) на душу населения конкретного субрегиона Крыма за анализируемый период и среднекрымского аналогичного показателя; коэффициента региональной эластичности валовой добавленной стоимости (финансового результата по организациям муниципалитета) на душу населения по изменениям показателей уровня инвестиций в основной капитал и величины среднемесячной номинальной заработной платы работников предприятий и организаций муниципального района в анализируемом периоде.

Наблюдение за экономической динамикой социально-экономических процессов в муниципальных округах на территории Республики Крым осуществлялось на территории всех 24 муниципальных округов после воссоединения Республики Крым с Российской Федерацией (в 2015-2017 гг.) в период, когда можно было проводить относительно надежные сопоставления статистических показателей.

Муниципальными округа в Крыму на протяжении 2015-2017 гг. имели разные темпы социально-экономической динамики. Между наиболее контрастными территориями была значительная дифференциация. Отношение показателя финансового результата по организациям муниципалитета на душу населения наиболее активного субрегиона (г. Симферополь) к самому ультрадепрессивному (Джанкойский район) за анализируемый период ухудшилось и составило 237:1 в 2015 г. и 424:1 в 2017 г. Подобную закономерность можно наблюдать при примере соотношения г. Симферополь – Крым в целом (4:1 – в 2015 г. и 5:1 в 2017 г.). Приведенные цифры позволяют констатировать, что дивергенция городских округов и сельских муниципальных районов Крыма очевидна, хотя динамики различий у них разная. Одновременно с процессами региональной дифференциации в Крыму имеют место и процессы конвергенции. Это в первую очередь касается промышленных регионов (города Симферополь и Красноперекоск), которых можно назвать лидерами регионального сближения. На протяжении анализируемого периода они имели практически одинаковые темпы роста финансового результата организаций этих территорий с динамикой позитивной диспропорциональности по отношению к общекрымскому показателю. Из промышленных территорий только г. Армянск из-за объективных трудностей (отсутствие дешевого сырья и пресной воды) находится в ультрадепрессивном состоянии.

Особенно проблемными в социальном и экономическом плане являются сельские муниципальные округа северной части Равнинного Крыма, развитие (или стагнация) которых в значительной степени зависит от эффективности региональной политики соответствующих муниципальных администраций. В этой связи такие администрации должны приобрести соответствующий уровень компетенций по анализу причин социально-экономической дивергенции сельских районов и поселений, иметь инструментарий для ревитализации экономики отстающих сельских территориальных образований.

У районов северной части Равнинного Крыма есть все потенциальные условия эффективного развития: наличие квалифицированных кадров, в целом благоприятные природные условия, наличие емкого и стабильного рынка сбыта сельскохозяйственной продукции. Кроме того, в регионе отсутствует жесткая конкуренция на местном рынке из-за боязни экономических санкций со стороны США и Европейского Союза. В это же время местные товаропроизводители: сельскохозяйственные предприятия и хозяйства населения даже в относительно благоприятные годы обеспечивали только две трети от потребностей местных жителей и отдыхающих в продовольствии.

#### *Список литературы*

1. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2018: Р32 Стат. сб. / Росстат. – М., 2018. 1162 с.
2. Регионы России. Социально-экономические показатели 2016: Р32 Стат. сб. / Росстат. – М., 2016. 1326 с.
3. Постановление Правительства РФ от 11 августа 2014 г. N 790 «Об утверждении федеральной целевой программы «Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2020 года» – Режим доступа: <http://base.garant.ru/70714732/#friends>.
4. Костяева А.И. В поисках механизмов развития сельских территорий // АПК: Экономика, управление. – 2016. №10. С. 77-85.
5. Антонова Н.А. Пути социально-экономического развития сельских территорий (на примере Южного федерального округа) // Вестник АПК Ставрополя. – 2015. – №3(19). С. 184-188.
6. Медкова А.Л. Формирование механизма устойчивого развития сельских территорий : автореферат кандидатской диссертации. – Воронеж. 2012. 25 с.
7. Бедность сельской России в условиях модернизации экономики: процессы и механизмы формирования и преодоления; под редакцией А.М. Сергиенко. – Барнаул: АЗБУКА, 2014. 330 с.
8. Проблемы и перспективы развития АПК и сельских территорий; под редакцией С.С. Чернова. – Издание 2-е, расширенное и дополненное. – Новосибирск: Издательство ЦРНС, 2015. 202 с.
9. Устойчивое развитие сельских территорий : учебное пособие; под редакцией Ф.З. Мичуриной. – Пермь: ИПЦ «Прокрость», 2016. 293 с.
10. Rodríguez-Pose, A. Social Conditions and Economic Performance: The Bond Between Social Structure and Regional Growth in Western Europe // International Journal and Regional Research. – 1998, #22(3). P. 441-459.

11. Petrakos, G., Saratsis, Y. Regional inequalities in Greece // Papers in Regional Science. – 2000. #1/1. P. 57-74.
12. Спектор, М.Д. Развитие и устройство территорий: Монография. – Астана: Фолиант, 2010. 312 с.

---

*Ergin S. M.*

### SUBREGIONAL DIFFERENTIATION OF THE RURAL AREAS IN THE REPUBLIC OF CRIMEA

***Abstract.** In article changes of logistics systems of cargo transfer and passengers, sharply aggravated social problems in rural settlements of a northern part of the Flat Crimea are considered. The author fixes development of initial processes of "social desertification". In the publication the research of social problems of rural municipalities of the Flat Crimea on the basis of integrated assessment of level of social and economic development of rural municipal territories for the purpose of the subsequent development of original specific models of revitalization of economy of the lagging behind rural municipalities of the republic is conducted*

***Key words:** municipal rural areas, level of socio-economic development of the region, the northern part of the Plain Crimea, the program of the development of the rural areas, depressed region, social desertification, the potential of regional development, the convergence and the divergence of rural municipal districts.*

---



УДК 338.012

**КЛАСТЕРИЗАЦИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА  
КАК ПРИОРИТЕТНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ  
АГРОПРОМЫШЛЕННОЙ ИНТЕГРАЦИИ****Бурковский П.В.**

кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории;  
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет  
имени И. Т. Трубилина»,

**Власова Н.В.**

кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории;  
ФГБОУ ВО Кубанский государственный аграрный университет  
имени И. Т. Трубилина»;

**Аннотация.** В статье изучаются вопросы по построению механизма внутриотраслевого сотрудничества малых форм хозяйствования в АПК. Объектом исследования послужили сельскохозяйственные товаропроизводители Краснодарского края. Цель исследования – раскрыть преимущества и организационные предпосылки к концентрации производства, на основе принципов кластеризации. Отмечается, что основой таких систем является кластеризация на основе кооперации.

**Ключевые слова:** сельское хозяйство, кооперация, кластеризация, государственная поддержка, организационное взаимодействие.

Существующий экономический механизм организации производства в аграрном секторе экономике подразумевает прямое и косвенное регулирование затрат, связанных с производством и реализацией готовой продукции на внутреннем и внешнем агропродовольственном рынке.

Выявленные тенденции и проблемы развития АПК региона имеют ярко выраженный отраслевой характер структурных диспропорций между производством и переработкой сельскохозяйственной продукции.

Реформирование отношений собственности на средства производства при организации сельскохозяйственного производства осуществляется под влиянием существенных преобразований производственно-технологической и финансовой основы в экономике. В то же время трансформационные преобразования отношений собственности на средства производства, имевшие место при смене типа экономической системы с административно-командной на рыночную, привели к тяжелым финансово-экономическим последствиям для крупных производственных комплексов (колхозов и совхозов). Резко упал уровень реальных доходов домохозяйств и наступил сырьевой дефицит в отраслевой и воспроизводственной структуре АПК. По данным экспертных оценок количество организаций Краснодарского края, участвующих в деятельности крупных хозяйствующих субъектов, имеющих устойчивые межотраслевые производственные связи,

оценивается в процентном отношении более 20 % от общего их числа (при этом на долю сельского хозяйства приходится около 30 %, обрабатывающих производств – около 29 %, оптовой и розничной торговли – более 40 %), а суммарный объем ВРП в номинальном выражении составляет порядка 34 %.

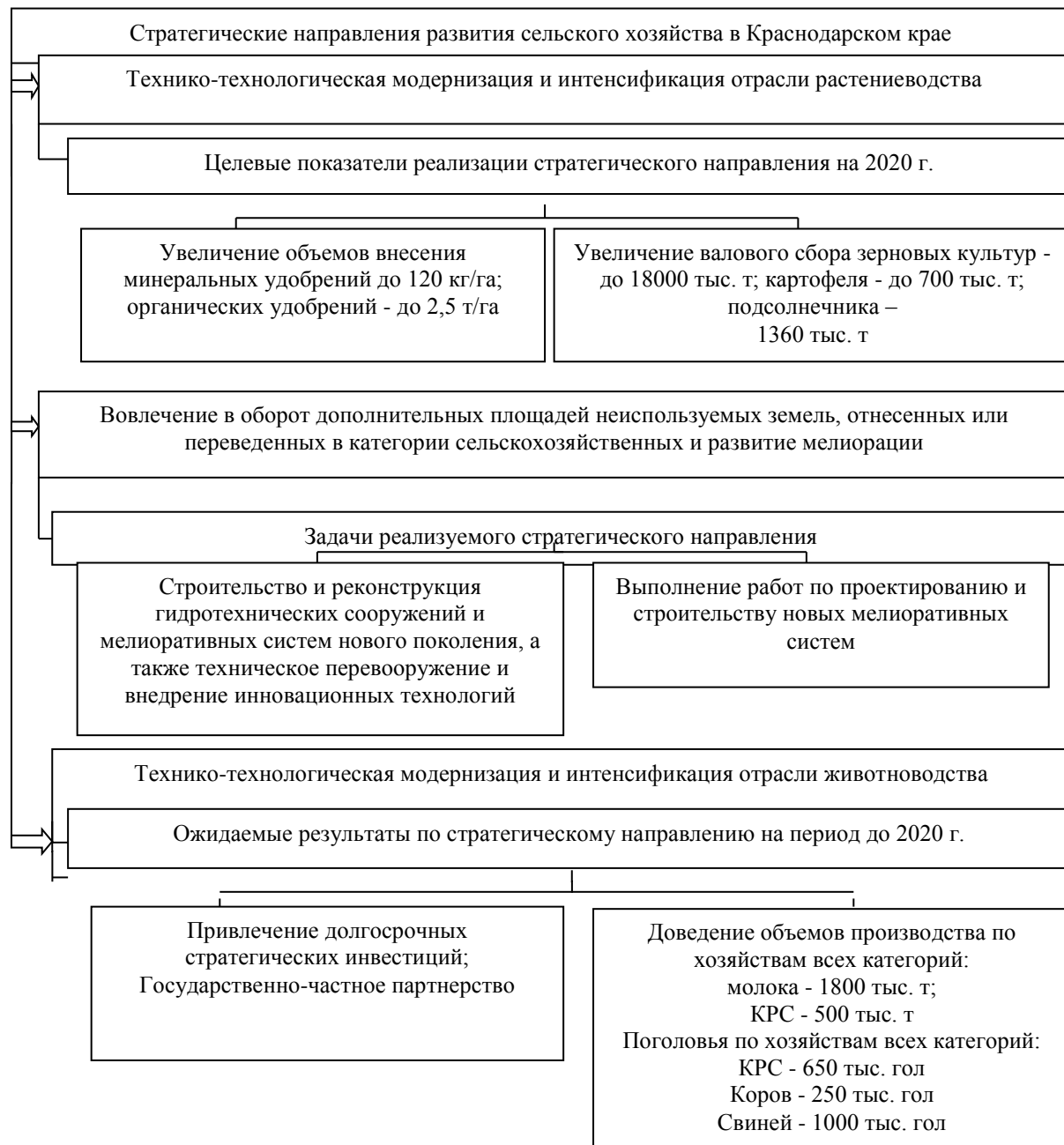


*Рисунок 1. Тенденции и проблемы развития АПК Краснодарского края*

В рамках действующей государственной программы Краснодарского края «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия», разработанной на период 2016-2021 гг., для решения проблемы обеспеченности трудовыми ресурсами предусмотрен ряд мероприятий:

- внедрение системы дополнительного профессионального образования по всем категориям работников АПК;
- использование всех необходимых мер по привлечению кадров для работы в сельской местности;
- повышение престижа работника аграрной сферы.

Реализуемая в настоящее время государственная аграрная политика направлена на обеспечение полноты и всестороннего развития финансово-кредитных, материально-технических и трудовых отношений между всеми отраслями агропромышленного комплекса, куда также включается и социальное развитие сельских территорий.



**Рисунок 2. Основные стратегические направления развития сельского хозяйства в Краснодарском крае на период до 2010 г.**

Таким образом, основой развития АПК региона на среднесрочную перспективу должна стать технологическая модернизация и оптимизация ресурсоемкости основных фондов, что позволит провести качественный рост производственных мощностей и повысить конкурентоспособность сельскохозяйственных товаропроизводителей. В качестве итогового производственного эффекта планируется ежегодный прирост

производства продукции растениеводства на 7,5 %, продукции животноводства на 10 %.

Таким образом, можно сделать вывод о важности рассмотрения вопросов в части изучения процессов агропромышленной интеграции при организации сельскохозяйственного производства для повышения его эффективности. Несмотря на очевидные системные преимущества, агропромышленные формирования неизбежно подвергаются влиянию довольно обширного круга проблемных ситуаций, связанных с построением эффективных организационных структур управления, организацией их финансовой устойчивости. Необходимо также соблюдать целевых параметры производственной активности в рамках реализуемой Государственной программы развития сельского хозяйства, преодоление институциональных барьеров, задаваемых требованиями к членству экономики России в ВТО. [3].

Рассмотрим карту организационно-правовых форм производителей сельскохозяйственного сырья согласно данным агропортала Краснодарского края. Данная характеристика позволяет определить тенденции организационной направленности отношений собственности на средства при многообразии хозяйственных форм взаимодействия сельскохозяйственных товаропроизводителей (таблица 1).

Как видно по данным, представленным в таблице 1, карта организационно-правовых форм производителей сельскохозяйственного сырья на территории Краснодарского края характеризуется преобладанием малых хозяйствующих субъектов, большая часть из которых относится к личным подсобным хозяйствам (ЛПХ) и крестьянским (фермерским) хозяйствам (КФХ). Наименьшую долю в структуре производителей занимают крупные организации, где больше всего по организационно-правовой форме представлено публичных акционерных обществ (ПАО). Преобладание малых форм хозяйствования на карте организационно-правовых форм производителей сельскохозяйственного сырья связано со стихийными процессами приватизации и постприватизационного периода, когда разрушение крупных территориально-производственных комплексов в АПК не сопровождалось их реорганизацией, либо созданием новых. Данные тенденции по слабой ресурсной обеспеченности и низком производственном потенциале мелких производителей, обосновывает необходимость реформирования производственных связей и выравнивание дисбаланса между ресурсным потреблением и производством готовой продукции крупными хозяйствующими субъектами в АПК.

Решение данной задачи возможно на основе кооперации производства, труда и капитала, а также дальнейшего развития интеграционного взаимодействия в форме межхозяйственного сотрудничества и формирования организационно-хозяйственных связей по полному производственному циклу [1].

Таблица 1

Карта организационно-правовых форм производителей сельскохозяйственного сырья в Краснодарском крае (данные на 2018 г., агропортал)

Тип организационно-правовой формы	Количество хозяйствующих субъектов всего, ед	в том числе:		
		крупные	средние	малые
ООО	267	82	51	134
в % от общего количества	5,29	78,85	44,74	2,78
ОАО	31	1	22	8
в % от общего количества	0,61	0,96	19,29	0,16
ЗАО	43	3	28	12
в % от общего количества	0,85	2,88	24,56	0,25
ИП	584	-	-	584
в % от общего количества	11,58	-	-	12,1
ГУП	2	-	-	2
в % от общего количества	0,04	-	-	0,04
ЛПХ	2461	-	-	2461
в % от общего количества	48,79	-	-	50,99
К(Ф)Х	1603	-	-	1603
в % от общего количества	31,78	-	-	33,21
СХТП	4	-	-	4
в % от общего количества	0,08	-	-	0,08
ПАО	10	10	-	-
в % от общего количества	0,2	9,61	-	-
АО	20	7	6	7
в % от общего количества	0,4	6,73	5,26	0,14
СПК	10	-	3	7
в % от общего количества	0,2	-	2,63	0,14
СХПК	2	-	1	1
в % от общего количества	0,04	-	0,88	0,02
ФГУП	4	1	1	2
в % от общего количества	0,08	0,96	0,88	0,04
ФГБНУ	1	-	1	-
в % от общего количества	0,02	-	0,88	-
СССПК	-	-	-	-
в % от общего количества	-	-	-	-
ПУ	-	-	-	-
в % от общего количества	-	-	-	-
Учебное (опытное) хозяйство	2	-	1	1
в % от общего количества	0,04	-	0,88	0,02
Итого	5044	104	114	4826

За рассматриваемый период 2010-2017 гг. на территории Краснодарского края отмечается снижение посевных площадей сельскохозяйственных культур на 5,3 %, при этом наиболее существенные отклонения в сторону негативных тенденций развития отрасли отмечаются в животноводстве. Резко снизилось поголовье свиней - на 46,1 %, сократилось производство шерсти на 52,5 %, меда - на 0,7 %.

Главная цель предлагаемых форм агропромышленной интеграции в сельском хозяйстве состоит в реализации мероприятий, направленных на концентрацию сельскохозяйственного производства и повышении рентабельности малых форм хозяйствования.

В рамках действующей муниципальной программы «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия необходима подпрограмма по развитию муниципального фермерского агрокластера «и поддержке ярмарочной сети. В данной подпрограмме должен быть предусмотрен перечень дополнительных стимулирующих субсидий для всех фермеров, а также предоставление земельных участков из фонда муниципальных земель.

При реализации подпрограммы должна быть сформирована целевая группа участников по созданию муниципального фермерского агрокластера с организацией собственной сельскохозяйственной ярмарки, которая будет состоять из крестьянских (фермерских) хозяйств и индивидуальных предпринимателей, занимающихся сельскохозяйственным бизнесом на территории муниципального образования г. Армавир.

Участники целевой группы должны быть распределены по отраслевой специализации: кормопроизводство, животноводство, сбыт. Необходимо разработать единый инвестиционный проект и сформировать бизнес план по организации производства и реализации продукции животноводства муниципальным фермерским агрокластером.

Общая стоимость проекта по организации производственной деятельности муниципального фермерского агрокластера оценивается в 17402,0 тыс руб, причем до 50 % данных средств планируется привлечь из внебюджетных источников в виде частных инвестиций от участия в кредитной кооперации, активного внедрения механизмов государственно-частного партнерства, а 50 % будут составлять бюджетные средства, направляемые в рамках реализации муниципальной целевой программы «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия в части предлагаемой подпрограммы по развитию муниципального фермерского агрокластера и поддержке ярмарочной сети. Схема организации деятельности муниципального фермерского агрокластера представлена на рисунке 3.

В основе интеграционного взаимодействия между сельскохозяйственными товаропроизводителями должен быть положен принцип межотраслевого взаимодействия, когда каждая целевая группа агрокластера реализует узкоспециализированную функцию в рамках общей стратегии делового сотрудничества по производству и реализации сельскохозяйственной продукции. Данное межотраслевое сотрудничество в рамках производства и реализации позволит снизить транзакционные расходы и улучшить показатели по оборачиваемости сырья и готовой

продукции. Кроме того, наличие собственной заготовительной базы по кормопроизводству позволит разрабатывать оптимизационные планы по кормлению сельскохозяйственных животных и осуществлять планирование производственных затрат в животноводстве по заданному уровню коммерческой рентабельности.

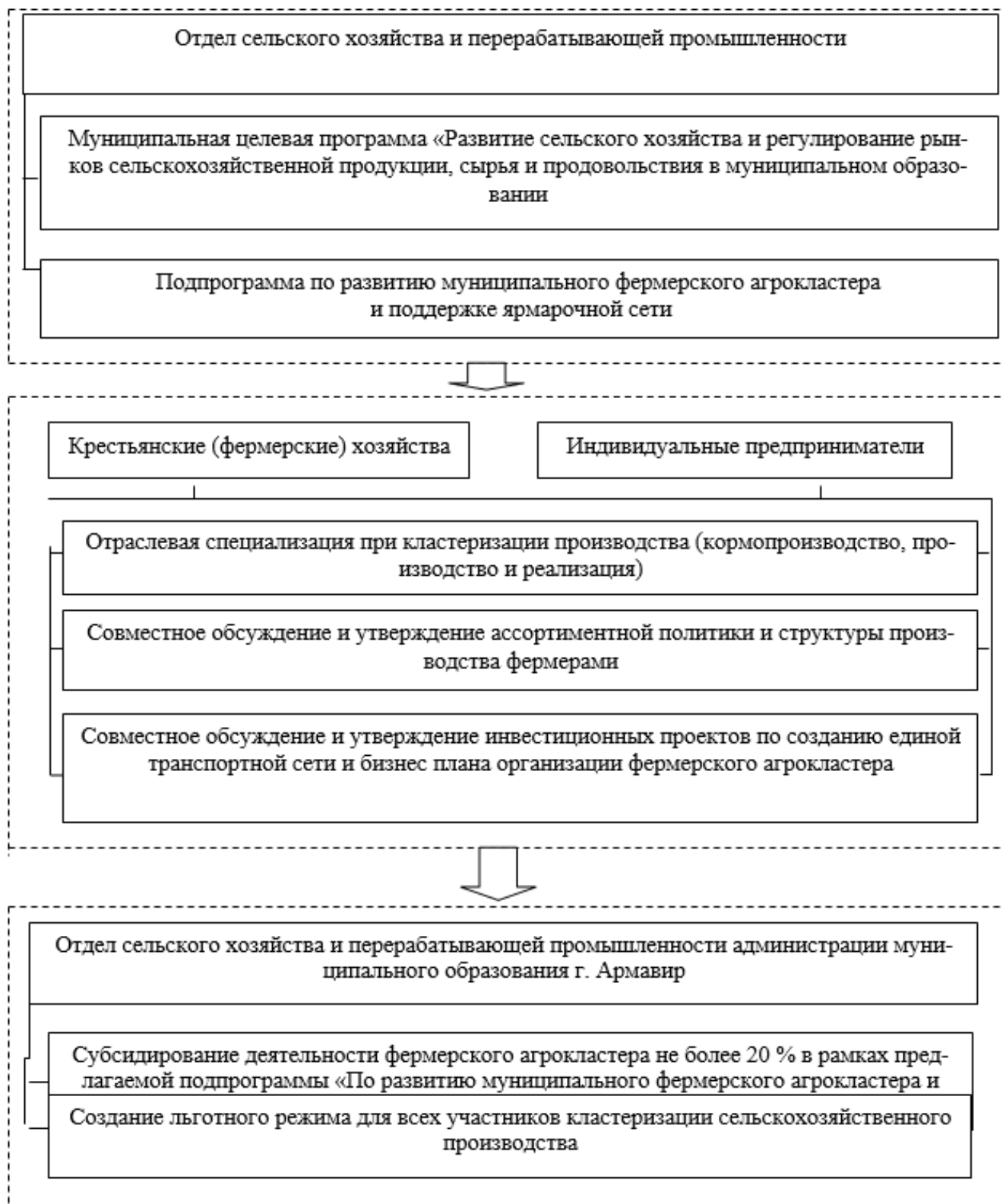


Рисунок 3 – Схема организации функционирования муниципального фермерского агрокластера

В основе интеграционного взаимодействия между сельскохозяйственными товаропроизводителями должен быть положен принцип межотраслевого взаимодействия, когда каждая целевая группа агрокластера реализует узкоспециализированную функцию в рамках общей стратегии делового сотрудничества по производству и реализации сельскохозяйственной продукции. Данное межотраслевое сотрудничество в рамках производства и реализации позволит снизить транзакционные расходы и улучшить показатели по оборачиваемости сырья и готовой продукции. Кроме того, наличие собственной заготовительной базы по кормопроизводству позволит разрабатывать оптимизационные планы по кормлению сельскохозяйственных животных и осуществлять планирование производственных затрат в животноводстве по заданному уровню коммерческой рентабельности.

Крестьянские (фермерские) хозяйства и индивидуальные предприниматели организуют агрокластер, путем имущественных и паевых взносов (земельных долей, сельскохозяйственных животных, или иной продукции), привлекают на работу дополнительный персонал, закупают новое оборудование и технику, используя преимущества от совместного использования объединяемых производственных ресурсов и участия в кредитной кооперации фермеров [2].

Схема концентрации производства сельскохозяйственных организаций по кластерному типу организации хозяйственной деятельности представлена на рисунке 4.

Предлагаемая хозяйственная организация фермеров на основе кластеризации сельского хозяйства призвана объединить и использовать весь производственный потенциал малых форм хозяйствования в агропромышленном комплексе, объединять ресурсы производства и инфраструктуры. Формирование ярмарочной сети должно строиться на основе единой системы транспортного обслуживания по поставкам и реализации готовой продукции на территории Краснодарского края.

Для этого агрокластер предполагает межотраслевое сотрудничество в рамках единой технологической системы производства, распределения, обмена и потребления (производитель-потребитель).

Для роста скорости оборачиваемости оборотных средств, в частности, готовой продукции, необходимо развивать ярмарки готовой продукции собственного производства. Данные хозяйственные структуры позволят обеспечить эффективное содействие процессам воспроизводства животноводческой продукции через единую систему снабженческо-сбытовой деятельности.

Схематично принципы организации деятельности агрокластера можно представить в виде четырех основных блоков (рисунок 5).





Рисунок 4. Проектируемая схема кластеризации в сельском хозяйстве



*Рисунок 5. Принципы организации деятельности муниципального агрокластера*

Экономический интерес такого участия для фермеров заключается в возможности улучшить свои финансовые показатели, за счет кооперационных связей, эффекта экономии затрат, расширить производство и обновить технологию, в возможности использования льгот, которые предусмотрены для них предлагаемой подпрограммой и сформированным муниципальным фондом по поддержке фермерской кредитной кооперации.

Таким образом, проведенный анализ тенденций развития отраслевой структуры АПК региона выявил ряд первоочередных проблем по снижению показателей производства и реализации продукции животноводства, что ограничивает и без того слабую ресурсную базу перерабатывающих производств. В крае остается на достаточно высоком уровне показатель нагрузки на сельхозтехнику и уровень ее износа. Отмечается дефицит внедрения новых, прогрессивных технологий и перспективных форм организации сельскохозяйственного производства. Для решения указанных проблем необходимо качественное совершенствование процесса производства, переработки и реализации продукции с использованием моделей кластеризации хозяйственной деятельности, внедрения систем «точного» земледелия и мелиорации. Первоочередной задачей является разработка перспективных моделей кооперации малых форм хозяйствования и малых предприятий в АПК с целью формирования предпосылок к дальнейшим процессам агропромышленной интеграции, обеспечивающей рост ресурсных возможностей производителей и конкурентоспособность производимой продукции.

#### **Список литературы**

1. Бурковский П. В. Предпосылки развития и преимущества агропромышленной интеграции в сельскохозяйственном производстве региона (по материалам Краснодарского края) / П. В. Бурковский // Труды Кубанского государственного аграрного университета. – Краснодар: КубГАУ, 2017. - № 64. – С. 7-13.
2. Дулин М. П., Сергеева А. И. Бурковский П. В. Проблемы и пути совершенствования механизма государственной поддержки аграрного сектора экономики Краснодарского края / М. П. Дулин, А. И. Сергеева, П. В. Бурковский // Труды Кубанского государственного аграрного университета. – Краснодар: КубГАУ, 2015. - № 53. – С. 17-21.
3. Власова Н. В. Тенденции развития агропродовольственного сектора России как динамичной отрасли экономики / Н. В. Власова // Развитие аграрного рынка в

условиях глобальных вызовов. – Сб. статей конф. – Краснодар: КубГАУ, 2016. – С. 46-54.

---

*Burkovsky P. V., Vlasova N. V.*

**CLUSTERING OF AGRICULTURAL PRODUCTION AS A PRIORITY  
DIRECTION OF DEVELOPMENT OF AGRO-INDUSTRIAL INTEGRATION (BY  
THE MATERIAL OF KRASNODAR REGION)**

*Abstract.* The article examines the issues of building a mechanism of intra-industry cooperation of small business in the agro-industrial complex. The object of the study was the agricultural producers of the Krasnodar region. The purpose of the study is to reveal the advantages and organizational prerequisites for the concentration of production, based on the principles of clusterization. It is noted that the basis of such systems is clustering based on cooperation.

*Key words:* agriculture, cooperation, clustering, state support, organizational interaction.

---

УДК 330:061.2/.3

**ПРАВОВОЙ РЕЖИМ ЗЕМЕЛЬ  
КРЕСТЬЯНСКИХ (ФЕРМЕРСКИХ) ХОЗЯЙСТВ  
В ЭКОНОМИКЕ РОССИИ ПЕРЕХОДНОГО ПЕРИОДА**

***Вареник П. К.***

*полковник юстиции, преподаватель, Финансовый Университет при  
правительстве Российской Федерации, Департамент правового регулирования  
экономической деятельности*

**Аннотация:** в статье рассматривается правовой статус крестьянских (фермерских) хозяйств в контексте предоставления, приобретения и пользования земельными участками для ведения хозяйства, в обобщенном виде формулируются права собственников земельных участков, землепользователей и арендаторов.

**Ключевые слова:** фермерское хозяйство, собственность, пользование, кадастр, аренда, земля.

Определение крестьянского (фермерского) хозяйства дано в ст.1 Федерального Закона РФ от 11 июня 2003 года № 74-ФЗ «О крестьянском (фермерском) хозяйстве» (далее Закон).

Крестьянское (фермерское) хозяйство (далее КФХ) представляет собой объединение граждан, связанных родством и (или) свойством, имеющих в общей собственности имущество и совместно осуществляющих производственную и иную хозяйственную деятельность (производство, переработку, хранение, транспортировку и реализацию сельскохозяйственной продукции), основанную на их личном участии.

Крестьянское хозяйство – это форма свободного предпринимательства, осуществляемого на принципах экономической выгоды. Членами крестьянского хозяйства считаются трудоспособные члены семьи и другие граждане, совместно ведущие хозяйство. Права и обязанности граждан, ведущих крестьянское хозяйство, закреплены в ст.15 данного Закона, который применяется с учетом норм земельного и гражданского законодательства.

Правовой режим земель крестьянских (фермерских) хозяйств имеет свою специфику. Порядок предоставления и приобретения земельных участков для ведения фермерского хозяйства предусмотрен Гражданским кодексом РФ (ст. 218, 217) (далее ГК), Земельным кодексом РФ (ст. 28-34), Федеральным законом «Об обороте земель сельскохозяйственного назначения» (ст. 3, 4, 9 и 10).

Земельный участок крестьянского (фермерского) хозяйства принадлежит его членам на праве совместной собственности, если законом или договором между ними не установлено иное (ст. 257 ГК РФ). Участники совместной собственности, если иное не предусмотрено соглашением между ними, сообща владеют и пользуются общим имуществом.

Распоряжение имуществом, находящимся в совместной собственности, осуществляется по согласию всех участников, которое предполагается независимо от того, кем из участников совершается сделка по распоряжению имуществом (п.п. 1 и 2 ст. 253 ГК РФ).

В соответствии с пунктом 3 ст. 253 ГК РФ каждый из участников совместной собственности вправе совершать сделки по распоряжению общим имуществом, если иное не вытекает из соглашения всех участников. Совершенная одним из участников совместной собственности сделка, связанная с распоряжением общим имуществом, может быть признана недействительной по требованию остальных участников по мотивам отсутствия у участника, совершившего сделку, необходимых полномочий только в случае, если будет доказано, что другая сторона в сделке знала или заведомо должна была знать об этом.

Распоряжение имуществом, находящимся в долевой собственности, осуществляется по соглашению всех ее участников (ст. 246 ГК РФ). Следовательно, распоряжение земельным участком, находящимся в общей долевой собственности членов крестьянского хозяйства, возможно только с письменного согласия всех участников общей собственности.

В соответствии с пунктом 2 ст. 258 ГК РФ, земельный участок и средства производства, принадлежащие крестьянскому (фермерскому) хозяйству, при выходе одного из его членов из хозяйства разделу не подлежат. Вышедший из хозяйства имеет право на получение денежной компенсации, соразмерной его доле в общей собственности на это имущество. Эта норма направлена на обеспечение стабильности сельскохозяйственного производства и имеет своей целью защиту крестьянского (фермерского) хозяйства. При отсутствии наследников, желающих вести крестьянское хозяйство, земельный участок передается по наследству в размерах, установленных для ведения личного подсобного хозяйства, для обслуживания жилого дома либо для садоводства или животноводства.

Наследник земельного участка имеет право на получение стоимости отчуждаемого земельного участка, на который не переходит право собственности.

Право на получение земельной доли получили работники сельскохозяйственных организаций, пенсионеры этих организаций, а также работники предприятий здравоохранения, культуры, быта, связи, торговли, питания, образования, расположенных на территории этих сельскохозяйственных организаций.

Указанные земельные доли разрешено выделять в натуре для создания и расширения фермерского хозяйства в порядке, установленном ст. 13 Федерального закона «Об обороте земель сельскохозяйственного назначения». Кроме того, для ведения фермерского хозяйства предоставляются в собственность, в том числе и бесплатно, земельные участки из находящихся в государственной или муниципальной собственности земель по нормам, установленным в соответствии со ст. 33 Земельного

кодекса РФ, а также в аренду без ограничения площади арендуемых земель в соответствии со ст. 9 и 10 Федерального закона «Об обороте земель сельскохозяйственного назначения».

Участник долевой собственности (собственник земельной доли) вправе требовать выдела земельного участка в счет доли в праве общей собственности для создания и расширения фермерского хозяйства, а также для передачи земельного участка в аренду, включая передачу земельного участка в аренду фермерскому хозяйству.

Выдел земельного участка в счет земельной доли (земельных долей) – это переход части земельного участка, находящегося в общей собственности, в собственность участника долевой собственности и прекращение для этого участника права на земельную долю (земельных долей).

Выделенный земельный участок (новый сформированный земельный участок) подлежит государственному кадастровому учету в соответствии с Федеральным законом «О государственном земельном кадастре» и государственной регистрации в соответствии с Федеральным законом «О государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним».

Согласно ст. 7 Земельного кодекса РФ земли в Российской Федерации по целевому назначению подразделяются на 7 категорий: 1) земли сельскохозяйственного назначения; 2) земли поселений; 3) земли промышленности, энергетики, транспорта, связи, радиовещания, телевидения, информатики, земли для обеспечения космической деятельности, земли обороны, безопасности и земли иного специального назначения; 4) земли особо охраняемых территорий и объектов; 5) земли лесного фонда; 6) земли водного фонда; 7) земли запаса.

Общий порядок предоставления земельных участков для строительства из земель, находящихся в государственной или муниципальной собственности, определен в ст. 30–33 Земельного кодекса РФ.

Получив в регистрационной палате документ, удостоверяющий право на земельный участок (собственность, постоянное (бессрочное) пользование, пожизненное наследуемое владение, аренда) фермер имеет право распоряжаться этим земельным участком в соответствии с требованиями законодательства.

Статья 12 Закона детально регулирует отношения фермера и органов публичной власти по предоставлению земельных участков, находящихся в государственной и муниципальной собственности, для ведения фермерского хозяйства.

КФХ осуществляет предпринимательскую деятельность без образования юридического лица. Данная норма соответствует содержанию статьи 23 Гражданского кодекса РФ, однако, в соответствии со ст. 259 ГК членами крестьянского (фермерского) хозяйства на базе имущества хозяйства может быть создано хозяйственное товарищество или производственный кооператив. Кроме того, в

соответствии со ст.23 ГК крестьянское (фермерское) хозяйство может осуществлять деятельность путем регистрации его главы как индивидуального предпринимателя. Он выступает в гражданском обороте от своего собственного имени и отвечает по долгам от предпринимательской деятельности всем своим имуществом (ст.24 ГК). Глава крестьянского хозяйства представляет его интересы в отношениях с предприятиями, организациями, гражданами и государственными органами.

В соответствии со ст.209 ГК собственнику принадлежат права владения, пользования и распоряжения своим имуществом. В частности, собственнику земельного участка предоставлено право продавать его, передавать по наследству, дарить, сдавать в залог, аренду, доверительное управление, обменивать, передавать земельный участок или часть его в уставные (складочные) капиталы хозяйственных товариществ и обществ, производственных кооперативов, в том числе с иностранными инвестициями, и т.д.).

Сельскохозяйственные организации используют в настоящее время основную часть земель сельскохозяйственного назначения, к которым относятся земли, предоставленные для нужд сельского хозяйства или предназначенные для этих целей.

Приоритет сельскохозяйственного землепользования выражается и в тех требованиях, которые должны учитываться при изъятии земель для несельскохозяйственных нужд. Ранее действовавшее земельное законодательство особо жесткий режим охраны земель при их изъятии устанавливало в отношении пашни, орошаемых и осушенных земель. Действующее законодательство (ст. 24 ЗК РСФСР) применительно к изъятию земель для государственных и муниципальных (несельскохозяйственных) нужд выделяет наиболее продуктивные земли двух видов по другим признакам:

- 1) сельскохозяйственные угодья с кадастровой оценкой выше среднего районного уровня;
- 2) особо ценные для данного района продуктивные угодья (в том числе опытные поля).

Изъятие особо ценных для данного региона продуктивных земель в том числе опытных полей (участков) научно-исследовательских учреждений и учебных заведений, а также других особо охраняемых территорий, не допускается. Перечень участков таких земель устанавливается органами власти субъектов Российской Федерации.

В случае изъятия земель сельскохозяйственного назначения для несельскохозяйственных нужд, кроме убытков, причиненных таким изъятием, возмещаются потери сельскохозяйственного производства.

Последние возмещаются также при ограничении использования земель сельскохозяйственного назначения, вызванного деятельностью каких-либо предприятий и организаций.

Действующее законодательство предусматривает несколько видов прав, на которых может базироваться использование земли сельскохозяйственными предприятиями: собственность, бессрочное (постоянное) пользование, временное пользование, аренда.

Конституция Российской Федерации (ст. 9, 36) затрагивает только проблему собственности на землю, устанавливая, что «земля и другие природные ресурсы могут находиться в частной, государственной, муниципальной и иных формах собственности». Оставляя в стороне спорный вопрос о понятии «форма собственности», введенном еще Конституцией СССР 1936 г., мы будем говорить не о разнообразии форм, а о множестве субъектов права собственности. До недавнего времени единственным субъектом права собственности на землю было государство. Сейчас выделяется и частная собственность на землю, к которой относится не только собственность отдельных граждан, но и юридических лиц. Иначе говоря, всякая земельная собственность, не являющаяся государственной или муниципальной, относится к частной собственности, независимо от того, кто является ее субъектом (граждане или юридические лица).

Государственное сельскохозяйственное предприятие не может иметь землю на праве собственности, ибо у государственного предприятия земля может быть только государственной. Другие, т. е. негосударственные сельскохозяйственные предприятия, могут использовать землю как на праве собственности, так и на праве бессрочного (постоянного) пользования землей. Собственность и право бессрочного (постоянного) пользования землей – это два основных титула, на которых зиждется право владения и пользования земельными участками сельскохозяйственных предприятий. На праве аренды возможна организация сельскохозяйственного производства. На практике сельскохозяйственные предприятия берут земли в аренду или во временное пользование обычно дополнительно к тем, которые они используют на праве собственности или бессрочного (постоянного) пользования.

В Земельном кодексе Российской Федерации формулируются в обобщенном виде права собственников земельных участков, землепользователей и арендаторов. В условиях свободы хозяйственной деятельности на первое место поставлено право самостоятельно хозяйствовать на земле. Это означает, что никто не вправе вмешиваться в хозяйственную деятельность собственника или землепользователя, поскольку он не нарушает действующее земельное законодательство. Как и прежде, собственникам и землепользователям разрешается использовать в установленном порядке для нужд хозяйства имеющиеся на земельном участке общераспространенные полезные ископаемые, торф, лесные угодья, водные объекты, пресные подземные воды. Для промышленного использования требуются соответствующие разрешения.



Собственнику и землепользователю предоставлено право возводить жилые, производственные, культурно-бытовые и иные строения и сооружения. За ними закрепляется право собственности на посевы и посадки сельскохозяйственных культур и насаждений, право в установленном порядке проводить оросительные, осушительные, другие мелиоративные работы, строить пруды и иные водоемы.

Собственник получает стоимость земельного участка в случае его выкупа при предоставлении для государственных или муниципальных нужд и на возмещение убытков, а также может отчуждать земельные участки, передавать в аренду, дополнительно покупать земельные участки. Специальная статья Земельного кодекса посвящена гарантиям прав собственников земельных участков, землепользователей и арендаторов. В частности, в ней установлено, что изъятие для государственных или общественных нужд земель колхозов, совхозов, сельскохозяйственных, научно-исследовательских учреждений и учебных хозяйств, других государственных, кооперативных, общественных сельскохозяйственных предприятий может производиться при условии строительства по их желанию жилых, производственных и иных построек взамен изымаемых и возмещения в полном объеме всех других убытков.

#### *Список литературы*

1. Аграрное законодательство Российской Федерации. Сборник нормативных актов. Составитель – М., 1999. Земельное законодательство. М., 1997. Земельный кодекс РФ.
2. Федеральный закон от 01.01.01 г. «О регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним» // СЗ РФ. 1997. № 30. Ст. 3594.
3. Федеральный закон от 01.01.01 г. «Об ипотеке (залоге) недвижимости» // СЗ РФ. 1998. № 29. Ст. 3400.
4. Федеральный Закон от 01.01.02 года «Об охране окружающей среды» // Собрание законодательств РФ. № 10. Ст. 457.
5. Указ Президента РФ от 01.01.01 г. «О регулировании земельных отношений и развитии аграрной реформы» // САПП. 1993. № 44. Ст. 4191.
6. Указ Президента РФ от 01.01.01 года «Об усилении государственного контроля за использованием и охраной земель при проведении земельной реформы» // САПП РФ. 1993. № 000. Ст. 4935.
7. Положение о порядке возмещения убытков собственникам земель, землевладельцам, землепользователям, арендодателям и потерь сельскохозяйственного производства. Утверждено Постановлением Совета Министров Правительства РФ от 01.01.01 года. // САПП. 1993. № 6. Ст. 483.
8. Гражданский кодекс РФ от 30 ноября 1994 года N 51-ФЗ, часть первая (в ред. Федерального закона от 21. 07. 2012 №109-ФЗ)
9. Земельный кодекс РФ от 25 октября 2001 г. № 136 – ФЗ (в ред. Федерального закона от 21.07.2005 N 111-ФЗ)
10. Федеральный Закон РФ от 11 июня 2003 года N 74-ФЗ «О крестьянском (фермерском) хозяйстве.

11. Федеральный Закон «Об обороте земель сельскохозяйственного назначения (в ред. Федерального закона от 18.07.2005 N 87-ФЗ).
12. Федеральный закон «О государственном земельном кадастре» от 02.01.00 №28-ФЗ.
13. Указ Президента Российской Федерации от 27 октября 1993 г. № 1767 «О регулировании земельных отношений и развитии аграрной реформы в России». (С изм. и доп., внесенными Указами Президента Российской Федерации от 24 декабря 1993 г. № 2287 и от 25 января 2011 г. № 112).
14. Указание Комитета РФ по земельным ресурсам и землеустройству от 27 января 2012 г. N 3 «Об усилении государственного контроля за соблюдением земельного законодательства при выделении земельных участков для организации крестьянских (фермерских) хозяйств».
15. Приказ Министерства РФ по налогам и сборам от 3 декабря 2003 г. N БГ-3-09/664 «Об утверждении форм документов, используемых при государственной регистрации крестьянских (фермерских) хозяйств»
16. Боголюбов С. А., Е. Л. Минина. Комментарий к Земельному кодексу Российской Федерации. – М.: Норма, 2014.
19. Волков Г. А., Голиченков А. К., Козырь О. М. Комментарий к Земельному кодексу Российской Федерации. – М.: БЕК, 2002.
20. Жариков, Ю.Г. Разграничение сферы действия земельного и гражданского законодательства при регулировании земельных отношений. // Государство и право. – № 2. – 2013
21. Земельное право. Учеб. / Под. ред. В.В Петрова, – М.: Стоглав, 2015.
22. Земельное право. Учеб. / Под. ред. С.А. Беголюбова. – М.: Норма, 2012.
23. Калинин Н. И., Удачин А. А. Постатейный комментарий Федерального закона № 74-ФЗ «О крестьянском (фермерском) хозяйстве». //www.ValNet.ru.
24. Краснова И.О. Земельное право: элементарный курс. Изд. 2-е, перераб. и доп. М.: Юристъ, 2013.
25. Крассов О.И. Комментарий к Земельному кодексу Российской Федерации – Юристъ, 2012.
26. Чашкова С. Ю. Крестьянское (фермерское) хозяйство как субъект права и как субъект ответственности: Современное положение и перспективы. // Сибирский Юридический Вестник. – 2016. – № 2

---

*Varenik P.K.*

#### LEGAL REGIME OF PEASANTS (FARM) ECONOMIES IN THE RUSSIAN ECONOMY OF THE TRANSITION PERIOD

*Abstract.* The article discusses the legal status of peasant (farmer) farms in the context of the provision, acquisition and use of land for business, in a generalized form are formulated the rights of land owners, land users and tenants.

*Key words:* farm, property, use, cadaster, rent, land.

---

УДК 338.431

**АПК АБХАЗИИ В КОНТЕКСТЕ ТРАНЗИТИВНЫХ ПРОЦЕССОВ:  
НЕОПРЕДЕЛЕННОСТЬ И ОЖИДАНИЯ*****Шатуна Х.К.****кандидат экономических наук, доцент кафедры национальной экономики,  
экономический факультет, Абхазский государственный университет*

**Аннотация.** В статье проанализированы влияние транзитивных процессов на развитие АПК Абхазии; выявлены причины аграрного кризиса и основные риски функционирования АПК Абхазии; обозначены организационно-институциональные аспекты реформирования АПК на современном этапе.

**Ключевые слова:** транзитивный процесс, кризис АПК, организационно-институциональные преобразования, государственная программа

Транзитивный процесс в Абхазии на рубеже веков совпал во времени с грузино-абхазской войной 1992-1993 гг. и экономической блокадой, введенной странами СНГ в 1996 г. против республики, которые способствовали углублению экономического кризиса и парализовали основные отрасли экономики, в том числе АПК.

Трансформация условий хозяйствования обусловила изменение целевой функции, разбалансированность воспроизводственного механизма АПК Абхазии и обособление основных его элементов, выражающееся в институциональной, организационной и функциональной разобщенности субъектов хозяйственной системы. Такого рода изменения потребовали практики в теоретическом обосновании направлений и рекомендации мер по нивелированию рисков функционирования АПК, что обуславливает актуальность темы.

Транзитивные процессы в экономике вызывают изменения сложившихся институтов и организаций. Отсутствие адекватной институциональной среды ограничивает развитие аграрного сектора республики и определяет необходимость анализа условий, обеспечивающих реформирование институционального и организационного факторов сельскохозяйственного производства.

Вопросам организационного и институционального реформирования экономики посвящено достаточно много исследований. Одним из первых понятие «организация» в экономике исследовал А. Маршалл, он же отнес организацию к факторам производства [4,116]. Изучению сущности, функций и роли организации и институтов в экономике посвящены работы К. Менара, Д. Нортона, О. Уильямсона, Дж. Ходжсона и других исследователей. Особенности организационно-институциональных преобразований в АПК и сельском хозяйстве рассматривались, прежде всего, теоретиками кооперации (Н.П. Макаровым, С.Л. Маслов, М.И. Туган-Барановским, А.В. Чаяновым), а также М. Бакетт, О.С. Белокрыловой, А. Зельднером,

О.В. Иншаковым, З.Н. Козенко, Е.В. Серовой, М. Трейси, И.Ф. Хицковым и другими учеными.

Кризисные процессы в аграрном секторе Абхазии носят негативный и разрушительный характер. К показателям, характеризующим глубину кризиса, можно отнести следующие:

– из 70 тыс. чел трудоспособного сельского населения в сельском хозяйстве занято лишь 259 чел. [5, 41] (0, 62%);

– всеми категориями хозяйств обрабатывается только до 30 тыс. га, т.е. около 90% сельскохозяйственных угодий не используется;

– доля импортной сельскохозяйственной продукции доходит до 60% от валовой продукции сельского хозяйства республики. Абхазский рынок заполнен мясо-молочной продукцией, овощами, фруктами, импортируемыми из России, Турции, продукцией, нелегально завозимой из Грузии;

– по данным социологического исследования населения Абхазии, проведенного в рамках разработки «Стратегии социально-экономического развития Республики Абхазия до 2025 г.» (Стратегия), 68,3% респондентов оценивают состояние отрасли как неудовлетворительное [1, 26].

Выход из экономического кризиса предполагает поэтапно обоснованные, экономически просчитанные, учитывающие интересы сельского населения аграрные реформы, прописанные и реализуемые в рамках Государственной программы развития АПК, составленной на базе Стратегии.

Важным направлением предстоящих преобразований АПК выступают организационные реформы в первую очередь в сельском хозяйстве республики, связанные с совершенствованием его организационной структуры, поддержкой и развитием наиболее адаптированных и перспективных форм организации хозяйственной деятельности.

Следует отметить, что за послевоенные годы произошло существенное изменение организационной структуры сельскохозяйственного производства. В результате чего доминирующие позиции стали занимать личные подсобные хозяйства (ЛПХ) населения. ЛПХ населения Абхазии занимают 25400 га сельскохозяйственных угодий. Доля многолетних насаждений и посевных площадей под ними составляет 74,4% и 25,6%, соответственно. Стоимость валовой продукции сельского хозяйства, произведенной ЛПХ населения, в 2017 г. составила 10,0 млрд. руб., т.е. в среднем на одного сельского жителя республики приходится сельхозпродукции на сумму 83,5 тыс. руб., а на одно сельское домохозяйство – 147,5 тыс. руб. [5].

Как видно из таблицы 1 средние показатели производства продукции ЛПХ населения в расчете на одно сельское домохозяйство в 2016 г. по данным Управления государственной статистики и Министерства сельского хозяйства Абхазии сильно разнятся, так как нет единой методики учета их деятельности.

Важным индикатором состояния ЛПХ населения является показатель товарности продукции. Крестьянами Абхазии в 2016 г. из общего объема производства сельхозпродукции было реализовано: меда – 65,2%, цитрусов – 55,4%, овощей – 54%, кукурузы – 34%, яиц – 22,5%, картофеля – 18,6%.

*Таблица 1*

**Производство сельхозпродукции ЛПХ населения Абхазии, кг**

<b>Виды сельхозпродукции</b>	<b>По данным Управления государственной статистики</b>	<b>По данным Министерства сельского хозяйства</b>
Кукуруза	520,5	983,4
Картофель	108,3	71,9
Овощи	457,3	231,8
Цитрусовые	1576,7	945,4
Мясо	267,8	205,2
Молоко, л	2,0	0,58
Яйца, шт.	84,2	1263,8
Мед	15,0	8,1

ЛПХ населения достигли пределов своего роста, развитие обеспечивается преимущественно за счет факторов экстенсивного характера, сокращается доля ЛПХ товарного типа, остается очень низкой производительность труда за счет необходимости выполнения большого количества ручных работ.

Следует отметить, что значительная часть опрошенного сельского населения хотела бы расширить свое ЛПХ (74,6%). При этом препятствующими факторами они считают, в первую очередь, нехватку финансов (62,8%) и современных технологий (25,6%) [1, 51].

В этой связи, полагаем, что основная задача первого этапа реформирования сельского хозяйства Абхазии заключается в создании и поддержке малых форм хозяйствования путем кооперирования и интегрирования ЛПХ населения (крестьянско-фермерские хозяйства, индивидуальные предприятия и кооперативы).

В Абхазии не зарегистрировано ни одного сельскохозяйственного кооператива, число крестьянско-фермерских хозяйств составляет по данным 2017 г. всего 33, которые обрабатывают только 1634 га земли [5, 88]. Для сравнения, количество малых предприятий в аграрной сфере РФ составляет около 50 тыс., что соответствует 2,3% от общей численности малых предприятий в РФ; количество работающих на них - 478,5тыс. чел. или 4,2% от числа занятых в малом бизнесе [3, 122-123].

В этой связи необходимо обратить внимание на одну из особенностей современного институционального реформирования сельского хозяйства. Еще в советский период произошла деформация содержания ряда институтов (например, института кооперации), поэтому попытки внедрения этих институтов с новым институциональным наполнением в хозяйственную практику сталкиваются с их неприятием, а иногда и отторжением [7,24]. Этим можно объяснить медленное

развитие различных форм сельскохозяйственной кооперации. Однако для восстановления доверия к данным институтам требуется довольно длительное время.

Следует отметить, что институциональные преобразования в этой сфере проходят довольно сложно, что связано с особенностями сложившегося сельского уклада жизни, сельской культуры хозяйствования, что отмечают многие исследователи. «При всем многообразии деревенские институты и методы ведения хозяйства имеют три общие характерные черты по отношению к изменениям: обеспечивая выживание крестьян, они доказали с исторических позиций свое право на существование; они относительно статичны, во всяком случае, темпы происходящих изменений в них ниже считающихся приемлемыми в настоящее время; перемены часто встречаются в штыки, так как сложившиеся институты и процессы взаимосвязаны, а многие их элементы прочно вплетены в жизнь общества» [8, 282].

Серьезные экономические изменения всегда сопровождаются изменениями в общественных институтах, поведении людей и идеологии. Г. Мюрдаль, исследуя развитие стран Азии, выделил следующие принципы модернизации, включающей комплекс институциональных и духовных перемен [9, 57-69]:

- рационализм – замена старого традиционного образа мышления, методов производства, распределения и потребления новыми моделями во всех сферах производства и жизни;

- экономическое планирование – поиск рациональной системы мер экономической политики, нацеленной на ускоренное развитие;

- равенство – обеспечение более равного социального и правового статуса, доходов и уровня жизни;

- перемены в общественных институтах и сознании, которые повышают производительность труда, стимулируют конкуренцию, предпринимательскую инициативу, развитие, которые включают земельную реформу, совершенствование системы государственного управления.

Потенциал эффективности организационно-институционального реформирования в сельском хозяйстве в полной мере может раскрыться лишь при опоре на местное сообщество. С помощью сельского сообщества возможно своевременное выявление наиболее острых проблем развития аграрной сферы и более быстрое их решение совместными усилиями государства и общества [7, 24].

В Абхазии необходимо использовать институциональный потенциал системы сельской кооперации, в том числе кредитной, деятельность которой основывается на следующих принципах: построение системы «снизу вверх», субсидиарность, рентабельность, иерархичность. Развитие различных форм кооперации также позволяет решить одну из наиболее важных проблем институционального реформирования – создание гражданских групп на селе, представляющих агрегированные интересы индивидов на уровне экономической политики республики.

Как показала практика подготовки Стратегии, многие цели и акции в развитии сельского хозяйства инициируются и формулируются на уровне сельской общины, и в дальнейшем часто приобретают государственный характер. При разработке Стратегии сельское население республики приняло самое активное участие: в социологическом исследовании; в составлении социально-экономического паспорта села главами администрации сел; на стадии апробации Стратегии относительно перспективных форм организации сельскохозяйственного производства.

Реализация Государственной программы предполагает необходимость создания институциональных, организационно-управленческих и финансово-экономических условий, таких как:

1) Разработка специальных законопроектов: а) «О государственном регулировании агропромышленного производства РА»; б) «О личных подсобных хозяйствах населения»; в) «О сельскохозяйственных потребительских кооперативах»; г) «О государственных закупках сельхозпродукции»; д) «О страховании сельскохозяйственной продукции» и др. [6, с. 179].

2) Усиление роли Министерства сельского хозяйства через создание при нем трех функциональных служб: а) единого информационно-консультационного центра; б) земельного фонда; в) системы государственных закупок сельхозпродукции.

3) Увеличение объемов финансирования АПК из государственного бюджета с учетом его приоритетности.

Расходы госбюджета на развитие сельского хозяйства республики сократились с 0,93% в 2009 г. до 0,75% в 2017 г. (для сравнения: бюджетная поддержка производителей сельскохозяйственных товаров в России, США составляет 15% от стоимости валовой продукции сельского хозяйства, в Австралии, Бразилии, Китае, Мексике – 4-13%, в Японии и Норвегии – 32-67% [2, с. 55]). Такие мизерные объемы финансирования не могут способствовать росту и развитию аграрной сферы, нужна эффективная система субсидирования производства сельхозпродукции крестьянско-фермерскими хозяйствами и кооперативами, а также поддержка сельских территорий, способствующего сохранению традиционного жизненного уклада жителей в сельской местности.

4) Совершенствование кредитной политики путем:

а) создания сельскохозяйственного банка;

б) возмещения части процентной ставки;

в) использование системы залога и страхования сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия.

5) Отмена таможенной пошлины на вывоз любой сельскохозяйственной продукции за пределами республики, повышение эффективности экспортной политики путем использования возможностей Торгово-промышленной палаты Абхазии и Торгового представительства РФ в Абхазии с целью создания более

благоприятных условий организованного выхода на российский рынок, в том числе продвижения абхазской брендовой продукции.

На наш взгляд, исходными принципами программы организационно-институционального реформирования сельского хозяйства должны быть:

- преемственность, что предполагает учет культурно-исторических традиций развития сельского хозяйства;
- вариативность, определяющей существование различных прогнозных сценариев развития сельского хозяйства для районов Абхазии;
- эффективность, предполагающей максимально полное и эффективное использование природных, материальных и трудовых ресурсов;
- инновационность, обеспечивающей стимулирование внедрения современных технологий;
- кооперации, направленной на использование возможностей российско-абхазского сотрудничества в рамках российской программы импортозамещения.

Ожидаемые прогнозные параметры выполнения обозначенных условий в рамках реализации Государственной программы развития АПК (3 года):

- снижение уровня импортозависимости республики по определенным категориям сельскохозяйственной продукции до 30-40%;
- увеличение площади сельскохозяйственных угодий за счет вовлечения в сельскохозяйственный оборот неиспользованных земель (6-7 тыс. га);
- рост уровня занятости сельского населения до 3 тыс. чел., причем условная стоимость одного вновь созданного рабочего места примерно до 350 тыс. руб. Для сравнения, в республике в среднем ежегодно создается 800 рабочих мест и условная стоимость одного рабочего места оценивается примерно 6 млн. руб. инвестиций в основной капитал.

Таким образом, для успешного организационно-институционального реформирования аграрной сферы государству как его активному участнику необходимо:

- обеспечивать создание институциональных условий, заинтересовывающих жителей села в изменении традиционного жизненного уклада. Модернизация общественного сознания означает сохранение и укрепление таких идеалов как трудолюбие, честность, рациональность, опора на собственные силы, готовность к переменам;
- совершенствовать систему аграрного образования и науки в республике. Образование может вносить существенный вклад в комплексное развитие аграрной сферы, если оно будет учитывать интересы и потребности основных групп сельского населения;
- способствовать развитию частного предпринимательства в сельском хозяйстве, поддерживать малые формы хозяйствования на селе.



**Список литературы**

1. Аналитический отчет по результатам социологического исследования «Состояние и перспективы социально-экономического развития РА»//Центр стратегических исследований при Президенте Республики Абхазия. Сухум. – 2015. – 208с.
2. Бгажба А.О., Цушба А.С., Шатиба Х.К. Социально-экономические процессы в современной Абхазии (2008-2012 гг.). Сухум. –2014. – 152с.
3. Ергин С.М., Вердыш М.В., Шатиба Х.К. Институциональные аспекты развития малых форм хозяйствования в аграрной сфере Крыма// Таврический вестник аграрной науки. ФГБУН «НИИСХ Крыма». Республика Крым, г. Симферополь – 2017. №1(9) – С.119-131.
4. Маршалл А. Принципы экономической науки: в 3-х т. Пер. с англ. / А. Маршалл. – М.: Изд. группа «Прогресс», 1993. – Т. 1. – Гл. 11, 12.
5. Статистический сборник «Абхазия в цифрах»//Управление государственной статистики Республики Абхазия. Сухум. – 2017. – 159с.
6. Стратегия социально-экономического развития Республики Абхазия до 2025 г.//Центр стратегических исследований при Президенте РА. – Сухум. – 2015. – 274 с.
7. Тимофеева Г.В. Влияние институциональных факторов на процесс аграрного реформирования в конце XX – начале XXI века//Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3. Экономика. Экология. – Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2008. – С. 20-26.
8. Clifton R. Wharton, Jr.: «Risk, uncertainty, and the subsistence farmer». В кн.: Тодаро, М.П. Экономическое развитие / М.П. Тодаро. – М.: Экономический факультет МГУ, ЮНИТИ, 1997. – С. 282.
9. Myrdal, G. Asian Drama / G. Myrdal - N. Y.: Pantheon, 1968. – P. 57-69.

---

*Shatipa Khatuna*

**THE AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX OF ABKHAZIA IN THE CONTEXT  
OF TRANSITIVE PROCESSES: UNCERTAINTY AND EXPECTATIONS**

*Abstract: the article analyzes the influence of transitive processes on the development of agriculture in Abkhazia; the causes of the agrarian crisis and the main risks of functioning of agriculture in Abkhazia; the organizational and institutional aspects of reforming agriculture at the present stage.*

*Key words: transitive process, crisis of agrarian and industrial complex, organizational and institutional transformations, the state program.*

---

УДК: 330.101.8

**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ  
ФОРМИРОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ ИННОВАЦИОННОЙ  
СИСТЕМЫ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ****Мишулин Г.М.**

*кандидат экономических наук, доцент, заместитель председателя краевого совета Краснодарской краевой общественной организации «Всероссийское общество изобретателей и рационализаторов», профессор кафедры маркетинга и бизнес-коммуникаций, Кубанский государственный технологический университет, академик Международной академии науки и практики организации производства,*

**Буряк С.Г.**

*генеральный директор ООО «БизБрендЮГ», соискатель кафедры государственного и муниципального управления, Кубанский государственный технологический университет*

**Аннотация:** статья посвящена позиционированию эффективной инновационной системы в Российской Федерации через призму системного подхода и раскрывает эндогенные и экзогенные драйверы инновационного процесса национальной инновационной системы, при этом вскрываются барьеры эффективного развития, проявляющиеся в отсутствии ясного представления субординированных связей на всех уровнях системообразования, в том числе ситуационной неопределенности по отношению к локальным институтам развития.

**Ключевые слова:** экономическая система, инновации, технологии, коммуникации, интеллектуальная собственность.

Исторический опыт свидетельствует о наличии определенной логики в эволюции типов развития социально-экономических систем, которая предполагает в поступательном движении к более высокому уровню общественно-экономического устройства переход от техногенной, для которой характерным является удовлетворение простейших и насущных потребностей составляющих её субъектов (мобилизационный тип развития системы, в основе которого лежит экстенсивное использование ресурсов), к социокультурной парадигме, ориентированной на потребности более высокого уровня, соответствующие качественно новому содержанию внутрисистемных отношений (инновационный тип развития системы, в основе которого лежит интенсивное использование специфических свойств, качеств и характеристик человеческого ресурса и, прежде всего, инновационной его способности с соответствующим ей уровнем мотивации).

Нам представляется, что целедостижение в экономических системах любого уровня можно рассматривать лишь через призму идеальной факторной модели эффективного инновационного процесса: «просвещенный менеджмент, обученный в условиях современных образовательных технологий, отражающих в т. ч. и реалии российского экономико-правового пространства, социально-ответственный и мотивированный на инновации и развитие [1]; инновационные организационно-управленческие технологии (включая перспективные информационно-коммуникационные технологии и продукты локального и глобального характера), обеспечивающие рациональное использование существующих и задействование новых видов ресурсов, ориентированные на достижение конкурентных преимуществ на внутреннем и внешнем рынках [2]; технико-технологические и продуктовые инновации пролонгированного жизненного цикла как результат интеграции научного, производственного и маркетингового потенциала» [3, с. 267].

Приведенная модель, обладая по определению обособленностью, внешней целостностью и устойчивостью, обретает, согласно представлениям Г.Б. Клейнера [4, с. 12], характер системы, если она вписана в производственно-хозяйственный процесс организации, а также процессы распределения, обмена и потребления благ; носит явно выраженный динамический характер, т.к. изменение качества любого из ее элементов стимулируют развитие других и влечет изменение качества системы в целом.

Организационно-управленческие инновации выступают здесь в качестве связующего звена между субъектами экономического процесса (персоналом) и его объектами (рыночными продуктами), обеспечивая высокую динамику процесса, а значит и устойчивость функционирования организации, в которую вписана рассматриваемая модель.

В условиях интенсивного научно-технического прогресса, отразившегося и на технических средствах управления, рассматриваемый системный элемент способен обрести статус системообразующего, что позволит на компонентном (элементном) уровне обеспечить не только целостность и устойчивость, но и их самосохранение, а также развитие организации в целом [5, с. 172]. В этой связи, весьма ограниченной выглядит дефиниция понятия «организационные инновации», сформулированная специалистами Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» следующим образом: «Организационные инновации – это реализация нового метода в ведении бизнеса, организации рабочих мест, внешних связей. Направлены на повышение эффективности деятельности организации за счет снижения административных и транзакционных издержек, совершенствования организации рабочих мест (рабочего времени) и тем самым роста производительности труда, получения доступа к отсутствующим на рынке активам, снижения стоимости поставок» [6, с. 340]. То же можно отнести и к дефиниции «инновационная деятельность»: «вид деятельности, связанный с трансформацией идей (обычно результатов научных

исследований и разработок либо иных научно-технических достижений) в технологически новые или усовершенствованные продукты или услуги, внедренные на рынке, в новые или усовершенствованные технологические процессы или способы производства (передачи) услуг, использованные в практической деятельности. Инновационная деятельность предполагает целый комплекс научных, технологических, организационных, финансовых и коммерческих мероприятий, и именно в своей совокупности они приводят к инновациям» [6, с. 338]. Нам представляется, что с позиций системного подхода сущностная сторона инновационной деятельности не может ограничиваться суммативным комплексом мероприятий. Это системная управленческая деятельность, реализуемая согласно взаимосвязанным целевым функциям (дереву целей), характер которых определяется особенными свойствами различных систем.

Общественно-экономическая система как система первого уровня, обеспечивая непрерывную генерацию новых знаний, трансформацию их во взаимосвязанные целевые функции (целеполагание), формирует систему второго уровня – национальную инновационную систему. В ней в качестве системного элемента выступает человеческий ресурс; генерация же нового знания, как отклик системного элемента на т.н. эволюционный запрос, может рассматриваться как системообразующий фактор, запускающий механизм системообразования, целью которого является обеспечение не только целостности и единства содержания и формы системы, но и ее самосохранение и развитие за счет формирования потенциала устойчивого функционирования и изменения внутрисистемного качества.

Именно в системе второго уровня – национальной инновационной системе – собственно и осуществляется процесс реализации целей – целедостижение. Здесь формируются социально-правовые условия превращения новых знаний в инновации и инициируется зарождение систем третьего уровня: инновационные процессы в организациях, отраслевых и межотраслевых объединениях и т.п.

Реальное же превращение новшеств в инновации осуществляется в системах третьего уровня (модель такой системы описана выше). Ключевыми факторами реализации этого процесса являются наличие в организации инновационного потенциала и организационно-управленческих технологий, адекватных уровню и целям новшеств, а также поддерживающих интеграцию этой системы с системой более высоко уровня в изменяющихся условиях функционирования сред. Эффективная инновационная деятельность в системах третьего уровня представляет собой проблемную область, в силу того, что точного представления о локальных институтах развития, генерирующих новшества, создающих условия для воплощения их в технико-технологических и организационно-экономических элементах системы, продвижения на рынок интеллектуальных продуктов, в полной мере не сформировано. Реальных стимулов для инновационной деятельности для субъектов системы третьего уровня в

правовом поле Российской Федерации не представлено. На пути внутренних инвестиций в разработку и продвижение инновационных продуктов на рынок чаще всего возникают барьеры, связанные с отсутствием осознания того, что, как и любой другой вид предпринимательской деятельности, эта деятельность, по определению (согласно ст. 2 ч.1 ГК РФ [7], «... предпринимательской является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг»), связана с риском.

Приведенная выше факторная модель эффективного инновационного процесса в большей степени носит эндогенный характер, и при постоянном взаимодействии с внешней средой она будет испытывать влияние экзогенных факторов (особенно это касается второго элемента), среди которых особого внимания заслуживают отношения, изменение которых приводят к трансформации экономической парадигмы.

В ранее изданных работах были освещены представления о таких явлениях.

В частности, приводились научные обоснования появления и сосуществования следующих экономических парадигм:

- «транзакционная» (доминирующая логика основывается на обмене товарами, произведенными промышленным способом, и сфокусирована на материальных ресурсах, встроенной ценности и транзакциях);
- «коммуникационная» (ориентирована развитие отношений взаимного доверия и непрерывного диалога с клиентами);
- «организационная» (связана с новой организацией бизнес-процесса и рационализацией управления ресурсами);
- «киберпространственная» (предполагает перемещение подавляющей части бизнес-процессов в виртуальную среду).

В случае последних двух парадигм субъекты рынка попадают в условиях крайне жесткой конкурентной борьбы, где организационно-управленческие инновации становятся определяющим фактором их устойчивого рыночного функционирования.

В условиях инновационного типа развития система второго уровня (национальная инновационная система) должна выступать в качестве фактора, способствующего «вертикальному» системообразованию, формирующему условия для дифференцированного (разноотраслевого, полисферного и многофункционального: технико-технологического, организационно-экономического, правового, научно-образовательного и пр.) инновационного процесса. При этом эффективность функционирования обозначенной системы будет зависеть не столько от количества инноваций, сколько от гармоничной их интерактивности в различных направлениях внедрения. При таком подходе формируется система третьего уровня, в которой инновация обретает статус системообразующего элемента, обеспечивающего целостность, самосохранение и дальнейшее развитие систем первого и второго уровня

за счет «горизонтального» системообразования, формирующего условия для интегративного (межотраслевого, межсферного и межфункционального) инновационного процесса. Именно этот уровень реализует системообразующий статус инновации, а значит и обеспечивает условия для процесса изменения системного качества. Это изменение происходит, в том числе и за счет синергетического эффекта, возникающего за счет процесса диффузии инноваций, т.е. возникновения целого ряда различных типов, марок и поколений полученной в результате конкретной инновации. Концепции диффузии инноваций в экономической системе и инновационного мультипликатора были разработаны Г. Меншем в развитие положений Шумпетера о затратосберегающем характере инноваций [8–9].

В реальной экономической системе указанный выше синергетический эффект многократно усиливается за счет запуска мультипликативных связей с факторами роста доходов и расширения рынков в новых и старых отраслях, на развитие которых оказывает влияние траектория диффузии. Именно благодаря межотраслевому (межсферному и межфункциональному) синергетическому эффекту диффузии инноваций их динамика превращается в макроэкономический феномен [10, с. 123]. Описанный процесс, происходящий в системе первого уровня, будет сопровождаться генерацией импульсов потребности в новых знаниях в направлении системы первого уровня, стимулируя наполнение всех уровней системообразования. Появляется циклический процесс. При том, что пространственно-временные показатели элементов обозначенной модели носят неопределенный характер, в то же время с определенной долей вероятности можно говорить о расширенном пространстве и сокращенном времени реализации инновационных линий «образование – генерация новых знаний – фундаментальные науки – прикладные исследования – применение» в последующих, в сравнении с предыдущими, циклах системообразования. Рассматривая описанную модель с позиций теоретико-методологического обоснования источников экономического роста [5], представляется возможным определить в качестве фактора – эволюцию социально-экономической системы в направлении инновационного типа развития, условия – системообразование инновационных процессов, а источника экономического роста – динамику и продолжительность циклов обновления и наполнения «инновационных линий».

При осуществлении инновационных процессов на всех уровнях системообразования возникает комплекс правоотношений, которые должны обрести форму законодательно закрепленных правовых норм. Собственно система «право – законотворчество (нормотворчество) – правоприменение и правореализация» также должна быть включена в инновационный процесс в интересах устойчивости правовой системы за счет адекватности законодательной деятельности и эффективности практики правоприменения и правореализации.

Ключевое значение в обеспечении функционирования систем обретает наличие устойчивых связей в «инновационных линиях». Представляется, что институционально-эволюционная экономическая теория, в части ее инновационно-технологического направления анализа, способна взять на себя функцию выработки методологических предпосылок общей теории и на ее основе дать адекватные объяснения хозяйственных изменений долгосрочного характера. Только в этом случае возникнет устойчивая связь между элементами «инновационных линий» и, как следствие, эффективные инновационно-конкурентные экономические отношения субъектов хозяйственной деятельности. Функцию обеспечения такой связи берут на себя институты инноваций. Это соединительная ткань инновационной системы. Институты инноваций, представляя, по сути, набор формальных и неформальных правил взаимодействия между субъектами инновационного процесса, в основе своего функционирования содержат так называемый транзакционный механизм, отражающийся в предметной области договорных отношений между субъектами по поводу условий, способов и результатов осуществления кооперации и ведения конкурентной борьбы.

Одним из таких механизмов институционального обеспечения развития инновационно-конкурентных экономических отношений, снижающим транзакционные издержки, является системное развитие научной инфраструктуры, в том числе центров коллективного пользования. Инфраструктура инноваций ... является неотъемлемым элементом в обеспечении эффективного протекания инновационных процессов и представляет собой систему поддержки инновационной деятельности во всевозможных организационных формах и широком спектре услуг [11, с. 37]. Именно такая инфраструктура материализует взаимодействие и служит его трансфертным механизмом, позволяя инновациям получать импульс для своего распространения и развития.

Анализ точек зрения различных исследователей инновационных систем позволяет сделать вывод, что инфраструктура инноваций призвана выполнять следующие основные функции: производство и распространение научных и технологических знаний; образование; подготовка кадров; создания условий для появления инновационных фирм; доступ к знаниям и их распространение; стандарты; регулирование и правовая защита инновационной деятельности [12, с. 115–116].

В контексте выше изложенных положений об условиях развития систем имеет смысл дополнить функционал инфраструктуры функциями стимулирования генерации новых знаний и инвестиционно-маркетингового обеспечения процесса системообразования, а также расширить представления о разработанных в экономической науке таких сравнительно новых категорий, как «инновационная восприимчивость», «инновационный потенциал» и «инновационная активность». Они дают общепринятую характеристику экономических систем любого уровня с позиции места инноваций в их развитии и в достаточной степени представлены в научных

исследованиях и публикациях. Инновационная восприимчивость и инновационный потенциал – это два важных интегральных индикатора, позволяющих охарактеризовать состояние инновационной системы, возможности и направления ее дальнейшего развития. Инновационный потенциал объединяет в себе характеристики всех видов ресурсов, непосредственно участвующих в реализации инновационного процесса. Неотъемлемой частью инновационного потенциала является маркетинговый потенциал, поскольку он напрямую связан с процессами коммерциализации нововведений. Он отражает уровень развитости рынков и рыночной инфраструктуры, количество, состав и качество предоставляемых товаров и услуг, развитость системы маркетинговых коммуникаций и пр. Менее разработанным интегральным индикатором является инновационная восприимчивость. О роли общеэкономической конъюнктуры в возникновении условий для внедрения кластера базисных инноваций и необходимости анализа качественной структуры экономики при решении вопроса о том, будет ли в данной системе внедрен указанный кластер писал в своих научных трудах Г. Менш [13]. С одной стороны, инновационная восприимчивость несет в себе потенциал использования нововведений, начиная от производственного и заканчивая потребительскими уровнями экономики, а с другой, дает импульс развитию инновационного потенциала. И в этом просматривается диалектический аспект не только данной категории, но и категории самого инновационного развития. Успешное сочетание особенностей инновационного потенциала и инновационной восприимчивости, а также результат совместной реализации определяет уровень инновационной активности экономической системы. Инновационная активность определяется, в первую очередь, результативностью субъектов экономики при реализации инновационного процесса. Наиболее распространенными объектами при проведении анализа инновационной активности являются производственные предприятия, поскольку значительная часть нововведений материализуется в конкретных технологиях и продуктах. В то же время все большее число инноваций начинает носить нематериальный характер, что относится также и к значительным объемам сопровождающих видов деятельности (подготовка «инновационного» персонала, маркетинговая деятельность и т.д.). Тем не менее, инновационную активность можно охарактеризовать количеством и качеством различного рода нововведений; объемами и видами источников финансирования инновационной деятельности; внедрением передовых производственных и информационных технологий и т.д.

Авторам представляется, что категории «инновационная восприимчивость», «инновационный потенциал» и «инновационная активность» не в полной мере обеспечивают описание представленных выше систем. «Восприимчивость» может рассматриваться как категория системы первого уровня, качественная и количественная оценка которой характеризует ее готовность к восприятию инноваций как объективной



необходимости, но еще не дает гарантий проникновения инноваций в элементы системы, так как еще не готова инфраструктурно и институционально к инновационному процессу. «Инновационный потенциал» и «инновационная активность» могут быть отнесены к системе второго уровня, так как корреспондируются с ее функционалом. Что касается системы третьего уровня, то для ее описания может быть предложена категория «инвестиционная проницаемость», которая будет характеризовать уровень ее многомерности и насыщенности коммуникациями, а также степень диффузии инноваций.

На основе всего выше изложенного инновационный процесс можно представить, как инфраструктурно и институционально обеспеченное многомерное системообразование, способствующее динамичному воспроизведению отношений между субъектами социально-экономической системы по поводу реализации инновационной линии (образование – генерация новых знаний – фундаментальные науки – прикладные исследования – применение) при ее циклическом обновлении и наполнении в интересах изменения системного качества.

Основываясь на выше приведенных теоретико-методологических положений, можно провести анализ целого ряда документов, определяющих политику государства в рассматриваемой области.

Фундаментальная основа перехода РФ на инновационный путь развития была сформулирована в правительственном документе от 05.08.2005 г. за № 2473п-П7 «Основные направления политики РФ в области развития инновационной системы на период до 2010 года».

В данном документе дано определение понятия «национальная инновационная система»: это «совокупность субъектов и объектов инновационной деятельности, взаимодействующих в процессе создания и реализации инновационной продукции и осуществляющих свою деятельность в рамках проводимой государством политики в области развития инновационной системы». Как следует из приведенного документа, «целью государственной политики в области развития инновационной системы является формирование экономических условий для вывода на рынок конкурентоспособной инновационной продукции в интересах реализации стратегических национальных приоритетов Российской Федерации: повышение качества жизни населения, достижение экономического роста, развитие фундаментальной науки, образования, культуры, обеспечение обороны и безопасности страны путем объединения усилий государства и предпринимательского сектора экономики на основе взаимовыгодного партнерства».

Эти и другие положения документа, определяющие задачи и направления государственной политики в области развития инновационной системы, получили свое дальнейшее развитие в программных документах Президента и Правительства РФ,

которые отражают целый ряд проблем, возникших на пути реализации поставленных целей.

В частности, в «Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года» [14] отмечено, что, несмотря на то, что «созданы основные элементы системы институтов развития в сфере инноваций, включающие Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере, венчурные фонды (с государственным участием через открытое акционерное общество «Российская венчурная компания», федеральное государственное автономное учреждение «Российский фонд технологического развития», государственную корпорацию «Банк развития и внешнеэкономической деятельности (Внешэкономбанк)» и открытое акционерное общество «РОСНАНО», в целом не удалось переломить ряд значимых для инновационного развития негативных тенденций, существенно ускорить процесс интеграции российской инновационной системы в мировую систему и кардинально повысить инновационную активность и эффективность работы компаний, в том числе государственных, а также создать конкурентную среду, стимулирующую использование инноваций; государственные средства, выделяемые на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, в большинстве секторов экономики расходуются недостаточно эффективно».

В проблемной области также нашло свое отражение следующее: недостаточная приоритезация задач по поддержке инновационной активности бизнеса, инноваций в регионах, развитию человеческого капитала и целого ряда других задач, не позволившая обеспечить необходимую комплексность подхода к развитию инновационной системы страны; проблемы по достижению надлежащего качества образования на всех уровнях – от общего, начального и среднего профессионального образования до высшего и послевузовского профессионального образования; недостаточная развитость по сравнению со странами с высокой инновационной активностью ключевых для инновационного предпринимательства личностных качеств – мобильность, желание обучаться в течение всей жизни, склонность к предпринимательству и принятию риска в целом; низкая восприимчивость бизнес-структур к инновациям технологического характера; значительные структурные проблемы в организации управления инновациями на уровне организаций; абсолютное доминирование наименее передовых типов инновационного поведения, в том числе заимствование готовых технологий, характеризующих российскую инновационную систему как ориентированную на имитационный характер, а не на создание радикальных нововведений и новых технологий; недостаточная развитость системы государственно-частного партнерства в реализации инновационных проектов; неприспособленность системы государственной статистики к целям управления инновационным развитием: статистические данные, отражающие ключевые параметры

инновационного развития, становятся доступными с существенным опозданием, структура статистических показателей не вполне соответствует задачам текущего дня.

В таком важном документе, как «Основные направления деятельности Правительства РФ на период до 2024 года» [15], разработанном, согласно указа Президента РФ «О национальных целях и стратегических задачах развития РФ на период до 2024 года» [16], в котором Президент РФ ставит задачу на «ускорение технологического развития Российской Федерации, увеличение количества организаций, осуществляющих технологические инноваций, до 50 процентов от их общего числа», определены «ключевые действия» по достижению обозначенного показателя, которые включают: снятие регулятивных барьеров, связанных с выходом на рынок инновационной продукции и внедрением новых технологических решений; стимулирование внедрения инновационных технологий и продуктов с учетом растущих требований по ресурсосбережению, минимизации негативного экологического воздействия и обеспечения безопасности продукции; содействие развитию дистанционных образовательных программ в сфере технологических инноваций, технологического менеджмента и управления инновационным развитием; содействие расширению доступа к высокотехнологичному оборудованию; применение механизмов государственной поддержки инжиниринговой деятельности; содействие развитию цифровых сервисов сопровождения инновационной деятельности; реализация программ инновационного развития и стратегий цифровой трансформации ведущих компаний с государственным участием».

Важное значение в документе придается развитию института интеллектуальной собственности, в том числе за счет формирования комфортной для правообладателей системы государственных услуг в области интеллектуальной собственности, создание системы трансфера РИД, включая формирование не менее чем 35 центров трансфера технологий, осуществляющих коммерциализацию РИД научных и образовательных учреждений; использования отечественных товарных знаков и наименований мест происхождения товаров (НМПТ) в интересах развития рынков сбыта и экспорта.

Анализ приведенных положений через призму выше предложенного системного подхода показывает, что при всей значимости мероприятий и целевых показателей в области инновационного развития РФ, эти мероприятия и показатели не смогут преодолеть существующие барьеры в силу отсутствия ясного представления о внутрисистемных связях на всех уровнях системообразования. И в первую очередь это относится к локальным институтам развития. Именно они являются драйверами инновационного процесса не только и не столько внутри субъектов системы третьего уровня, сколько всей национальной инновационной системы России.

*Список литературы*

1. Мишулин Г.М., Дудник Д.В. Экономический и правовой методологический дуализм как проблемная область модернизации системы российского образования (на примере экономического образования) // Современное право. 2014. № 6. С. 50–55.
2. Мишулин Г.М. Организационно-экономический механизм создания системы хозяйственного оборота вторичных ресурсов разнородных производственных комплексов / дисс. ... канд. экон. наук. Краснодар, 2002.
3. Мишулин Г.М., Таранухин Д.С. Инновационный фактор обеспечения экономической безопасности. М.: Издательство современная экономика и право; Краснодар: ФГБОУ ВО «КубГТУ», 2016. 344 с.
4. Клейнер Г.Б. Какая экономика нужна России: анализ на основе системного моделирования. Доклад на годичном общем собрании Международной академии организационных наук 20 декабря 2013 г. М.: ЦЭМИ РАН, 2013. 44 с.
5. Мишулин Г.М., Стягун А.В. Экономический рост: факторы, источники, механизмы. М.: Издательство современная экономика и право, 2012. 252 с.
6. Индикаторы инновационной деятельности: 2018: статистический сборник. М.: Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2018. 344 с.
7. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая): федер. закон от 30.11.1994 г. № 51-ФЗ.
8. Mensch G. Stalemate in Technology. NY.1979. P. 241.
9. Шумпетер Й. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1982. 455 с.
10. Сарыгулов А.И. Эволюционные закономерности технологических изменений и инновационной динамики // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. № 1 (114). 2011. С. 118–124.
11. Егорова М.В. Формирование и функционирование региональной инновационной системы. Казань: Казан. гос. технол. ун-т, 2007. 296 с.
12. Кравченко Н.А., Кузнецова С.А., Юсупова А.Т. Инновационная экономика: проблемы развития // Стратегическое планирование и развитие предприятий: тезисы докладов VI Всероссийского симпозиума / под ред. Г.Б. Клейнера. М.: ЦЭМИ РАН, 2005.
13. Mensch G. If This Long Wave Steeps-Up and Breaks: What Then? // Kondratieff Waves, Warfare and World Security. Ed. By T.C. Devezas. Amsterdam, 2005. P. 80–91.
14. Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года: распоряжение Правительства РФ от 08.12.2011 г. № 2227-р (ред. от 18.10.2018 г.).
15. Основные направления деятельности Правительства РФ на период до 2024 года: утв. Правительством РФ 29.09.2018 г.
16. О национальных целях и стратегических задачах развития РФ на период до 2024 года: указ Президента РФ от 7.05.2018 г. № 204.

---

*Mishulin G.M., Buryak S.G.*

**THEORETICAL AND METHODOLOGICAL BASES FORMING EFFICIENT  
INNOVATION SYSTEMS IN THE RUSSIAN FEDERATION**

***Abstract.** The article is devoted to the positioning of an effective innovation system in the Russian Federation through the prism of a systems approach and reveals the endogenous and exogenous drivers of the innovation process of the national innovation system, while revealing the barriers to effective development, manifested in the absence of a clear view of subordinated links at all levels of system formation, the number of situational uncertainties in relation to local development institutions.*

***Key words:** economic system, innovation, technology, communication, intellectual property.*

---

УДК: 65.291.6

**РОЛЬ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА В РАЗВИТИИ  
ИННОВАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ РЕГИОНОВ****Терская Г. А.***кандидат экономических наук, доцент, доцент департамента экономической теории, Финансовый университет при Правительстве РФ*

**Аннотация.** В статье рассматривается роль человеческого капитала и его значение для инновационного развития региона. Показана взаимосвязь человеческого капитала с инвестициями. Предложен ряд мероприятий, способствующих развитию инновационной инфраструктуры в российских регионах.

**Ключевые слова:** человеческий капитал, инновации, инновационная система, регион, инвестиции.

Представители разных научных школ и направлений сходятся во мнении, что социально-экономическое развитие общества определяется не простым стремлением к обеспечению материальных условий жизни – не меньшее значение имеют неэкономические факторы (моральные, духовные, правовые и др.) В ходе третьей научно-технической революции стало очевидным, что невещественное богатство людей (их научные достижения, уровень образования, профессиональная подготовка, специальные знания, умения и навыки) выступают в качестве основного фактора общественно-экономического прогресса и особой формой капитала, способного приносить производительным качествам индивидов доход. Одним из первых ученых, создавших концепцию продуктивной роли невещественных факторов эффективного производства, был российский экономист-патриот И. Т. Посошков, который в «Книге о скудости и богатстве» еще в 1724 г. писал: «Паче вещественнаго богатства надлежит всем нам пещися о невещественном богатстве, то есть истиной правде». Особое значение Посошков придает созданию условий для новаторства, утверждая о важности учинения «о вымышленниках определения гражданского твёрдого» для того, чтобы многие «вымышленники» явились бы. Фактически это был первый ученый, высказавший идею о необходимости инноваций [1].

Классическая экономическая наука отталкивалась от ресурсного понимания труда как одного из трех составляющих процесса производства – труда, земли и капитала. Предшественник классической английской политической экономии У. Петти пытался выразить жизненное человеческое богатство в денежном эквиваленте, «великий шотландец» А. Смит представлял богатство общества как результат труда работников, качества их талантов, Дж. С. Милль рассматривал богатство как объем приобретенных рабочими способностей, А. Маршалл – как сумму инвестиций в человека. К. Маркс в «Капитале» выразил взгляд на человека как на основной фактор производства, обладающий способностью приносить прибыль. Формирование теории

человеческого капитала началось в США на рубеже 1950–1960-х годов. У ее истоков стояли представители «чикагской школы» – Т. Шульц, Г. Беккер, Дж. Минцер и другие. В их работах была показана взаимосвязь между инвестициями в человека, накоплением человеческого капитала и доходами, получаемыми обществом от произведенных инвестиций. Сам термин «человеческий капитал» впервые упоминается М. Фридменом в 1956 г., Т. Шульц ввел категорию «человеческий капитал» в научный оборот и обосновал концепцию, согласно которой эффективность хозяйственной деятельности зависит не только от земли, техники и трудовых усилий людей, а в большей степени от знаний и умений работников. Он писал: «Каждый человек рождается с индивидуальным комплексом генов, определяющим его врожденный человеческий потенциал. Приобретенные человеком ценные качества, которые могут быть усилены соответствующими вложениями, мы называем человеческим капиталом» [2, с. 91]. В дальнейшем эта идея о необходимости инвестиций в развитие способностей и дарований работников была расширена и развита Г. Беккером. Изначально человеческий капитал рассматривался как ресурс, потенциал созидательной деятельности. Современный подход состоит в целостном видении этого понятия как важнейшего общественно-экономического ресурса и как фактора процесса создания общественных благ. Человеческий капитал имеет важную особенность – он выступает одновременно как фактор и цель развития личности, семьи и общества. В совокупности с финансовыми, природными и физическими ресурсами он составляет основу национального богатства любой страны.

Цели устойчивого развития, провозглашенные Организацией Объединенных Наций, нацелены на улучшение благосостояния и защиту нашей планеты. ООН подчеркивает, что меры по ликвидации бедности должны приниматься параллельно усилиям по наращиванию экономического роста и решению целого ряда вопросов в области образования, здравоохранения, социальной защиты и трудоустройства, а также защите окружающей среды. Среди 17 целей более половины связаны с развитием человеческого потенциала и включают в себя: ликвидацию нищеты и голода, хорошее здоровье и благополучие, качественное образование, достойную работу и экономический рост, индустриализация, инновации и инфраструктура, устойчивые города и населенные пункты, ответственное потребление и производство, партнерство в интересах устойчивого развития.

Следует отметить, что наличие научно-технической элиты определяет движение человеческой цивилизации в целом. Несмотря на значение материально-технических достижений и внедрения их в реальную экономику, человеческий капитал является решающим фактором развития современного общества, способным обеспечить конкурентоспособность экономики и ее инновационные преимущества. В качестве необходимых условий развития современной инновационной экономики можно назвать подготовку высококвалифицированных специалистов для народного

хозяйства, систему получения и управления научными знаниями, подготовка креативных кадров для организации и управления инновационной деятельностью.

На текущий момент актуально не только выйти на уровень экономического роста, но и значительно увеличить благосостояние человеческих ресурсов, качественно-количественные характеристики их жизни, обеспечить траекторию устойчивого социально-экономического развития в долгосрочной перспективе. Этого можно достичь посредством развития экономики знаний, ключевым элементом при формировании которой выступает человеческий капитал, под которым следует понимать всю совокупность факторов, влияющих на интеллектуальную активность индивидуумов, таких, как интеллект, знания, здоровье, качество жизни и непосредственно труд и опыт этого труда. В экономике каждой страны человеческий капитал выступает в роли ключевого фактора производства, стимулирования и повышения уровня конкурентных преимуществ. Заглавными приоритетами социально-экономической политики являются повышение конкурентоспособности и создание условий роста совокупной производительности о производства. В условиях глобализации экономики формирование человеческого капитала расценивается в более расширенном аспекте – как цивилизационный индикатор. Человеческий потенциал как нематериальное богатство в виде накопленных компетенций, творческих способностей можно улучшить разными путями, среди которых: развитие образования, создание новых знаний и патентов на изобретения, совершенствование профессиональных и управленческих навыков.

Особенности человеческого капитала состоят в том, что, во-первых, он проявляется в форме знаний, способностей, рабочих и управленческих навыков; во-вторых, человеческий капитал невозможно ощутить или увидеть, поэтому он не подвержен износу или амортизации; в-третьих, накопление человеческого капитала продолжается непрерывно; в-четвертых, инвестиции в человеческий капитал связаны с конкретным человеком и включают в себя инвестиции в образование, расходы на здравоохранение, улучшение жилищных условий и др. Происходит бесконечный процесс кругооборота: человеческий капитал способствует росту эффективности экономики, а эффективность производства, в свою очередь, создает возможности инвестирования в развитие человеческого капитала. Человеческий капитал формируется за счет инвестиций в повышение уровня и качества жизни населения, в интеллектуальную деятельность. В том числе – в воспитание, образование, здоровье, знания (науку), предпринимательскую способность и климат, в информационное обеспечение труда, в формирование эффективной элиты, в безопасность граждан и бизнеса и экономическую свободу, а также в культуру, искусство и другие составляющие. Формируется человеческий капитал и за счет притока из других стран, или убывает за счет его оттока, что и наблюдается в России.



Связь человеческого капитала (ЧК) с инвестициями определяют следующим образом:

$$\text{ЧК} = f(j, q, I, X) = cI,$$

где  $j$  – индекс качества труда в широком определении;

$q$  – индекс качества накопленного человеческого капитала;

$I$  – инвестиции в человеческий капитал;

$X$  – другие переменные, от которых зависит человеческий капитал, включая сам накопленный человеческий капитал [3].

Еще в середине прошлого столетия в западной науке и практике большое внимание придавалось подходу к управлению, основанному на принципах сплоченности и коллективности, на «человеческих» отношениях; да и большинство современных исследователей, сторонников новых концепций менеджмента, указывает, что без совместных усилий ничего существенного достичь не удастся. Велика роль лидеров, энтузиастов, продвигающих дело. Любая предпринимательская фирма создается на энтузиазме организаторов. Для жизненного цикла предприятия необходимы новшества, изменения, требуется реорганизация, поэтому современной, направленной на инновации экономике очень нужны компетентные специалисты, которые способны адекватно реагировать на изменения как внутри организации, так и вне ее. Жизнь выдвигает новые повышенные требования к современному руководителю, что требует эффективной системы подготовки кадров для новой экономики. Успешно действующий руководитель должен обладать многими способностями и креативным мышлением. Так, можно назвать следующие особенности мышления, необходимые современному руководителю:

- способность смотреть на ситуации с разных сторон;
- способность к решению нескольких проблем одновременно, гибкость составляет важнейший аспект поведения лидера;
- одним из главных качеств лидера является устойчивость в ситуации неопределенности, что позволяет ему разрешать проблемы, непосильные для других;
- понимание, высокая восприимчивость, развитая интуиция, способность отличать существенные стороны ситуации от несущественных;
- способность брать управление на себя;
- настойчивость: успешно действующих руководителей не пугает несогласие с ними других;
- способность к межличностным контактам и к сотрудничеству;
- инициативность и способность рисковать;
- энергичность;
- независимость.

В целях роста эффективности интеллектуальной деятельности в стране разрабатываются и начинают реализовываться программы по взаимодействию научных

организаций с реальным сектором экономики, способствующие развитию исследований и разработок, ориентированных на потребности современной экономики. В частности, на федеральном и региональном уровнях в последние годы реализуются следующие инициативы при активном участии Министерства образования и науки Российской Федерации: разработка и совершенствование механизмов государственной поддержки технопарков в сфере высоких технологий; поддержка технологических платформ; реализация программ поддержки научно-производственных кластеров; поддержка индустриальных парков; создание различных институтов развития, центров коллективного пользования и др. В качестве основных факторов развития экономики инноваций можно назвать: создание и внедрение в производство новых технологий; подготовка специалистов высокой квалификации для народного хозяйства, наличие креативных кадров для новых исследований и разработок, для управления инновационной деятельностью, эффективная система получения и управления научными знаниями, программы финансирования инноваций.

Министерство экономического развития Российской Федерации приводит данные, что в среднем по регионам страны количество инновационных предприятий не превышает 10%, при этом вклад этих предприятий в ВВП страны, по некоторым оценкам, составляет 1–2%, что значительно ниже аналогичных показателей в развитых странах. В проекте Стратегии научно-технологического развития РФ до 2035 года отмечается, что в настоящее время на долю Российской Федерации приходится всего лишь 0,4% от мировых объемов производства наукоемкой продукции [8, с. 10].

Развитию инновационного потенциала страны препятствует целый ряд причин, среди которых можно выделить: недостаточное бюджетное финансирование инновационных разработок и наукоемкого производства, широкое привлечение для финансирования инновационных проектов средств коммерческого сектора; снижение уровня инновационной активности предприятий; неэффективное взаимодействие государства, науки и бизнеса; низкий уровень инновационной культуры. Необходимость повышения эффективности государственной политики в области развития российской национальной инновационной системы подтверждается итогами проводившихся в последние годы межстрановых сравнений. По итогам рейтинга Глобального инновационного индекса – 2018, Россия находится на 46-м месте из 126 стран (в прошлом году – 45-е место). В таблице 1 отражены выделенные экспертами сильные и слабые стороны России в ГИИ [9]. Согласно данным Федеральной службы государственной статистики, инновационная активность организаций остается достаточно низкой и за последние несколько лет снижается (таблица 2).

Таблица 1

**Сильные и слабые стороны инновационной системы России, ГИИ-2018**

СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ	СЛАБЫЕ СТОРОНЫ
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Занятость женщин с высшим образованием (1 место)</li> <li>• Простота запуска бизнеса (25 место)</li> <li>• R&amp;D (27 место)</li> <li>• Число патентных заявок на изобретения, поданных национальными заявителями в патентные ведомства страны (16 место)</li> <li>• Размер внутреннего рынка (6 место)</li> <li>• Торговля, конкуренция и масштаб рынка (13 место)</li> <li>• Платежи за использование объектов интеллектуальной собственности (18 место)</li> <li>• Создание знаний (28 место)</li> <li>• Создание мобильных приложений (24 место)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Политическая стабильность и безопасность (105 место)</li> <li>• Власть закона, верховенство права (110 место)</li> <li>• Эффективность логистики (97 место)</li> <li>• Экологическая устойчивость (95 место)</li> <li>• Сделки с венчурным капиталом (71 место)</li> <li>• ВВП на единицу использования энергии (111 место)</li> </ul>

Таблица 2

**Основные показатели инновационной деятельности [10]**

Год	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Инновационная активность организаций (удельный вес организаций, осуществлявших технологические, организационные, маркетинговые инновации в отчетном году, в общем числе обследованных организаций), %	9,5	10,4	10,3	10,1	9,9	9,3	8,4	8,5
Удельный вес организаций, осуществлявших технологические инновации в отчетном году, в общем числе обследованных организаций, %	7,9	8,9	9,1	8,9	8,8	8,3	7,3	7,5

Инновационный потенциал неравномерно распределен по российским регионам. Наиболее инновационные регионы страны – Москва и Московская область, Санкт-Петербург, Свердловская область, республика Татарстан, Башкортостан и т. д. Так, число используемых передовых производственных технологий в Российской Федерации в 2017 году составило 240054 единицы, из них основная часть – в Центральном федеральном округе, в том числе в Москве и Московской области – 37468 (15,6%). Среди российских городов только Москва вошла в рейтинг самых инновационных городов мира. По данным ГИИ-2018, Москва заняла 18-е место по количеству научных публикаций, а по количеству патентов – 48-е место. На столицу

приходится 52 549 научных публикаций и 2221 патент, Москва занимает более высокое место (30-ое), чем Россия, в основном рейтинге [9].

Формирование инновационной модели экономического развития требует системного подхода, осуществления преобразований на всех уровнях российского общества. В нашей стране действуют различные фонды стимулирования инноваций: Российский фонд фундаментальных исследований (РФФИ), Российский гуманитарный научный фонд (РГНФ), Российский фонд технологического развития (РФТР) и система отраслевых фондов финансирования экспериментальных разработок и научных исследований; Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере; стартовые фонды финансовой поддержки инновационных компаний на ранних стадиях развития; технико-внедренческие зоны. Однако деятельность этих организаций является недостаточно результативной. В проекте «Стратегия-2030» намечены основополагающие направления совместной работы государства, общественности и представителей бизнеса: увеличение человеческого потенциала, создание предпосылок для роста инновационной активности бизнеса и государства, поддержка науки, интеграция национальной инновационной системы в мировую.

**Таблица 3**

**Удельный вес используемых передовых производственных технологий по субъектам РФ (рассчитано автором на основе данных Федеральной службы государственной статистики)**

<b>№ п/п</b>	<b>Субъект</b>	<b>Количество, ед.</b>	<b>Удельный вес в %</b>
1.	Российская Федерация	240054	100
2.	Центральный федеральный округ	77966	32,48
3.	Москва	20649	8,6
4.	Московская область	16819	7,0
5.	Приволжский федеральный округ	64989	27,07
6.	Уральский федеральный округ	28588	11,9
7.	Сибирский федеральный округ	22962	9,57
8.	Северо-Западный федеральный округ	22204	9,25
9.	Южный федеральный округ	13264	5,53
10.	Дальневосточный федеральный округ	7170	2,99
11.	Северо-Кавказский федеральный округ	2911	1,21

Большую роль в развитии национальной инновационной системы играет формирование объектов инновационной инфраструктуры, под которой согласно принятому в 1996 г. Федеральному закону «О науке и государственной научно-технической политике» понимается совокупность организаций, способствующих реализации инновационных проектов, включая предоставление управленческих, материально-технических, финансовых, информационных, кадровых, консультационных и организационных услуг. В качестве объектов инновационной инфраструктуры, формирующихся и функционирующих на федеральном и региональном уровнях, можно назвать: инновационный центр «Сколково», технопарки в сфере высоких технологий, индустриальные (промышленные) парки, особые экономические зоны технико-внедренческого типа, инновационные территориальные

кластеры, наукограды, государственные научные центры, центры коллективного пользования, инжиниринговые центры и центры промышленного дизайна и др. Для развития инновационной инфраструктуры в российских регионах учеными-практиками предлагается комплекс необходимых мер, включающих в себя:

– производственно-технологическую инфраструктуру (создание сети инновационно-промышленных комплексов, кластеров, особых экономических зон для обеспечения эффективного взаимодействия федеральных и региональных органов власти при управлении инновационной деятельностью),

– экспертно-консалтинговая инфраструктура (экспертно-консалтинговая поддержка инновационной деятельности, обеспечение охраны прав на интеллектуальную собственность, содействие выходу на рынки наукоемкой продукции),

– кадровая инфраструктура (развитие сети центров повышения квалификации и профессиональной переподготовки кадров в инновационной сфере),

– информационная инфраструктура (поддержка региональной базы научно-исследовательских разработок, внедрения результатов НИР в экономику),

– финансовая инфраструктура (поддержка венчурных, страховых фондов, развитие лизинга высокотехнологичного оборудования, системы финансирования стартапов),

– сбытовая инфраструктура (создание структур коллективного выхода на рынки с целью продвижения на рынки наукоемкой продукции) [4, с. 82].

В июле 2017 г. вступил в силу Закон «Об инновационных научно-технологических центрах», который позволяет создавать инновационно-технологические научные центры (ИТНЦ) по инициативе научных, образовательных организаций, а также по поручению Президента. Национальным проектом «Наука» предусмотрено создание единой сети из не менее 15 научно-образовательных центров мирового уровня на основе интеграции университетов и научных организаций, их кооперации с организациями реального сектора экономики. На недавно прошедшем Российском инвестиционном форуме в г. Сочи подчеркивалось, что создаваемые в России ИТНЦ помогут приблизить разработки ученых к реальным запросам экономики, позволят повысить качество подготовки кадров.

Одним из первых в стране создается ИТНЦ на территории образовательного центра «Сириус» в Олимпийском парке Сочи. В основе функционирования центра лежит формула «четырёх «И» – инвесторы, инноваторы, индустрия, исследователи. Действие нефинансового механизма, когда все эти «четыре «И» объединены на одной территории, является залогом успеха наряду с финансовыми условиями. Еще одним региональным проектом выступает ИТНЦ «Аэрокосмическая долина», создаваемая правительством Рязанской области совместно с Московским авиационным институтом. Этот центр планируется открыть в мае 2019 г., он будет заниматься разработкой продукции для цифровой экономики, а также развитием гражданского направления на военных заводах. Помимо этого, на площадке будут реализовываться образовательные программы в IT-сфере. В Тульской области в связи с потребностью в разработке и производстве композитных материалов в условиях действия экономических санкций создается «Композитная долина». Подобные проекты

разрабатываются в Калининградской области, Уфе, Чебоксарах, Ульяновске и в ряде других регионов [11].

Будущее страны, перспективы ее существования в условиях турбулентности современного мира предопределяется движением России от индустриального к инновационному варианту развития. Успешность этого движения в значительной степени зависит от финансовых и нефинансовых условий разработки и реализации инновационных проектов. Одним из важнейших инструментов государственной поддержки инновационного потенциала России является развитие системы мониторинга инновационной инфраструктуры России. Реализация задач по развитию инноваций требует повышения эффективности государственного и муниципального управления инновационными процессами, при этом особую важность приобретают институциональные условия развития российского общества и его демократизация.

#### *Список литературы*

1. Посошков И. Книга о скудости и богатстве. Библиотека Якова Кротова. URL: <http://krotov.info/history/18/1710/pososhkov00.htm>.
2. Шульц Т. Инвестиции в людей: экономика качества населения. М., 1999.
3. Корчагин Ю.А. Эффективность национального человеческого капитала: методика измерения. Воронеж: ЦИРЭ, 2004.
4. Лукашева Н.А. Создание и развитие элементов инновационной инфраструктуры для активизации инновационной деятельности в российских регионах // Инноватика и экспертиза. 2015. Вып. 1 (14). URL: [http://inn-exp.ru/archive/14/innov\\_14\\_2015\\_81-95.pdf](http://inn-exp.ru/archive/14/innov_14_2015_81-95.pdf).
5. Погодина Т.В., Терская Г.А., Чувахина Л.Г. Развитие инновационной сферы экономики: российский и зарубежный опыт. М.: Перо, 2017.
6. Терская Г.А. Барьеры инноваций в России. В сб.: Современные исследования экономических проблем: российский и зарубежный опыт. М.: «Буки-Веди», 2016. С. 52–59.
7. Терская Г.А. Об оценке эффективности национальной инновационной системы / в сб.: Общество и экономика в зеркале современной науки. М., 2015. С. 66–68.
8. Проект Стратегии научно-технологического развития РФ до 2035 года от 05 мая 2016 г. / Фонд «Центр стратегических разработок»: URL: [http://sntr-rf.ru/upload/iblock/456/СНТР%2005.05.2016\\_редакция%2021.pdf](http://sntr-rf.ru/upload/iblock/456/СНТР%2005.05.2016_редакция%2021.pdf).
9. Vc.ru – бизнес, технологии, идеи, модели роста, стартапы // URL: <https://vc.ru/flood/44152-global-innovation-index-mesto-rossii-v-mire-innovaciy>.
10. Федеральная служба государственной статистики. URL: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/science\\_and\\_innovations/science/#](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/science_and_innovations/science/#).
11. Национальный центр по мониторингу инновационной инфраструктуры научно-технической деятельности и региональных инновационных систем (НИАЦ МИИРИС). URL: <http://www.miiris.ru/regions/index.php>.
12. Chuvakhina L.G., Terskaya G.A., Buevich S.Y. Innovations as a factor of state's improved performance in the world economic system // Revista ESPACIOS 2018. Vol. 39. № 4. P. 22.

---

*Terskaya G. A.*

**THE ROLE OF HUMAN CAPITAL IN THE DEVELOPMENT  
OF INNOVATION SYSTEM OF THE REGIONS**

*Abstract.* The article discusses the role of human capital and its importance for the innovative development of the region. The relationship of human capital with investments is shown. A number of measures have been proposed that contribute to the development of the innovation infrastructure in the Russian regions.

*Key words:* human capital, innovation, innovation system, region, investment.

---

УДК: 658.114.1

**РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА  
В УСЛОВИЯХ СТРАТЕГИИ ДЕЙСТВИЙ****Турсунов И. Э.***кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой «Менеджмент»,  
Каршинский инженерно-экономический институт***Кучкаров Г. Ф.***кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой «Экономика и  
сервис», Каршинский государственный университет*

**Аннотация.** В статье рассматривается роль рыночной инфраструктуры в развитии инновационного предпринимательства в условиях стратегии действий по пяти приоритетным направлениям развития республики Узбекистан в 2017–2021 гг. Разработаны механизмы формирования и реализации инновационной политики в Республике Узбекистан; выделены основные проблемы, препятствующие развитию инновационных структур; проанализирован мировой опыт создания и развития инновационного предпринимательства; классифицированы основные составляющие инновационной инфраструктуры.

**Ключевые слова:** инновация, экономика, экономические преобразования, модернизация, малый бизнес, предпринимательство.

Перспективы развития Узбекистана связаны с формированием инновационной экономической системы, которая призвана обеспечить повышение инновационной активности хозяйствующих субъектов и рост их числа для обеспечения технологической модернизации предприятий, повышения конкурентоспособности национальной экономики и, в конечном счете, роста благосостояния и качества жизни населения.

Инновационная политика в любом государстве направлена на развитие научно-технического потенциала, обновление существующих и создание новых технологических укладов в отраслях экономики. Экономический интерес предпринимателей состоит в продвижении инноваций, а инновации определяют важнейшие направления развития предпринимательской деятельности.

Инновационной экономика становится тогда, когда нововведения служат основой экономического развития: экономический интерес предпринимателей состоит в продвижении инноваций, а инновации определяют важнейшие направления развития предпринимательской деятельности. Поэтому решение проблемы инновационной трансформации национальной экономики напрямую связано с использованием предпринимательства как фактора производства, необходимого для организации инновационного производства на основе как государственной, так и частной формы собственности. Такой подход, а также учет соответствующей социально-экономической среде ведущей роли государства в экономике, в соответствии с



которой предпринимательство выступает не только частной инициативой, а составляющей государственной экономической политики, обуславливают исследование особенностей предпринимательской деятельности в национальной экономике.

В рыночной экономике основная масса инноваций реализуется предпринимательскими структурами как средство решения производственных и коммерческих задач. Поиск и внедрение новых технологий, новых видов продукции с улучшенными потребительскими характеристиками, постановка и решение нестандартных задач хозяйственного развития обеспечиваются посредством реализации таких функций предпринимательства, как инновационность, творчество, новаторство и готовность к риску. Само зарождение и разработка инновации, ее воплощение, реализация и использование так же являются объектом предпринимательской деятельности.

Поэтому решение проблемы инновационной трансформации национальной экономики напрямую связано с использованием предпринимательства как фактора производства, необходимого для организации инновационного производства на основе как государственной, так и частной формы собственности. Такой подход, а также учет соответствующей социально-экономической среде ведущей роли государства в экономике, в соответствии с которой предпринимательство выступает не только частной инициативой, а составляющей государственной экономической политики, обуславливают исследование особенностей предпринимательской деятельности в национальной экономике.

Как показывает мировая практика, функционирование наиболее преуспевающих экономических систем, высокую конкурентоспособность и стабильный экономический рост, прежде всего, обеспечивают факторы, стимулирующие распространение новых технологий. С нашей точки зрения, учитывая то обстоятельство, что современные конкурентные преимущества практически полностью обеспечиваются за счет преимуществ в технологиях производства, управления, организации продвижения товаров, успешное развитие конкурентоспособности экономической системы возможно при комплексном использовании современных концепций инновационного развития.

По своей внутренней логике инновации – это новый момент в жизни предприятий, основа экономического успеха и обеспечения их выживаемости в условиях конкуренции. Это хорошо усвоили зарубежные промышленные компании, фирмы, корпорации. Они делают немалые затраты на инновационные разработки. Например, в США эти затраты составляют 2,8% к ВВП, Великобритании – 1,9%, Швеции – 3,8%. Японские промышленные компании отчисляют на научные исследования и разработки до 10% от всего объёма продаж, понимая, что наибольшую

прибыль, выгоду приносят товары изготовленные с применением современных передовых технологий.

В современных условиях усиленное внимания к развитию малого бизнеса и инновационного предпринимательства обусловлено их влиянием на динамику социально-экономического развития страны. Доля малого предпринимательства в 2018 году в валовом внутреннем продукте в развитых странах, в Японии, составила (55%), соответственно в США (52%), Франции (50%) и Германии (47%) [1].

Инновационное предпринимательство во всем мире рассматривается как важнейшая основа эффективного функционирования и развития национальной экономики. Во многих странах мира созданы институты развития малого предпринимательства, в частности в США (STTR-Small Business Technology transfer, SBIR- Small Business Innovation Research Program), Канаде (IRAP-Industrial Research Assistance Program), Израиле (Yozma), Великобритании (SBIC-Small Business Investment Companies Program) и других странах. Ими разработаны программы маркетинговых исследований в малом бизнесе, ориентированные на возможность их быстрой адаптации к изменяющейся рыночной среде [2].

В Узбекистане принятые за последнее время меры уже сказались на состоянии деловой среды для малого бизнеса. Одним из главных преимуществ малого бизнеса является то, что он неизбежно ведет к появлению конкуренции на отечественном рынке, что в свою очередь благоприятно влияет на темпы экономического развития страны. Стратегия действий по пяти приоритетным направлениям развития страны в 2017–2021 годах реализуется в 5 этапов, каждый из которых предусматривает утверждение отдельной ежегодной Государственной программы по ее реализации в соответствии с объявляемым наименованием года. Объявление 2018 года Президентом Республики Узбекистан годом поддержки активного предпринимательства, инновационных идей и технологий имеет большое значение для развития всех отраслей экономики, в том числе для сферы образовательных услуг [3].

В Стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан определены такие важнейшие задачи, как «...создание благоприятной деловой среды для широкого развития малого бизнеса и частного предпринимательства, строгое пресечение незаконного вмешательства государственных, правоохранительных и контролирующих органов в деятельность предпринимательских структур». Эффективное выполнение данных задач предполагает совершенствования развития инновационного предпринимательства в условиях стратегии действий.

В условиях стратегии действий, малый бизнес может эффективно содействовать росту занятости населения республики и ее регионов, способствовать формированию конкурентной среды и ее насыщению рынка потребительскими товарами, а также обеспечивать активизацию инновационной деятельности. Интенсивный рост экономики каждого региона Узбекистана возможен только при переходе на

инновационный путь развития, который позволит получить конкурентные преимущества на мировом рынке. Инновационный путь развития обеспечивается путем создания инфраструктуры инновационного бизнеса, т.е. совокупность учреждений и институтов, обеспечивающих технологический трансферт. Кроме того, инфраструктура представляет собой комплекс рыночных и инновационных институтов и элементов.

Как показывают наблюдения, Узбекистан не стоит в стороне от мирового прогресса. В стране инновация привлекает внимания ни меньше, если не больше, чем за рубежом. Этому способствуют не только имеющиеся в республике огромные природные и трудовые ресурсы, интеллектуальный потенциал, но и принимаемые на государственном уровне меры по совершенствованию координации и управления развитием науки и технологии, стимулированию внедрения инновационных проектов и технологий в отечественное производство, дальнейшему совершенствованию инвестиционного климата и деловой среды в стране.

В республике ежегодно проводятся ярмарки инновационных проектов, идей и технологий, в которых участвуют представители не только отечественных, но и зарубежных предприятий, фирм и компаний. Так, в ходе состоявшихся в 2008–2018 годах ярмарок было представлено около 3900 инновационных идей и технологий, созданных учеными нашей страны, подписано более 3100 договоров, в результате реализации которых произведено новой продукции почти на 1,8 трлн. сум.

За годы независимости Узбекистана данный сектор экономики получил значительное развитие, однако здесь имеется много слабых мест, как со стороны предпринимателей, так и с точки зрения управления национальной экономикой. Следует отметить недостаточную активность предпринимательства и зачастую неквалифицированный подход к этой деятельности. Не хватает современных инновационных подходов, использования прогрессивных технологий, ориентированных на активное развитие сферы деятельности.

В современных условиях устойчивое развитие страны возможно только на основе активизации инновационных процессов во всех сферах экономики. В значительной степени это обусловлено необходимостью учета специфических особенностей страны при определении приоритетных направлений инвестиционной политики, направленной на формирование и реализацию инновационного потенциала страны.

Инновационный путь развития обеспечивается путем создания инфраструктуры инновационного бизнеса, т.е. совокупность учреждений и институтов, обеспечивающих технологический трансферт. Кроме того, инфраструктура представляет собой комплекс рыночных и инновационных институтов и элементов. Мировые тренды развития показывают, что экономика является инновационной, когда:

- доступ к информации о новых знаниях, инновациях, результатах инновационной деятельности обеспечивается посредством современных информационных технологий;
- уровень развития инфраструктур в стране в целом соответствует задачам создания национальных информационных ресурсов, необходимых для поддержания научно-технического прогресса и инновационного развития;
- расширения инновационной деятельности в разных сферах происходит на основе радикальных изменений социальных структур и институтов развития общества;
- новые идеи, знания, технологии воспринимается обществом доброжелательно благодаря развитым компенсационным механизмам снижения сопротивления изменениям;
- необходимые в данный момент времени инновации, основанные на высоких производственных технологиях, оперативно реализуются, благодаря развитым инновационным инфраструктурам;
- эффективно реализуются соответствующие основным направлениям мирового технологического развития комплексные проекты развития региона, опираясь на гибкую систему опережающей подготовки и переподготовки специалистов в области инноваций и инновационной деятельности.

Создание новых инновационных структур - одна из основных задач экономической политики как экономически развитых стран, так и развивающихся. Эти структуры позволяют стабилизировать экономическую ситуацию. Даже в развитых экономических системах они в ряде случаев создаются в период экономического спада, структурной перестройки, сопровождающихся сокращением рабочих мест, уменьшением объемов бюджетных ассигнований на научное развитие в условиях значительного накопления научно-технического потенциала при отсутствии механизма доведения имеющихся идей до конкретного потребителя и достижения коммерческого успеха. Инновационные структуры нового типа в ряде случаев возникли как условие выхода из кризисной ситуации.

При формировании рыночных отношений инновационная инфраструктура является средой, способной снизить неопределенность инновационных процессов и благоприятствующей рискованной деятельности. В этом качестве она выступает как в отношении отдельного хозяйственного субъекта (фирмы), так и целого региона. Инновационная инфраструктура аккумулирует финансовые ресурсы, действуя как инвестиционный механизм инновационных процессов, объединяет капиталы институциональных инвесторов, при этом не только финансируются высокие технологии и наукоемкое производство, но и берется плата за риск, то есть риск выступает в качестве объекта купли-продажи. В рамках инфраструктуры получают значительное развитие такие инновационные организации, как научно-технические

парки, малые инновационные предприятия (МИП), бизнес-инкубаторы, технополисы, центры высоких технологий и т.п.

В Узбекистане созданы структуры, направленные на поддержку инновационных предприятий. Также созданы центры в ряде высших учебных заведений страны, в научно-исследовательских организациях, на крупных промышленных предприятиях. Центры инновационной деятельности и трансфера технологий также имеются в каждой области.

Вместе с научными организациями и университетами, с одной стороны, промышленностью и бизнесом – с другой, областные центры инновационной деятельности и трансфера технологий могут на местах формировать информационно-кооперационную инфраструктуру инноваций, которая впоследствии органично сможет влиться в национальную сеть трансфера технологий. Наличие национальной сети трансфера технологий на сегодняшний день является одним из ключевых компонентов инновационной структуры в рамках национальной инновационной системы.

Важно отметить, что создание инновационных центров зависит от уровня технологического и экономического развития национальной экономики. В странах, имеющих развитую производственную инфраструктуру, наблюдается процесс, характеризующийся повышением роли нематериальных факторов производства, информатизации общества. Тем самым формируются реальные возможности создания сети консалтинговых, инжиниринговых, сервисных, информационных услуг, способствующих поддержке инновационных процессов. В целом, следует отметить, что в условиях современного развития общества инновационная инфраструктура должна способствовать повышению роли науки в развитии предпринимательства и производства в целом.

В процессе поиска путей дальнейшего развития инновационного предпринимательства в Узбекистане, его финансовой стабильности актуализируется проблема форм и методов интеграции и кооперации малых инновационных предприятий. Кроме того, переход экономики страны на новый тип экономического роста делает жизненно необходимыми исследования по формированию и развитию предпринимательства как основного фактора инновационного развития.

Исследование западных экономистов убедительно показывает, что, во-первых, малые и средние фирмы обеспечивают более двух третей занятости и национального дохода в ведущих странах мира. Во-вторых, только оптимальное сочетание крупных и малых фирм позволяет поддерживать высокие темпы научно-технического и экономического прогресса. В-третьих, малые фирмы в наукоёмких секторах промышленности являются наиболее активными субъектами инновационного процесса, выполняют очень большой объём доработки, модификации, рыночного освоения результатов крупных открытий, совершённых силами большой науки [4].

Создание инновационной инфраструктуры зависит от уровня технологического и экономического развития национальной экономики. В условиях трансформированного общества инновационная инфраструктура должна способствовать вхождению науки в рыночную среду, развитию предпринимательства в научно-технической сфере, поэтому ее формирование во многом определяется состоянием рыночной инфраструктуры.

Развития экономики регионов является инновационной, когда доступ к информации о новых знаниях, инновациях, результатах инновационной деятельности обеспечивается посредством современных информационных технологий, а также уровень развития инфраструктур в регионе в целом соответствует задачам создания национальных информационных ресурсов, необходимых для поддержания научно-технического прогресса и инновационного развития.

Дальнейшее развитие трансфера технологий в большей степени зависит от создания эффективной системы инновационной инфраструктуры. Инфраструктура инновационной деятельности или инновационная структура подразумевает комплекс организационно-экономических институтов, непосредственно обеспечивающих условия для реализации хозяйствующими субъектами трансфера технологий в процессе производства на основе принципов экономической эффективности. Кроме того, инфраструктура позволяет разумно распределять и минимизировать риски, всегда соответствующие инновационным процессам. Одним из главных направлений при создании инновационной инфраструктуры является формирование инновационных центров, научных и технологических парков и инкубаторов, благодаря которым осуществляется стратегия стимулирования роста, сводящая воедино элементы промышленной, региональной и инновационной политики.

В каждом регионе созданы структуры, направленные на поддержку инновационных предприятий. Также созданы центры в ряде высших учебных заведений страны, в научно-исследовательских организациях, на крупных промышленных предприятиях. Центры инновационной деятельности и трансфера технологий также имеются в каждой области. Вместе с научными организациями и университетами, с одной стороны, промышленностью и бизнесом – с другой, областные центры инновационной деятельности и трансфера технологий могут на местах формировать информационно-кооперационную инфраструктуру инноваций, которая впоследствии органично сможет влиться в национальную сеть трансфера технологий.

Важно отметить, что создание инновационных центров зависит от уровня технологического и экономического развития национальной экономики. В странах, имеющих развитую производственную инфраструктуру, наблюдается процесс, характеризующийся повышением роли нематериальных факторов производства, информатизации общества. Тем самым формируются реальные возможности создания

сети консалтинговых, инжиниринговых, сервисных, информационных услуг, способствующих поддержке инновационных процессов. В целом, следует отметить, что в условиях современного развития общества инновационная инфраструктура должна способствовать повышению роли науки в развитии предпринимательства и производства в целом. Следует отметить, что необходимость создания инфраструктуры обусловлена постоянной потребностью общества в трансфере технологий, коммерциализации результатов научно-технических разработок, создании действенных механизмов по реализации инновации до конечного потребителя.

В процессе поиска путей дальнейшего развития предпринимательства в Узбекистане, его финансовой стабильности актуализируется проблема форм и методов интеграции и кооперации малых инновационных предприятий. Кроме того, переход экономики страны на новый тип экономического роста делает жизненно необходимыми исследования по формированию и развитию предпринимательства как основного фактора инновационного развития.

Целью финансовой политики государства в отношении инновационного предпринимательства должно являться упрочнение положения субъектов инновационного предпринимательства на рынке кредитных ресурсов, а также целевое финансирование отдельных высокоэффективных программ и проектов, позволяющее раскрыть внутренний потенциал субъектов инновационного предпринимательства, обеспечить их поступательное развитие и повышение конкурентоспособности.

В целом государство может предложить несколько механизмов, которые бы решали две основные проблемы при привлечении субъектами предпринимательства банковских кредитов. Во-первых, можно разработать схему государственных гарантий для тех субъектов инновационного предпринимательства, которые не имеют залогового обеспечения, во-вторых, осуществлять субсидирование процентной ставки по кредиту, чтобы субъект предпринимательства мог бы привлечь заемное финансирование на приемлемых для себя условиях.

Инновационным является такое предпринимательство, которое специализируется на выполнении исследований и разработок и реализует первичное нововведение. Содержанием нововведений могут быть технические, организационно-управленческие, социальные и другие изменения в производстве продукции и оказании услуг.

К числу причин и факторов торможения технических нововведений относятся:

– кризис финансово-кредитной сферы, дефицитность государственного бюджета, рост процентных ставок при предоставлении кредита и соответственно отсутствие спроса на принципиально новую технику;

– несовершенная организационная структура инновационной деятельности (нерациональное соотношение крупных, средних и малых научных и инновационных организаций, недостаток инновационных организаций, слабое развитие

специализированных учреждений рискованного финансирования нововведений, слабое развитие учреждений инновационной инфраструктуры, в особенности сферы обслуживания малых инновационных предприятий);

– несовершенный механизм функционирования научных и инновационных организаций;

– состояние системы охраны интеллектуальной собственности;

– низкая коммерческая квалификация участников нововведений, слабая заинтересованность участников нововведений, ученых и изобретателей.

Перспективы развития инновационного предпринимательства в регионах во многом будут определяться содержанием долгосрочной стратегии научно-технического развития страны и мерами государственной поддержки частного, в том числе инновационного предпринимательства. Именно инновационное предпринимательство способно, в свою очередь, обеспечить развитие высокотехнологичных производств, создать современную технику для ремесленников, индивидуальных фермеров, мелких предпринимателей, увеличить экспортный потенциал страны.

#### *Список литературы*

1. Статистические данные. URL: [http:// www.worldbank.org](http://www.worldbank.org).
2. Acs Z. Public policies to support new technology-based firms // Science and public policy. Guildford, 1999. Vol. 26. P. 252.
3. Указ Президента № УП-4947 от 7.02.2017 г. «Стратегия действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан в 2017–2021 годах».
4. Засименко Б.В. Современное формы организации инновационной деятельности предприятий. М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2017. 16 с. С. 3.

*Tursunov I. E., Quchqorov G. F.*

#### **DEVELOPMENT OF INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP IN THE CONDITIONS OF ACTION STRATEGY**

*Abstract.* The article discusses the role of market infrastructure in the development of innovative entrepreneurship in the context of an action strategy in five priority areas of development of the Republic of Uzbekistan in 2017-2021. The development of mechanisms for the formation and implementation of the innovation policy of the Republic of Uzbekistan and also, the main problems hindering the development of innovative structures are given. The world experience in the creation and development of innovative entrepreneurship is shown. The main components of the innovation infrastructure are classified.

**Key words:** Innovative, economy, economic transformations, modernization, small business, entrepreneurship.



УДК 330.342.12

**ИННОВАЦИОННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО – ФАКТОР  
ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ АБХАЗИИ****Шалашаа З. И.***докт. экон. наук, профессор, член-корреспондент Академии наук Абхазии,  
директор Института экономики и права Академии наук Абхазии***Багба А. Н.***научный сотрудник Института экономики и права Академии наук Абхазии*

**Аннотация.** Статья посвящена проблеме повышения роли совместной инвестиционной деятельности национальных и иностранных предпринимателей, которая способствовала бы освоению инновационного зарубежного опыта производства товаров и управления предприятиями, в развитии национальной экономики Абхазии. Совместное предпринимательство, осуществляемое на инновационной основе между предпринимателями Абхазии и России, способствует, по мнению авторов, технико-технологической модернизации экономики республики, выпуску конкурентоспособной продукции, в том числе и на зарубежных рынках.

**Ключевые слова:** инновационные технологии, инвестиционное сотрудничество, совместное предпринимательство, инновационная предпринимательская деятельность.

В современных условиях любая страна, вне зависимости от стадии экономического развития, социально-экономической системы хозяйствования, а также технологического способа производства, не может эффективно функционировать без использования в воспроизводственном процессе современных инновационных технологий. Причем, осуществление инновационной предпринимательской деятельности позволяет произвести товары и услуги, которые наилучшим способом смогут удовлетворить постоянно растущие потребности общества, так как в этом случае повышается рыночный спрос на материальные блага, обладающие большей потребительной стоимостью и полезностью.

Инновационная предпринимательская деятельность активно разрушает традиционные способы производства товаров и услуг, заменяя их новыми современными способами производства, основанными на новой технике и технологиях, способных создавать инновационные и конкурентоспособные товары. В этом процессе положительный экономический эффект достигается только в том случае, когда в производственном секторе национальной экономики страны создается инновационный сектор экономики, объединяющий, как и все факторы производства, так и связанные с ними необходимые условия воспроизводства, включающие и инфраструктуру предпринимательства.

В Абхазии, как и в других постсоветских странах, практику становления и развития предпринимательства условно можно разделить на две модели: классическую и инновационную.

Классическое предпринимательство – это деятельность физических и юридических лиц по производству товаров и услуг на основе применения имеющихся ресурсов в целях получения максимальной выгоды. Подобная деятельность в большей степени связана с экстенсивным использованием ресурсов и не всегда отвечает требованиям экономической эффективности.

В отличие от классического предпринимательства, инновационное предпринимательство предполагает интенсивное развитие производства, при котором повышается инновационная роль предпринимателя, так как он выступает в качестве лица, создающего новые товары и услуги с использованием современной техники и технологий.

В осуществлении инновационной предпринимательской деятельности, как отмечают российские ученые, необходимо соблюдать определенную последовательность (рисунок 1) [4, с. 454].



Рисунок 1. Схема инновационного предпринимательства

В современных условиях актуальной задачей в развитии экономики Абхазии является повышение роли совместной инвестиционной деятельности национальных и иностранных предпринимателей, которая способствовало бы освоению инновационного зарубежного опыта производства товаров и управления предприятием.

Наиболее распространенной и эффективной формой ведения совместной инвестиционной деятельности, в которой участвуют национальные и иностранные лица, является совместное предпринимательство – относительно новая организационно-производственная форма международного экономического

сотрудничества, получившее широкое развитие в условиях глобализации мирохозяйственных связей, когда вне зависимости от политических предпочтений, бизнес расширяет свои национальные границы.

Совместным предприятием (СП) принято называть такую форму хозяйственного и правового сотрудничества с иностранным партнером, при которой создается общая собственность на материальные и финансовые ресурсы, используемые для выполнения производственных, научно-технических, внешнеторговых и других функций. Характерной особенностью СП является и то, что производимые товары и услуги находятся в общей собственности национального и иностранного партнеров. Реализация производимых видов продукции осуществляется, как в стране базирования СП, так и на зарубежных рынках.

В отличие от международного разделения труда СП представляет собой сложную организационную форму международного экономического сотрудничества, при которой осуществляются более тесные связи хозяйствующих партнеров разных стран. Участники СП солидарно распределяют доходы, убытки и риски, совместно управляют всеми производственными и реализационными циклами.

Совместное предпринимательство, осуществляющееся между хозяйствующими субъектами Республики Абхазия и Российской Федерации – стратегическими союзниками и партнерами, сотрудничающими на основе Договора «О союзничестве и стратегическом партнерстве» [2], ведет к формированию тесных интеграционных связей между ними. Причем, оно является развивающимся процессом, в ходе которого между его участниками складываются относительно устойчивые экономические связи производственно-структурного характера.

В этом смысле мы поддерживаем мнение профессора МГУ им. М.В. Ломоносова О.В. Черковца, о том, что экономические отношения «обретают не только торгово-экономический, но со временем и технико-технологический и финансово-инвестиционный характер» [6, с. 327].

Одним из способов технико-технологической модернизации национальной экономики Абхазии является привлечение российских инвестиций в СП, которые позволяют мобилизовать материальные и финансовые средства, обеспечивающих внедрение инновационной техники и технологий, что способствует повышению конкурентоспособности производимых товаров и услуг.

Российская Федерация является основным инвестиционным партнером Абхазии и занимает первое место по объему прямых инвестиций в экономику Абхазии. При этом ежегодно увеличивается количество российско-абхазских предприятий и на 2017 год в Министерстве юстиции республики зарегистрировано 237 предприятий со 100% российским капиталом и около 240 совместных предприятий. Общий объем прямых инвестиций из России в Абхазию в 2016 году составил 3,9 млн. дол., а из Абхазии в Россию – 0,15 млн. дол. [5, с. 9–10].

В апреле 2015 года на заседании межправительственной комиссии по социально-экономическому сотрудничеству между Россией и Абхазией подписан протокол, в котором определены объемы финансирования экономики и социальной сферы республики в размере 9,3 млрд. руб. (таблица 1).

В декабре 2017 года был утвержден новый протокол об Инвестиционной программе содействия социально-экономическому развитию Абхазии на 2017–2019 гг., в котором объем финансирования Россией определен в размере 5,8 млрд. руб., в том числе:

- в 2017 г. дополнительно к ранее определенной сумме, 2,6 млрд. руб.;
- в 2018 г. – 1,6 млрд. руб.;
- в 2019 г. – 1,6 млрд. руб. [7].

*Таблица 1*

**Инвестиционная программа содействия социально-экономическому развитию Республики Абхазия на 2015–2017 гг., млрд. руб.**

Год	Объем российских инвестиций	Объем ВВП Абхазии	Доля российских инвестиций в ВВП, %
2015	3,8	28,6	13,3
2016	3,3	30,3	10,9
2017	2,2	32,0	6,9

Совместная предпринимательская деятельность, осуществляемая с начала 2000-х годов абхазско-российским ООО «Вина и воды Абхазии», свидетельствует о технологической модернизации национальной винодельческой отрасли республики, так как данное предприятие является одним из высокорентабельных хозяйствующих субъектов, продукция которого является конкурентоспособным на российском рынке и пользуется повышенным потребительским спросом населения.

Основными направлениями деятельности ООО «Вина и воды» являются: а) производство, разлив и реализация вина; б) производство, закуп товаров народного потребления, промышленных и продовольственных товаров; в) сельскохозяйственное производство, переработка сельскохозяйственного сырья в готовую продукцию, система заготовок и реализация готовой продукции; г) внешнеэкономическая деятельность и др.

В настоящее время ООО «Вина и воды Абхазии» располагает собственными виноградными плантациями, общая площадь которого составляет более 1,0 тыс. га. В технологическом плане завод оснащен инновационным оборудованием : новыми итальянскими и французскими линиями розлива, эмалированными емкостями и специально закупленными во Франции дубовыми бочками для хранения и обработки виноматериалов.

В 2017 году из общего объема товарной структуре экспорта Абхазии равной 3,6 млрд. руб., доля вина и винодельческой продукции составила 75,0% от общего

товарооборота по экспорту. Основным торговым партнером ООО «Вина и воды Абхазии» и поставщиком абхазских вин на российском рынке является московская дистрибьюторская фирма «Мистраль алко», которая владеет 50% долей в Сухумском винном заводе. Общая проектная мощность ООО «Вина и воды Абхазии» составляет более 25 млн. бутылок в год. Фирма поставляет на российский рынок 17 наименований вин и коньяков, причем, что особенно важно, их производство и розлив осуществляется в соответствии с разработанными на каждое наименование технологическими инструкциями и ГОСТами России.

С 2018 года в Абхазии начал функционировать производственно-аграрное объединение «АБХАЗ-ВИНО», в котором совместное предпринимательство ведут, как российские, так и местные предприниматели. Здесь на инновационной технологической базе осуществляется полный производственный цикл по производству и розливу вин различного ассортимента.

Наиболее эффективные механизмы российско-абхазского инновационного предпринимательства осуществляется в коммуникационном секторе национальной экономики Абхазии, в которых национальные и российские предприниматели оказывают населению услуги сотовой связи.

СП ЗАО «АКВАФОН-GSM» – первый оператор мобильной связи созданный в 2003 году, предоставляет услуги связи в стандартах GSM 900/1800 МГц, 3G (UMTS) 2100/900 МГц, 4G LTE мобильный Интернет, а также широкий спектр дополнительных услуг. Компания работает в Республике Абхазия под самостоятельным брендом с 2003 года.

Зона покрытия сети АКВАФОН составляет около 100 % заселенной территории Абхазии, включая труднодоступные горные районы республики. Количество абонентов к 2018 году составило около 200000 человек. Международный роуминг предоставляется в 231 стране мира.

СП ООО «А-Мобайл» – телекоммуникационная компания, было основано в ноябре 2006 года и оказывает услуги сотовой связи в стандартах GSM 900/1800 МГц, 3G (UMTS) 2100 МГц, LTE 800 МГц и LTE Advanced 1800 МГц, мобильного интернета, широкополосного интернета и другие услуги. Декларируется покрытие всей заселённой территории Абхазии, включая горные районы республики. К началу 2018 года действовало около 20 офисов обслуживания абонентов «А-Мобайл» во всех городах республики. Компания функционирует на базе инновационного оборудования известных зарубежных фирм Nokia и Huawei.

В последние годы инновационное предпринимательство активно развивается в банковском секторе экономики Абхазии с принятием в декабре 2011 года Закона «О Национальной платежной системе с использованием электронных средств платежа», который послужил основой для создания Национальной платежной системы (НПС) в стране. Это дало возможность республике войти в мировую информационную систему

банковских технологий и выйти на международный уровень в области электронных средств платежа[3].

НПС представляет собой совокупность институтов, механизмов, правовых норм, обеспечивающих условия для использования электронных средств платежа и включает в себя следующие элементы:

- Абхазская платежно-расчетная ассоциация (АПРА) – некоммерческое объединение участников НПС.
- банки и иные юридические лица.
- участники НПС (партнеры, привилегированные партнеры и партнеры провайдеры).
- расчетный банк (функции расчетного банка возлагаются на Национальный Банк Республики Абхазия (Банк Абхазии).
- процессинговый центр (подразделение Банка Абхазии).

Базовой целью создания НПС является построение в Абхазии современной инфраструктуры электронных средств платежа с широким кругом участников, важнейшим преимуществом которой является защита персональных данных и денежных средств держателей карт.

Из базовой цели создания НПС вытекают следующие задачи, позволяющие ее реализацию:

- обеспечение населения республики инновационными банковскими продуктами и услугами;
- вовлечение в банковскую систему Абхазии «серого» оборота наличных средств;
- обеспечение массовых платежей со стороны населения картами «АПРА»;
- снижение финансовых затрат на содержание платежных систем в платёжной инфраструктуре НПС;
- мобилизация кредитных ресурсов, необходимых для кредитования субъектов предпринимательской деятельности, функционирующих в различных секторах экономики;
- повышение скорости оборачиваемости денежных средств и платежей;
- формирование платёжной карточной инфраструктуры в Абхазии.

По официальным данным Банка Абхазии на начало 2018 года общее количество выпущенных карт «АПРА» составило 84226 шт., из которых 24961 шт. было эмитировано в 2017 году.

В структуре эмиссии банковских карт наибольший удельный вес (96%) приходится на социальные карты, в том числе:

- пенсионные карты – 62,0%;
- зарплатные карты – 34,0% [1].

Эквайринговая сеть НПС РА составляет 1239 терминальных устройств, включающих:

- 107 устройств – АТМ АПРА (банкомат);
- 98 устройств – POS ПВН АПРА;
- 1034 устройств – POS-терминалы АПРА.

В настоящее время НПС АПРА характеризуется активным ростом транзакционной деятельности. Так, общий объем транзакций за 2017 год, по сравнению с 2016 годом, увеличился почти в 2 раза и составил 10047 млн. руб. При этом объем транзакций по локальным картам в 2017 году в 2,4 раза превысил объем транзакций по картам МПС (Visa, MasterCard, Maestro). Тем самым, доля карт «АПРА» составила 70,2% от общей суммы транзакций, а на долю карт МПС приходилось 29,8% [1].

Стратегическим направлением деятельности НПС является ее интеграция с российскими платежными системами, а также с другими субъектами платежных систем. В целях организации межсистемного взаимодействия национальной платежной системы АПРА и российской платежной системы «Мир», между Банком Абхазии и Центральным банком России проводится согласованная работа, в результате которой определены базовые цели и принципы их перспективного взаимодействия на основе определенной сторонами дорожной карты.

Объединение платежных банковских инфраструктур является приоритетной задачей для банковской системы Абхазии, так как оно предоставляет определенные преимущества гражданам Абхазии и России, так как, в этом случае граждане Республики Абхазия получают возможность использовать карты «АПРА» на территории Российской Федерации, а граждане России, обладающие картами «Мир» будут обслуживаться на территории Абхазии.

В конце 2017 года был подписан договор о взаимодействии НПС АПРА и системы денежных переводов «Contact», который дает возможность пополнения карт «АПРА» через международную сеть «Contact», включающую более 410000 пунктов обслуживания в 170 странах мира, что значительно ускоряет процесс получения перевода денежных средств для держателей карт «АПРА».

Наряду с взаимодействием с Центральным банком России, Банк Абхазии одновременно осуществляет сотрудничество и с рядом российских коммерческих банков: Банк ВТБ (ПАО), ПАО «УРАЛСИБ», Банк «Центр Международных Расчетов» (ООО).

Сотрудничество между банковскими институтами Абхазии и России позволяет использовать рыночные принципы привлечения кредитно-финансовых ресурсов для реализации российских частных инвестиционных проектов в республике, которые реализовываются через новые институты, Государственного инвестиционного

агентства при Министерстве экономики Абхазии и российского ООО «Инвестиционное агентство».

Примерами успешной реализации Инвестиционной программы поддержки субъектов предпринимательства, функционирующих в Абхазии, являются:

– агрофирма «Кындыг-Агро», расположенный в с. Кындыг, Очамчирского района, который открыт в рамках VIII абхазо-российского делового форума в 2017 году, куда инвестировано более 360,0 млн. руб. Теплица оснащена автоматизированными технологическими линиями и требует минимального человеческого присутствия, количество занятых составляет около 60 чел.;

– фабрика по переработке фруктов «Абхазские сады» в г. Очамчыра, открыта в ноябре 2016 года в рамках VII абхазо-российского делового форума в 2016 году, в которой используются инновационное оборудование и автоматизированные технологические линии;

– с 2018 года начал функционировать ООО «ПАО «АБХАЗ-ВИНО» (с. Бабышра Гулрыпшского района), в котором работают свыше 50 человек, а на 2019 год предусматривается расширение численного штата работников до 200 чел. На первом этапе инвестиционные вложения абхазских и российских предпринимателей составили более 300,0 млн. руб.

– заключено соглашение между компаниями «Абхазстрой» и «Славянский мир» о развитии инновационной стройиндустрии в Абхазии, связанной с развитием инновационно-строительного кластера, общая сумма кредитных ресурсов, которых составляет 1,2 млрд. руб.

Практика функционирования в Абхазии совместных абхазо-российских СП свидетельствует о технико-технологической модернизации производственного сектора экономики республики, осуществляемой на инновационной основе. Это, в свою очередь, способствует становлению взаимовыгодных и конструктивных предпринимательских отношений между хозяйствующими субъектами Абхазии и России и формированию между ними межгосударственных интеграционных тенденций в бизнесе.

Спецификой формирования и развития предпринимательского сектора экономики Абхазии является то, что данный процесс происходит при активной роли государства, так как оно является одним из рыночных субъектов и через возможности государственного сектора, участвует в рыночных преобразованиях, тем самым, создавая конкурентную среду в национальной экономике. Однако для достижения предпринимательскими структурами эффективных результатов функционирования, на наш взгляд, необходимо преодолеть существующие проблемы:

– наличие высокого уровня административных барьеров, особенно со стороны фискальных органов;



- ограниченность доступа к банковским кредитным ресурсам, в связи с высокими процентными ставками;
- неразвитость механизмов стимулирования развития инновационного предпринимательства;
- нерешенность проблем по сертификации производимой продукции и др.

В целях разрешения обозначенных проблем государственным органам управления Абхазии необходимо осуществить следующие меры:

1. Оптимизировать систему налогового и таможенного обложения доходов, имущества, товаров и услуг субъектов предпринимательства.

2. Модернизировать систему финансово-кредитной поддержки субъектов предпринимательской деятельности.

3. Разработать Государственную программу поддержки и развития малого и среднего предпринимательства.

4. Упростить административные процедуры, связанные с регистрацией бизнеса, ведением учета и отчетности.

5. Применять и развивать механизмы и инструменты государственно-частного предпринимательства и др.

6. Вышеперечисленные меры государственного воздействия позволят достичь определенных позитивных результатов, как в инновационном развитии предпринимательства, так и достижению положительного эффекта в масштабах всей национальной экономики, что в свою очередь, содействуют:

- формированию новой экономической системы, основу которой составляют многообразие форм собственности и видов предпринимательства при одновременном сочетании различных видов экономического регулирования: рыночного, внутрифирменного, государственного, международного;

- увеличению доли среднего класса, самостоятельно обеспечивающего собственное благосостояние и достойный уровень жизни и являющегося главной стабилизирующей силой гражданского общества;

- созданию новых рабочих мест в негосударственном секторе предпринимательства;

- снижению уровня безработицы и социальной напряженности в обществе;

- трансформацию структуры производства субъектов предпринимательства путем внедрения инновационной техники и технологий в производство товаров и услуг.

### *Список литературы*

1. Годовой отчет Банка Абхазии. URL: <http://nb-ra.org/otchetnost-banka-abhazii/>
2. Договор между Российской Федерацией и Республикой Абхазия о союзничестве и стратегическом партнерстве. 24 ноября 2014 года. URL: <http://www.kremlin.ru/supplement/4783>.

3. Закон Республики Абхазия «О национальной платежной системе с использованием электронных средств платежа». Сухум, 2011.
  4. Предпринимательство / под ред. В.Я. Горфинкеля, Г.Б. Поляка, В.А. Швандара. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.
  5. Республика Абхазия. Общая информация о стране. Материалы VIII Абхазо-Российского делового форума. Сухум, 2017.
  6. Черковец О.В. Интеграционные процессы на постсоветском пространстве в контексте мирового опыта межгосударственного регионального сотрудничества // Национальная экономика России и вызовы XXI века. М., 2009.
  7. Сайт Министерства экономики РА. URL: <http://mineconom-ra.org/upload/iblock/a32/a320c2e8b689370f6bb71167cc79258c.pdf>.
- 

*Shalashaa Z.I., Bagba A.N.*

**INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP – A FACTOR  
OF TECHNOLOGICAL MODERNIZATION  
OF THE ECONOMY OF ABKHAZIA**

***Abstract.** Now in Abkhazia a challenge in the development of the national economy becomes the enhancement of the role of the joint investment activity of domestic and foreign entrepreneurs, which contributes to the development of innovative foreign experience production and management of enterprises. Joint enterprise carried out on the innovation basis between businessmen of Abkhazia and Russia, promotes technical-technological modernization of the economy, producing competitive products, including foreign markets.*

***Key words:** innovative technologies, investment cooperation, joint enterprise, innovative entrepreneurship.*

---

УДК: 332.1

**МЕЖБЮДЖЕТНЫЕ СУБСИДИИ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ  
МЕХАНИЗМ СТИМУЛИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ  
ИННОВАЦИОННЫХ КЛАСТЕРОВ И ТЕРРИТОРИЙ****Дегтярев П. А.***старший преподаватель кафедры финансы и кредит, Сочинский институт  
(филиал) Российский университет дружбы народов***Шурухина Т. В.***Кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой финансы  
и кредит, Сочинский институт (филиал) Российский университет  
дружбы народов*

**Аннотация.** В статье проведен анализ межбюджетных субсидий как эффективного механизма стимулирования развития инновационных кластеров и территорий. Актуальность проведенного исследования заключается в существовании на сегодняшний день необходимости реализации адресной поддержки развития инновационных кластеров и территорий посредством механизма предоставления целевых межбюджетных субсидий. Эффективность применения данного механизма подтверждена опытом зарубежных стран в области кластерной политики.

**Ключевые слова:** инновационные кластеры и территории, межбюджетные субсидии, региональная инновационная система, программы поддержки.

Существующие, в настоящее время, программы поддержки развития инновационных территорий базируются на основании комплексного подхода по решению поставленных задач и имеющихся проблем. На сегодняшний день, реализация поддержки развития инновационных кластеров и территорий их расположения, производится в рамках ряда федеральных инициатив:

– программа поддержки реализации программ развития пилотных инновационных территориальных кластеров Министерства экономического развития Российской Федерации;

– программа поддержки развития малого и среднего предпринимательства Министерства экономического развития Российской Федерации (в т. ч. формирование инновационной инфраструктуры и ряд других направлений);

– программы институтов развития, включая Фонд инфраструктурных и образовательных программ (Группа РОСНАНО) (создание и развитие центров нанотехнологий), АО «РВК» и Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере (Фонд содействия инновациям) (создание и развитие инновационных компаний);

– программы Министерства образования и науки Российской Федерации в рамках реализации поддержки программ развития ведущих ВУЗов, в т. ч. формирование инновационной инфраструктуры, программа поддержки

инжиниринговых центров, Федеральная целевая программа «Исследования и разработки по приоритетным направлениям развития научно-технологического комплекса России на 2014–2020 годы»;

– программы Министерства промышленности и торговли Российской Федерации (осуществление поддержки индустриальных парков, инжиниринговых центров и отдельных предприятий), Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации (создание технопарков в области высоких технологий) и др.

Результатом существования разнообразных моделей кластерного развития становится появление необходимости максимально гибкого и эффективного использования государственных инструментов поддержки в соответствии со специфическими особенностями каждого отдельного кластера [2].

Несмотря на существование различных инструментов финансирования, направленных на решение задач развития кластеров, которые предусмотрены в рамках федеральных и региональных программ, необходимость осуществления адресной поддержки развития кластеров посредством механизма предоставления целевых межбюджетных субсидий не подлежит сомнению, что в свою очередь подтверждается опытом зарубежных стран в области кластерной политики.

Самостоятельной задачей выступает создание условий развития кластеров в качестве «зон роста», которая требует разработки и осуществления соответствующей стратегии, предусматривающей, кроме того создание системы мер поддержки со стороны государства и государственно-частного партнерства в области инновационной, производственной и образовательной деятельности. На сегодняшний день инновационные кластеры выступают точками опережающего экономического и социального развития, которые опираются на высокий научно-технологический потенциал и одновременно являются известными, инвестиционно привлекательными территориями [1]. Кластеры являются сосредоточением существенного инновационного потенциала, в т.ч. за счет высококвалифицированных кадров, что особенно важно в условиях усиления глобальной конкуренции за «человеческий капитал». В кластерах сформированы сложные системы кооперационных взаимосвязей между производственными предприятиями, научными и образовательными организациями, которые обусловлены сложившимися правилами, традициями и атмосферой сотрудничества [7].

Высокий уровень самоорганизации ключевых организаций-участников кластера, наличие эффективных организационных механизмов разработки и осуществления совместных стратегий, программ и проектов, являются существенным преимуществом пилотных кластеров. Внутри данных структур определены стратегические цели развития и понимание будущего. Региональные программы развития инновационных кластеров, подтверждают четко сложившуюся позицию органов исполнительной

власти субъектов Российской Федерации по вопросу поддержки кластеров. При этом существует целый ряд барьеров, сдерживающих развитие кластеров, в т. ч. инфраструктурные, устранение, которых не может быть произведено без федерального участия, которое предусматривает не только применение имеющихся инструментов государственной поддержки (например, Федеральные целевые программы научно-технологической и инфраструктурной направленности), но и целевую поддержку, направленную на решение наиболее значимых задач развития кластеров [3]. Сложившаяся ситуация во многом может быть объяснена наличием дефицита бюджетных средств на местном и региональных уровнях. В условиях бюджетной несбалансированности, повышенный объем краткосрочных обязательств, приводит к расходованию средств на решение текущих инфраструктурных и социальных проблем, вместо того чтобы направить их на задачи опережающего развития. Внимание муниципалитетов и регионов, как правило, остается сфокусировано на текущих проблемах других территорий, которые обладают значительно более низким, чем у кластера, уровнем развития. Кроме того, применение системной поддержки кластеров, базирующейся исключительно на сочетании инструментов поддержки развития науки, образования, инноваций, инфраструктуры федерального уровня, ограничено их целевой направленностью, которая отражает отраслевые приоритеты, но при этом не учитывает приоритеты развития кластеров как конкретных территорий (в пределах одного или нескольких муниципальных образований). В качестве примера можно привести Федеральную целевую программу «Развитие транспортной системы России», т.к. финансирование дорог, которые связывают территорию расположения кластера и областной центр, или муниципальных дорог, может не подпадать под приоритеты транспортной политики, в рамках развития транспортных коридоров.

Ограниченные возможности применения сквозных инструментов поддержки, являются следствием сложившихся направлений расходования бюджетных средств, а также ужесточением бюджетных ограничений. Так, ряд территорий при получении поддержки на развитие инновационной инфраструктуры, в рамках государственной программы Российской Федерации «Экономическое развитие и инновационная экономика», реализуемой в соответствии с Постановлением Правительства РФ от 15.04.2014 г. №316 [6], остаются заинтересованными в дополнительной поддержке на развитие кластеров. Предоставление субсидий из федерального бюджета дает возможность четкой фокусировки ресурсов системы государственной поддержки развития кластеров в рамках направлений, которые не затрагиваются другими инструментами государственной поддержки или финансируются на недостаточном уровне, а также поставить задачи развития кластеров в приоритет регионального социально-экономического развития.

В соответствии с постановлением Правительства РФ от 06.03.2013 г. № 188 «Об утверждении Правил распределения и предоставления субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на реализацию мероприятий, предусмотренных программами развития пилотных инновационных территориальных кластеров», предусмотрено предоставление субсидий субъектам Российской Федерации по ряду направлений:

- обеспечение деятельности специализированных организаций, осуществляющих организационное, экспертно-аналитическое, методическое и информационное сопровождение развития кластеров;
- осуществление переподготовки, повышения квалификации и проведение стажировок работников организаций участников кластеров (в том числе за рубежом);
- консультирование организаций участников кластеров по вопросам разработки инвестиционных проектов в инновационной сфере;
- организация и проведение выставочно-ярмарочных мероприятий, а также участие представителей организаций участников кластеров в выставочно-ярмарочных и коммуникативных мероприятиях в Российской Федерации и за рубежом;
- развитие на территориях, на которых расположены кластеры, объектов инновационной и образовательной, транспортной и энергетической, инженерной и социальной инфраструктуры [5].

Выделяемые на цели развития кластеров, средства субсидий, предоставляют возможность обеспечения расшивки наиболее значимых узких мест, направления которых определяются кластерами в связи с приоритетами, которые установлены соответствующими программами развития.

Минэкономразвития России, для обеспечения разработки и реализации программы развития кластера, в т. ч. анализа узких мест в инновационной системе и определения приоритетов финансового обеспечения мероприятий в части устранения указанных узких мест, разработало:

- методические материалы по разработке и реализации программы развития инновационного территориального кластера;
- методические материалы по вопросам деятельности специализированной организации, осуществляющей организационное, экспертно-аналитическое, методическое и информационное сопровождение развития инновационного территориального кластера.

Данный комплекс рекомендаций направлен на решение задачи стратегического планирования развития кластеров, в т. ч. поддержки формирования потока прорывных инновационных проектов, а также фокусирования господдержки на основных направлениях инновационного роста.

Впервые Минэкономразвития России осуществило предоставление субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на реализацию

мероприятий, которые были предусмотрены программами развития 13 кластеров в 2013 году, в общем объеме 1,3 млрд. руб. Уже через год было произведено увеличение объема до 2,5 млрд. руб., с расширением до 25 поддерживаемых кластеров, которые включены в перечень, утвержденный Правительством РФ.

Создание и развитие инновационной инфраструктуры, прежде всего инжиниринговых центров, стало одним из наиболее востребованных направлений, по которому было предоставлено больше всего средств федеральной субсидии.

В настоящее время, Правительством РФ принято решение о сохранении поддержки инновационных кластеров за счет целевых межбюджетных трансфертов из федерального в региональные бюджеты. Таким образом, несмотря на наличие ряда бюджетных ограничений, поддержка инновационных кластеров и территорий определена Правительством РФ в качестве одного из приоритетов.

#### *Список литературы*

1. Абрамов Р.А. Подчуфаров С.К. Региональный инновационный потенциал промышленных кластеров // Региональная экономика: теория и практика. 2017. Т. 15. Вып. 5. С. 881–895.
2. Кластерная политика: достижение глобальной конкурентоспособности. URL: <https://www.hse.ru/mirror/pubs/share/212153841>.
3. Мальцева А.А., Ключникова Е.В. Риски территорий инновационного развития: комплексный анализ для целей управления // Региональная экономика: теория и практика. 2015. Т. 13. Вып. 41. С. 13–32.
4. Национальный доклад об инновациях в России. URL: [https://www.rvc.ru/upload/RVK\\_innovation\\_2016\\_v.pdf](https://www.rvc.ru/upload/RVK_innovation_2016_v.pdf).
5. Постановлением Правительства РФ от 06.03.2013 г. № 188 «Об утверждении Правил распределения и предоставления субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов РФ на реализацию мероприятий, предусмотренных программами развития пилотных инновационных территориальных кластеров». URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_143138/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_143138/)
6. Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 № 316 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Экономическое развитие и инновационная экономика». URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_162191/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_162191/).
7. Ablaev I. Innovation Clusters in the Russian Economy: Economic Essence, Concepts, Approaches // Procedia Economics and Finance. 2015. Vol. 24. P. 3–12.

*Degtyarev P.A., Shurukhina T.V.*

### **INTERGOVERNMENTAL SUBSIDIES AS AN EFFECTIVE MECHANISM TO STIMULATE THE DEVELOPMENT OF INNOVATIVE CLUSTERS AND TERRITORIES**

*Abstract.* The scientific article conducted a study of intergovernmental subsidies as an effective mechanism to stimulate the development of innovative clusters and territories. The relevance of a scientific article lies in the existence, today, of the need to implement targeted support for the development of innovative clusters and territories through the mechanism of providing targeted

*intergovernmental subsidies. The effectiveness of this mechanism is confirmed by the experience of foreign countries in the field of cluster policy.*

**Key words:** *innovation clusters and territories, intergovernmental subsidies, regional innovation system, support programs.*

---



УДК: 339.138

## ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ И НЕОРДИНАРНЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

**Мотагали Я. Б.**

*старший преподаватель кафедры экономики и управления,  
Институт непрерывного образования*

**Аннотация.** В статье рассматривается взаимосвязь между уровнем удовлетворенности потребителей гостиничных услуг и внедрением инноваций и различных методик взаимодействия с клиентами в гостинице. Обосновано предположение о том, что внедрение инноваций необходимо для повышения качества оказания услуг в сфере туризма и гостеприимства.

**Ключевые слова:** внедрение инноваций, индустрия туризма и гостеприимства, гостиница, маркетинговые инструменты, сенсорный маркетинг, *Seven Sensual Notes*, туризм, эмоциональное взаимодействие, персонализированное обслуживание.

Индустрия туризма и гостеприимства одна из самых успешно развивающихся как в России, так и во всем мире. Потребительские запросы постоянно меняются, меняется и сам потребитель. И для того, чтобы оставаться конкурентоспособным и удерживать своих клиентов и привлекать новых компаниям необходимо внедрять инновации, разрабатывать новые маркетинговые стратегии. Внедрение инновации – это один из главных способов для повышения качества услуг в отеле [4, 13]. Вследствие этого появляется положительное отношение клиентов к услугам туризма и гостеприимства. Если сегодня мы будем знать сформировавшиеся у потребителей услуг запросы, то уже завтра от этого может зависеть судьба нескольких десятков предприятий, занимающиеся бизнесом в индустрии туризма и гостеприимства.

На сегодняшний день качественный сервис основан на новой системе интеграции отношений нестандартных методов и подходов, а также на миксе различных маркетинговых инструментов. Эти методы включают интересную архитектуру гостиничного здания, современный ландшафтный дизайн, привлекательные интерьеры и множество технологических новшеств – от доступности Wi-Fi до инновационных технологий умных домов. Однако, гости отеля по-прежнему люди, которые хотят внимания, теплый прием и заботу, но сейчас эти желания удовлетворяются с помощью инновационных решений. Любая атмосфера и затрагивает множество человеческих чувств и эмоций. Эта подход лежит в основе сенсорного маркетинга, который изучает влияние на чувства и эмоциональное состояние потребителей, нацеленное на увеличение продаж. Маркетологи считают, что сенсорный маркетинг помогает человеку ассоциировать определенные бренды с мелодиями, звуками и запахами. Главная цель сенсорного маркетинга заключается в

улучшении настроения потребителей. Этот инновационный гостиничный маркетинговый микс называется Seven Sensual Notes [1, 4].

Индустрия туризма и гостеприимства представляет новое видение маркетингового сочетания и его корреляцию с чувственной сферы человека. Рассмотрим несколько направлений на примерах гостиничных предприятий. Взгляд – первая «чувственная нота» гостеприимства; он призывает к способности видеть окружающую среду для оценки формы, объема и состава окружающих объектов, сосредоточив внимание на оригинальной архитектуре отеля, баланс дизайна и оформления интерьера. Гостиницы разработаны самыми модными архитекторами и дизайнерами. Так сложилась тенденция создания бутик-отелей, характеризующейся абсолютной уникальностью. Бутик-отель, в отличие от концепции гостиничных сетей, где все отели оформлены в том же стиле, предназначены для новой категории путешественников. Эти люди стремятся к высочайшему качеству обслуживания; выбор отеля основан на главном критерии стиля, дизайна и атмосферы. Ярким примером этого подхода является Bulgari Hotel Milano как воплощение мечты. В отделке используются дорогие и редкие материалы, современная итальянская мебель создает интерьеры. При разработке концепции отеля дизайнеры реализовали ключевую творческую идею Bulgari House, знаменитого ювелирного магазина, подчеркивая величие монументального камня на фоне золотого блеска. На основе концепции ювелирных изделий отель выглядит как красиво граненый камень, погруженный во впечатляющую атмосферу.

Звук музыки – это вторая «чувственная нота», которая опирается на способность слышать разнообразные звуки и мелодии. Современные кафе, рестораны, отели и магазины, как правило, пользуются приятной фоновой музыкой. Практический маркетинг доказывает, что музыка помогает создать положительный отклик у клиента и сделать их более доброжелательными к предлагаемым продуктам и услугам. Метод «музыкального внушения» был применен еще в начале двадцатого века американским исследователем Джорджем Склауром, который основал одну из первых звукозаписывающих компаний для производства так называемой функциональной музыки – Muzak. Проводя исследования, британские ученые сделали вывод, что 75% гостей отеля предпочитают слушать фоновую музыку в лобби, барах, ресторанах и общественных местах. Более чем один из четырех человек предпочтет заплатить как минимум дополнительно 5% за еду или напитки в ресторане отеля или баре, если играет музыка. Сеть отелей InterContinental проводит специальные этнографические исследования для выбора музыки, которая подойдет ее многонациональным клиентам. Гостиницы представили новый бонус программы лояльности – доступ к любимой музыке в комнате гостя, если он является участником программы лояльности. Естественно, такая забота и личный подход к клиентам повышает уровень удовлетворенности и лояльности к бренду [9, 10, 14].

Магия гостиничного аромата – третья чувственная нота гостеприимства, основанная на обонянии. Аромамаркетинг – это важный раздел всего сенсорного маркетинга, потому что запахи остаются в нашей эмоциональной памяти в течение длительного времени. Важно помнить, что в нашей памяти хранится ассоциация запаха с конкретным местом. По словам Мартина Линдстром, эксперта в области брендинга и автора Brand Sense, запах усиливает эмоциональное воздействие на 75% сильнее, чем любые другие человеческие чувства, и имеет вторую степень важности. Аромамаркетинг широко применяется в гостиничном бизнесе. Например, Holiday Inn использует ароматы в сочетании с выбранной музыкой. Компания использует различные ароматы в разных местах. Например, аромат роз используется для свадеб; кожаный запах присутствует во время встреч и деловых переговоров; утром воздух с примесью хлора продувается через воздушную систему, чтобы создать ощущение чистоты. Когда отель Holiday Inn в Париже использовал аромат Гавайской Розы, разработанные индивидуально для этого отеля, статистика показала повторные визиты почти на 23% [2, 4, 13].

Вкус – четвертая чувственная нота гостеприимства, где вкус проявляется в кухне и гастрономических традициях отеля. Это общепринятое знание, что вкусовые ощущения, а также запахи могут вызывать ассоциативное соединение с некоторыми событиями или объектами. Четыре основных типа вкуса – сладость, горечь, соленость и кислотность; они могут оказывать самые тонкие и различные ощущения, которые также могут быть связаны с брендами. История индустрии гостеприимства знает примеры, когда знаменитое блюдо или десерт создают бренд отеля. Таким образом, старый отель Sacher обязан своим статусом одной из главных достопримечательностей австрийской столицы знаменитому пирогу, который был создан молодым шеф-поваром Францом Захером. В 1832 году австрийский канцлер Меттерних был впечатлен вкусом этого нового десерта, и с тех пор неизвестный шеф-повар прославился во всей Европе. Позже он основал целую династию кондитеров и отельеров, и открыл легендарный отель под названием Захер. Оригинальный Sacher-Torte, знаменитый торт, остается ключевым преимуществом отеля [4, 12, 14].

В сильно конкурентной индустрии туризма и гостеприимства абсолютно необходимо постоянно внедрять инновации, чтобы опережать конкурентов и поддерживать возвращение клиентов. Гости быстро учатся, и из-за этого должен быть бесконечный поиск следующей новой идеи в сфере инноваций в сфере услуг.

Первый способ, которым гостиничные предприятия превосходили ожидания своих гостей, – это взаимодействие в социальных сетях. Фирмы теперь могут напрямую взаимодействовать с гостями, которые упоминают их в твитах, или размещают на своих страницах Facebook, что позволяет им отвечать на вопросы и жалобы, и управлять ими. Одним из ярких примеров компании, которая хорошо использует социальные сети, являются Hyatt Hotels, который запустил услугу

консьержа Twitter в 2009 году. Эта услуга отвечает на конкретные вопросы клиентов, например, помогает клиентам находить близлежащие достопримечательности или позволяет им делать заказы на ужин. В опросе, проведенном Forrester Consulting, 68% гостей сказали, что при сравнении двух свойств онлайн, присутствие ответов руководства на отзывы повлияло бы на них положительно. Будучи активными в социальных сетях и вовлекая себя в подлинное взаимодействие с клиентами, компании могут делать своих гостей счастливыми и строить лояльность.

Еще один способ, которым компании поражают своих клиентов, – это персонализированное обслуживание. Благодаря доступности личной информации, доступной через социальные сети и программы лояльности, гостиницы могут персонализировать опыт своих клиентов, когда они придут. Интерпретация этой персонализации выражается, например, в том, чтобы в гостях ждала их любимая закуска в номере. Персонализация опыта гостя позволяет гостиницам сделать так, чтобы гости чувствовали себя как дома. В Waldorf Astoria Hotels ввели индивидуальное обслуживание через сервис своего личного консьержа, начинающего действовать за неделю до регистрации заезда.

Некоторые отели уже предлагают более футуристический опыт, а роботы доставляют любые предметы, заказанные через обслуживание в номерах, к двери гостя. Бутик-отель, расположенный между штаб-квартирой Apple и другими техническими компаниями, называется Aloft Cupertino, имеет дворецкого-робота Botlr, который может передвигаться между различными этажами отеля, чтобы взять с собой такие предметы, как зубные щетки, зарядные устройства и закуски. Эти типы цифровых систем не только облегчают сотрудникам отеля доставку предметов гостям, но также предлагают передовые цифровые технологии для людей, которые остаются в отеле [3–4].

Инфракрасные сканеры теперь также используются для минимизации сбоев, связанных с проведением уборки номера (что является общей жалобой клиентов). Вместо того, чтобы навешивать знак «Не беспокоить» на дверях, персонал отеля может принять более инновационный подход, используя инфракрасные сканеры, которые будут обнаруживать тепло тела в помещении и сообщать уборщикам что им скорее всего лучше вернуться позже, если комната в настоящее время занята. Starwood Hotels & Resorts Worldwide использует дневную уборку для регулировки внутреннего освещения, исходя из количества естественного света, поступающего извне.

Многие гостиничные операторы привержены программам экологической устойчивости и сокращению энергопотребления. Экологические цели Starwood были начаты в 2009 году и обязались сократить потребление энергии на 30% и водопользование на 20% к 2020 году в глобальном масштабе. Благодаря технологии датчика движения освещение может быть отключено автоматически или понижена температура, когда комната не занята. В гостеприимстве также развивается

виртуальная реальность. Путешественники, посещающие конкретную область, могут использовать приложение, чтобы получить реальную информацию о месте, в котором они будут проживать. Яркие 3D панорамы привлекают гостей больше, чем просто фото на сайтах. Отели могут также предоставить захватывающий опыт для потенциальных клиентов, фактически совершив поездку в отель, что позволит клиентам исследовать пространство и окрестности. Другие отели включают интерактивные карты в гостиничных номерах, где путешественники могут получить дополнительную информацию о своем окружении. Strand Palace Hotel в Лондоне предлагает своим гостям такой опыт с возможностью навигации по их ресторану, кафе, лаунджу, тренажерному залу, не заходя в отель.

Сегодняшние потребители все чаще требуют более персонализированного обслуживания. Когда они делают покупки в Интернете, они предоставляют множество данных: имя, возраст, дату рождения, пол, прошлые покупки, вид продукта и так далее. Вооруженные этой информацией, магазины электронной торговли могут адаптировать свой подход к клиентам, чтобы предоставить им продукты, предложения и услуги, которые могут быть более интересны клиентам. Например, интернет-магазин Amazon предлагает ошеломительно персонализированный сервис для своих клиентов. Основываясь на том, что клиенты купили или даже смотрели в прошлом, они предоставляют ряд продуктов, телешоу и фильмов, которые могут заинтересовать клиента [4, 6–7]. И индустрия туризма и гостеприимства также может воспользоваться этим. Благодаря разнообразным онлайн-инструментам отслеживания посещаемости, отели и аналогичные предприятия могут контролировать отдельных клиентов, когда они посещают их сайт, и адаптировать свои предложения и рекомендации на основе их поведения. Например, если клиент регулярно ищет отели для семейного отдыха, они могут автоматически показывать специальные предложения и для них подходящие отели в последующих поисках. Это можно использовать по различным каналам клиентов, включая электронную почту.

Всё чаще гостиницами используется концепция добавления мини-кухни и других удобств для постоянных гостей. Она достаточно быстро приобрела популярность в гостиничном бизнесе и становится стандартом дизайна. Данная концепция очень удобна для длительного проживания в отеле. Разрабатывая вариации в макете и добавляя уникальные элементы во всем пространстве, такие как предметы ручной работы, неожиданные текстуры, необычная мебель, разнообразные дизайнерские решения для стен и плитки, гостиницы могут предложить гостям более персонализированный и свежий опыт, который им понравится [4, 9–10].

Еще одним интересной и удобной разработкой является смартфон-ключ. Путешественники могут использовать смартфоны в качестве электронных посадочных талонов, кредитных карт и т.д. Смартфоны становятся значительно важным средством идентификации в пространстве. Естественно, пришло время для телефона выполнять

роль ключа-карты для номера в отеле. Starwood Hotels & Resorts Worldwide протестировало виртуальные ключевые карты на выбранных объектах. Гостям нужно скачать приложение для смартфонов, которое обеспечит им доступ в номер, что позволит им полностью пропустить процесс регистрации и отправиться сразу в номер – не нужно разговаривать с человеком, если клиент предпочитаете экраны людям. Сам ключ живет в телефоне. Клиент просто проводит пальцем по своему смартфону, чтобы открыть дверь.

Отель в Японии, HENN-NA использует роботов для различных позиций, таких как портье, носильщик, который приносит багаж и предоставляет услуги в номере. Это развитие будет иметь серьезные социальные, экономические и деловые последствия. Поскольку технология голосовых команд, таких как Siri, Alexa и Cortana, быстро и легко интегрируется в жизнь потребителей, появляются потенциальные возможности их использования для отелей и ресторанов [2, 5, 8]. Всемирно известная ресторанный компания Hard Rock недавно открыла свой первый отель в Европе, отель Hard Rock Ibiza. Как обычно, они демонстрирует предметы, принадлежащие разным рок-звездам на территории отеля. В качестве дополнительной ценности они внедрили износостойкую технологию. При регистрации заезда гостям предоставляется VIB (Очень важный браслет), и они будут использовать его, чтобы открыть дверь в свою комнату, заплатить по счетам в отеле, получить доступ к различным гостиничным сервисам и организовать экспресс-выезд.

Отель NH Collection Eurobuilding, расположенный в Мадриде, имеет самый большой изогнутый светодиодный экран в мире – 300 кв. В качестве отличительного элемента в отеле есть технологическая лаборатория в четырех из комнат, где гости могут узнать больше о новейших технологиях, применяемых в индустрии гостеприимства, таких как 3D голографическая технология или SMART Room System для Microsoft Lync Online, новое поколение систем видеоконференций, которые гарантируют продуктивные встречи и события. Отель Кубе в Париже решил инвестировать в биометрию. Гости должны использовать свой отпечаток пальца, чтобы попасть в их комнаты, что позволяет избежать необходимости в ключах или магнитных карточках. Согласно Hosteltur, есть еще две гостиницы, в которых используется эта система: Ushuaia Ibiza Beach Hotel, где гости представляют свои персональные данные и отпечатки пальцев при регистрации. Это предоставляет им доступ ко всем гостиничным услугам. Отель Nine Zero, Бостон. Перед тем, как войти в номер, гость использует систему распознавания глаз.

Согласно отчету Oracle, типичный гость отеля проводит от 12 до 15 минут, пытаясь понять, как управлять телевизором или регулировать термостат, освещение, и другие функции комнаты. Это не беспроблемный гость. Гостиницы считают, что голосовые решения могут быть ответом. Фактически, 78% операторов отеля говорят, что голосовые системы управления для освещения, кондиционирования и комнатных

устройств будут распространяться или массово внедряться к 2025 году. Aloft Hotels начали устанавливать iPad-ы в комнатах, которые позволяют гостям использовать Siri для настройки температуры и освещения, а Wynn Las Vegas разместила устройства Amazon Echo во всех комнатах для управления различными аспектами окружающей среды. Jupiter Hotel сотрудничает с Roxu, устройством с включенной поддержкой речи, действующей как всегда доступный консьерж. Roxu может ответить на большинство гостевых вопросов о номере и может обрабатывать запросы для заказа туалетных принадлежностей в службе хаускипинга. Он также может предоставлять рекомендации по обслуживанию. У гостей есть удобство в том, что они могут задавать вопросы, запросы и немедленно получать ответы, гости не ждут ответа по телефону и не идут лишней раз к стойке регистрации. У них есть мгновенный доступ к информации.

В заключение следует отметить, что индустрия туризма и гостеприимства постоянно развивается за счет внедрения инноваций и неординарных маркетинговых стратегий, которые способствуют повышению качества сервиса и уровня удовлетворенности клиентов. Таким образом, проведенный в данном исследовании анализ позволяет подтвердить гипотезу о существовании взаимосвязи между уровнем удовлетворенности потребителей гостиничных услуг и внедрением инноваций и различных методик взаимодействия с клиентами в гостинице. Российским гостиницам следует быть более креативными и пробовать внедрять разные инструменты для достижения наилучшего результата.

#### *Список литературы*

1. Баумгартен Л.В. Маркетинг гостиничного предприятия. М.: Вузовский учебник; Инфра-М, 2016. 216 с.
2. Стыцюк Р.Ю. Инновационный аспект развития форм субъектов и объектов экономической деятельности в конкурентной среде // в сб. науч. ст. к научно-практическому круглому столу на тему: «Инновационные маркетинговые технологии в модернизации российской экономики» / под ред. С.В. Карповой. М.: Эльф ИПР, 2011. С. 40–49.
3. Стыцюк Р.Ю. Методические подходы к повышению уровня конкурентоспособности российских организаций на национальном и глобальном рынках // Российское предпринимательство. 2014. № 22 (268). С.183–191.
4. Розанова Т.П., Муртузалиева Т.В., Тарасенко Э. В., Маркетинг услуг гостеприимства и туризма // Экономика и экономические науки. 2017. с. 166.
5. Бояркина К. Управление потребительским опытом в digital-среде. URL: <http://www.cossa.ru/digdog/50787/>.
6. Коммерсант.ru. URL: <http://www.kommersant.ru/>.
7. Интернет-страница Всемирной туристской организации ЮНВТО – World Tourism Organization UNWTO. URL: <http://www2.unwto.org/ru>.
8. Артемьева О.А., Рожков И.В. Роль инновационной деятельности в повышении конкурентоспособности современных организаций. // Экономика и управление в машиностроении. 2014. № 5. С. 33–35.

9. Геращенко И.В. Предпосылки развития клиентоориентированного HR-маркетинга // Научные труды Вольного экономического общества России. 2013. Т. 179. С. 216–221.
  10. Маркетинг для магистров. М.: ИД Вузовский учебник, 2016. С. 368
  11. Артемьева О.А., Мотагали Я.Б. Применение потенциала маркетинга в целях повышения туристской притягательности дестинаций // Научные труды Вольного экономического общества России. 2013. Т. 174. С. 364–369.
  12. Попов Б.Н., Попова Р.Ю. Место науки в техническом и социальном прогрессе // в сб.: Научно-технический прогресс: методология, идеология, практика М., 1989. С. 28–32.
  13. Попова Р.Ю. Основы предпринимательства. Чебоксары, 2016.
  14. Современный взгляд на новую форму покупательского поведения – трансьюмеризм // Научные труды Вольного экономического общества России. 2013. Т. 179. С. 112–117.
- 

*Motagali Ya. B.*

**FOREIGN EXPERIENCE OF INTRODUCING INNOVATIONS AND  
NON-ORDINARY MARKETING STRATEGIES  
IN THE INDUSTRY OF TOURISM AND HOSPITALITY**

***Abstract.** The article discusses the relationship between the level of customer satisfaction of hotel services and the introduction of innovations and various methods of interaction with customers in a hotel. Justified the assumption that the introduction of innovations is necessary to improve the quality of services in the field of tourism and hospitality.*

***Key words:** innovation, tourism and hospitality industry, hotel, marketing tools, sensory marketing, Seven Sensual Notes, tourism, emotional interaction, personalized service.*

---



УДК: 330.113.6

**ПРЯМЫЕ ИНОСТРАННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ ДЛЯ УСТОЙЧИВОГО  
РАЗВИТИЯ: АНАЛИЗ БРИТАНСКИХ ИНВЕСТИЦИЙ В ЛАТВИИ  
FOREIGN DIRECT INVESTMENTS FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT:  
ANALYSIS OF BRITISH INVESTMENTS IN LATVIA**

***Лиманский А.***

*доктор экономики, ассоциированный профессор Университета Бизнеса,  
Искусств и Технологий RISEBA*

***Limanskis Andrejs***

*Dr.Rer.Oec.(SU), Associated Professor of RISEBA University of Busines, Arts and  
Technology, Latvia*

***Кочанжу А.***

*магистр управления бизнесом, докторант программы Joint Doctoral  
Programme in Business Management*

***Kocanzi Anatolij***

*Master of Business Administration, Doctorant of the Joint Doctoral Programme in  
Business Management, Latvia*

**Аннотация.** В статье обосновывается применение методик и проведения статистического анализа прямых иностранных инвестиций применительно к их потоку из Великобритании в Латвию с позиции теории устойчивости развития. Авторы выдвигают гипотезу, что прямые инвестиции из Великобритании в Латвию являются движущей силой устойчивости экономического роста. По результатам исследования сделан вывод, что прямые британские инвестиции в Латвию не могут считаться драйверами устойчивого экономического развития.

**Ключевые слова** прямые иностранные инвестиции, устойчивое развитие, Великобритания, Латвия.

В экономической теории набирает силу концепция устойчивого развития (sustainable development). Капитанам экономики, теоретикам и практикам, предстоит интегрировать устойчивость в будущий рост. Это невозможно без осуществления особого вида инвестиций, которые на русском языке принято, хотя это и не совсем точно, называть устойчивыми, долгосрочными (sustainable).

На глобальном уровне начался мониторинг таких инвестиций. Наиболее продвинутыми зарекомендовали себя американские энтузиасты устойчивого развития. Недавние публикации организаций, выступающих за устойчивый бизнес, имеют много общего с документами Организации объединённых наций, которые уже воодушевляют международный бизнес становиться устойчивым.

В регионе Балтия интеграция устойчивости в проекты прямых иностранных инвестиций выглядит пока благим намерением, инициируемым иностранными сторонниками долгосрочного, ответственного и оказывающего позитивное

воздействие инвестирования. Тем не менее, концепция углубляется и укореняется в экономической литературе и исследованиях. Для Латвии, Балтийского государства, осуществляющего переход от командно-административной системы в систему рыночную, важным двигателем устойчивости экономического развития, как можно предположить, выступают прямые инвестиции доноров из высокоразвитых экономик, таких как Великобритания.

Латвийский регистр предприятий фиксирует иностранные инвестиции в уставной капитал предприятий-реципиентов по каждой сделке (deal). Накопившаяся за 28 лет восстановления государственности Латвии статистика позволяет экономистам начать исследования. На конец 2018 г. Объединённое королевство Великобритании и Северной Ирландии занимало 10-е место в списке стран, чьи предприниматели произвели прямые инвестиции в предприятия-реципиенты в Латвии.

Для данного исследования автор применил определение устойчивой инвестиции, разработанное теоретиками US SIF Foundation, а именно: активное намеренное инвестирование капитала в частные предприятия, которые приносят социальные и/или для окружающей среды блага помимо финансовой прибыли. Если изобразить концепцию схематически, получится треугольник устойчивости. Наступило время выводить концепцию устойчивости в инвестиционный мейнстрим на всех уровнях.

Усилиями экономистов и теоретиков из смежных наук получил развитие «опорный» («pillars») подход, воплотившийся, в частности, в таких исследованиях как Глобальный индекс конкурентоспособности Global competitiveness Index. На региональном уровне достойно похвалы исследование Swedbank. Последнее исследование является достаточно самостоятельным, хотя и оценивает прогресс в направлении к упомянутым целям устойчивого развития, провозглашённым Объединёнными нациями (UN Sustainable development goals). Сорок индикаторов скомбинированы с четыре «опоры». Важно отметить, что нацеливание инвестирования, в данном случае прямого заграничного инвестирования, на устойчивое развитие идентифицирует как возможности для бизнеса, так и риски.

К сожалению, приходится констатировать, что теоретические и научные публикации по данной тематике пока мало воспринимаются местными предпринимателями в Латвии как руководство к действию. Возможно, иностранные инвесторы являются более продвинутыми в приверженности идеалам устойчивого развития.

Данная статья воплощает в себе методику и результаты исследования устойчивости прямых инвестиций из Великобритании в Латвии. Инвесторам из Великобритании помимо стресса, связанного с проблемой Брекзит, при осуществлении инвестиций в Латвии надо будет учитывать желание латвийцев видеть свою экономику более устойчивой.

Целью данного исследования является обоснование методики и проведение статистического анализа прямых иностранных инвестиций применительно к их потоку из Великобритании в Латвию с позиции теории устойчивости развития.

Гипотеза: прямые инвестиции из Великобритании в Латвию являются движущей силой устойчивости экономического роста.

В статье решаются четыре задачи: обзор литературы по устойчивым инвестициям, обоснование модели исследования, ответ на вопрос исследования и предложение рекомендаций по усилению характера инвестиций из Великобритании в Латвию как обеспечивающих устойчивый экономический рост.

Постановка вопроса о вкладе прямых иностранных инвестиций в устойчивость экономического развития стран набирает силу в литературе, охватывая как экономическую теорию, так и практику решений, принимаемых всеми причастными к проблеме. Для стран, являющихся ведущими в глобальной конкурентоспособности, понятие устойчивого развития уже широко признано. Но для стран, осуществляющих переход к рыночной экономике от командно-административной после развала Советского Союза, постановка вопроса является чем-то новым. Требуются усилия для укоренения комплекса понятий устойчивости развития в образе мышления и действиях всех заинтересованных организаций и лиц. От лидеров мировой экономики ожидаются импульсы в указанном направлении, способные помочь экономистам, как Латвийская, имеющим лишь менее трёх десятилетий опыта продвижения по рыночной модели.

В литературе отсутствуют публикации по состоянию прямых инвестиций из Великобритании в Латвию, причём как в целом, так и в аспекте обеспечения устойчивости развития. Между тем, ответ на этот вопрос в ходе исследования способен ввести новые данные в научный оборот и вынести на обсуждение такие аспекты, как характеристики потока прямых иностранных инвестиций в нефинансовом и финансовом выражении, структура поступления иностранных прямых инвестиций в предприятия-реципиенты в Латвии, а главное, какой вклад вносит этот поток в обеспечение устойчивого развития.

Первым источником, достойным упоминания, является индекс настроения предпринимателей, публикуемый под научным руководством профессора Саука. Индекс отслеживает инвестиционный климат на основе опросов репрезентативной выборки предпринимателей в Латвии, связанных с Советом иностранных инвесторов. К сожалению, аспект устойчивости прямых иностранных инвестиций не выделен.

Рост интереса общественности к инвестициям, обеспечивающим устойчивое экономическое развитие, рождает спрос на анализ инвестиций. Фигге и Хан высказали мнение, что существующие методики оценивают процессы в экологии и социальной сфере в изоляции или в подчинении экономическому аспекту. В своей статье они показывают, как концепция устойчивой стоимости sustainable value approach может

использоваться для анализа устойчивых инвестиций. В противоположность существующим подходам, их подход не подавляет аспект окружающей среды и аспект социальный. На примере известной корпорации эти авторы демонстрируют применимость своего подхода для анализа.

Главный редактор журнала fDi Magazine Фингар считает, что «наступило время переплести прямые иностранные инвестиции в добродетельный союз с соображениями общественного блага и сохранения природы». В последнее десятилетие наблюдается появление перспективного взгляда на устойчивость корпораций. Признавая противоречивость целей в «треугольнике» устойчивости развития, всё больше авторов как Хан выступают за одновременное достижение этих целей.

Концепция инвестирования в устойчивое развитие операционализируется через выделение «опор» и отбор характеристик для каждой опоры. Авторы данной статьи поддерживают определение устойчивых инвестиций как модели или практики осуществления инвестиций в предприятия, ставящие целью достижение рыночных уровней прибыльности, одновременно оказывая позитивное воздействие на социальную сферу и природу. Эту модель можно представить как трёх опорную.

Различные решения, основывающиеся на умном предприятии, экологических инновациях, информационных технологиях и компьютеризированных услугах, зелёной экономики, включающей рециклирование материалов и так далее, должны разрабатываться для обеспечения устойчивого развития, оставляющего будущему поколению планету в улучшенном состоянии.

Обзор литературы выводит на ограниченность трёх-опорной концепции, в частности, всё большее внимание привлекается к инновационности, которая вполне может войти в концепцию в качестве четвёртой опоры. Впрочем, это может повредить распространению концепции как слишком сложной. Поэтому авторы поддерживают кратчайшее определение устойчивости, принадлежащее Притцкер, цитируемое журналом Экономист. Её банкиры и советники не поняли её просьбу предложить ей варианты ответственного инвестирования полумиллиона долларов, полученных ею в наследство. Она основала тогда собственный офис *Blue Haven Initiative*, который «ищет инвестиции, предлагающие рыночную доходность и оказывают позитивное воздействие на общество и окружающую среду».

Несколько более многословным является определение, даваемое влиятельным американским Форумом за устойчивое и ответственное инвестирование (the US Forum for Sustainable and Responsible Investment, 2018): «устойчивое, ответственное и оказывающее влияние инвестирование является дисциплиной, принимающей во внимание критерии окружающей среды, социальной сферы и корпоративного управления для генерирования долгосрочной конкурентоспособной доходности и позитивного социального эффекта».

Обе страны. Великобритания и Латвия, представлены в новом индексе ОЭСР по свободе инвестирования в 68 странах (The FDI Regulatory Restrictiveness Index (FDI Index, 2018)). Этот индекс охватывает 22 сектора. Выделены типы ограничений – по капиталу, скринингу и одобрению, ключевому иностранному персоналу и другим параметрам. Однако пока опоры устойчивости там не выделены. Значит, у концепции есть ещё горизонты. В том числе и по захвату Латвии в свою орбиту. Это тем более назрело, что по недавнему отчёту консалтинга MacKinsey (Report 2018) Латвия отнесена к «дигитальным кандидатам», достигшим хороших позиций для присоединения к дигитальным чемпионам, девятке стран Северной Европы, лидирующим в гонке в новой экономике.

В целом, обзор литературы показал множество публикаций по устойчивому инвестированию, но ни одной по инвестициям из Великобритании в Латвии под этим углом зрения.

**Методика исследования.** Зависимой переменной служит соответствие прямых инвестиций из Великобритании в Латвии критериям драйвера устойчивости.

Зависимыми переменными являются факторы, которые определяют характеристики потока прямых британских инвестиций в Латвии. Они группируются в нефинансовые и финансовые показатели.

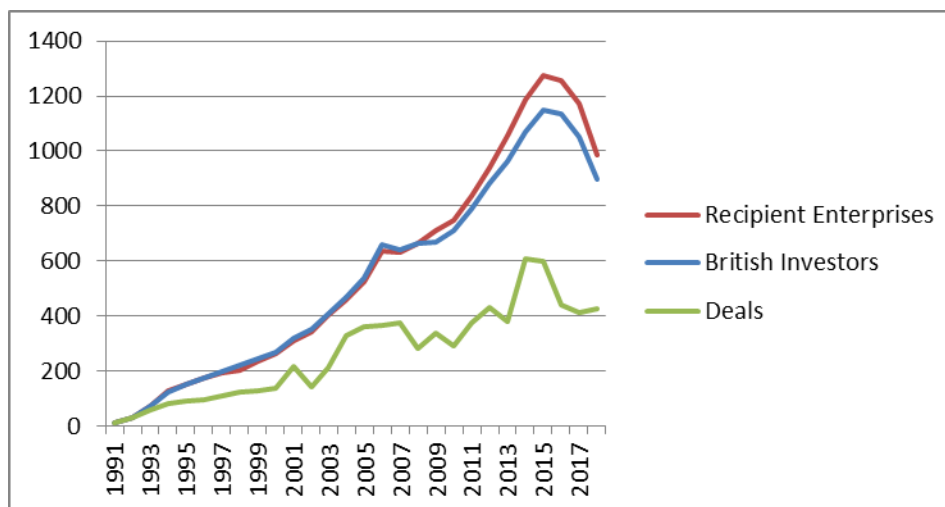
Вопросом исследования является состояние прямых британских инвестиций в Латвии с позиции того, обеспечивается ли вложение капитала в устойчивое экономическое развитие. Абсолютные показатели сделок, ежегодный поток инвестиций, их накопление в предприятиях-реципиентах в Латвии, структура этих инвестиций должны быть выяснены и введены в научный оборот. Важны средние показатели в расчёте на инвестора, предприятие-реципиента и одну сделку, а также их динамика. Для анализа привлекаются коды NACE, обобщённые до целых показателей, а также развёртываемые до второго десятичного знака, чтобы выявить отрасли-реципиенты.

Из количественных методов анализа применяются анализ временных рядов, расчёт среднеквадратичного отклонения как критерия устойчивости потока инвестиций, структурный анализ. Систематизирована статистика за 28 лет восстановленной государственности Латвии, причём прямые инвестиции из Великобритании осуществлялись без перерыва все эти годы. Все финансовые показатели даны в валюте евро, так как Латвия вошла в Еврозону 1 января 2014 года.

Свою роль играют такие методы качественного анализа как личные наблюдения, интервью с экспертами и обзор литературы.

**Исследование и его результаты.** На основе статистических данных Lursoft авторы разработали аналитические таблицы, провели расчёты и построили графики. Абсолютные показатели складываются из нефинансовых и финансовых. Нефинансовые показатели прямых иностранных инвестиций в Латвию – количество

предприятий-реципиентов, инвесторов и сделок, прошедших официальную регистрацию. Необходимые показатели сведены авторами в одной системе координат (рисунок 1).



*Рисунок 1. Количество предприятий-реципиентов прямых инвестиций из Великобритании в Латвию, количество инвесторов и количество сделок в 1991–2018 гг. (разработан авторами)*

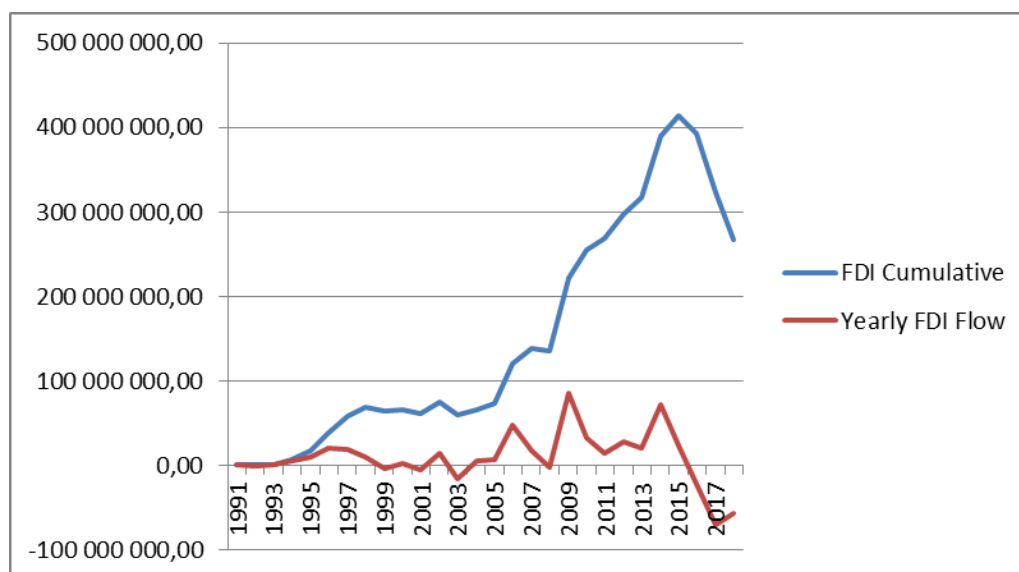
Как показано на рисунке 1, в период восстановления государственности Латвии, в целом, нарастал поток прямых инвестиций из Великобритании. Одна сделка могла включать в себя групповое или индивидуальное инвестирование, а также инвестирование сразу в несколько предприятий. Поэтому кривые расходятся. Это может быть предметом анализа в дальнейших исследованиях, но на данном этапе достаточно констатации. Процесс непрямолинеен. Бросается в глаза резкое снижение активности инвесторов из Королевства после 2015 года.

В сумме за весь период зарегистрировано 15598 предприятий-реципиентов и 14844 инвесторов из Великобритании в Латвии в 7446 официально зарегистрированных сделках. Активных предприятий на момент исследования (конец 2018 г.) насчитывается 844. Они работают в 200 отраслях по классификации NACE 2.

Анализ стоимостных показателей начинается с накопленных и ежегодных прямых инвестиций из Великобритании в Латвию (рисунок 2).

Верхняя кривая на графике показывает, что в 2015 году был пройден пик более 414 млн евро. Если применить функцию линейного тренда, то для совокупного показателя накопленных инвестиций получается положительное значение коэффициента при  $x$ , в то время как для потока инвестиций коэффициент при  $x$  отрицателен. Это настораживает, особенно если учесть, что семь лет из 28 приносили негативный поток.

Драматичное падение произошло в 2016–2018 гг., принеся в жертву треть накопленных инвестиций. В целом, после 2005 г., когда Латвия вступила в ЕС, началось нарастание неопределённости. Авторы рассчитали среднеквадратичное отклонение STDVP для выяснения этого факта по потоку инвестиций за два полупериода (таблица 1)



**Рисунок 2. Накопленные и ежегодные прямые инвестиции из Великобритании в Латвию в 1991–2018 гг., евро**

**Таблица 1**

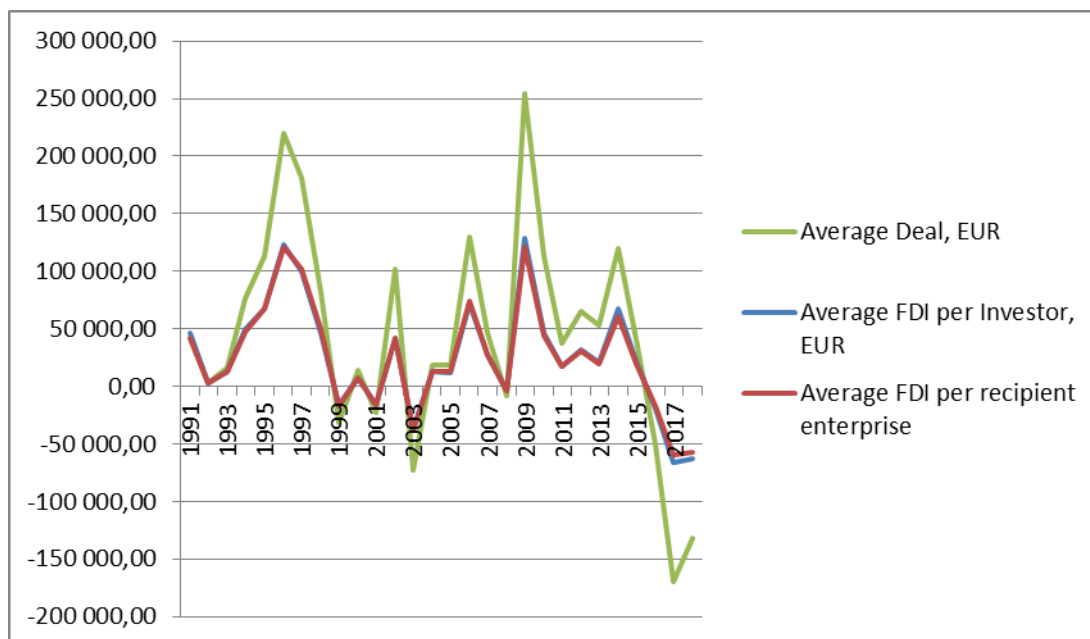
**Среднеквадратичное отклонение потока прямых инвестиций из Великобритании в Латвию и нефинансовых показателей в 1991–2018 гг. по полупериодам**

	Поток инвестиций, евро	Сделки	Инвесторы	Предприятия-реципиенты
STDV 1991-2004	9 580 355.53	82,84	137,82	133,71
STDV 2005-2018	41 404 766.99	95,70	204,48	256,94
Рост (разы)	4,32	1,16	1,48	1,92

Как видно из таблицы 1, неопределённость выросла как по финансовому показателю (в четыре с лишним раза), так и по нефинансовым показателям (в 1,16–1,92 раза). Можно ли считать такие инвестиции несущими устойчивость экономического развития?

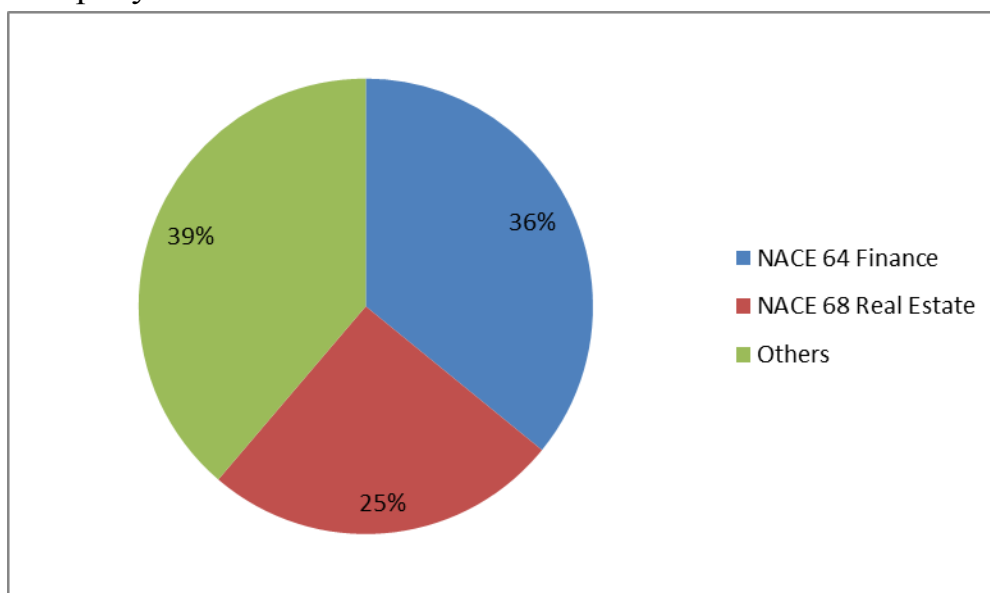
Ещё больше сомнения добавляет расчёт и анализ средних размеров инвестиций (рисунок 3).

Средний размер прямой инвестиции в сделке составил 44970 евро, что в расчёте на одно предприятие-реципиент даёт лишь 358 евро и в расчёте на одного инвестора 1713 евро. Это не позволяет считать данные инвестиции вносящими вклад в устойчивое экономическое развитие.



**Рисунок 3. Средние размеры прямых инвестиций из Великобритании в Латвию по сделкам в расчёте на инвестора и на предприятие-реципиент в 1991–2018 гг., евро**

Последний штрих вносит анализ структуры прямых инвестиций. Она представлена на рисунок 4.



**Рисунок 4. Структура прямых инвестиций из Великобритании в Латвию, %**

Как видно из круговой диаграммы, более 61% инвестиций направлены в услуги финансовые и по недвижимости. Их социальный и экологический вклад не является прямым.

Возможно, драйверы устойчивости могут быть выявлены другими методами исследования, например, анкетированием инвесторов. Это является перспективным направлением дальнейших исследований. Желательно научное сотрудничество с Британскими партнёрами, чтобы провести анкетирование или серию интервью на английском языке, являющимся родным для респондентов.



Прямые британские инвестиции в Латвии по результатам исследования не могут считаться драйверами устойчивого экономического развития. Гипотеза опровергнута. Как нефинансовые, так и финансовые показатели свидетельствуют о минимальном присутствии соответствующих мотивов (социальные блага и улучшение окружающей среды помимо мотива прибыли) в действиях инвесторов.

Более трети предприятий-реципиентов вообще ликвидированы.

Для разработки рекомендаций по усилению инвестирования в устойчивое экономическое развитие можно опереться на набирающие влияние тенденции в высокоразвитых странах. А именно, вносить изменения в механизм привлечения иностранных инвестиций, предлагая инвесторам новые возможности, улучшать поведение компаний через активное влияние собственников и энтузиастов-менеджеров, оказывать помощь сообществам и организациям местных жителей, влиять на политиков, содействовать приходу международных организаций, ставящих целью устойчивое экономическое развитие, поддерживать распространение идеалов устойчивости в средствах массовой информации.

Большой потенциал заложен во встречах инвесторов с политиками, в публикации отчётов компаний о поддержке устойчивого развития, в просвещении и тренингах принятия инвестиционных решений. Университеты могут более активно привлекать молодёжь к движению сторонников устойчивого развития. Международное сотрудничество экономистов может внести свой вклад.

#### *Список литературы*

1. The 2018 edition of the US SIF Foundation's Report on US Sustainable, Responsible and Impact Investing Trends. URL: <https://www.ussif.org/trends>.
2. The OECD FDI Regulatory Restrictiveness Index (FDI Index). URL: <http://www.oecd.org/investment/fdiindex.htm>.
3. Sauka A. The development of the investment climate in Latvia: the viewpoints of foreign investors' ficil. Sentiment Index (2017) Foreign Investors Council in Latvia. URL: [https://www.ficil.lv/wp-content/uploads/2017/04/Ficil\\_Sentiment\\_Index\\_2017\\_report.pdf](https://www.ficil.lv/wp-content/uploads/2017/04/Ficil_Sentiment_Index_2017_report.pdf).
4. OECD Economic Surveys: Great Britain 2017. URL: [https://www.oecd-ilibrary.org/economics/oecd-economic-surveys-Great Britain\\_19990340](https://www.oecd-ilibrary.org/economics/oecd-economic-surveys-Great Britain_19990340).
5. OECD Economic Surveys: Great Britain 2017. Ch. Promoting a private investment renaissance. URL: [https://www.oecd-ilibrary.org/economics/oecd-economic-surveys-Great Britain-2017/promoting-a-private-investment-renaissance\\_eco\\_surveys-ita-2017-5-en](https://www.oecd-ilibrary.org/economics/oecd-economic-surveys-Great Britain-2017/promoting-a-private-investment-renaissance_eco_surveys-ita-2017-5-en).
6. OECD Discrimination against foreign investors by type of restriction, 2015. URL: <http://www.oecd.org/investment/globalforum/2017-GFII-Background-Note-Is-investment-protectionism-on-the-rise.pdf>.
7. Latvia Foreign Direct Investment. Latvijas banka. URL: <https://tradingeconomics.com/latvia/foreign-direct-investment>.
8. Great Britain Foreign Direct Investment. Latvijas banka. URL: <https://tradingeconomics.com/Great Britain/foreign-direct-investment>.

9. Lursoft Database. Foreign Direct Investments. URL: [https://www.lursoft.lv/estadistic?act=UR\\_STATS&id=502&state=GB](https://www.lursoft.lv/estadistic?act=UR_STATS&id=502&state=GB).
10. LIAA Latvijas ekonomiskā sadarbība. Latvia and Great Britain economic cooperation. URL: <http://eksports.liaa.gov.lv/search/node/Lielbrit%C4%81nija?page=1>.
11. Figge F., Hahn T.. Sustainable investment analysis with the sustainable value approach – A plea and a methodology to overcome the instrumental bias in socially responsible investment research. URL: [https://www.researchgate.net/publication/240749210\\_Sustainable\\_investment\\_analysis\\_with\\_the\\_sustainable\\_value\\_approach\\_-\\_A\\_plea\\_and\\_a\\_methodology\\_to\\_overcome\\_the\\_instrumental\\_bias\\_in\\_socially\\_responsible\\_investment\\_research](https://www.researchgate.net/publication/240749210_Sustainable_investment_analysis_with_the_sustainable_value_approach_-_A_plea_and_a_methodology_to_overcome_the_instrumental_bias_in_socially_responsible_investment_research).
12. Hahn T., Figge F., Pinkse J., Preuss L. A Paradox Perspective on Corporate Sustainability: Descriptive, Instrumental, and Normative Aspects. URL: [https://www.researchgate.net/publication/317011582\\_A\\_Paradox\\_Perspective\\_on\\_Corporate\\_Sustainability\\_Descriptive\\_Instrumental\\_and\\_Normative\\_Aspects](https://www.researchgate.net/publication/317011582_A_Paradox_Perspective_on_Corporate_Sustainability_Descriptive_Instrumental_and_Normative_Aspects).
13. McKinsey 2018 The rise of Digital Challengers: How digitisation can become the next growth engine for Central and Eastern Europe. URL: <http://digitalchallengers.mckinsey.com/>
14. Fingar C. 2018 Inside fDi: SDGs can help FDI get over GDP break-up. URL: [https://www.fdiintelligence.com/Inside-fDi/Inside-fDi-SDGs-can-help-FDI-get-over-GDP-break-up?utm\\_campaign=Jan+2019+e-news+2&utm\\_source=emailCampaign&utm\\_medium=email&utm\\_content=](https://www.fdiintelligence.com/Inside-fDi/Inside-fDi-SDGs-can-help-FDI-get-over-GDP-break-up?utm_campaign=Jan+2019+e-news+2&utm_source=emailCampaign&utm_medium=email&utm_content=).
15. Office for National Statistics. UK FDI. URL: <https://tradingeconomics.com/united-kingdom/foreign-direct-investment>.

---

*Limanskis A., Kocanzi A.*

### **FOREIGN DIRECT INVESTMENTS FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT: ANALYSIS OF BRITISH INVESTMENTS IN LATVIA**

***Abstract.** The purpose of this study is to substantiate the methodology and conduct a statistical analysis of foreign direct investment in relation to their flow from the UK to Latvia from the standpoint of the theory of sustainable development. The authors hypothesize: direct investment from Great Britain to Latvia is the driving force behind the sustainability of economic growth. According to the research results, direct British investments in Latvia cannot be considered as drivers of sustainable economic development. The hypothesis is refuted.*

***Key words:** foreign direct investment, sustainable development, Great Britain, Latvia.*

---

УДК: 330.101.8

**МОДЕЛИРОВАНИЕ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОГО  
БИЗНЕС-ПРОЦЕССА КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ****Мишулин Г.М.**

*кандидат экономических наук, доцент, заместитель председателя краевого совета Краснодарской краевой общественной организации «Всероссийское общество изобретателей и рационализаторов», профессор кафедры маркетинга и бизнес-коммуникаций, Кубанский государственный технологический университет, академик Международной академии науки и практики организации производства,*

**Губин А.В.**

*руководитель группы по работе с ключевыми партнерами, Банк ВТБ (ПАО), Россия, г. Краснодар, соискатель кафедры маркетинга и бизнес-коммуникаций, Кубанский государственный технологический университет*

**Аннотация:** в статье реализуется авторское видение интегрированного банковского маркетинга, в рамках которого реализуется его миссия как системного инноватора, последний выступает и как управленческий ресурс инновационного развития банка, что позволяет оптимизировать процесс формирования эффективных коммуникаций, сделать его драйвером клиентских сегментов, совместив уровень клиентоориентированности банка, со степенью адаптивности и проницаемости банка к технико-технологическим новшествам.

**Ключевые слова:** маркетинг, инновации, управление, ресурс, коммуникации, оптимизация, стратегия, гибкость, клиентоориентированность.

Клиентоориентированность как ключевая характеристика бизнес-процесса, формируемая системой маркетинга организации, определяющая эффективность маркетинговых решений и обеспечивающая результативность бизнеса, постоянно находится в поле зрения исследователей, начиная с 1990-х гг. [1–7].

Растущая конкуренция на российском рынке вынуждает коммерческие организации разрабатывать гибкие стратегии ведения бизнеса на основе инновационных подходов для привлечения и удержания потребителей.

Это в свою очередь потребовало осмысления со стороны ученых в области теории маркетинга и практиков бизнеса возможности применения концепций и инструментов, разработанных для развитых рынков, в отношении рынков развивающихся [8], уточнения понятия «клиентоориентированность», раскрытия его сущности под углом зрения двух наук «стратегического менеджмента» и «стратегического маркетинга» и формирования новой концепции и механизмов стратегического управления [9].

По мнению некоторых авторов, особым вызовом для реализации клиентоориентированности является тот факт, что при нестабильности экономической

ситуации на российском рынке компаниям приходится сокращать затраты и оптимизировать свою деятельность, оставаясь конкурентоспособными [6].

Здесь следует заметить, что, коли речь идет о сущности понятия «клиентоориентированность», то логика реальных бизнес-процессов иная и состоит в том, что реализация клиентоориентированного подхода, связанного с разработкой и совершенствованием рыночных продуктов и эффективных средств их продвижения, требует, с одной стороны, существенных затрат, с другой стороны, оптимизации деятельности организации под обозначенные продукты и средства в рамках определенной модели.

Анализ стратегий крупнейших банков России показал, что декларативно в каждой из концепций стратегических планов заложен один из ключевых принципов маркетинга, воплощение которого в бизнес-процессе обеспечивает эффективное взаимодействие с потребителем, – клиентоориентированность. В реальной же практике банков в отношении с клиентами чаще всего реализуется так называемая «псевдоклиентская» модель, которая создает иллюзию того, что обслуживание всецело направлено на удовлетворение потребностей клиентов. На самом деле приоритеты расставлены в пользу реализации высоко маржинальных продуктов и услуг банка. Как приложение к таким продуктам зачастую оформляются различные дополнительные услуги (накопительное страхование жизни, инвестиционное страхование жизни, различные сервисы по оказанию юридических услуг и прочее), которые, с одной стороны, не являются ценностными для клиента, а с другой стороны, в итоге снижают размер ожидаемого им финансового результата. Ограниченный ассортимент финансовых продуктов вынуждает клиента соглашаться на заранее невыгодные для него условия [10]. Такое поведение клиента оценить, как в полной мере внутренне осознанное, не представляется возможным: сегодня оно еще формируется порой не вследствие грамотного расчета, а за счет профессионализма менеджмента банка, обученного на вербальном уровне трансформировать озабоченность клиента сохранить (приумножить) свой капитал в условиях высокого уровня неопределенности на финансовых рынках в решение приобрести банковский продукт с уверенностью в позитивном результате. Кроме того, последнее время банки стали предлагать симбиотические продукты. В частности, накопительный счет, который увязывает процентные ставки по вкладу с размерами потраченных денежных средств на потребительских панелях. При этом конечный результат такого симбиоза не всегда прост для понимания клиентом.

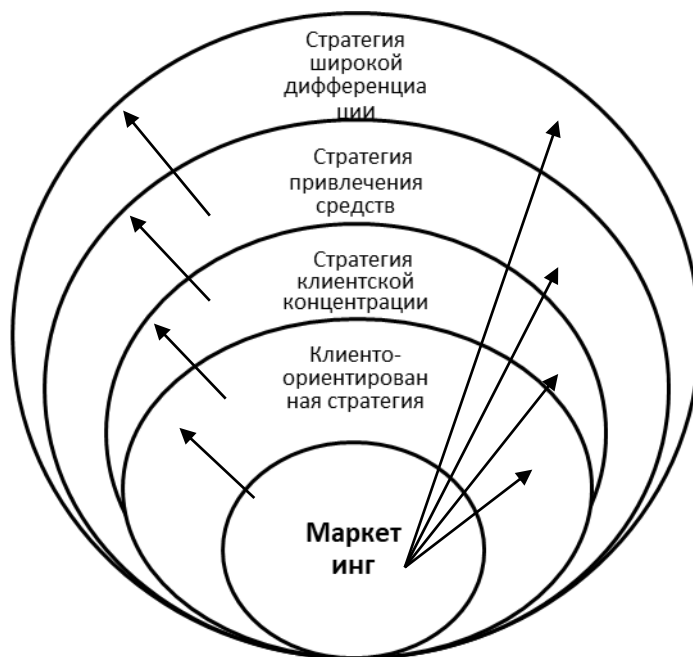
Необходимы такие условия, факторы и предпосылки (внутренние и внешние) функционирования системы маркетинга банка, при которых в определенной мере, с одной стороны, происходит «схлопывание» «псевдоклиентской» модели, а с другой стороны, развитие клиентоориентированного розничного банковского бизнеса.

В основу инструментарной составляющей этой трансформации положена интегративная маркетинговая модель «Модель маркетинга как системного интегратора стратегического планирования в сфере розничного банковского бизнеса», аккумулировавшая не все самые распространённые стратегии розничного бизнеса, активно используемые банками, а лишь те из них, которые встраивались в логику оптимизации, взаимовлияния и взаиморазвития, в частности: клиентоориентированная стратегия, стратегия клиентской концентрации, стратегия привлечения средств, стратегия широкой дифференциации (рисунок 1).

Клиентоориентированная стратегия тесно связана со стратегией клиентской концентрации, так как её инструменты используются в процессе воздействия на определенные клиентские сегменты.

В свою очередь стратегия клиентской концентрации во многом влияет на то, какие сегменты будут задействованы для привлечения средств. Привлеченный капитал используется для формирования продуктовой банковской линейки (потребительское кредитование, кредитные карты, овердрафты), т.е. в стратегии широкой дифференциации.

В сущностном же аспекте предложенной модели лежит маркетинговый подход: получение прибыли здесь рассматривается как следствие увеличения клиентской базы и ее удовлетворенности.



*Рисунок 1. Модель маркетинга как системного интегратора стратегического планирования в сфере розничного банковского бизнеса*

Как было отмечено выше, в представленную модель были интегрированы те активно используемые банками стратегии, которые встраивались в логику оптимизации, взаимовлияния и взаиморазвития. В рамках предмета выполненного исследования, целью которого явилось формирование подходов к реализации принципов маркетинга и научно обоснованных взглядов на маркетинг, как системную управленческую

деятельность, в клиентоориентированном бизнес-процессе банка в условиях рыночных реалий, была актуализирована разработанная Л.И. Черниковой и Г.Ф. Фаизовой модель взаимосвязи стратегий, методов и форм ведения розничного бизнеса на рынке банковских услуг [11].

В интересах сохранения единства подхода к понятийному аппарату, построения взаимосвязи между ключевыми понятиями, с помощью которых проведено описание модели, авторами были использованы их дефиниции, представленные в современной энциклопедической литературе: стратегия – это план действий в условиях неопределенности, набор правил, согласно которым предпринимаемые действия должны зависеть от обстоятельств, включая естественные события и действия других людей; форма – установленный образец чего-либо, внешний вид, видимость, внешние очертания, наружный вид, способ существования чего-либо; метод – прием, способ или образ действия. Посему, полагая, что существует логическая связь между внутренним содержанием понятий «стратегия» (план действий в условиях неопределенности, набор правил, согласно которым предпринимаемые действия должны зависеть от обстоятельств, включая естественные события и действия других людей.), «методы» (прием, способ или образ действия) и «формы» (установленный образец чего-либо; внешний вид, видимость; внешние очертания, наружный вид; способ существования чего-либо), нам представляется, что взаимосвязь указанных категорий в розничном банковском бизнесе выглядит несколько иначе, чем представлено в работе Черниковой и Фаизовой (рисунок 2).



Рисунок 2. Актуальные стратегии и методы, применяемые в розничном банковском бизнесе

В представленной модели проиллюстрирована взаимосвязь между стратегиями ведения бизнеса и используемыми методами. Понятие «форма» было исключено, так как в анализируемой авторами модели Черниковой и Фаизовой ни один из ее элементов не соответствует определению «форма», которое описывается, как установленный образец чего-либо; внешний вид, видимость; внешние очертания, наружный вид; способ существования чего-либо. В предлагаемой модели описаны 6 стратегий и 7 методов ведения розничного бизнеса, в анализируемой же модели было 8 стратегий и 10 методов. По мнению авторов, «Стратегия супермаркета» и «Стратегия продуктовой концентрации» идентичны «Стратегии широкой дифференциации». Все они предполагают максимально широкую продуктовую линейку с различными дополнительными наборами услуг. Этой стратегии придерживаются крупнейшие розничные банки («Сбербанк», «ВТБ24», «Совкомбанк»). Метод «Создания более сложных и уникальных финансовых продуктов и услуг», представленный в модели Черниковой и Фаизовой, нами не рассматривается в виду того, что каждая банковская организация работает, согласно нормам, которые установлены Центральным банком Российской Федерации в следующих нормативных правовых актах: Федеральный закон «О банках и банковской деятельности» от 02.12.1990 г. № 395-1-ФЗ; Положение о порядке формирования кредитными организациями резервов на возможные потери по ссудам, по ссудной и приравненной к ней задолженности (утверждено Банком России 21.06.2017 г. № 590-П); Федеральный закон «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» от 07.08.2001 г. № 115-ФЗ; Федеральный закон «О потребительском кредите (займе)» от 21.12.2013 г. № 353-ФЗ; Положение о порядке формирования кредитными организациями резервов на возможные потери (утверждено Банком России 20.03.2006 г. № 283-П); Положение об эмиссии платежных карт и об операциях, совершаемых с их использованием (утверждено Банком России 24.12.2004 г. № 266-П). Указанные документы содержат императивные нормы в отношении банковской продуктовой линейки.

Известно, что впервые концепцию банковского маркетинга стали разрабатывать в США еще в 1950-е гг. К необходимости использования маркетинга в банках стран Западной Европы пришли в 1960-е гг. К середине 1970-х гг. широкое распространение банковский маркетинг получил во всех западных странах. Аналитики маркетинга установили в том, что за последние 30 лет банковский маркетинг изменился кардинально: он эволюционировал от технологии к философии бизнеса, представляя собой некую объединяющую все подразделения компании идею, играющую определяющую роль по отношению ко всем остальным управленческим функциям.

В то же время практики банковского маркетинга считают это идеальным образом организации бизнеса, к которому надо стремиться, но который в настоящий момент для подавляющего большинства компаний вряд ли достижим.

Обострившаяся конкуренция на рынке банковских услуг, зачастую сопровождающаяся сомнительными средствами привлечения (заманивания) клиентов, вызывает стремление менеджмента в интересах сокращения издержек сужать функционал маркетинга до исследования рынка, рекламы и в лучшем случае формирования конкурентоспособной цены. Зачастую сбыт не подчиняется маркетингу вообще, область маркетинг-менеджмента практически остается не задействованной.

В интересах объективации места и значения маркетинга в сфере банковского бизнеса приведем выдержки из опубликованных научных статей:

– ... под банковским маркетингом понимается комплексная система организации создания и сбыта банковских продуктов, ориентированная на удовлетворение потребностей конкретных потребителей и получение прибыли на основе изучения и прогнозирования рынка [12];

– ... главная цель банковского маркетинга – получение максимальных доходов; ... маркетинговая стратегия предполагает первоочередную ориентацию банка не на свой продукт как таковой, а на реальные потребности клиентуры, т.е. банковский маркетинг – это тщательное изучение рынка, анализ меняющихся вкусов, склонностей и предпочтений потребителей банковских услуг; ... банковский маркетинг клиентоориентирован, поэтому следует изучать запросы потребителей и разрабатывать оптимальный, а иногда и индивидуальный банковский продукт [13];

– банковская услуга – это, с одной стороны, выражение намерения банка удовлетворять те или иные потребности потенциальных клиентов (юридических и физических лиц) в данных социально-экономических условиях; с другой, оказание услуги своим клиентам [14];

– современная концепция банковского маркетинга должна быть направлена на эффективное формирование собственной запоминающейся марки, проведение рекламы банковской деятельности, обеспечение обратной связи с клиентом, постановку акцента на использование современных информационных технологий и совершенствование профессиональных и личностных качеств персонала, т.е. должна быть ориентирована на удовлетворение потребностей клиентов рынка [15].

Анализ приведенных положений показывает:

– налицо явное противоречие между установками в клиентоориентированной стратегии («тщательное изучение рынка, анализ меняющихся вкусов, склонностей и предпочтений потребителей банковских услуг») и целями первого порядка в целеполагании банковского бизнеса («получение максимальной прибыли»);

– в определении понятия «банковский маркетинг» излишне включены родовые признаки («изучение и прогнозирование рынка» и др.), объективно присущие маркетингу как области знаний;



– присутствие в оценках модальных форм свидетельствует об иллюзорности декларирования появления цели первого порядка в целеполагании банковского бизнеса в виде ориентации на клиента.

Поэтому в обслуживании физических лиц в реальности и преобладает «псевдоклиентская» модель.

Авторам представляется, что разрешение указанных противоречий лежит в признании за маркетингом его ключевой (базовой) позиции в стратегическом планировании банковской структуры, рассмотрение его как системной управленческой деятельности [16], как системного стратегического интегратора и новатора (рисунок 1).

В своем фундаментальном труде «Маркетинг менеджмент» Ф. Котлер разграничивает понятия «маркетинговое управление» и «управление маркетингом». Последнее он расценивает, как понятие более узкое в сравнении с управлением организацией на принципах маркетинга, т.е. «маркетинговым управлением» [17, с. 31]. Приведенные выше понятия, отражая суть различных по содержанию и практической значимости методов, форм, инструментов и механизмов управления, являются равноправными, взаимодополняющими и неотделимыми частями маркетинга и таковыми должны рассматриваться в процессе его проектирования и реализации.

В условиях развития конкуренции на рынке банковских услуг вполне естественным становится такое стратегическое мышление менеджмента финансовых организаций, в котором маркетинг занимает ключевую позицию. При этом в интересах повышения эффективности маркетинговых усилий собственно маркетинг, как системная управленческая деятельность, в то же время формируется и как системный стратегический интегратор и инноватор. В части касающейся системного интегрирования, маркетинг оптимизирует инструментарий управление маркетингом (как внутреннего функционала менеджмента финансовых организаций) и маркетингового управления (внешнего функционала) [18].

В этой связи, опираясь на системные представления о маркетинге [19], представляется возможным дать определение понятия «маркетинг банковской сферы», которое демонстрирует внутреннюю (сущностную) его связь с понятием «клиентоориентированность» в симбиозе маркетингового управления и управления маркетингом: банковский маркетинг – это системная управленческая деятельность (мероприятия, действия, усилия, меры) стратегического характера, осуществляемая интегративно во внутренней (управление маркетингом) и внешней (маркетинговое управление) средах банковской структуры и направленная на установление (формирование) потребности (спроса) в банковских продуктах и ее удовлетворение посредством предложения рынку конкурентоспособных (инновационных и перспективных) банковских продуктов и услуг, применения эффективных средств их

продвижения, а также набора определенных условий, правил и процедур обслуживания клиентов и получения в итоге экономического или иного эффекта.

Учитывая то, что речь идет о коммуникационных стратегиях, важным в этой связи является точное представление о таких понятиях, как «коммуникация» и «информация». По мнению Ф.И. Шаркова, коммуникация – это процесс взаимодействия и способы общения, позволяющие создавать, передавать и принимать разнообразную информацию [20]. С точки зрения Т.С. Джамбиновой, рассматривающей специфику рекламного воздействия на потребителя, коммуникация – это процесс передачи информации, целью которого является заданная отправителем реакция, побуждающая получателя сообщения осуществить действия, выгодные для рекламодателя, выступающего источником сообщения [21, с. 117].

Приведенные выше дефиниции указанных авторов, как, впрочем, и целого ряда других специалистов в области маркетинга, говорят о том, что «реклама передает информацию», а «коммуникация представляет собой обмен информацией», что не в полной мере отражает природу этих понятий. Интересным представляется взгляд С.Ю. Горлова, который, опираясь на этимологию рассматриваемых понятий, считает, что «информация» связана с действием по оформлению, а «коммуникация» – с воспроизводством различных путем создания общего. Информация (informatio – представление о чем-нибудь, исходное слово – форма) – технический термин для обозначения деятельности по организации (оформлению) передачи смыслов на расстоянии, не предполагающий создание смыслов, коммуникация же – деятельность по созданию общих смыслов и общего понимания [22].

Основываясь на изложенных представлениях о природе самих понятий, а также на опыте в сфере практического маркетинга [23, с. 221], предложены следующие определения, адаптированные под предмет настоящих исследований: информация – это надлежащим (общедоступным или специальным) образом оформленные для передачи от одного субъекта (банка) другому (множеству других) субъектов (юридическим, физическим лицам) сведения (данные); коммуникация – деятельность субъекта, связанная с воспроизводством различных путей взаимодействия с разными субъектами в интересах формирования единого смысла (единой ценности). Здесь необходимо заметить, что ценностный подход в маркетинге является ключом к изменению поведенческой модели потребителя от вызванного информацией интереса в отношении предлагаемого продукта к его покупке (транзакции), обеспеченному коммуникацией, способствующей формированию единства встроенной ценности продукта с представлениями о его ценности у потребителя.

Возвращаясь к сформулированному выше понятию «банковский маркетинг», нам представляется, что такая составляющая в его определении, как «удовлетворение клиентов посредством предложения конкурентоспособных (инновационных и перспективных) банковских продуктов и услуг, а также применения набора

определенных условий, правил и процедур обслуживания», собственно и есть клиентоориентированность в банковской сфере. При этом, чем лояльнее обозначенные условия и правила; чем ближе представления банка о ценности предлагаемого рыночного продукта к ценностным представлениям клиента и о продукте, и о характере взаимоотношений с банком; чем осознаннее со стороны клиента банка происходит изменение поведенческой модели от вызванного информацией интереса в отношении предлагаемого продукта к его покупке (т.е. сформировано в определенной мере единство встроенной ценности продукта с представлениями о его ценности у потребителя), тем увереннее можно говорить об эффективности и устойчивости (в идеальном случае – долгосрочности) коммуникации, а значит, и о клиентоориентированности самого банка.

Таким образом, именно с учетом обозначенных критериев анализ эффективности коммуникации банка с клиентами может быть положен в основу оценки его клиентоориентированности. Однако на сегодняшний день не существует методики, позволяющей объективно оценить уровень клиентоориентированности банка. На практике применяются разработанные банковскими организациями собственные критерии, основным из которых (а может быть и единственным) является степень удовлетворенности клиента обслуживанием в конкретный момент его обращения. В качестве примера авторы воспользовались открытой информацией о применении такими банками, как Сбербанк, Банк «ФК Открытие», «Банк Русский Стандарт», Банк «Интеза» и др. метода оценки качества обслуживания клиентов «Тайный покупатель»: сотрудник организации подрядчика по заранее согласованной схеме оценивает операционный офис и сотрудников по ряду критериев. Авторами проведена выборка наиболее значимых и характерных оценочных критериев: доброжелательное отношение сотрудников банка к клиенту; качество обслуживания персонала банка; отсутствие очередей; удобный режим работы; скорость обслуживания при совершении операций у окна; наличие рекламно-информационного материала в зале и его достаточность; внутренний интерьер помещения банка и внешний вид сотрудников.

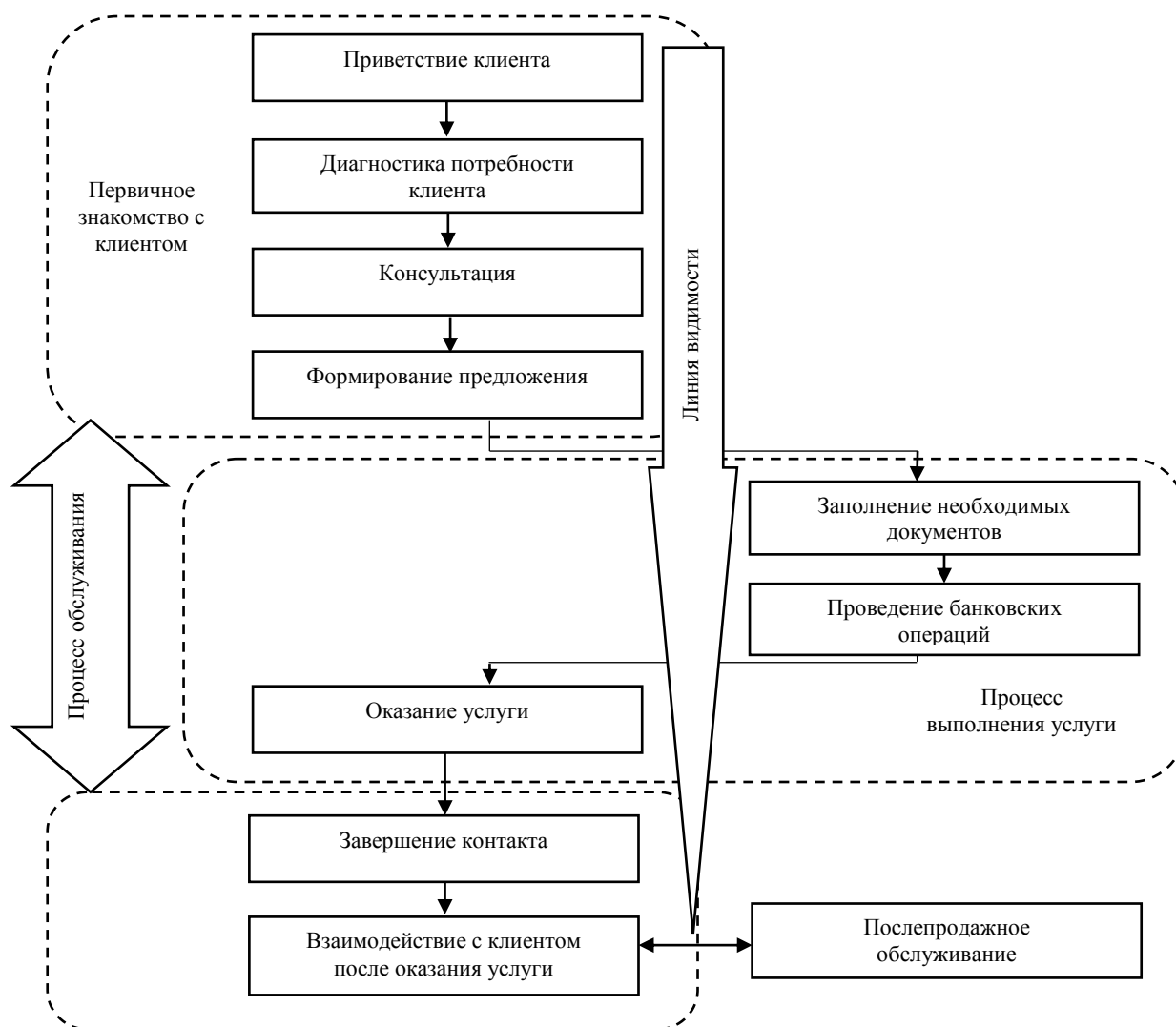
Представленный материал свидетельствует о том, что все усилия менеджмента банка направлены собственно на организацию обслуживания в указанный период и не более того. И фактически оценка качества обслуживания сводится к оценке работы персонала, контактирующего с клиентом. Такой подход является ограниченным и не даёт, с одной стороны, точного понимания, насколько тот или иной банк является клиентоориентированным (в т.ч. и в сравнении с конкурентами), с другой стороны, не дает оснований для складывания долгосрочных отношений с данным клиентом. В то же время, нельзя обойти вниманием выводы Бондаренко В.А. и Семириковой Е.А., сделанные в результате анализа ряда научных статей, авторы которых первостепенным фактором клиентоориентированности банков считают уровень квалификации персонала, занятого в обслуживании потребителей. Эти выводы усиливают

изложенные позиции за счет того, что Бондаренко и Семирикова говорят о ключевой роли персональных менеджеров банка, несущих ответственность за установление и развитие партнерских отношений с закрепленными за ними клиентами, в построении партнерских отношений [24, с. 16]. И все же, нам представляется, что персонал, его квалификация и обученность, являясь элементом комплекса маркетинга, в условиях развития информационно-коммуникационных систем и продуктов, повышения компьютерной, правовой и финансовой грамотности потребителей все больше переходит на второстепенную позицию. Ключевым же в формировании клиентоориентированности банка становится соединение банковского продукта с его ценностными для потребителя свойствами и обслуживания, в которое интегрирован продукт и потребитель за счет эффективной коммуникации. По мнению авторов статьи, подход к разработке методики оценки клиентоориентированности в розничном банковском бизнесе следует начать именно с исследования основного показателя, используемого подавляющим большинством банков в её оценке, а именно с качества обслуживания клиентов, и того, что именно в понятие «обслуживание» вкладывается менеджментом банковских организаций.

В этой связи интересным представляется опыт О.А. Новокрещеновой, которая в своей научной статье, представив анализ существующих в научной литературе подходов к определению понятий «обслуживание», «услуга», «предоставление услуги», уточнив определение понятия «процесс обслуживания клиентов в банке», проиллюстрировав схематично реально существующий процесс обслуживания (рисунок 3), делает выводы о том, что понятия «предоставление услуги» и «оказание услуги» являются синонимами, что процесс обслуживания в банке – это один из этапов оказания услуги, проявляющийся в непосредственном (или опосредованном с помощью технических средств) контакте персонала банка с клиентом, целью которого является удовлетворение потребностей клиента путем предоставления ему конкретных банковских услуг с помощью выполнения одной или совокупности последовательных операций и с использованием банковских технологий.

При определении критериев качества процесса обслуживания Новокрещенова считает необходимым выделять количественные (оцениваемые объективно) и качественные (оцениваемые субъективно) характеристики.

Согласно Новокрещеновой, предоставление услуги состоит из нескольких процессов: 1) собственно обслуживания (непосредственного контакта потребителя с сотрудниками банка, включающего следующие операции: приветствие клиента, диагностика потребности клиента, консультация, формирование предложения); 2) выполнения услуги (заполнение необходимых, проведение банковских операций), переходящий в оказание услуги и завершение контакта; 3) послепродажного обслуживания, предполагающего последующее взаимодействие кредитной организации с клиентами после оказания услуги.



**Рисунок 3. Схема процесса предоставления банковской услуги по О.А. Новокрещеновой [25, с. 60]**

С позиций системного подхода в маркетинге, мы полагаем, что обслуживание следует рассматривать как процесс (системную совокупность операций, процедур и ресурсов) реализации услуги, включающий создание услуги как рыночного продукта (комплекс маркетинга услуги), доведение информации об услуге до клиента (реального или потенциального) удобным для него способом, предоставление (продажа) услуги, послепродажное взаимодействие. Под услугой же мы понимаем завершенный рыночный продукт, который посредством разработанного комплекса маркетинга трансформируется в товар (т.е. продается) на последующих этапах обслуживания. Этот продукт, в свою очередь, может с позиций системного подхода рассматриваться и как проект, и как объект. Таким образом, услуга как продукт (результат творчества маркетолога, выражающийся в разработке эффективного комплекса маркетинга услуги) должна быть интегрирована в многокомпонентный процесс ее продвижения к потребителю (обслуживание), характеризующийся перманентным взаимодействием с ним.

Итак: услуга – проект – до запуска процесса продвижения, после запуска – продукт; обслуживание – процесс, в нем услуга как продукт становится объектом системы маркетинга организации. В таблице 1 представлены дефиниции понятия «обслуживание». Их анализ показывает четко выраженную единую содержательную направленность на потребителя.

*Таблица 1*

**Дефиниции понятия «обслуживание» и их содержательная направленность [26–29]**

Понятие	Дефиниция	Направленность
Обслуживание	... предоставление услуг клиенту за определенную плату	Потребитель услуги
Услуживать (обслуживать)	... служить, оказывать услуги, угождать, стараться быть полезным и помогать	Полезность для кого-либо
Обслуживание	... работа по удовлетворению чьих-либо бытовых, текущих или постоянных нужд	Удовлетворение чьих-либо потребностей
Обслуживание	... деятельность исполнителя услуги, проходящая при непосредственном контакте с потребителем; процесс обслуживания обеспечивается средствами производства и персоналом сервисного предприятия	Непосредственный контакт с потребителем

С точки зрения клиентоориентированного подхода, обслуживание – это взаимодействие сторон: исполнителя, который оказывает услугу, и потребителя, по желанию которого и в чьих интересах действует исполнитель. Без согласия потребителя процесс обслуживания приобретает характер навязывания исполнителем своих услуг. Согласно суждениям Ф. Котлера, сервис, услуги – это любая имеющая неосязаемую природу и не приводящая к владению чем-либо деятельность, которую одна сторона может предложить другой. В некоторых случаях предоставление услуг связано с материальными товарами, в других – не имеет к ним никакого отношения [17, с. 287]. По мнению авторов, с точки зрения клиентоориентированности, не следует проводить жесткое разграничение понятий «услуга», «обслуживание», «оказание услуги», так как сама по себе услуга не может быть клиентоориентированной, а бизнес-процесс обслуживания – не может быть отделен от самой услуги. Значит понятия «услуга» и «обслуживание» следует рассматривать только в комплексе, который называется «оказание услуги». Опираясь на всё вышеизложенное, авторы синтезировали ранее разграниченные операции и процедуры в единую модель клиентоориентированного банковского бизнес-процесса оказания услуги (рисунок 4).

В центре модели представлена эволюция посредника между банком и клиентом – товара: от продукта, сформированного в процессе реализации проекта придания ему рыночного характера; через собственно товар, обретение свойств которого происходит в результате продаж; к объекту, который необходимо совершенствовать в интересах поддержания устойчивости организации на рынке, а также и ее конкурентоспособности.

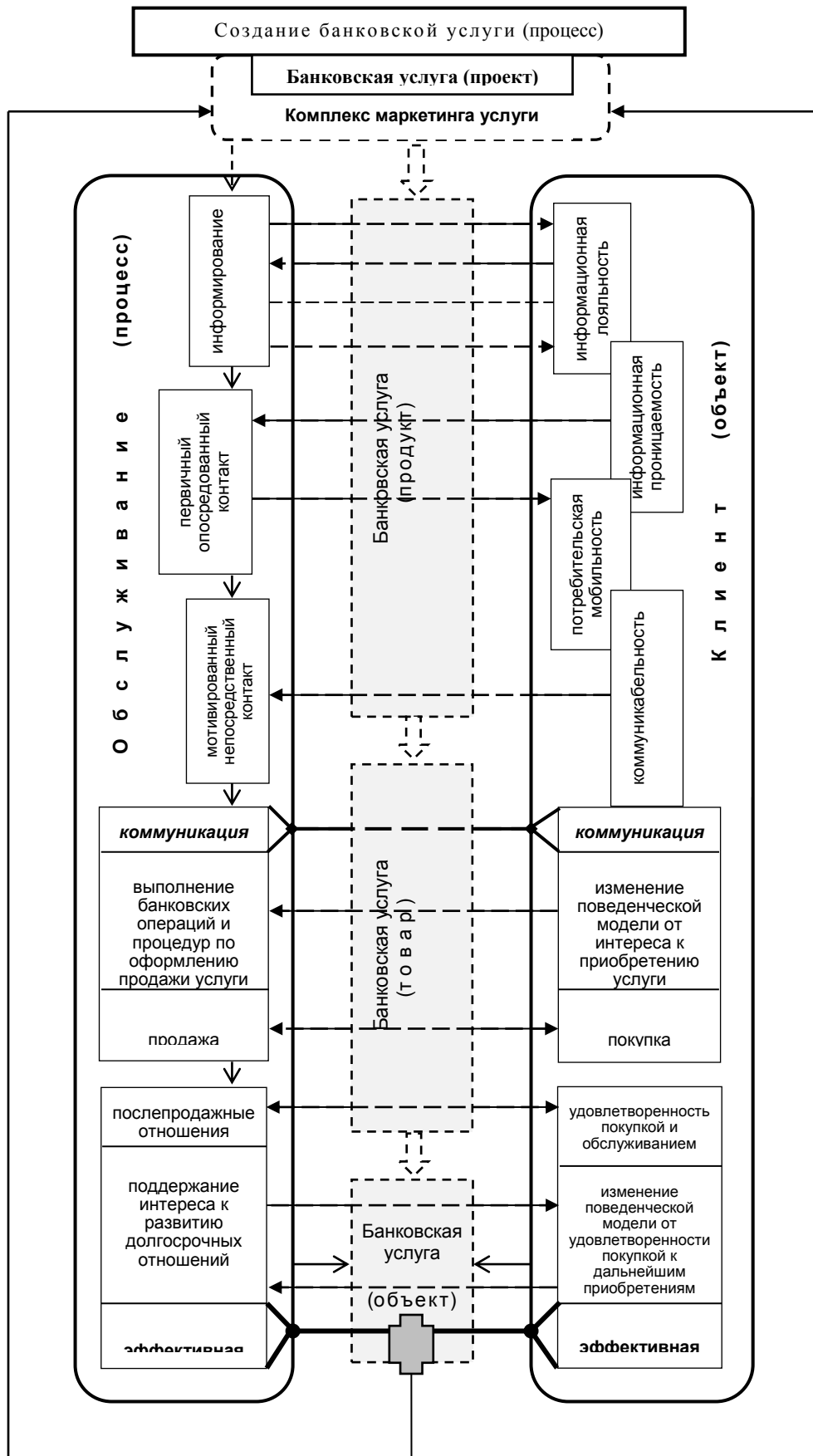


Рисунок 4. Модель клиентоориентированного банковского бизнес-процесса оказания услуги

Это посредник обеспечивает взаимодействие и взаимовлияние процесса обслуживания и ряда элементов т.н. комплекса маркетинга потребителя, связанных с этапами формирования коммуникации (информационная лояльность, информационная проницаемость, потребительская мобильность и коммуникабельность). В момент, когда покупка совершена, включается процесс формирования эффективной коммуникации, характеризующейся долгосрочностью, многообразием и разнообразностью отношений.

В модели нашли свое отражение и представления о комбинаторном маркетинге, под которым, в частности, Ямилов Р.М. понимает создание новой ценности путем комбинации существующих ценностей и / или элементов обмена.

Ямиловым предлагается маркетинговая стратегия экономического субъекта, представляющая собой комбинирование уже существующих – товара, продавца и покупателя – с использованием комбинаторики, что, по его мнению, типично для продажи товара с сервисным обслуживанием, что является предпосылкой для создания новой ценности, включающей товар и сервисное обслуживание, отличной от ценностей, представленных только товаром или только сервисом [30, с. 7].

В современном банковском бизнесе от скорости доведения информации до клиентов и скорости решения проблем клиентов зависит очень многое.

Современные банкиры прекрасно понимают, что контакт с клиентом необходимо поддерживать всеми возможными способами.

Интернет-сайт, мобильное приложение, контактный центр, чат, социальные сети, офисы обслуживания – всё это помогает слышать банкам своих клиентов, реагировать на их проблемы и, конечно же, продвигать свои услуги.

Для этих целей и в интересах обеспечения эффективной коммуникации необходима активизация всех элементов внутренней среды банковского маркетинга за счет интеграции маркетинговой информационной системы.

В ранее опубликованных работах была представлена концепция такой системы – «Интегрированной маркетинговой информационно-коммуникационной системы – ИМИКС» [31].

Данная система в сфере банковской деятельности может представлять собой совокупность интегрированных в сети Интра-, Экстра-, Интернет структурированных взаимосвязанных элементов, взаимодействующих для сбора, обработки, анализа, хранения и оперативного представления на регулярной, плановой основе в требуемом объеме и форме в соответствии с потребностями менеджмента релевантной информации о внешней и внутренней средах организации в интересах разработки, принятия, реализации, контроля и корректировки управленческих решений, а также формирования эффективной коммуникации с клиентами в условиях обретения конкурентных преимуществ.



Используя ранее разработанную концептуальную модель управления маркетингом [16], включающую в качестве системообразующего элемента ИМИКС, авторы настоящей статьи адаптировали ее к особенностям банковского маркетинга.

На рисунке 5 показан результат в виде модели интегрированного банковского маркетинга.

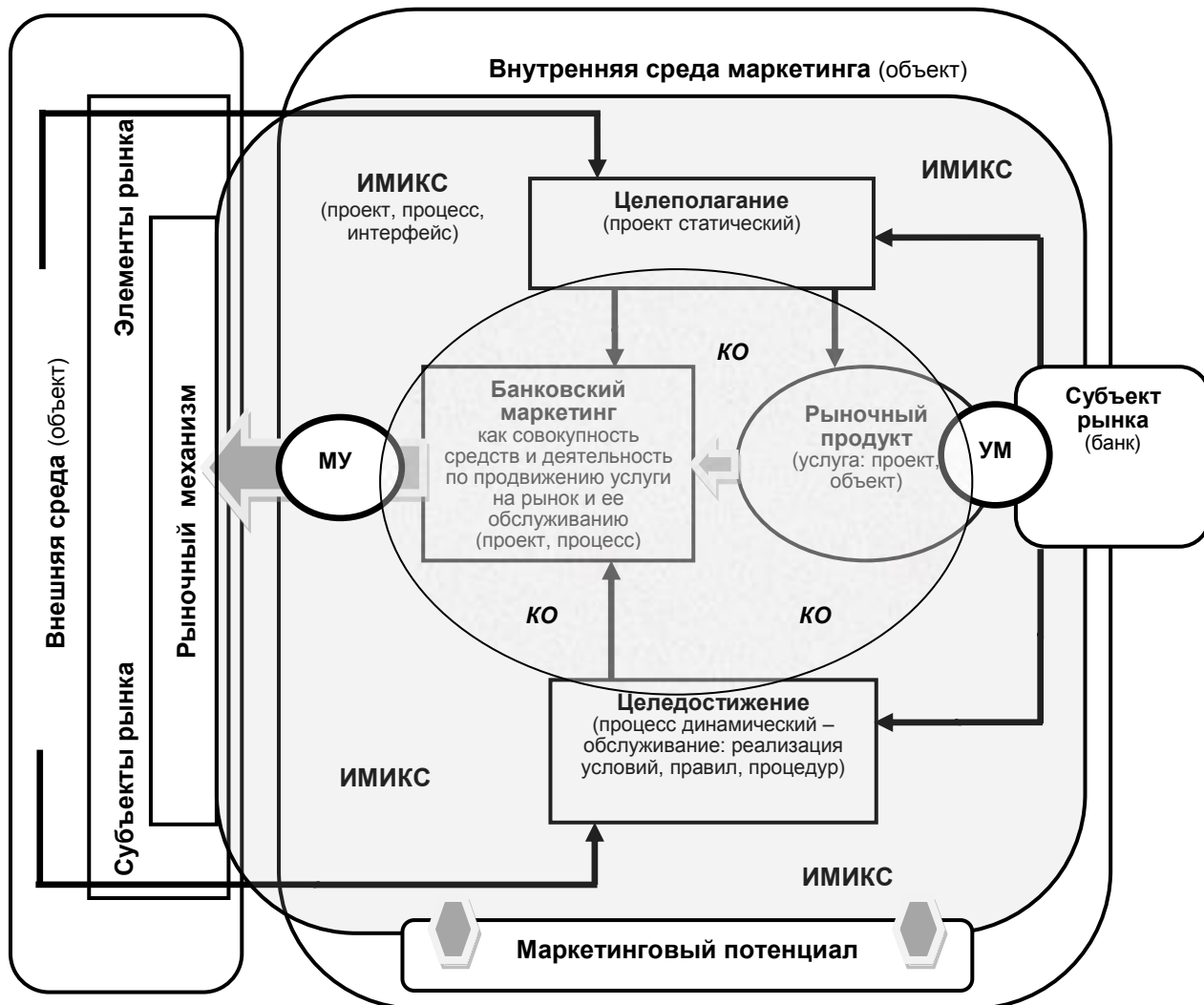


Рисунок 5. Модель интегрированного банковского маркетинга

Основные элементы, использованные при моделировании:

- рыночный механизм – это механизм взаимосвязи и взаимодействия основных элементов рынка: спроса, предложения, цены, конкуренции и основных экономических законов рынка;
- рыночный инструмент (МУ) – средство, активизирующее (запускающее) рыночный механизм за счет воздействия на его основные элементы;
- маркетинговое управление (МУ) – реализуется во внешней среде за счёт ориентации всех элементов организации на нужды потребителя в процессе управления маркетингом во внутренней среде организации;

– управление маркетингом (УМ) – управление процессом создания рыночного продукта во внутренней среде организации, его продвижения и поддержания функционирования во внешней среде;

– интегрированная маркетинговая информационно-коммуникационная система (ИМИКС);

– клиентоориентированность (КО) – деятельность банка по формированию единства встроенной ценности предлагаемого рыночного продукта с представлениями о его ценности и характере взаимоотношений с банком у клиента.

Как видно из рисунка, представленная модель решает ключевую для маркетинга задачу – циклического и устойчивого функционирования на рынке, что в значительной степени обеспечивается уровнем маркетингового потенциала, который представляет собой совокупность маркетинговых ресурсов (средств, возможностей, опыта, корпоративного имиджа и деловой репутации банка, профессиональной квалификации персонала), обеспечивающих эффективное продвижение на рынок банковских продуктов в меняющихся условиях внешней среды.

Маркетинговый потенциал формируется за счет обоснованного целеполагания, взаимосвязанности условий, правил и процедур целедостижения, соотносению возможностей банка с затратами на: маркетинг всех одновременно функционирующих процессных систем (управление качеством; маркетинговое управление; управление продажами; управление отношениями с поставщиками и клиентами: трейд-промоушн, клиентский сервис, PR; управление маркетингом; сейлз-промоушн; брендинг; репутация; внедрение новшеств).

На что управление маркетингом должно направлять маркетинговый потенциал? На включение новшеств в объектные системы (потребитель, продукт, организация, новаторство, среды). Тогда процесс их внедрения будет проходить органично, поскольку эти системы обладают системообразующим статусом, реализация которого на компонентном (элементном) уровне позволит обеспечить не только целостность и единство формы и содержания всех обозначенных систем маркетинга, но и их самосохранение, а также тенденции к развитию.

Эффективный инновационный процесс расширит кругозор персонала организации, направит его внимание на зарождающиеся тенденции в средовых системах маркетинга (внутренняя: управленческая, деловая, информационно-коммуникационная, межличностная, стимулирования и мотивации; внешняя: ценностей, государственного регулирования и саморегулирования, внеправовая, инновационная; господствующая экономическая парадигма), на перспективные научно-технические разработки, подготовит к новым условиям рыночного функционирования.

Реализация в процессе управления такой миссии маркетинга, как системный инноватор, позволяет рассматривать его и как управленческий ресурс инновационного развития банка.

Последнее позволит процесс формирования эффективных коммуникаций сделать оптимальным в первую очередь для того клиентского сегмента, для которого наличие новейших технических средств коммуникации и программных продуктов является приоритетом, а значит, и условием формирования единой с банком ценности.

Этот сегмент при определенных (заявленных) банком условиях может стать драйвером для других клиентских сегментов.

Вышеизложенное позволяет также поставить научную задачу, связанную с определением ключевых критериев оценки клиентоориентированности банка, среди которых следует рассматривать эффективность (устойчивость, в идеальном случае – долгосрочность) коммуникации в одном ряду со степенью адаптивности и проницаемости банка к технико-технологическим новшествам.

#### *Список литературы*

1. Narver J.C., Slater S.F. The Effect of a Market Orientation on Business Profitability. *Journal of Marketing*. 1990. Vol. 54. № 4. P. 20–35.
2. Ruekert R.W. Developing a Market Orientation: An Organizational Strategy Perspective. *International Journal of Research in Marketing*. 1992. Vol. 9. № 3. P. 225–245.
3. Deshpande R., Farley J.U., Webster F.E., Jr. Corporate Culture Customer Orientation, Innovativeness in Japanese Firms: A Quadrad Analysis. *Journal of Marketing*. 1993. Vol. 57. № 1. P. 23–37.
4. Ellis P.D. Market Orientation and Performance: A Meta-Analysis and Cross-National Comparisons. *Journal of Management Studies*. 2006. Vol. 43. № 5. P. 1089–1107.
5. Jacob F. Preparing Industrial Suppliers for Customer Integration. *Industrial Marketing Management*. 2006. Vol. 35. № 1. P. 45–56.
6. Рожков А.Г., Ребязина В.А., Смирнова М.М. Ориентация компании на клиента: результаты эмпирической проверки на примере российского рынка // *Российский журнал менеджмента*. 2014. Т. 12. № 3. С. 33–58.
7. Рувенный И.Я. Клиентоориентированный подход к развитию организации // *Альманах современной науки и образования*. 2015. № 6 (96). С. 132–135.
8. Гулакова О.В., Ребязина В.А., Смирнова М.М. Специфика клиентоориентированности компаний на российском рынке: результаты эмпирического исследования // *Вестник С.-Петербург. ун-та. Сер. Менеджмент*. 2015. Вып. 4. С. 39–73.
9. Яшина О.В., Резник Г.А. Клиентоориентированность корпорации – сущность категории и основные цели // *Молодежь и наука: сб. материалов IX Всерос. науч.-техн. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых с международным участием, посвященной 385-летию со дня основания г. Красноярска*. Красноярск: Сибирский федеральный ун-т, 2013. URL: <http://conf.sfu-kras.ru/sites/mn2013/section021.html>.
10. Губин А.В., Мишулин Г.М. Клиентоориентированность как ключевая составляющая стратегий банков в контексте внедрения интегративной

- маркетинговой модели розничного банковского бизнеса // Экономика и предпринимательство. 2018. № 10 (99). С. 1023–1027.
11. Черникова Л.И., Фаизова Г.Ф. Обслуживание как составляющая стратегии розничного банковского бизнеса // Сервис в России и за рубежом. 2014. № 8 (55). С. 26–37.
  12. Кокин А.С., Галин Т.Ф. Банковский финансовый маркетинг // Вестник Нижегородского ун-та им. Н.И. Лобачевского. 2011. № 1. С. 270–273.
  13. Никитина Е.М., Сотникова И.И. Проблемы управления банковским маркетингом // Академический вестник. 2012. № 2. С. 79–82.
  14. Бакун Т.В., Обухова И.Ф. Современные тенденции банковского маркетинга: теория и практика // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». 2014. № 2. С. 34–40.
  15. Стрельцов Ю.С. Механизм формирования маркетинговых каналов предоставления банковских услуг: автореф. дис. ... канд. экон. наук. Волгоград, 2009.
  16. Мишулин Г.М., Сериков Д.Ю. В развитие подхода к формированию современной модели маркетинга // Экономика и предпринимательство. 2017. № 2–1 (79–1). С. 552–556.
  17. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. СПб.: Питер, 2016. 810 с.
  18. Мишулин Г.М., Губин А.В. Актуальная модель взаимосвязи стратегий, форм и методов ведения розничного бизнеса на рынке банковских услуг // Экономика и предпринимательство. 2017. № 8–1 (85–1). С. 1139–1143.
  19. Мишулин Г.М. Методология исследования эволюционирующих рыночных инструментов // Проблемы формирования эффективной социально ориентированной модели хозяйственного развития России / под ред. Г.Б. Клейнера, С.И. Берлина и др. Краснодар: Просвещение-Юг, 2014. 319 с.
  20. Шарков Ф.И. Коммуникология: Энциклопедический словарь-справочник. М.: Дашков и Ко, 2009. 768 с.
  21. Джамбинова Т.С. Разработка коммуникационной стратегии продвижения товара в сети Интернет // Бизнес. Общество. Власть. 2014. № 18. С. 115–130.
  22. Горлов С.Ю. Рекламное образование: поворотная точка / Сб. материалов XI Всерос. конф. зав. каф. рекламы, PR и смежных дисциплин. М.: ИМА-пресс, 2008. С. 17–19
  23. Мишулин Г.М., Секисов А.Н. Международный маркетинг (практикум). Краснодар: ФГБОУ ВПО «КубГТУ»; М.: Издательство современная экономика и право, 2015. 456 с.
  24. Бондаренко В.А., Семерикова Е.А. Актуализация маркетинга партнерских отношений в секторе оказания банковских услуг // Практический маркетинг. 2013. № 8 (198). С. 10–17.
  25. Новокрещенова О.А. Обслуживание клиентов в банке: содержание и критерии качества // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2015. Т.11. Вып. 34. С. 56–66.
  26. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. М.: ИНФРА-М, 2019. 512 с.

27. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка. 4 т., М.: Русский язык, 2000. 779 с.
28. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка. М.: Азбуковник, 1999. 944 с.
29. Деружинский Г.В., Раецкий М.Д. Теоретико-методологические аспекты понятий «услуга», «обслуживание», «сервис» как экономических категорий // Terra Economicus. 2011. Т. 10. № 1–2. С. 30–36.
30. Ямилов Р.М. Комбинаторный маркетинг как основа эффективных стратегий экономического субъекта // Практический маркетинг. 2016. № 1 (227). С. 3–10.
31. Мишулин Г.М., Бирюков А.Ю. Интегрированная в Интернет маркетинговая информационно-коммуникационная система предприятия: методологический аспект // Экономика и предпринимательство. 2014. № 10. С. 294–299.

---

*Mishulin G.M., Gubin A.V.*

### MODELING A CUSTOMER-ORIENTED BUSINESS PROCESS COMMERCIAL ORGANIZATION

***Abstract.** The article implements the author's vision of integrated banking marketing, within the framework of which its mission as a system innovator is realized, the latter acts as a management resource for innovative development of the bank, which allows optimizing the process of creating effective communications, making it a driver of customer segments, aligning the level of customer focus bank, with a degree of adaptability and permeability of the bank to technical and technological innovations.*

***Key words:** marketing, innovation, management, resource, communications, optimization, strategy, flexibility, customer focus.*

---

УДК 331.1

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СИСТЕМЕ  
УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ ОРГАНИЗАЦИИ****Маслова В.М.**

кандидат экономических наук, доцент,  
доцент кафедры управления персоналом и психологии,  
Финансовый университет при Правительстве РФ

**Аннотация.** В статье рассматривается цифровой HR (управление человеческими ресурсами), который объединяет социальные сети, мобильные приложения, аналитику и облачные технологии, представляющий собой новую платформу для улучшения работы сотрудников и накопления опыта ими. Цифровая трансформация, в первую очередь, начинается с изменения мышления в рамках управления персоналом организации, определения приоритетов, операций в режиме реального времени, платформ, автоматизации и мобильности.

**Ключевые слова:** человеческие ресурсы, цифровизация, дизайн-мышление, облачные технологии, кастомизация.

Современные компании-лидеры создают и внедряют новые гибкие бизнес-модели и модели управления. Соответственно, меняются условия, в которых работают топ-менеджеры и HRD (директор по управлению человеческими ресурсами). Происходит переоценка HR (управление человеческими ресурсами) функций и ее роли в управлении компаниями.

Цифровизация окружающего мира влечет изменения во всех сферах человеческой деятельности. Трансформируются сознание людей, их восприятие окружающей среды и методы потребления информации.

Появились новые индустрии, такие как: цифровая энергетика (умные сети), космические технологии, биомедтехнологии, управление временем, управление климатом и управление разумом. Ученые также говорят о появлении надглобальной экономики – орбитальной экономики, космоэкономики и даже астроэкономики.

В связи с глобальными изменениями трансформируются существующие трудовые отношения. Это – разнообразие форм занятости, новые формы финансирования предпринимательства, робототехника, искусственный интеллект, рост миграции населения и трудовой мобильности.

Задачи, которые общество и бизнес будут решать в ближайшие десятилетия:

- новые методы и технологии управления;
- изменение подходов к оценке успеха;
- новые виды финансовых институтов и инструментов;
- другие подходы к использованию материальных благ и ресурсов;
- новые формы социальных отношений и новые социальные модели

(социальные инновации);

- новые принципы общественных взаимоотношений;
- новые интеллектуальные, культурно-духовные продукты и сервисы.

Современные реалии общества показывают, что система управления человеческими ресурсами организации считалась эффективной в течение XX века, но сегодня она уступает место программам цифрового управления человеческими ресурсами.

Премьер-министр Российской Федерации в 2017 г. утвердил программу «Цифровая экономика». Среди ее основных целей – внедрение цифровых технологий во все сферы деятельности и жизни. Управление персоналом перемещаются в сторону ИТ. Представители робототехники утверждают, что роботы не угрожают человеку, а наоборот появляются новые профессии. Роботы не вытесняют людей, а наоборот, создают новые рабочие места. В связи с этим актуальной проблемой остается качественная переподготовка кадров. Главное – это наращивать компетенции и создавать работников, которые готовы работать с высокотехнологичным оборудованием.

Ключевой вызов в Индустрии 4.0 – это именно человек, его образование. Самый благоприятный сценарий для человечества – это работа совместно с роботами. Машины стали гораздо умнее, мобильнее, производительнее, но они по-прежнему нуждаются в программном обеспечении, они не могут выполнять творческую работу.

Цифровой HR, который объединяет социальные сети, мобильные приложения, аналитику и облачные технологии, представляет собой новую платформу для улучшения работы сотрудников и накопления опыта ими [1]. Организации, исходя из собственных возможностей, должны сами строить свои интегрированные стратегии и программы цифрового управления человеческими ресурсами.

Цифровая трансформация в первую очередь начинается с изменения мышления в рамках управления персоналом организации, определения приоритетов, операций в режиме реального времени, платформ, автоматизации и мобильности. Цифровое преобразование начинает выходить на первый план. Этот новый мир цифрового HR растет быстро. Однако, в настоящее время только 38% компаний думают об этом и только 9% полностью готовы [2]. Компаниям, которые еще не приступили к созданию цифрового HR, следует начать с создания цифровой HR-стратегии. Переход на мобильные платформы и цифровой образ мышления находится на первом месте в решении этой задачи.

Творческий подход и командная работа – главные составляющие дизайн-мышления, который определяется как процесс, ориентированный на создание и поиск новых решений для комплексных проблем в разных областях.

По определению Г. Саймона в процессе дизайн-мышления можно выделить следующие этапы (таблица 1).

В процессе осуществления этапов дизайн-мышления определяются проблемы, вопросы, идеи и выбираются наиболее приемлемые решения. Этапы можно проходить в той последовательности, в которой определяет команда. Например, Telstra – одна из крупнейших телекоммуникационных компаний в Австралии, использует мобильное приложение, чтобы улучшить опыт сотрудника во время первого года работы. Используя дизайн-мышление, изучая поведение и фрустрации сотрудников, а также личный опыт, компания разработала комплексную программу адаптации, которая значительно улучшает взаимодействие и удержание сотрудников [2]. Методология дизайн-мышления используется во многих сферах деятельности и помогает эффективно решать проблемы, с которыми сталкиваются компании в своей работе.

В настоящее время социальные сети – один из популярных инструментов для поиска работы. Компаниям стоит увеличить представленность в социальных сетях, т.к. кандидаты, именно там будут искать данные о компании, чтобы составить свое мнение об организации. Компания «Jobvite» провела опрос персонала, который показал, что 93% рекрутеров используют или планируют начать использовать соцсети в качестве способа поиска работников. 82% опрошенных сообщают, что их социальные навыки по подбору кадров хорошие или ниже. Это говорит о том, что большинство нанимателей пользуются ими пока неэффективно. Большинство крупных компаний осознают важность социальных сетей в привлечении талантливых работников в организацию, они не совсем хорошо осведомлены о том, как этого добиться.

*Таблица 1*

**Этапы процесса дизайн-мышления**

<b>Наименование этапа</b>	<b>Содержание этапа</b>
1.Определение проблемы	– выявление проблемы; – определение конечного пользователя, для которого будет решаться проблема; – желаемый результат данного проекта.
2. Исследование	– обзор и анализ истории данной проблемы; – взаимодействие с конечным пользователем с целью выяснения их мнения.
3.Формирование идей	– сбор всей информации; – понимание потребностей пользователя; – процесс мозгового штурма (выявление разных идей с разных точек зрения).
4.Прототипирование	– выбор лучших предложений и идей; – формирование нескольких вариантов решения проблемы.
5. Выбор лучшего решения	– анализ всех вариантов решения проблемы; – выявление наиболее оптимального варианта.
6.Внедрение решения	– представление окончательного варианта конечному пользователю; – внедрение решения.
7.Оценка результатов	– получение обратной связи от пользователя; – оценка внедренного решения; – при необходимости доработка или внесение изменений.



Мобильный канал стал каналом предпочтения для сотрудников, что дает организациям возможность управлять разработкой и внедрением мобильных HR-технологий. Барьеры между работой и личной жизнью стираются за счет использования мобильных устройств. Мобильные приложения могут определять все назначения и места встречи, доставлять видео-обучение (по необходимости) участникам нового проекта или задания, отправлять сообщения, информацию для команды, напоминать о перерывах и даже предлагать реальные рекомендации. Это поможет сделать работу проще в режиме реального времени, более мобильной, творческой, а главное установить правильный баланс рабочего времени и личной жизни.

HR-аналитика перестала быть просто поиском необходимой информации для руководства и специалистов. Она становится бизнес-функцией по использованию данных для лучшего понимания принципов работы бизнеса, получению и применению аналитических данных в реальном времени и встраиванию аналитики в операционные процессы организации.

Облачные технологии – это технологии позволяющие получать актуальную информацию с самых разных устройств. Это происходит за счет того, что данные, к которым хотим получить доступ, хранятся не в личном устройстве, а в интернете, а именно в облачном хранилище данных. Облачные технологии сейчас проникают повсюду, в том числе и в HR. Например, можно одновременно с коллегами из нескольких филиалов из разных стран и городов работать с одной базой данных кандидатов, при этом не будет потеряно ни одно действие. Облачные технологии предоставляют потребителям решения, полностью готовые к работе. Достаточно овладеть любым устройством, способным соединиться с интернетом, и можно получить доступ к удаленной базе, которая располагается на удаленном севере. Дочерняя компания SAP-Success Factors стала первым поставщиком «облачных» решений. Разработаны интегрированные IT-решения для управления персоналом в шести областях: подбор и наем персонала, обучение, управление вознаграждениями, управление производительностью труда и оценка эффективности работы, внутрикорпоративные социальные сети [1].

Кроме цифровизации в управлении человеческими ресурсами появились следующие тренды в области оценки персонала:

1. Продолжается автоматизация и компьютеризация «старых» инструментов оценки. Интеграция таких «оцифрованных» инструментов в рамках платформ онлайн-оценки значительно сокращает стоимость оценочных процессов и делает их более удобными для использования.

2. Интегрируются не только сами инструменты, но и данные, т.е. результаты оценочных мероприятий. В этом случае с точки зрения IT речь идет про системы управления человеческими ресурсами (HRIS – HR Information System) или талантами

(TMS – Talent Management System). Интеграция данных обеспечивает связность, обоснованность и последовательность принятия кадровых решений на всех этапах деятельности сотрудника в организации.

3. Появляются радикально новые инструменты, опирающиеся на сегодняшние технологические возможности. Наиболее яркий пример – появление электронных индивидуальных деловых упражнений, или e-trays. Это не столько обычные «интреи», переведенные в электронный формат, сколько совершенно особый инструмент оценки.

Основное преимущество упражнений в формате e-tray состоит в том, что симуляция рабочей ситуации становится интерактивной, т.е. появление новых документов происходит по мере и в прямой связи с действиями участника (в отличие от «классического» варианта, в котором документы доступны с самого начала), что обеспечивает множество альтернативных сценариев событий. Хотя упражнения в формате e-tray набирают популярность сегодня, за предыдущее десятилетие во всем мире их использовало лишь около 10% компаний. Наиболее показателен пример Deloitte, использующей такое решение в качестве одного из этапов отбора при найме выпускников, а также для оценки внутренних претендентов на младшие управленческие позиции. Не активное применение связано с тем, что, во-первых, с большой сложностью и дороговизной разработки и, во-вторых, с проблемой предсказуемости сценариев симуляции и, таким образом, достоверности оценки компетенций.

Тем не менее, можно прогнозировать, что в ближайшие годы их применение будет активным. Кроме того, им гарантировано более частое упоминание в профессиональных кругах.

Важнейшим трендом, который определяет будущее сферы оценки, – постоянное развитие информационных и компьютерных технологий. Помимо перечисленных выше аспектов автоматизации – компьютеризации упражнений, интеграции данных в рамках систем управления талантами, появления принципиально новых форматов. По данным исследований, пользователи инструментов оценки все чаще говорят о том, что им важна возможность проходить оценку и/или иметь доступ к результатам через специальные приложения или порталы, оптимизированные для мобильных устройств.

Другой тренд – кастомизация. Сегодня речь идет о кастомизации на значительно более глубоком уровне, чем перенос упражнения из одной отрасли в другую. Речь идет об уровне механики и смыслового содержания инструментов оценки. Во-первых, разработку с нуля или адаптацию инструментов под модель компетенций заказчика. Во-вторых, создание специальных отчетов, направленных на выявление самых ключевых аспектов личности кандидата или сотрудника – и предоставление этой информации в предельно понятном виде, на живом управленческом языке. Такой

успешный уровень кастомизации достижим благодаря цифровым инструментам и вычислительной мощности компьютеров.

Суммируя перечисленные тренды, можно отметить, что «мегатрендом» в сфере оценки, несомненно, является повышение объективности за счет различных технологических и концептуальных решений. Сегодня требование объективности перестает быть требованием к отдельным инструментам и становится требованием к системе оценки в целом. Многие представители HR-сообщества говорят о технократической революции в оценке. Близится время, когда оценка персонала будет полностью автоматизирована с использованием HR-аналитики, машинного обучения и искусственного интеллекта.

Тенденция к упрощению инструментов затронула также и центры оценки (ЦО). Рынок наполняется симуляциями – автоматизированными или полуавтоматизированными упражнениями центра оценки (Virtual assessment center, VAC). Это могут быть упражнения на работу с почтой, индивидуальные видеоконференции с наблюдателем – и даже групповые дискуссии с другими участниками. Главное отличие от очного ЦО – моделирующие упражнения в VAC ещё более сжаты. По сути, это сокращённые упражнения очного ЦО. Редкое упражнение (подготовка + прохождение) занимает больше 40 минут.

Привлекательность этих инструментов состоит в том, что метод позволяет оценивать навыки и компетенции дистанционно. По сравнению с личностными опросниками это более справедливая оценка: специалисты не обманываются, оценивая поведение с помощью самоотчётных инструментов. В ситуации массового отбора менеджеров на входе или в кадровый резерв необходимо оценить, в том числе, компетенции и VAC с этой задачей хорошо справляется. Также VAC дешевле – нет трат на сбор участников и наблюдателей в одном месте, и на написание отчётов «от руки», т.к. отчёты автоматизированы.

Автоматизированная оценка профилей социальных сетей – самая обсуждаемая технология последних лет. Популярностью она обязана тому, что в ней звучит актуальная тема «Большого брата», использующего «Большие данные». Людям кажется, что машина может проанализировать лайки и поставить диагноз без ведома и участия человека и в долю секунды. И машины уже могут это делать – они способны оценивать:

- Большую пятёрку: добросовестность, экстраверсию, доброжелательность, эмоциональную стабильность, открытость новому.
- Временную перспективу. На что ориентируется человек – на прошлое, настоящее или на будущее.
- Уровень субъективного благополучия.
- Подходы к обработке информации.

Необходимо отметить, что машины оценивать могут, однако пока в оценке персонала это не применяется. Причины следующие:

1. Содержательные. Социальные сети – это в основном личный контекст. В котором, мы себя ведём не так, как на работе, в контексте профессиональном. Как соотносить «личное» поведение с поведением в рабочем окружении? Плюс у каждого профиль заполнен с разной степенью полноты – как поступать с теми, у кого лайков/записей недостаточно? Или они создают социально-желательный профессиональный профиль?

2. Организационные и финансовые – связывание профилей в социальных сетях и каких-либо психологических конструкторов требует существенных выборок (размером несколько десятков тысяч людей). Притом на этих людях надо ещё провести опросники и тесты, чтобы прокоррелировать их с лайками и записями. Всё это требует развитой исследовательской инфраструктуры, которой обладают немногие организации в мире.

3. Методически-маркетинговые. Пока нет ни одного исследования, доказывающего связь автоматизированных оценок профилей в социальных сетях со значимыми бизнес-показателями. Компаниям будет сложно заявить о разработке инновационного метода без доказательств его бизнес-эффективности.

4. Этические и юридические. Остаётся нерешённым вопрос: как оценивать человека в его личном контексте? Пока речь идёт о маркетинговых исследованиях – проблем возникнуть не должно. Но результат оценки – это кадровое решение. Насколько верно, что мы оцениваем профессионала по его поведению в кругу друзей и знакомых?

5. В настоящее время развитием представленной технологии практически никто не занимается. Известен разве что Кембриджский центр психометрики, но, и он пока не работает в HR. Hogan в партнерстве с Receptiviti и Know Your Crew также разрабатывает инструмент оценки цифрового следа, но о нём пока ничего практически не известно.

В ближайшие годы стоит ожидать попыток разрешить данные проблемы. В первую очередь нужны исследования, связывающие эффективность автоматизированной оценки с бизнес-показателями. Во вторую – способы разрешить этические вопросы. Если эти проблемы будут решены, то действительно будет ощутимо заметен стремительный рост этих технологий и их попытка вытеснения тестов и опросников.

Технологии виртуальной реальности достаточно давно применяются в обучении техническим навыкам – от ведения боевых действий до проведения хирургических операций. Российские компании используют тренажёры виртуальной реальности: РЖД, РУСАЛ, Россети, Энергетическая компания и др. В технических навыках оценка приближена к обучению. Алгоритмы оценки очень просты – верна ли

последовательность действий, все ли действия были совершены (надеты перчатки, выключено питание), как быстро сотрудник прошёл упражнение. Для производственных и добывающих компаний виртуальная реальность ценна за счёт возможности смоделировать ситуацию, редкую для реальной жизни – поломку, аварию. А далее оценить и скорректировать действия сотрудников.

Последние несколько лет наблюдается бум геймифицированных технологий отбора персонала. Это могут быть как простые игры на внимание и память: дружелюбные тесты способностей и квесты–бродилки–бегалки–стрелялки. «Игры» могут измерять:

- интеллектуальные способности – в первую очередь, внимание и скорость реакции;
- простые личностные качества – настойчивость, уровень притязаний, склонность к риску;
- установки на взаимодействие – коллаборативность, доброжелательность.

Интерес к этому произошёл во многом потому, что эти инструменты совершенствуют текущие процессы, а не требуют их перестройки. Их основная сфера применения – наём выпускников. «Игры» сокращают время оценки и за счёт дружелюбного содержания формируют позитивный бренд работодателя. В этом смысле они понятны и приближены к задачам сегодняшнего дня. Плюс они соответствуют текущему уровню развития технологий – практически все стартапы на поле геймифицированного рекрутмента – это разработчики игр или IT-решений, привлекающие HR-консультантов. Исключение – Rymetrics, созданная выпускниками Гарварда. В 2016 году она привлекла 6,1 млн. дол. инвестиций и сейчас активно используется финансовыми компаниями.

В России геймифицированные решения в рекрутменте отсутствуют. Причины следующие:

1. Большая часть российской экономики – производственные и добывающие компании. Массовый наём выпускников не стоит в приоритете этих отраслей, да и Интернет в отдалённых «добывающих» частях России не всегда развит достаточно хорошо.

2. В России сравнительно низкий уровень развития игровой индустрии, что снижает вероятность появления соответствующих разработок.

Однако в ближайшие годы стоит ожидать появления геймифицированных решений в отборе персонала. Разработка может прийти как из-за рубежа, так и от российских IT-гигантов, интересующихся HR (например, Mail.ru).

Объединив дизайн-мышление и мобильные технологии, компании должны разрабатывать собственные приложения, которые сделают работу более легкой, эффективной, быстрой, отвечающей современным реалиям. Однако пока, по данным

Всемирного банка, большая часть российских компаний (около 65%) не используют преимущества цифровизации.

#### *Список литературы*

1. Резникова О.С. Применение «облачных» технологий в управлении персоналом организации // Символ науки. 2015. № 8. С. 123.
2. Цифровой HR. Глава из отчета Deloitte-Talent Management. <https://www.talent-management.com.ua/1332-tsifrovoj-hr/>

---

*Maslova V. M.*

### **THE USE OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN THE HUMAN RESOURCES MANAGEMENT SYSTEM OF THE ORGANIZATION**

*Abstract.* The article deals with digital HR, which combines social networks, mobile applications, Analytics and cloud technologies, which is a new platform for improving the work of employees and their experience. Digital transformation primarily begins with a change of mindset within the organization's personnel management, prioritization, real-time operations, platforms, automation and mobility.

**Key words:** human resources, digitalization, design thinking, cloud technologies, customization.

---

УДК: 338.46

## ПРАКТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В УПРАВЛЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

*Левченко К. В.*

*старший преподаватель департамента менеджмента,  
Финансовый университет при Правительстве РФ*

**Аннотация.** В статье раскрывается роль цифровых технологий в управлении конкурентоспособностью гостиничных предприятий. С помощью маркетинговых исследований конкурентной среды и исследований потребительского поведения гостиничные компании получают возможность влиять на повторное посещение клиентом гостиницы, возможность персонального подхода к каждому клиенту и осуществлять мониторинг и контроль финансовой устойчивости в онлайн режиме.

**Ключевые слова:** индустрия гостеприимства, сервис, гостиничная услуга, потребительское поведение, клиентская лояльность, цифровые технологии.

Цифровые технологии все более актуальны в контексте современного состояния российской экономики и индустрии гостеприимства. Как сохранить клиента, как провести новые маркетинговые кампании, какие продукты и услуги нужны рынку, как и когда выйти на рынок с новым продуктом или новой услугой, как построить систему лояльности клиентуры предприятия, как оценить, спрогнозировать и получить наибольший экономический эффект?

Вместе с цифровыми технологиями гостиничные компании получают универсальный способ понимания процесса принятия решений потребителями, сохранения «своего» клиента, увеличения его лояльности по отношению к продукту и предприятию, повышения уровня качества гостиничных услуг, настойки гостиничного продукта под индивидуальные запросы клиентов (гостей). В условиях падения покупательского спроса и возрастания конкурентной борьбы учет клиентского опыта в значительной степени влияет на любой бизнес. Специфика гостиничного бизнеса определяет новые подходы к маркетингу гостиничных услуг – расширение гостиничного продукта для превышения ожиданий гостей, индивидуальный подход и предоставление индивидуальных баллов и скидок в системах лояльности, использование программ управленческого учета для экономического обоснования лимита скидок и роста выручки. Таким образом выстраивается определенный алгоритм применения цифровых технологий – от индивидуального подхода к максимизации выручки и прибыли. Но, к сожалению, слишком много компаний растрачивают «сокровище», которое является обратной связью с клиентами.

Проблема настоящего этапа развития гостиничного бизнеса заключается в том, как в условиях низкого спроса на гостиничный продукт и ценового демпинга не

снизить качество услуг, расширить диапазон прочих услуг и, не потеряв своего клиента (гостя), обеспечить максимальное количество его посещений данного отеля?

Наш российский турист за последние годы стал достаточно искушенным и требовательным туристом. Граждане России много и с удовольствием ездили за рубеж, причем в большинстве случаев предпочитая дорогие услуги и прекрасные отели. Имея такой опыт, российский турист и внутри страны давно уже предъявляет высочайшие требования к интерьеру отеля, набору услуг и качеству обслуживания. Индустрия туризма в нашей стране в настоящий момент становится очень востребованной сферой предпринимательства. Растет число гостиниц. Ввиду беспокойной ситуации на курортах Турции и Египта, наш российский турист планирует свои путешествия по России – как с познавательными целями, так и для отдыха. Чтобы привлечь российских туристов на внутренний рынок и определиться, как наиболее сильно гостиничный рынок в целом и каждое конкретное гостиничное предприятие может оказывать влияние на восприятие клиента (гостя), необходимо провести анализ сравнения продуктов, услуг или процессов одной организации с продуктами, услугами или процессами другой организации. Цель этого процесса заключается в поиске улучшений тех аспектов, по которым проводится сравнение. Этот анализ называется бенчмаркинг. Этот анализ необходим, чтобы проанализировать слабые и сильные стороны деятельности организации, предлагаемого продукта и направить усилия менеджмента для устранения «слабых» моментов в контакте с клиентом. Проведя бенчмаркинг, гостиничные предприятия могут приступить к следующему этапу завоевания и удержания клиента – построению системы лояльности клиентов.

Ответы на эти вопросы поможет дать технология «Большие данные», которая обрабатывает любые виды запросов, у нее практически нет ограничений по объему, она в состоянии сделать любые измерения и анализ полученной информации. Как же организовать работу по оценке предпочтений клиентов? Для этого есть такой важный инструмент, как современная технология «Big Data» («Большие Данные»). Попробуем разобраться, как можно использовать большие массивы информации в конкурентной борьбе. Термин Big Data появился в 2008 году. Впервые его употребил редактор журнала Nature – К. Линч. Он рассказал о взрывном росте объемов мировой информации и отметил, что освоить их помогут новые инструменты и более развитые технологии. Большие данные (Big Data) – общее название для структурированных и неструктурированных данных огромных объемов, которые эффективно обрабатываются с помощью масштабируемых программных инструментов. Такие инструменты появились в конце 2000 годов и стали альтернативой традиционным базам данных и решениям Business Intelligence (компьютерных методов и инструментов для организаций, обеспечивающих перевод транзакционной деловой информации в «человекочитаемую» форму, пригодную для бизнес-анализа, а также



средства для массовой работы с такой обработанной информацией). Сейчас эту функцию вполне успешно выполняет технология Big Data. Анализ больших данных проводят для того, чтобы получить новую, ранее неизвестную информацию. Подобные открытия называют «инсайтом», что означает озарение, догадку, внезапное понимание. Технология Big Data помогает вам принимать правильные решения, показывая, что действительно происходит на рынке. Эти технологии в маркетинге используются в основном в двух функциональных направлениях – в бенчмаркинг-анализе и в организации системы лояльности. Рассмотрим оба этих направления.

Как организовать новую маркетинговую кампанию? Каким образом она может оказать положительное влияние на продажи? Как хорошо чувствовать себя на рынке с уже существующим продуктом? Какие дополнительные клиентские функции продукта необходимо усилить? Какие новые продукты выводить на рынок? Когда? На какую целевую аудиторию или, говоря маркетинговым языком, на какой сегмент рынка надо воздействовать? Можно представить, какой штат маркетологов необходимо иметь, чтобы отвечать на все эти вопросы. В настоящее время на помощь приходят цифровые технологии, искусственный интеллект, компьютерные программы, которые с помощью интеллектуальных систем в состоянии выполнять творческие функции, которые традиционно считаются или считались прерогативой человека. Как использовать технологию в анализе конкурентных преимуществ компании и продукта.

Необходимо найти первопричину. Технология Big Data измеряет и оценивает такие факторы, как продажи, цены, производительность каналов продаж, погода в регионе, трафик в часы пик и в остальную часть дня, действия конкурентов, их предложения продуктов, непредвиденные сбои деятельности и поведение сотрудников, данные с видеокamer. Таким образом, она дает вам или вашей организации как общую картину маркетингового положения, так и любую мелочь, которая, по вашему мнению, влияет на ваши продажи, конкурентное положение или формирование прибыли. Она постоянно выполняет анализ атрибуции внутренних и внешних факторов, влияющих на ваши продажи. Получите уверенность в своей стратегии быстрее, чем ваши конкуренты. Это девиз технологии Big Data. Работает это таким образом – вы создаете серию запросов, которые структурированы и работают как «теги» в Интернете – служат идентификаторами для категоризации, описания, поиска данных. Затем Вы запускаете программу поиска – и система сама проверяет огромный, по человеческим меркам непредставимый массив информации – сайты, информацию в различных системах, отчеты, данные с камер видеонаблюдения. И в итоге – вы получаете всю необходимую информацию для бенчмаркинг-анализа в виде необходимых вам или вашей организации аналитических сводок, таблиц, графиков и отчетов. Это частный аналитик вашего бизнеса, система мониторинга и анализа новых тенденций, эмоций потребителей, их действий и оценок объектов [5]. Единая и простая в применении платформа технологии Big Data, которая постоянно

отслеживает, расшифровывает и анализирует весь спектр предпочтений клиентов относительно цен продуктов, сервиса, переменных окружающей среды – в СМИ, социальных сетях и электронных коммуникациях в реальном времени и в доли секунды. Это агрегирование и перевод неструктурированных онлайн мнений и обсуждений в математически чистые индикаторы потребительских предпочтений и чистая возможность для бизнеса сформировать конкурентную стратегию, оптимальную цену своих продуктов и услуг, адекватную рынку и спросу, оценить качество продукта. Это возможность быстро и объективно оценить доходность вашего предприятия и продукта.

Во-вторых, эта система может быть использована (после анализа всех сторон деятельности организации с точки зрения конкурентоспособности, конкурентных преимуществ продукта, внутреннего маркетинга, квалификации персонала для повышения качества продукта и т.д.) для оценки возможности и эффективного способа формирования клиентоцентричного роста компании. Для этого необходимо организовать контроль за эволюцией интересов и предпочтений потребителей – Ваших настоящих и потенциальных клиентов! Сделать это можно с помощью программ лояльности. По оценкам компании McKinsey «... только 6% опрошенных компаний очень хорошо понимают потребности клиентов, а 45% компаний признают, что они не понимают, как их клиенты взаимодействуют с ними в цифровом виде» [6]. Почему вопросы поведения потребителей так важны сегодня? Необходимые рынку товары и услуги будут продаваться и в кризисные времена, если они являются конкурентоспособными и способными превосходить и ожидания клиентов и предвосхищать их желания (лояльность позволяет удерживать клиента даже в случае ухудшения рыночной конъюнктуры и конкурентных условий, что и происходит сейчас в России). При определении предпочтений клиентов и разработке программ лояльности менеджмент ориентируется на стойкий экономический эффект в долгосрочной перспективе. Поэтому в основе программы лояльности потребителей должны лежать принципы долгосрочных отношений, основанные на индивидуализации продажи продуктов или обслуживания. Лояльные клиенты в кризисных условиях представляют для компаний наибольшую ценность, так как завоевание лояльности уже существующих гораздо дешевле привлечения новых клиентов. Увеличение численности этих клиентов в сложившихся в России условиях серьезно влияет на повышение прибыли организации. Для внедрения уникальной системы лояльности в организации необходимо объединить в одной системе или программе такие понятия как «решения по оцифровке и запуску информации о вашем бизнесе и ваших клиентах», «инструменты по стимулированию повторных покупок и увеличению среднего чека», «инструменты по коммуникации с клиентами и сбору информации об обратной связи с клиентами», «контроль качества работы сотрудников и их взаимодействий с клиентами» и другие. Как объединить такие понятия как

«отслеживание клиентских предпочтений» и «индивидуализация клиентского подхода», если у компании тысячи или десятки тысяч клиентов по всему миру? Применить все эти решения и инструменты можно с помощью искусственного интеллекта, с помощью технологии Big Data.

В настоящее время переход к цифровым технологиям означает переход от устаревших материальных атрибутов к виртуальной реальности. Например, это означает отказ от затрат на производство пластиковых скидочных карт и перевод всех видов информации (баллы, новости и предложения) по программе лояльности на экран смартфона клиента. С помощью технологии Big Data предприниматель, собственник бизнеса или высший менеджмент компании получает полную информацию о клиентской базе: оплатах; количестве накопленных баллов; лучших клиентах; клиентах, которые чаще других рекомендуют бизнес; клиентах, которые чаще других совершают покупки. Эта информация служит им для принятия управленческих и маркетинговых решений – установлению большего размера скидки или cashback (возврата наличных), бесплатных посещений и т.д. Инструменты детальной статистики и аналитики о предпочтениях клиентов помогут легко разобраться в эффективности деятельности компании и ее положению по отношению к конкурентам.

В этой же программе можно управлять отзывами, т.е. оперативной обратной связью с клиентами. Так происходит объединение технологии Big Data с цифровыми технологиями искусственного разума (интеллекта), когда программы в состоянии не только «переработать» огромный массив данных, но и дать оценку психологическим установкам клиентов и рекомендации владельцам бизнеса, как поступить в той или иной ситуации. Преимущества этих технологий в том, что предприниматели сами могут менять стратегию работы системы лояльности в реальном времени. Настройки маркетинга, если их совместить на базе единой платформы с настройками бюджетирования, учета и контроля, могут в реальном времени корректировать задания и установки предприятия по эффективности ведения бизнеса и его прибыльности [1–2].

Необходимо сказать, что технологии Big Data и технологии искусственного интеллекта могут успешно использоваться для анализа всех сторон деятельности предприятий, их маркетинговой стратегии и оценки конкуренции, рекламных кампаний и индивидуального участия сотрудников в повышении эффективности бизнеса. Они могут дать компаниям определенную и объективную картину настоящих и потенциальных состояний. Кроме создания экономической картины, эти технологии успешно применяются для замены человеческого разума в оценке клиентских ожиданий, предпочтений и обратной связи с ними. По исследованиям Института Гэллапа (<https://www.gallup.com/Customer Engagement>) – американского института по изучению общественного мнения – «клиенты, которые полностью задействованы для

бизнеса, представляют 23-процентную премию в отношении доли доходности над средним клиентом».

Несмотря на трудности, из года в год растет число предприятий индустрии гостеприимства. Это предполагает и рост конкуренции, которая является основным стимулирующим механизмом для совершенствования рынка гостиничных услуг, их приближения к международным требованиям современных туризма и гостеприимства, и способствует совершенствованию предложения гостиничного продукта и расширению спектра услуг. При определении предпочтений клиентов и разработке программ лояльности гостей менеджмент ориентируется на стойкий экономический эффект в долгосрочной перспективе.

Как добиться того, чтобы экономический эффект деятельности гостиничного предприятия продолжался в достаточно долгосрочной перспективе? Для этого необходимо «подключить» еще одну систему цифровых технологий – онлайн систему управленческого учета, когда собственник гостиничного бизнеса сможет получать на своем «гаджете» информацию о выручке и рентабельности своего бизнеса в реальном времени.

Специфика гостиничного бизнеса заключается в том, что успешная реализация продукта зависит не столько от усилий конкретного менеджера, а в большей степени от координации работы всех служб отеля. Каждый менеджер гостиницы, независимо от своих функциональных интересов, должен быть знаком с механикой и смыслом выполнения и контроля финансовых планов и бюджетов настолько, насколько это касается его деятельности. На практике, каждый менеджер гостиницы вовлечен в разработку, составление, и тем более в исполнение и контроль годового бюджета операционной деятельности гостиницы.

Для выполнения запланированного уровня доходности или экономии средств и ресурсов, тем более в кризисной ситуации, в которой работают сейчас отели в России, необходимо участие каждого сотрудника и каждого менеджера.

Гостиница относится к сфере услуг – реализация гостиничного продукта и поступление средств в данной сфере осуществляется в ежедневном формате. Поэтому очень важно, чтобы анализ и оценка любых предложений, прогнозирование возможных последствий принятия предложений и их альтернатив, выбор наилучших вариантов, предоставление рекомендаций делались в форме, понятной и не финансистам. Кроме того, необходима реакция каждого менеджера на снижение или рост бюджетных показателей в реальном времени, когда в пределах недели и месяца можно было бы оценивать перспективы выполнения месячных заданий выручки и прибыли.

Обычно информация по всем параметрам бюджета и о ходе его выполнении организована в виде управленческого учета. Для целей упрощения восприятия управленческой информации в гостиницах проводятся еженедельные совещания, на

которых процесс выполнения финансовых планов гостиничного предприятия представлен в виде сравнительных таблиц и графиков. Это помогает менеджменту гостиницы в целом и каждому отдельному менеджеру при принятии необходимых управленческих и экономических решений. В итоге подчеркнем, что участие менеджеров всех звеньев гостиничного предприятия в оценке степени выполнения операционных планов и принятии необходимых управленческих решений важно перевести в плоскость реального времени – обслужить гостя здесь и сейчас, обслужить всем коллективом на самом высоком уровне качества, обслужить таким образом, чтобы он с радостью расстался со своими деньгами. Если этого не происходит, то всем коллективом проанализировать, почему гость платит меньше ожидаемого, сделать вывод сегодня, и завтра вновь выйти на запланированный в бюджете уровень дохода.

Именно для этого и необходимы такие современные инструменты в управлении гостиничными организациями как цифровые технологии, позволяющие в реальном времени отслеживать взаимосвязь гостиничного продукта, гостиничного обслуживания и степени воплощения ожиданий потребителя или, как говорят в гостиничном бизнесе, – гостя. Степень взаимосвязи ожиданий клиента и качества гостиничных услуги и обслуживания выражается в том, сколько гость готов платить за данный продукт, а также готов ли он возвращаться к этому продукту снова и снова. Таким образом, выстроив цепочку онлайн технологий в оценке востребованности гостиничной услуги, в повторном привлечении клиентов и реальной оценке экономического эффекта в работе с каждым клиентом в виде денежных показателей, гостиничные инвесторы и управленцы могут быть уверены в завтрашнем дне и в своих конкурентных преимуществах в долгосрочной перспективе. И, в конечном счете, в выживаемости бизнеса.

### *Список литературы*

1. ГОСТ Р ИСО 9000-2001 Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь. М.: Стандартиформ, 2008.
2. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.92 №2300-1 (в ред. Федерального Закона от 09.01. 1996 г. №2-ФЗ).
3. Richard B. Chase, Sriram Dasu. Want to Perfect Your Company's Service? Use Behavioral Science // Harvard business review. 2001. №2.
4. Дусенко С.В. Качество услуг в сфере гостеприимства // Сервис в России и за рубежом. 2011. № 4.
5. Миллз Р.Т., Кранц Д.С. Информация, Выбор и Реакция на стресс: Область эксперимента в Банках крови с Аналоговой лабораторией // Персональная и социальной психология. 1979.
6. Арбузова Н.Ю. Технология и организация гостиничных услуг. М.: Академия, 2012.
7. Кобяк М.В. Управление качеством в гостинице / М.В. Кобяк, С.С. Скобкин. М.: Магистр, 2011.

8. Радыгина Е. Г. Повышение лояльности потребителей гостиничных услуг // Концепт. 2016. № 3 (март). С. 51–55.
9. Ковалева Е., Никольская Е.Ю. Управление потребительским поведением клиентов гостиницы // Инновационная наука. 2016. №3–1 (15). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-potrebitelskim-povedeniem-klientov-gostinitsy>.
10. Практика туристского бизнеса. СПб.: Герда, 2009. С. 201.
11. Гурвиц Д., Ньюджент А. и др. Просто о больших данных. М.: Эксмо, 2015. 400 с.
12. Майер-Шенбергер В., Кукьер К. Большие данные. Революция, которая изменит то, как мы живем, работаем и мыслим. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. 240 с.
13. Евневич М.А. Клиентоориентированность в цифровой экономике // Современная конкуренция. 2017. Т. 11. № 5 (65).
14. Victoria van Lenner, The funnel is dead. Long live the consumer decision journey // The Economist. Global. February 14. 2014
15. Are you really listening to what your customers are saying?, Harald Fanderl, Kevin Neher, and Alfonso Pulido, Article March 2016, <https://www.mckinsey.com/business-functions/operations/our-insights/are-you-really-listening-to-what-your-customers-are-saying>.
16. Добровольский Е., Карабанов Б. Бюджетирование шаг за шагом. СПб.: Питер, 2011. 480 с.
17. Финансовый маркетинг: теория и практика / под ред. С.В. Карповой. М.: Юрайт, 2013. С. 424

---

*Levchenko K.V.*

### **PRACTICAL BASES OF USE DIGITAL TECHNOLOGIES IN THE MANAGEMENT OF THE COMPETITIVENESS OF HOTEL ENTERPRISES**

***Abstract.** The article reveals the role of digital technologies in managing the competitiveness of hotel enterprises. With the help of marketing research of the competitive environment and consumer behavior research, hotel companies have the opportunity to influence the client's repeated visit to the hotel, the possibility of a personal approach to each client and monitor and control financial sustainability online.*

***Key words:** hospitality industry, service, hotel service, consumer behavior, client loyalty, digital technologies.*

---

УДК: 339.13

**ПРОБЛЕМЫ НЕЙРОМАРКЕТИНГА В УСЛОВИЯХ  
4-Й ПРОМЫШЛЕННОЙ РЕВОЛЮЦИИ***Груздева И. Г.**кандидат экономических наук, преподаватель кафедры менеджмента  
и маркетинга, Всероссийская академия внешней торговли МЭРТ РФ*

***Аннотация.** В статье рассматривается альтернатива традиционных маркетинговых исследований – проведение исследований с использованием новых продвинутых техник из области нейронаук с целью лучшего понимания и прогнозирования поведения потребителя в ответ на маркетинговые воздействия. В ходе нейромаркетинговых исследований были получены данные о потребительских реакциях и продемонстрирована их потенциальная ценность для практического маркетинга. В статье обобщена информация о текущих и возможных проблемах нейромаркетинговых исследований с точки зрения различных аспектов бизнес-этики.*

***Ключевые слова:** нейронауки, нейромаркетинг, реакция потребителя, данные о поведенческих характеристиках потребителя, прогнозирование.*

В современном мире, где потребителей ежедневно атакует реклама с ТВ, радио, социальных сетей, через почтовые рассылки и билборды, возрастает актуальность повышения ее эффективности, обеспечение целевого характера. В противном случае, будут продолжаться нерационально расходоваться тонны бумаги на рассылки, которые, с одной стороны не вызывают должного отклика у целевой аудитории, а с другой стороны, как накладные расходы, включаются в стоимость рекламируемого товара, что ведет к его удорожанию для потребителей. В условиях 4-й промышленной революции, когда возрастает требование эффективного использования важнейших ресурсов – времени и денег – маркетологи видят в нейромаркетинге определенный потенциал для решения вопросов, связанных с пониманием мотивации, предпочтений, механизма принятия решений потребителями, для увеличения продаж, повышения лояльности потребителей к брендам, формированием эффективных внутренних и внешних коммуникаций.

Традиционно в маркетинге используются методы исследования качественных показателей для анализа потребительского поведения – это анкетирование, опросы, интервью, использование фокус групп. Привычные методы маркетинговых исследований дополняются новыми проективных методами, методами визуализации, методами оценки бренда и повышения его узнаваемости и т.д. Однако многие маркетологи справедливо замечают, что модель поведения потребителя очень часто отличается от тех ответов, которые он дает на вопросы, поставленные в ходе маркетингового анкетирования: то что люди говорят, как они поступают и то, что они говорят о своих поступках – абсолютно разные вещи. Следовательно, слова потребителей не соответствуют их реальному поведению, а маркетологи делают

неверные выводы на основе анализа полученных результатов исследований, неадекватно описывающих существующую реальность.

Поэтому, в качестве дополнения к традиционным маркетинговым исследованиям человеческого поведения, с начала двухтысячных годов стали активно развиваться методы исследований, заимствованные из нейробиологии, неврологии, нейрофизиологии и других смежных наук, связанных с изучением нервной системы человека. Данные исследования проводятся с использованием чувствительных и точных технологических приборов, позволяющих измерять химические и физические процессы, протекающие в человеческом организме. Например, электроэнцефалографическое исследование (ЭЭГ), магнитно-резонансная томография МРТ, кожные сенсорные датчики, тахистоскопы для исследования зрительного восприятия, другие биометрические приборы, которые используются в электрофизиологии (таблица 1).

Таблица 1

**Обзор нейромаркетинговых техник**

	фМРТ	ЭЭГ	Отслеживание движений глаз: направление взгляда	Отслеживание движений глаз: измерение величины зрачка	Биометрия	Кодирование лицевых движений
Определяет	Потоки крови в мозге в зависимости от активности	Электронные сигналы с нейронов мозга	Где фиксируется взгляд	Изменение зрачка	Состояние кожи, сердечный ритм, дыхание	Выражение лица
Это позволяет узнать о потребителе	Эмоциональную реакцию, уровень взаимодействия					
Помогает	Улучшить рекламу, брендинг		Улучшить веб-дизайн, рекламу, упаковку		Улучшить рекламный контент	
За и против	Наиболее дорогостоящий и инвазивный метод, менее детализированный чем ЭЭГ, но это золотой стандарт для определения отдельных эмоций	Более дорогой инвазивный способ чем другие методы, не такой точный как МРТ, но может измерять изменения через меньшие интервалы времени	Относительно недорогой и простой в администрировании		Наиболее легко используется в соединении с другими методами, такими как отслеживание движения глаз	Относительно недорогой



В качестве наиболее известных примеров использования методик нейромаркетинга, можно привести следующие исследования. Когда корпорация Campbell Soup, крупнейший в мире производитель консервированных супов, проводила изменения упаковки, то прежде всего заказала исследование реакции потребителей на логотип, рекламу и на сам продукт, в котором были учтены изменений их нейробиологических показателях, таких как сердечный ритм и влажность кожи. В 2015 году Почтовое ведомство США заказало исследование, в котором были использованы биометрические техники исследования и МРТ для того, чтобы установить разницу между реакцией потребителей на печатную рекламу и на цифровую.

Казалось бы чем данные, полученные при исследовании, например, вентрального стриатума головного мозга с помощью метода функциональной магнитно-резонансной томографии, помогут при выработке успешной маркетинговой стратегии коммерческой компании? На первый взгляд, прямой связи не существует, но экспериментальное изучение вентрального стриатума показало, что он отвечает за «центр наслаждений», задействован в обработке стимулов мотивации и награды. Поэтому, когда он активен, то человек склонен совершать импульсивные действия и принимать импульсивные решения. Исследование, таким образом, помогает понять механизм принятия решения, выработать рекомендации и подходы для конкретного человека для корректировки его поведения.

Однако здесь сразу же возникает ряд проблем, связанных с этичностью использования подобных методик. Нейромаркетинг может быть мощным средством для понимания и влияние на поведение потребителя, но у потребителей, в свою очередь, возникает много вопросов и негативных ответных реакций.

Прежде всего, потребителя не устраивает, что с помощью таких исследований нарушается его частная жизнь, его право на privacy. Когда он заходит в магазин, то соглашается с тем, что его покупка становится актом публичной жизни, но все, что он при этом думает, его мысли, а также внутренние чувства должны быть только его личным делом. В противном случае, компания вторгается в его частную жизнь. Нейромаркетологи считают, что человек может очень просто защититься от этого – просто не соглашаться на сканирование мозга или не сдавать свои гормоны на анализ, так как результаты исследований, которые проводились на небольшой группе человек, не всегда можно корректно экстраполировать на широкую аудиторию.

Следующая проблема использования методов нейромаркетинга связана именно с вопросом сохранности и использования накапливаемых персональных данных. Люди, которые участвуют в подобных испытаниях, должны быть хорошо информированы о том, как эти данные могут быть использованы в дальнейшем и какие потенциальные риски существуют при этом.

Вместе с тем надо отметить, что сами компании, по заказу которых проводят

подобные исследования, должны быть также информированы, что нельзя проводить сбор и хранение информации о потребителях без их согласия, в противном случае они несут юридическую ответственность.

Если в этих вопросах нарушать базовые этические нормы, то открывается широкое поле для манипуляций, злоупотреблений и непрофессиональных действий. Например, в 2012 году американская компания-дискаунтер Target, управляющая сетью магазинов розничной торговли, попала под судебное расследование за то, что стала посылать специальную рекламу для беременных и товаров для новорожденных женщине, которая тщательно скрывала свое положение от окружающих.

Таким образом, можно сделать вывод, что у потребителя нельзя отбирать его право самому решать, какой информацией о своих покупательских предпочтениях он готов поделиться с внешним миром. В таком случае потребитель сам выигрывает от того, что избегает ненужной ему рекламы в пользу таргетированной, необходимой ему в конкретных жизненных условиях.

Возникает еще одна проблема, связанная с качеством рекламы, сделанной на основе данных нейрофизиологических исследований. На сколько она повлияет на нашу свободу выбора? Сможет ли человек контролировать себя или подсознание помешает ему мыслить рационально и в мозге будет лишь включаться кнопка «покупай!». На этот вопрос защитники нейромаркетинга отвечают, что исследование кровотока в человеческом мозге с помощью МРТ ни в коем случае не приведет обследуемого потребителя к спонтанным покупкам. Но чтобы ни говорили маркетологи, совершенно ясно, что в любом случае общество должно быть очень внимательным к вопросам открытости нейромаркетинговых исследований и новейших техник, которые используются при этом. Все маркетинговые исследования в своей основе нацелены на изучение и влияние на поведенческие реакции людей в плане выбора нужного товара, но в случае с нейромаркетингом вызывает беспокойство тот факт, что людей с помощью сложных техник могут заставить совершать определенные поступки, противоречащие их интересам.

Необходимо отметить, что проблемы нейромаркетинга должны рассматриваться в двух аспектах: первый аспект – это упомянутые выше проблемы потребителей, второй аспект – это проблемы коммерческих компаний, заказывающие эти исследования. Для них остаются актуальными вопросы: насколько это необходимо? Это стоит затраченных денег? Насколько оправданы инвестиции в данные исследования? Какова будет ценность полученных результатов с точки зрения их использования в бизнес-практике?

Дело в том, что при определении необходимости проведения данных исследований требуется определенная подготовка для понимания применяемых техник и используемых терминов, таких как, например: стволовые акустические вызванные потенциалы (САВП), событийно обусловленный потенциал,

межсубъектная корреляция, межполушарная асимметрия, спектральный диапазон и т.д. Нейромаркетинговые компании, которые рекламируют и продвигают на рынке свои услуги и исследования, зачастую подвергают своих клиентов следующему риску: навязывание дорогостоящих услуг, в данном случае исследований, результаты которых им совершенно не помогут в дальнейшей бизнес деятельности.

Здесь надо указать, что проведение нейромаркетинговых исследований действительно требует серьезных финансовых вложений: средний нейромаркетинговый проект обходится заказчику в семьдесят тысяч евро, цена оборудования необходимого для подобных исследований начинается от двадцати тысяч. При этом, нейромаркетинговые исследования не панацея от всех бед, зачастую их надо увязывать с уже существующими традиционными маркетинговыми исследованиями и находить необходимый баланс, который поможет достичь реальных целей исследования. Данную проблему коммерческие структуры обычно решают путем найма ученого-нейрофизиолога, который проводит необходимые собеседования с нейромаркетинговой компанией, предлагающей такого рода услуги. Если бюджет позволяет, то может быть приглашена группа ученых, имеющих опыт в подобных исследованиях. В таких гигантах как Microsoft, Google, Facebook существуют собственные специальные подразделения, которые занимаются нейромаркетинговыми исследованиями.

В настоящее время ведутся дискуссии о необходимости сертификации нейромаркетинговой деятельности и Фонд рекламных исследований США уже предложил нейромаркетинговые стандарты NeuroStandard 1.0 и 2.0. В данных стандартах предлагались методы оценки деятельности нейромаркетинговых компаний с точки зрения параметров и эффективности проводимых ими исследований.

В какой же области в настоящее время ведутся наиболее активные нейромаркетинговые исследования? Практика показывает, что прежде всего маркетологов интересует, как потребитель реагирует на рекламу и степень ее эффективности. Например, созданная двумя учеными в Оксфорде в 1999 году компания Neurosense, использует функциональную магнитно-резонансную томографию для изучения реакции потребителей на ТВ программы и рекламу. Их исследования показывают, что при этом оказываются задействованы восемь из девяти участков мозга и потребитель действительно запоминает коммерческий контент. Но тем не менее, наш мозг гораздо умнее составителей рекламы, так как сильнее всего оказывается задействованным участок мозга, контролирующей абсорбцию, и сохраняющий концентрацию большей части внимания человека на действительно важных для него вещах. Их исследования также показывают, что реклама лучше всего работает, когда она конгруэнтна с программами, в которые включена. Например, многие зрители с большим интересом наблюдали рекламу слабоалкогольных напитков, чем рекламу Красного Креста, когда реклама этих напитков появлялась во

время просмотра комедии, известной своим скандальным сюжетом.

Когда ставилась задача выяснить степень эмоциональной реакции, которую потребители демонстрируют во время просмотра рекламы, то исследования с помощью электроэнцефалографа, показали, что участки мозга по-разному на неё реагируют. Например, левая префронтальная кора показывает активное реагирование на рекламу, в то время как всплеск активности в правой части префронтальной коры указывает на сильное отвлечение от нее. Другие исследования показывают, что в зависимости от личного отношения конкретного человека к конкретному бренду, в его мозгу активизируются разные центры.

В качестве иллюстрации можно привести пример исследования в европейской бизнес школе INSEAD, когда проводилось сканирование головного мозга у потребителей, которым было предложено продегустировать три вида вина с разными ценами. Нейронные показатели указывали на то, что мозг по-разному реагирует на эти вина, более активная реакция наблюдалась на вино с наивысшей ценой, но в действительности все три вида вина были взяты из одной бочки. Полученные данные различались в зависимости от того, когда испытуемым показывали цены на предложенные вина. Если вначале цены не показывались, то потребители больше задавались вопросом: нравится ли мне этот продукт? Когда цена становилась известна до начала исследования, то вопрос менялся: стоит ли продукт своих денег?

Интересны результаты нейромаркетинговых исследований поведения людей, совершающих покупки. Оказалось, что во время таких рутинных операций, как, например, покупка бензина, базовые решения принимаются потребителем на подсознательном уровне. Кроме того, человек начинает принимать решения спонтанно, если совершает много покупок одновременно, как бы теряя свою рациональность, алгоритм принятия решений меняется и человек полагается на неосознанно-привычную модель поведения.

Таким образом, можно сделать вывод, что с помощью продвинутых техник изучения реакций человеческого мозга, нейромаркетологи пытаются двигаться в направлении максимально более полного изучения активности потребителя, стараясь понять, что у него в голове. Но человеческий мозг настолько сложен для изучения, что одних только этих методик для его исследования, конечно же, недостаточно, поэтому можно сказать, что эти техники не универсальны, хотя они позволяют глубже понять, что же с нами происходит, когда мы принимаем то или иное решение. Нобелевский лауреат по экономике за 2002 год, Даниэль Канеман считает, что уже накопленные результаты показывают каким сильным потенциалом обладает новая дисциплина «нейроэкономика», связанная как раз с изучением человеческого мозга в момент принятия им решения.

В качестве примера успешного нейромаркетингового бизнес-проекта можно привести американскую рекламную компанию TACODA, которая занималась

изучением реакции активных пользователей интернета на рекламу, измеряя движение их глаз и активность головного мозга. Компания была организована в 2001 году, вела успешную деятельность по монетизации сайтов и в результате была куплена в 2007 году медиа конгломератом AOL за двести семьдесят пять миллионов долларов.

Одним из главных драйверов 4-й промышленной революции, которая проходит на наших глазах, является повышение качества жизни. При этом возникает ряд рисков и вызовов, связанных с глобальной перестройкой системы отношений человека с окружающим миром, преодоление которых зависит в том числе от дальнейшего развития прикладных наук о мозге. Внимание к описанным выше проблемам показывает, что нейромаркетинг переходит в своем развитии из стадии теоретического интереса и ожиданий к более трезвому и взвешенному подходу, способному сыграть свою роль в повышении эффективности рекламы. Современные исследования в области нейромаркетинга направлены на совершенствование технологий, приближение их к реальным потребностям заказчиков.

В этих условиях наиболее актуальной проблемой нейромаркетинга становится выбор критериев, с помощью которых будет оцениваться экономическая эффективность и одновременно этичность проводимых нейромаркетинговых исследований. Решение данной проблемы позволит технологиям нейромаркетинга занять свое место в инструментарии 4-й промышленной революции.

#### *Список литературы*

1. Kotler P., Keller K., Brady M., Goodman M., Hansen T. Marketing Management. London: Pearson Education Limited, 2009.
2. Barrow C. The 30 Day MBA. London: Kogan Page, 2016.
3. Kahneman D. Thinking Fast and Slow. London: Penguin Books, 2011.
4. Hakim A., Levy D. A Gateway to Consumer's Mind: Achievements, Caveats and Prospects Of Electroencephalography-based Prediction In Neuromarketing // WIREs Cognitive Science. 13 May 2018. P. 1–21.
5. Steenburgh T., Ahearne M. How To Sell New Products // Harvard Business Review. November-December 2018. P. 92–101.
6. Weickowski A. When Neuromarketing Crosses The Line. URL: <https://hbr.org/2019/01/when-neuromarketing-crosses-the-line>.
7. Harrell E. Neuromarketing: What You Need To Know. URL: <https://hbr.org/2019/01/neuromarketing-what-you-need-to-know>.

*Grusdeva I.G.*

### **PROBLEMS OF NEUROMARKETING IN CONDITIONS 4th INDUSTRIAL REVOLUTION**

*Abstract.* In nowadays as an alternative to the traditional marketing techniques, the companies have actively begun to order new sophisticated techniques from neuroscience for better understanding and prediction consumer responses to the marketing stimuli. The neuromarketing studies presented the interesting results on consumer reactions and demonstrated the potential value to the practice of

*marketing. This article summarizes information concerning the current and possible future problems of neuromarketing studies in the different aspects of business ethics*

**Key words:** *consumer neuroscience, neuromarketing, consumer reactions, consumer behavioral data, prediction.*

---

УДК 338.48 + 379.85

**ПРОБЛЕМЫ ФИЛОСОФСКОГО ОСМЫСЛЕНИЯ ТУРИЗМА  
КАК РЫНОЧНОГО ФЕНОМЕНА XXI ВЕКА*****Романова Г. М.****доктор экономических наук, профессор, ректор,  
Сочинский государственный университет****Шарафутдинов В. Н.****кандидат экономических наук, ведущий научный сотрудник,  
Сочинский научно-исследовательский центр РАН****Онищенко Е. В.****кандидат экономических наук, старший научный сотрудник,  
Сочинский научно-исследовательский центр РАН*

**Аннотация.** В статье обосновываются ключевые философские проблемы туризма как рыночного феномена XXI века. В определённой степени подтверждается вероятность прогнозов многих мыслителей о возрастающей значимости для развития общества и человека рационального освоения свободного времени и пространства его бытия. При этом настоящий и будущий вектор развития туристского сектора экономики сегодня во многом ещё не особо ясен и нуждается в серьёзных исследованиях.

**Ключевые слова:** туризм, философия туризма, феномен туризма, региональный турпродукт, устойчивое воспроизводство регионального турпродукта, туристский пространственно-временной континуум.

Основная цель статьи – обосновать ключевые философские проблемы туризма как рыночного феномена XXI века, опираясь при этом, прежде всего, на его экономическую основу, за количественными параметрами которой уже явно начинают просматриваться определённые качественные изменения в современном мировом сообществе. Их смысл, на наш взгляд, проявляется в том, что туризм начинает трансформироваться в перспективную систему сохранения и развития человеческого потенциала, в основном экономически и туристски развитых стран. И, что очень важно для настоящего и будущего, – уже в свободных пространственно-временных координатах бытия человека, а не только рабочих пространственно-временных координатах своей жизнедеятельности, как это происходило фактически до настоящего времени. Тем самым, в определённой степени подтверждая вероятность прогнозов многих мыслителей о возрастающей значимости для развития общества и человека рационального освоения свободного времени и пространства его бытия. При этом настоящий и будущий вектор развития туристского сектора экономики сегодня во многом ещё не ясен и нуждается в серьёзных исследованиях, которые только начинают разворачиваться.

Философия туризма как методологическая проблема возникла в связи с необходимостью теоретического осмысления феномена туризма как массового явления в эпоху глобализации. Если отталкиваться от понятия «философия» «как особой формы общественного сознания и познания мира», то туризм в данном случае, наряду с обычной жизнедеятельностью, выступает одним из инструментов познания мира, с помощью которого у путешественника / туриста вырабатывается система знаний «о фундаментальных принципах и основах человеческого бытия», о «характеристиках человеческого отношения к природе, обществу, духовной жизни», включая религию, к самому себе и пр. То есть сведения об естестве, материи, природе, приобретённые туристическим познанием, являются дополнением к сведениям, полученным другими видами познания. К тому же туризм является формой самореализации личности, местом поиска мечты и рая и т.д. С другой стороны, туризм – это деятельность, укоренившаяся в истории, но имеющая множество переменных социально-экономического и геополитического характера, которые постоянно реформируются, что накладывает отпечаток на состояние знания, со временем требующего обобщения и систематизации.

Ряд исследователей считают философию туризма теоретико-методологической основой туризмологии – формирующейся науки о туризме, синтезирующей данные различных научных дисциплин, учитывая междисциплинарный характер феномена туризма. И здесь вполне правомерно утверждение В.И. Вернадского, что «установка научных теорий и научных гипотез находится в теснейшей зависимости от философской мысли, его в значительной мере определяет» [2, с. 113].

Исходя из определения объекта философии как научного знания в виде продукта «за весь известный период времени развития» человеческого общества, и её предмета как специфической отрасли «разумной деятельности по производству и обслуживанию знаний» [20], задачами философии туризма, на наш взгляд, является поиск ответов на следующие вопросы. Во-первых, очерчивание объекта и предмета теории туризма в сфере современного научного знания. Во-вторых, осмысление того, какие качественные перемены в жизни современного общества могут стоять за уже глобальными количественными подвижками в мировой экономике, связанными с туризмом. В-третьих, определение адекватных сложности проблемы методологических подходов к исследованию проблем, генерируемых развитием туризма на современном этапе развития общественного воспроизводства.

В последние десятилетия проблематика философии туризма достаточно подробно начала освещаться в работах отечественных и западных исследователей. Вместе с тем обзор литературы показывает, что среди учёных, проводящих исследования в данной области, возникающие разногласия не только не снижаются, но и усиливаются, что, видимо, свидетельствует об обостряющейся дискуссии по поводу



определения общей теоретической платформы феномена туризма в современном обществе.

Некоторые исследователи характеризуют туризм как недостаточно теоретизированную эклектичную и двусмысленную область познания (Belhassen and Caton, 2009). Отмечая при этом, что очень долгое время производство научных знаний в сфере туризма игнорировалось из-за его деловой направленности (Darbellay and Stock, 2012) и отсутствия академического интереса. В итоге, как они считают, это привело к тому, что туризм не поддерживается обширной теоретической базой. Это привело к отсутствию общей эпистемологии для понимания данного явления [23]. С точки зрения большинства исследователей, эпистемологическое развитие туризма не только может помочь преодолеть эти проблемы, но и создать общий язык и чувство общности.

С другой стороны, учёные отмечают, что концептуализация слова «туризм» представляет собой сложную задачу из-за её многогранного характера. Сформированные подходы к пониманию туризма весьма отличаются, что накладывает отпечаток на структуру объекта философии туризма. Так, согласно A.Santana-Talavera, основные теории туризма могут быть разделены на шесть групп, обозначающих туризм: коммерческое гостеприимство, инструмент демократии, подкультура отдыха, форма культурного выражения, процесс аккультурации, фактор усиления колониальной зависимости между центром и периферией (Santana-Talavera, 1997). F. Darbellay и M. Stock считают, что широкое распространение туризма в обществе требует анализа способов его существования в рамках различных элементов. M.E. Korstanje в ходе своего исследования представляет туризм, как бизнес-индустрию, способ повышения производительности труда, священный тотем для индустриального общества, «потерянный рай», на поиски которого отправляется человек, метафора современного мира, древний социальный институт; подчёркивает значимость антропоцентричной модели развития туризма [18].

Классификация A. Panosso Netto затрагивает авторов, которые пытаются объяснить туризм теоретическим путём, принимая во внимание теорию научных парадигм. Исследователь выделяет три этапа с промежуточными переходными областями: 1) фаза до парадигмы с первыми научными статьями по теории и методам, социологии туризма (H. J. Knebel, bel L. L. Fernández Fuster, W. Hunziker, K. Krapf, A.J. Burkart, S. Medlik и др.); 2) фаза парадигмы системы туризма, в которой авторы использовали теорию общих систем, позволяющую анализировать сложные взаимодействующие элементы в туризме, как совокупность единиц с установленными соответствующими отношениями (N.Leiper, M. C. Beni, A. Sessa, R. Boullón и др.); 3) фаза новых подходов, как этап, предлагающий различный и инновационный анализ туризма (J. Jafari, J. Tribe и др.) [15, 19].

Исследователь М.О. García выделяет теоретические школы в философии туризма, вытекающие, в первую очередь, из материалистического понимания мира (теоретическая философия, подчёркивающая негативные последствия туризма в странах третьего мира, отношения зависимости между метрополией и периферией), а также ментальную форму знаний о туризме, основанную на психологических свойствах [16]. Автор раскрывает сущность постмодернистской проекции в подходах, также применяемой в теории познания туризма, потому что в действительности глобализация заставляет туристов путешествовать больше, чем когда либо, и поэтому туристская индустрия должна удовлетворять более широкий диапазон вкусов и потребностей.

Профессор J. Jafari синтезирует понимание различных групп мыслителей о туризме, выделяя пять различных платформ со своими историческими периодами, которые, начиная с 1950-х гг. прошлого века и до настоящего времени, генерируются друг над другом, не исключая предыдущих. Учёный заявляет, что последняя платформа, основанная на знаниях, является отправной точкой для прогнозирования туризма с современной точки зрения, с более целостным, глобальным, междисциплинарным видением [17]. Основной вывод в том, что исследователи должны понимать подходы других дисциплин, чтобы иметь возможность решать смежные вопросы (Berenpas, 2014; Taillon, 2014; Alejziak, 2017). В зарубежной литературе последних лет эта мысль особенно чётко прослеживается, наряду с фокусировкой на объекте исследования, где можно выделить соответствующие научные подходы, связанные с культурой и географией туризма, экономикой и экологией, психологией личности и т.д.

В отечественной науке, также характерно появление целого ряда научных и прикладных работ, посвящённых феномену туризма, его осмыслению в философском аспекте. Рассмотрим, на наш взгляд, наиболее значимые из них.

В работе И.В. Соловей раскрывается «философский ракурс проблемы туризма: в аспекте мобильности и современных процессов глобализации, изменяющих сущность социального бытия, и вовлекающих индивидов в процесс бесконечного движения» [9]. Автор предпринимает попытку определения структуры (состава) туризма в круге пребывания: пространство, время, знание, но концентрируется только на субъективном и объективном пределе мобильности в туризме.

По мнению Т.В. Черевичко, «для изучения и понимания туристического пространства необходимо рассматривать туризм как систему» (географическую, социальную, производственную) [13]. Объектом туризма как системы является туристская территория, которая представляет собой её пространственную характеристику, субъектом – турист со всеми индивидуальными потребностями и общественными характеристиками. Исследователем поднимаются вопросы регулирования и управления туристской системой. Заслуживает внимания

представленная автором типологизация туристского пространства, как один из ключевых методов, позволяющих выявить туристскую привлекательность территорий.

В статье И.Ф. Игнатъевой с помощью философского анализа различных аспектов туризма показана необходимость его комплексного изучения. Современный туризм, по мнению автора, проявляется в форме политического, социального, экономического, культурного феноменов. А наука о туризме «требуется чёткого определения предмета и объекта изучения, единого комплексного подхода, систематизации к существующим научным подходам к анализу развития туризма», «изучения системы межпредметных связей, выработки единых методов» исследования данного явления [4].

Д.В. Боровинская, рассматривая современные подходы к исследованию туризма в плане развития научного знания, акцентирует внимание на необходимости использования именно философского подхода к осмыслению специфики туризма. «Ориентированность на понимание основных направлений и перспектив развития, выявление сущностных составляющих в условиях глобализации и интеграции мирового пространства, осмысление туризма как неоднозначного явления, а также процесса формирования, продвижения и реализации культурного продукта – это и есть предмет философского подхода к исследованию туризма» [1] – заключает автор. Среди отечественных учёных также можно отметить работы тех, которые внесли заметный вклад в концептуализацию понятий «социальное пространство», «культурное пространство», «жизненное пространство личности», «пространственно-временной континуум», весьма важных для раскрытия объекта и предмета современного туризма в сфере современного научного знания (Устьянцев В.Б., Филимонова О.Ф., Гуткина И.М., Володарчик Б., Черняева Т.И. и др.).

Проведённый обзор литературы по проблеме исследования за рубежом и в России позволил с известной долей условности систематизировать представленные в науке подходы к изучению объекта туризма в мировоззренческом значении, отдельно выделив социокультурный, антропологический и экономический подходы. В некоторых из них сложились свои течения, отличающиеся акцентированием внимания на более ограниченных предметах исследований туристской тематики (таблица 1).

Следует отметить, что ни один из представленных подходов не рассматривается учёными в чистом виде, сам по себе, хотя и отличается по своим характеристикам. С другой стороны, философия туризма, как нам представляется, находится в постоянном процессе формирования своих основ и теоретических предложений, в частности, собственных научных гипотез, связанных с современным характером феномена туризма. Поэтому появляются новые перспективы и парадигмы, раскрывающие новые возможности знания.

Таблица 1

**Научные подходы к изучению объекта туризма  
в мировоззренческом значении**

Научные подходы	Дисциплины	Характеристика научного подхода	Исследователи
1. Социокультурный а) социологический	Культурология, социология	Объект исследования – культурное пространство родной страны и страны прибытия. Цель – познание себя через познание других (национальная самоидентификация, трансляция культуры, формирование новых потребностей культуры, их обогащение).	Cohen E., Bell D., Маркузе Г., Бурстин Д., Захарова Л.Н., Флиер А.Я., Кузьмина Е.М., Гобозов И.А., Покровский Е.Н., Боровинская Д.Н. и др.
б) психологический	Психология	Объект исследования – мотивация и потребности путешественника, туриста. Цель – познание психологии индивидуумов через инструмент туризма, духовное развитие и самосовершенствование человека.	Adler J., Crompton J., MacCannell D., Frow J., Соловей И.В. и др.
2. Антропологический	Антропология, история, социология, психология, философия, экология	Объект исследования – отношения «хозяин-гость», накладывающие отпечаток на формирование этнического и исторического самосознания людей. Цель – изучение базовых культурных контекстов туризма, решение проблем устойчивого развития туризма с точки зрения экологических и культурных особенностей.	Bendixen P., Boniface P., Herbert D.T., Ivanovic M., Robinson M., Evans, N., Callaghan P., Chambers E., Korstanje M.E., Goeldner C.R., Brent R., Kirchenblatt-Gimblett B., Harris R., Griffin T., Williams P., Mowforth M., Munt I., Weaver D. и др.
3. Экономический а) пространственный подход	Экономическая география	Объект исследования – туристско-рекреационная территория с ресурсным потенциалом. Цель – повышение эффективности использования туристско-рекреационных ресурсов.	Черевичко Т.В., Мажар Л.Ю., Пирожник И.И., Володарчик Б., Черняева Т.И., Яковенко И.М. и др.
б) кластерный подход	Экономика туризма	Объект исследования – туристско-рекреационный кластер. Цель – формирование, продвижение и реализация туристского регионального продукта.	Benner M., Jackson J., Murphy P., Dias A., Cunha S. K., Cunha J.C., Nordin S. Кружалин В.И., Александрова А.Ю., Джанджугазова Е.А., Коль О.Д., Корчагина Н.А., Морозова Ю.Ю., Митрофанова А. Н. и др.
в) подход культурных креативных индустрий	Экономика культуры	Объект исследования – культурный продукт туристской индустрии. Цель – производство культурных ценностей, реализация функционального смысла культуры, как деятельности, производящей товары и услуги для туризма.	Garnham N., McKercher V., Cros H., Хезмондалш Д., Боровинская Д.Н. и др.

**Проблемы определения экономических основ объекта философии туризма.**

В целом, как показывает анализ исследований темы объекта и предмета философии туризма, в них пока явно превалирует антропологический подход, основывающийся, как правило, на определённом междисциплинарном видении проблематики человека в качестве туриста (психологической, культурологической, социологической, исторической и др.). При этом данный подход всё чаще начинает дополняться своеобразными попытками осмыслить некоторые экономические аспекты, в основном также на междисциплинарной основе посредством использования экономической географии, экономики культуры и экономических граней целого ряда других научных дисциплин. Но при этом экономика туризма, как самостоятельная целостная экономическая основа туризма как объекта философии, до настоящего времени, на наш взгляд, слабо разработана. Поэтому в большинстве попыток философского осмысления туризма продолжает превалировать акцент на исследованиях неких общих черт и особенностей личности человека и его отношения к увиденному и услышанному, в те периоды его жизнедеятельности, когда он оказывается в составе путешествующих по своей стране или другим регионам мира. Но при этом не в полной мере учитывая, как влияние на ту же личность происходящих вокруг изменений под воздействием стремительно развивающегося туристского сектора современной экономики, его реальных масштабов и динамики объёмов создаваемых в нём товаров и услуг и, поглощаемых при этом всех видов ресурсов.

Одним из ярких выразителей такого рода антропологического подхода к теории и практике туризма и является известный украинский исследователь философии туризма Пазенок В.С., который настаивает на необходимости наполнения человеческой личности во время путешествий человека более широким «гуманистическим смыслом», и, одновременно, необходимостью пересмотра «традиционного понимания туризма как индустрии путешествий и отдыха». По его мнению, главным объектом философии туризма должны быть «не маршруты, отели, кемпинги, турбюро и агентства, а личность, которая путешествует, мир ее интересов, желаний, стремлений, ценностных ориентиров» [7].

В этой связи мы полагаем, что в определённой степени такая фокусировка на особенностях личности в период её путешествий, вытекает из устоявшихся сегодня подходов к определению туризма как понятия. Например, в США и во многих развитых странах под определение туризма подпадают как сами туристы с их личностными характеристиками, так и объёмы их трат на все виды потребления товаров и услуг людей в период их путешествий. Поэтому в западной теории и практике определение турпродукта, в том числе законодательно, не ограничено договорными отношениями туроператоров и туристов, как в России, а охватывает объёмы всех видов товаров и услуг, которые ежегодно поглощаются турпотоками в период их пребывания в пространстве стран и континентов. Причем всё чаще эти расчёты основываются на расчётах межотраслевых балансов, в которых объёмы и структура потребления туристов в регионах их пребывания целенаправленно

вычленяются из валовых региональных продуктов (ВРП) и ведутся параллельно с производством и удовлетворением потребностей местных жителей. Это позволяет целенаправленно выходить на постановку задачи балансирования спроса и предложения, как по отношению к туристам, так и местным жителям, не ущемляя, а сочетая интересы и тех, и других. Тем самым, в регионах уже многих стран, в основном развитых, начинают формироваться целостные туристские пространственно-временные континуумы [24], охватывающие всё более значительные территориальные и экономические пространства уже не только отдельных стран, но и межстрановых территорий (Европейская Шенгенская зона, Великий шелковый путь и др.).

В России законодательная практика до сих пор предписывает статистическим органам страны учитывать в основном статотчёты туроператоров, коллективных средств размещения, плюс небольшой круг сопряжённых и внешне наглядно связанных с обслуживанием туристов видов деятельности. А все остальные параметры реальных объёмов востребованных и потребляемых туристами товаров и услуг в составе турпотоков в пространстве регионов России до сих пор фактически не определяются и не охватываются статистическими замерами. В этих условиях российский туристский пространственно-временной континуум пока не имеет чётких очертаний. На огромных просторах России с её колоссальным туристским потенциалом контуры туристских пространств фактически сведены к точечным туристским образованиям (Москва, Санкт-Петербург, Казань, Сочи, Южный берег Крыма и др.). При этом между ними до настоящего времени не выстроена ни транспортная, ни информационная, ни экономическая пространственно-временная туристская логистика. В итоге, в частности из-за сравнительно весьма высокой ценовой транспортной составляющей региональных турпродуктов страны, они зачастую оказываются не конкурентоспособными по сравнению с турпродуктами многих регионов мира, в том числе стран слаборазвитых и значительно уступающих туристскому потенциалу России.

Всё это пока не позволяет получить адекватного представления об объекте и предмете философии туризма и, прежде всего из-за не адекватного видения их экономических основ. Таким образом, и в России, и на Западе экономические основы туризма как объекта философского осмысления пока рассматриваются, по сути, только с двух сторон: со стороны личности туристов, оказывающихся в составе современных турпотоков, и со стороны потребляемых ими товаров и услуг. Российское отличие, по сути, заключается лишь в меньшем охвате статистическими замерами объёмов товаров и услуг, потребляемых туристами, то есть создаваемых и потребляемых турпродуктов. Тем самым значительно суживая контуры реального туристского сектора, а значит масштабы и глубину его влияния на смысл, роль и значимость туризма.

С этих позиций, на данный момент, объект философии туризма в основном очерчивается отношениями, связывающими людей в составе турпотоков и параметрами потребляемых ими товаров и услуг в период их путешествий, то есть турпродуктами [25].<sup>7</sup> Вместе с тем, такой подход к определению экономических основ туризма как объекта философии, на наш взгляд, уже недостаточен в условиях тех глобальных масштабов турпотоков и тех объёмов товаров и услуг, которые обеспечивают их жизнедеятельность в процессе их ежегодного воспроизводства. Эта недостаточность, на наш взгляд, обусловлена, прежде всего тем, что с позиций обеспечения постоянной жизнеспособности всех акторов в сформированном туристском пространстве любого региона или страны для полноценного и полномасштабного видения экономических основ объекта философии туризма, необходим воспроизводственный подход. Причем, прежде всего, собственно экономический воспроизводственный подход в том смысле, что он не будет состоять из механического набора экономических граней различных дисциплин (географии, история, культуры и др.), а будет опираться на свою собственную методологическую базу экономики туризма, известную в науке как теория общественного воспроизводства, на основе которой, как мы полагаем, возможно гораздо более адекватное и полное видение экономических основ объекта философии туризма.

Как известно наиболее серьёзный вклад в разработку теории общественного воспроизводства внесли Ф. Кэне, К. Маркс и др. мыслители. Суть этой теории в том, что общественное воспроизводство состоит из взаимно обуславливающих друг друга во времени и пространстве воспроизводственных фаз: производства, распределения, обмена и потребления, которые внутренне противоречиво взаимоувязаны соответствующими воспроизводственными пропорциями во всей многоликости и разнообразии форм их проявления. Следовательно, говоря об экономической основе *объекта философии туризма*, мы обязаны определять её как органическую часть современного общественного воспроизводства, в которой на настоящем этапе формируется туристский сектор мировой экономики (национальный по каждой стране), которого ещё полвека назад фактически не существовало. А если и существовал, то только в микроскопических масштабах, в пределах статистической погрешности в общественном воспроизводстве как таковом.

При этом принципиально важно особо учитывать, что в общественном воспроизводственном процессе, в фазе потребления, как, впрочем, и в других его фазах, существует как лично туристская, так производственная составляющая. Поэтому возникает задача учёта не только личного потребления туристами уже

<sup>7</sup> Отсюда, как мы полагаем, логично вытекает определение понятия «турпродукт». В частности, для создателей, занятых в любых отраслях и сферах, турпродуктами будут являться любые их товары и услуги, востребованные, оплачиваемые и потребляемые туристами, а точнее турпотоками в пространстве регионов их пребывания. А для туристов турпродуктами являются любые товары и услуги, потребляемые за пределами мест их постоянного проживания в своё свободное время. Таким образом, определение товаров и услуг «турпродуктами» проистекает из пространственно-временных координат их создания и потребления, а строго говоря, из пространственно-временных координат их воспроизводства.

гигантских объёмов востребованных ими в своих путешествиях товаров и услуг, но и производственного туристского потребления, которое на данный момент практически игнорируется, во всяком случае в экономической теории туризма, причём не только в России. Хотя, как показывает практика, в ходе личного туристского потребления мы обязательно производительно используем и потребляем (как, впрочем, распределяем и обмениваем) большой спектр природных ресурсов. К ним относятся, например, климат, флора, фауна, в том числе лечебные воды, грязи, морская, питьевая вода и множество других природных компонентов, вовлекаемых в воспроизводство турпродуктов. И количественные, и качественные параметры этих факторов и ресурсов после каждого воспроизводственного цикла (годового, пятилетнего и т.д.) не остаются неизменными, причём по самым разным причинам. Это же характерно и для социальных (кадры), материальных ресурсов в виде зданий, сооружений, инженерной и прочей инфраструктуры и т.д. Поэтому необходимы целенаправленные меры, не допускающие ни ухудшения, ни тем более исчерпания всех видов природных, культурно-исторических, социальных и материальных ресурсов, вовлекаемых, а, следовательно, и неизбежно частично потребляемых в процессе воспроизводства турпродуктов, и поэтому требующих своего полноценного восполнения. Всё это подгружает личное туристское потребление практически по всем известным направлениям развития туризма в мире неуклонно нарастающими объёмами производственного туристского потребления.

С этих позиций определение экономических основ туризма как объекта философии не может ограничиваться только турпоточковой и турпродуктовой составляющими. Более того, это определение, на наш взгляд, требует обязательного использования даже не просто воспроизводственного, но и полноценного и полномасштабного ноосферного подхода В.И. Вернадского и других мыслителей (Червинский А.С. и др.). Ибо с предлагаемых нами позиций, туризм как объект философии со своей экономической основой предстаёт в тесной взаимосвязи природы и общества, которая ещё во многом остается слабо исследованной, особенно в части туристского производственного потребления с воспроизводственных позиций. Хотя актуальность востребованности этих исследований стремительно нарастает. В частности, предстоит глубоко осмыслить, как, каким образом и какими способами вписать в окружающую среду уже гигантские турпотоки, не разрушая её? Как, посредством каких технологических разработок воплотить оздоровительно-лечебный потенциал природы в современные турпродукты, способные сохранять и наращивать человеческий потенциал? Как одновременно со всем этим тщательно учитывать, что само общество, посредством стремительно нарастающего объёма туристского производственного потребления, становится всё более мощной геологической силой? Как в этих условиях ею оптимально управлять, ибо она в своих стихийных проявлениях может носить разрушительный характер? Что мы уже нередко



наблюдаем, когда мощные турпотоки начинают разрушать экосистемы целых регионов и стран или стирать культурную уникальность целых народов.

С этих позиций философская база туризма должна определяться как минимум следующей триадой экономических отношений, являющихся носителями и связывающих социальную, природную, культурно-историческую и материальную составляющие в органическое целое. Во-первых, это отношения людей, зарождающиеся в регионах-донорах туристских потоков, генерируемые потребностями проживающих в них людей в сохранении и развитии своего человеческого потенциала. Эти потребности обусловлены климатическими, отраслевыми, национальными, религиозными, историческими, культурными, возрастными, профессиональными, половыми и прочими особенностями населения регионов-доноров турпотоков. Именно эта грань отношений, вытекающая из природно-культурной и экономической ниши философской базы туризма, обуславливает объемы и структуру спроса со стороны регионов - доноров турпотоков на востребованные в мире параметры ежегодного воспроизводства турпродуктов в пространствах туристски привлекательных регионов своей страны и мира. Во-вторых, это отношения, которые складываются между людьми в составе турпотоков и местным населением, жизнедеятельность которого поддерживается доходами от реализации турпродуктов туристам. В рамках этой грани отношений формируются не просто балансы спроса и предложения в каждом пространственно-временном континууме, но и соотношение профилей турпотоков и отраслевых структур туристского сектора экономики регионов. Именно в этом слое взаимоотношений туристов и местного населения взаимообуславливаются объёмы и структура расходов одних (туристов) и объёмы доходов других (местного населения) в различных отраслях туристского сектора экономики регионов, принимающих туристов. И, в-третьих, это отношения, которые возникают между туристами и местным населением по поводу использования всех видов имеющихся в регионе ресурсов, идущих как на удовлетворение потребностей местного населения, так и туристов. Эта грань отношений охватывает не только всю окружающую среду, но и затрагивает проблематику уже обязательного определения допустимой рекреационной ёмкости регионов, которая, как известно, охватывает рекреационные потребности не только туристов, но и местного населения. И поэтому должна определяться с тем расчётом, чтобы техногенные и антропогенные нагрузки на эко-, социокультурные, инженерные и другие системы регионов не превышали допустимых нагрузок.

Таким образом, экономическая основа объекта философии туризма предстаёт как многомерная, но вместе с тем целостная картина, охватывающая турпотоки, турпродукты и все виды ресурсов, вовлекаемых в их воспроизводство. Это не только выявляет новые грани экономических основ туризма, но и раскрывает пока ещё во

многим не исследованные глубинные взаимосвязи в его развитии, затрагивающие осмысление роли и значимости туризма в современном обществе.

**Проблемы определения качественных параметров объекта философии туризма.** По-видимому, сама постановка вопроса об актуальности проблематики объекта философии туризма порождена неясностью качественных смыслов, генерируемых развитием туристского сектора мировой экономики, носящего уже глобальный масштаб. То есть, речь идёт о нарастании неких количественных характеристик, связанных с развитием туризма в мире, за которым пока нет достаточно ясного смыслового понимания. Хотя ежегодно вовлекаемые в путешествия объёмы турпотоков, воспроизводимые для обеспечения их жизнедеятельности объёмы всех видов и масштабов турпродуктов, и вовлекаемых в их воспроизводство ресурсы, уже не могут не генерировать какие-то новые черты общественного воспроизводства. Но какие это качественные перемены, какие черты несёт развитие туризма с позиций осмысления развития его экономических основ как объекта философии, мы пока не совсем представляем. Прежде всего, на наш взгляд, следует обратить внимание на следующие количественные параметры развития экономики туризма, которые способны привести к серьёзным качественным изменениям в современном обществе.

**Во-первых,** за последние чуть более полвека количество туристов с двух десятков миллионов уже фактически перевалило (с учётом внутренних турпотоков) за семимиллиардную отметку туристских прибытий в год. При этом, несмотря на некоторую неравномерность растекания турпотоков во времени и пространстве по континентам и странам, мы в состоянии уже чётко зафиксировать появление в современном обществе некоего его нового экономического свойства – нарастающей туристской подвижности. Это свойство проявляет себя в том, что в структуре современного общества быстро нарастает определённый слой людей, уже постоянно находящихся в подвижном состоянии.

В процессе нарастающей туристской подвижности всё более выпукло начинают проявляться и другие её характеристики. Например, сегодня практически сформировалась уникальная экономическая основа этой подвижности. Её характерной особенностью является то, что в отличие от любой отрасли и сферы экономики в туристском секторе экономики под экспортом понимается не вывоз товаров и услуг за пределы страны или региона, а вовлечение (ввоз) туристов в экономическое и культурное пространство стран-производителей турпродуктов. Такая же картина складывается и по отношению к импорту турпродуктов, который, в отличие от классического определения импорта в экономике туризма, основан не на ввозе товаров и услуг, а на выезде населения за пределы своего региона или страны, мотивированного турпродуктами в иных природных и культурно-исторических пространствах. Всё это определяет туризм как уникальный сектор мировой экономики, способный развиваться в основном за счёт создания товаров и услуг, способных

мотивировать как внутренние, так и въездные турпотоки. То есть основой развития туристского сектора любой страны является вовлечение турпотоков в её пространство посредством созидания мотивирующих их турпродуктов. Не случайно, сегодня самой высокой туристской подвижностью обладают самые высокоразвитые страны мира, вовлекающие в свои пространства основные доли мировых турпотоков.

Следует обратить особое внимание и на такую особенность туристской подвижности, как изменение под её воздействием объёмов, структуры и самой природы человеческих контактов, возникающих в ходе путешествующих людей в качестве туристов. В подавляющем большинстве людей в турпотоки вовлекают не корысть, не желание заработать или завоевать те или иные территории, а потребности поправить своё душевное равновесие, укрепить своё духовное и физическое здоровье, или просто развлечься, или узнать, увидеть, самому опробовать что-то новое и интересное для своего развития или своих близких. Не случайно, что уровень развития туризма всё более тесно увязывается с динамикой показателей здоровья наций. Тем самым прямо указывая на ещё одну грань уровня развития туризма, как своеобразного маркера цивилизационных преимуществ тех стран, в которых доля населения, вовлекающаяся в сферу туризма, из года в год неуклонно нарастает, в частности, достигая сегодня в развитых странах 80-90% (в России пока порядка 30%). Немаловажным является и то обстоятельство, что уровень туристской подвижности практически всегда выше там, где лучше система межотраслевого управления развитием регионов, особенно рекреационно-туристской специализации. Прежде всего, по отношению ко всей совокупности отраслей и сфер региона, которые должны быть развёрнуты на удовлетворение всего разнообразия потребностей и спроса со стороны турпотоков. При этом интересы местного населения не должны ущемляться, а напротив должны развиваться и становиться многообразнее.

Но наиболее существенно, на наш взгляд, что привносит на настоящем этапе развития туризма нарастающая туристская подвижность, – это произошедшие изменения в сложившейся тысячелетиями базе и структуре человеческих контактов. Как известно, по существу, до середины прошлого века безраздельно господствовали две основные формы человеческих контактов, которыми по определению известного английского историка Дж. Тойнби, являлись торговля и войны [11, с. 39–85]. В настоящее время уровень туристской подвижности уже явно начал не только наполнять базу человеческих контактов новым содержанием, но и выкристаллизовывать новую основную форму человеческих контактов. Назовём её туристской формой или туризмом, наряду с войнами и торговлей. В отличие от войн и торговли, туризм привносит в быстро нарастающие глобальные объёмы человеческих контактов по-настоящему гуманитарный смысл и характер, одновременно превращаясь в способ поиска наиболее гармоничных форм межцивилизационных диалогов по всему пространству планеты, а не наполняя, как войны, человеческие

контакты разрушением и заливая их кровью, или насыщая их принципами «человек человеку волк» в джунглях безжалостной конкуренции.

Но главное – это то, что рост объемов турпотоков, по отношению к численности населения планеты и многих стран, особенно развитых, вовлекающих в свои пространства основную долю турпотоков в мире, начинает изменять не только структуру общей базы человеческих контактов, но и саму их природу, наполняя её действительно всё более гуманитарным смыслом. За которым, как мы полагаем, всё более зримо и технологически всё более совершенно стоят цивилизационные особенности и преимущества тех стран, которые способны и могут вовлекать в свои экономические и культурные пространства подавляющие доли мировых турпотоков. Тем самым туризм, прежде всего, за счёт успешного развития внутреннего туризма, постепенно превращается в своеобразный маркер успешности социально-экономического развития страны.

**Во-вторых**, стремительная динамика роста турпотоков в мире естественно и неизбежно влечёт за собой рост личного и, что особенно немаловажно, туристского производственного потребления. Естественно, что это вовлекает в воспроизводство растущих объёмов турпродуктов всё более значительные виды природных, культурно-исторических, социальных и материальных ресурсов. Причём как экстенсивно, за счёт растекания турпотоков в пространстве планеты, так и интенсивно, за счёт их всё большей концентрации в наиболее туристски привлекательных и успешно развивающихся регионах мира. Это позволяет экономически развитым государствам за счёт активного продвижения своих турпродуктов на мировые рынки, то есть вовлечения в свои пространства населения других стран, извлекать из отечественных и въездных турпотоков огромные финансовые ресурсы, генерируемые этими турпотоками. При этом, как правило, направляя их на дальнейшее наращивание своей «мягкой силы» туризма, как способа усиления своего цивилизационного влияния, особенно на страны, в которых турпотоки не сбалансированы, а выездные турпотоки превалируют над внутренними и въездными [14].

Таким образом, с позиций воспроизводственно-ноосферного подхода исследования экономических основ туризма мы неизбежно выходим на настоящую необходимость глубокого осмысления следующих непростых соотношений: турпотоки – объёмы всего многообразия востребованных ими турпродуктов – параметры всех видов и объемов, вовлекаемых в воспроизводство турпродуктов ресурсов (природных, культурно-исторических, социальных или кадровых и материальных). Экономический смысл этой формулы в необходимости осмысления всех возникающих пропорций общественного воспроизводства, прежде всего, в части быстро нарастающего его туристского сектора. В ней мы прямо сталкиваемся с вопросами интенсивно разрабатываемой сегодня теории и практики устойчивого воспроизводства, которая применительно к туризму должна охватывать все три

ключевые взаимосвязанные воспроизводственные компоненты: турпотoki, турпродукты, ресурсы.

При этом с позиций воспроизводства речь идёт о постоянном и непрерывном повторении и возобновлении этих трёх компонентов в каждом последующем воспроизводственном цикле, в котором эти компоненты взаимообуславливают друг друга.

**В-третьих**, как показывают наши исследования, качественные подвижки в современном общественном воспроизводстве во всё большей степени начинают зависеть от решения следующих проблем, тесно связанных с развитием туризма.

1. Обеспечение устойчивого воспроизводства региональных турпродуктов (РТП) [18]. Под последним следует понимать долю ВРП, генерируемую спросом со стороны турпотоков, вовлекаемых в пространство данного региона, или доля странового турпродукта в ВВП страны, если речь идёт о страновых турпродуктах. При этом под устойчивым воспроизводством РТП, мы понимаем только такой его тип, в котором все его ключевые воспроизводственные пропорции целенаправленно регулируются с точки зрения определённых стратегических целей и задач развития туризма [10].

2. Параметры вовлекаемых в пространство регионов турпотоков, востребованных ими объёмов региональных и страновых турпродуктов и параметры используемых для этого всех видов ресурсов региона, должны быть соизмеримы и адекватны оптимальной рекреационной ёмкости регионов [6], особенно регионов рекреационно-туристской специализации. В противном случае неизбежны антропогенные и техногенные перегрузки на эко-, социо-, инженерные и другие системы регионов, стран и даже континентов.

3. Региональные и, тем более, страновые турпродукты должны быть адекватны своим цивилизационным основам. Это вытекает из того, что крупномасштабные турпродукты, охватывающие большие пространства, являются духовной основой «мягкой силы» туризма и её материальными носителями. Поэтому в них необходимо целенаправленно закладывать определённую визуализацию, озвучивание цивилизационного своеобразия региона или страны, и именно через него высвечивать и убедительно демонстрировать свои цивилизационные преимущества.

Таким образом, попытки определения качественных смысловых параметров туризма как объекта философии, связаны с необходимостью исследований его экономических основ, наряду с антропологическими, историческими, социальными и другими его гранями. При этом его экономическая основа, как сложная быстро развивающаяся система экономических отношений, уже аккумулирует в себе такой объём количественных и качественных изменений, которые вполне способны влиять на смысловое наполнение туризма как объект философии.

Подводя некоторые итоги, следует отметить, что предлагаемая гипотеза трактовки экономических основ туризма как объекта философии, приводит нас к следующим обобщениям и выводам.

**Во-первых**, под воздействием развития экономики туризма в пространстве, прежде всего развитых стран, начинает быстро разрастаться своеобразная ниша свободного времени и пространства общества и человека, которая постепенно начинает вовлекать в себя неуклонно нарастающие слои и доли населения. По сути, речь идёт о начале активного формирования целостных туристских континуумов в пространственно-временных параметрах высокоразвитых стран. При этом их экономические основы формируются не только за счёт высокого уровня экономического развития, позволяющего обеспечивать растущие туристские потребности своего населения, но и за счёт наиболее экономически благополучной части населения регионов других стран.

**Во-вторых**, туристский сектор мировой и экономик развитых стран, постепенно, но неуклонно всё более успешно начинает переходить на рельсы устойчивого воспроизводства, прежде всего, региональных и страновых высоко конкурентных турпродуктов. Тем самым используя туризм не только как драйвер социально-экономического развития своих стран, но и как всё более мощную своеобразную «мягкую силу», посредством которой оказывается всё более серьёзное цивилизационное влияние на своё население и население других, экономически менее развитых стран.

**В-третьих**, в настоящее время смысл развития туризма, его философское содержание, на наш взгляд, подвергается наиболее мощному воздействию именно со стороны его экономических основ. В том числе, выявляя изменения в определении содержания миссии, стратегических целей и флагманских проектов развития туристского сектора экономики и самого вектора социально-экономического развития регионов страны. Иными словами, речь идёт о том, собственно, ради чего туризм необходимо развивать. В этой связи, мы полагаем спорной и подлежащей корректировке заложенную в Концепцию стратегии развития туризма в России до 2025 года формулу, согласно которой основной стратегической целью его развития ставится «наращивание доли туризма в ВВП» страны. Исходя из предлагаемого нами видения туризма как объекта философии и развития его экономических основ, миссия и стратегические цели его развития не могут ограничиваться наращиванием доли туризма в ВВП регионов или страны. Как минимум, они должны увязываться с решением такого рода задач, как обеспечение устойчивого воспроизводства конкурентоспособных региональных турпродуктов; формирование целостного российского туристского пространственно-временного континуума, вместо однобокого развития разрозненных точечных туристских образований; обеспечение позитивной динамики роста человеческого потенциала страны и др. Такой подход к

формированию приоритетных задач развития туризма, целей его развития особенно уместен и актуален в связи с последними публикациями известного доклада Римского клуба, в котором показатель ВВП подвергнут уничтожающей критике. Причём в основном за то, что показатель ВВП не столько раскрывает, сколько искажает смысл социально-экономического развития, так как «отражает траты, а не благополучие» [8]. В этой связи мы полагаем принципиально важным подчеркнуть, что выдвигаемая нами гипотеза усиливающегося экономического влияния на туризм как объект философии, не противоречит идеям тех исследователей, которые обращают внимание на воздействие на него иных реалий действительности, в частности, психологических, исторических, социологических и др. При этом особенно важно отметить, что рост экономического влияния на современное философское осмысление туризма обусловлен тем важнейшим обстоятельством, что посредством туризма всё большие массы людей уже действительно начинают выводиться за рамки материального производства товаров и услуг, характерных для традиционной экономики. Но при этом только такого уровня материального производства, которое способно обеспечивать, помимо своего населения, всем необходимым ещё и турпотоки. При этом не только не истощая экономику принимающих туристов регионов, а, наоборот, при прочих равных условиях стимулируя её развитие, прежде всего за счёт внутреннего туризма. К тому же в интересах регионов-доноров турпотоков за счёт предоставления им реальных возможностей не только восстанавливать, но и наращивать духовный и физический потенциал своего населения. Более того, как показывает практика развития туризма в мире, чем большая доля населения регионов-доноров может ежегодно оказываться за пределами своего рабочего времени и пространства, тем при прочих равных условиях, выше ключевые показатели социально-экономического развития этих регионов и стран.

О развитии и доступности туристского пространственно-временного континуума, генерируемого развитием туристского сектора экономики, люди мечтали веками. Грезя о путешествиях в иные пространственно-временные и культурные миры в тесноте своего рабочего времени и пространства, в заботах о хлебе насущном и повседневных заботах. Но до настоящего уровня развития производительных сил, фактически, до второй половины прошлого века, основная масса населения даже развитых стран не имела ни транспортных, ни экономических, ни организационных, ни технологических, ни социальных, ни логистических, ни прочих возможностей массово путешествовать. Сегодня все эти мечты-прогнозы реально начали подходить к порогу осуществления уже для сотен миллионов людей. И с этих позиций, на наш взгляд, самым сложным вопросом в определении туризма как объекта философии может оказаться мотивация и выбор человека, которые встают перед каждым, как только он оказывается в туристском подвижном слое общества в новых пространственно-временных и социально-культурных координатах своего бытия. Ибо,

становясь туристом можно потратить всё своё реально свободное время и средства в игровых залах Монте-Карло или Лас-Вегаса, или на беспробудное пьянство на берегу тёплого моря. Но можно его целенаправленно использовать в путешествиях, раскрывающих красоту природы, историю культур и цивилизаций, одновременно профилактируя и развивая своё физическое и духовное здоровье, сохраняя и наращивая свой потенциал. И этот набор вариантов выбора в сфере туризма далеко не надуман, ибо по оценкам уже целого ряда высокопрофессиональных аналитиков, исследующих перспективы развития туризма в мире, туризм сегодня постепенно в своей значительной части начинает превращаться в реальную «дорогу в ад», за которой стоит разложение общества, стирание местных культур, разрушение эко-, социо- и других систем за счёт чрезмерных антропогенных и техногенных нагрузок в регионах повышенной концентрации туристских потоков.

Иными словами, вовлекаясь в сферу туризма, современный человек неизбежно оказывается перед выбором саморазрушения, самоуничтожения или духовного и интеллектуального и физического саморазвития в направлении наращивания, а не разрушения своего потенциала. Причём, если в сфере производства товаров и услуг в рамках рабочего времени и пространства человека его выбор, как правило, жёстко детерминирован отношениями воспроизводства человеческого капитала, в основе которого лежит воспроизводство стоимости его как рабочей силы, то в условиях формирующегося туристского пространственно-временного континуума, в рамках которого человек уже реально начинает выходить за пределы материального производства, все традиционные детерминанты его только как рабочей силы уже начинают терять свою силу и могут заметно изменяться. И поэтому начинают трансформироваться в иные мотивы мыслей и поступков людей, зачастую совсем не характерные для их рабочего пространственно-временного бытия, в котором всё подчинено воспроизводству человека как человеческого капитала, нередко в ущерб заложенного в него физического и духовного потенциала. Характерно, что в настоящее время активного отмирания сотен старых профессий и появления множества новых, генерируемых современным технологическим и техническим прогрессом, постепенно всё активнее начинает развиваться образовательный туризм. В его основу закладываются технологии воспроизводства образовательных турпродуктов на любой вкус в самых различных областях человеческой деятельности в любой стране мира, при условии, конечно, наличия у человека соответствующих мотивов, экономических возможностей для свободного пространственно-временного передвижения.

Вот это примерно то, что, на наш взгляд, всё заметнее воздействует на туризм как объект философии со стороны его экономических основ. Это уже вполне вызревающие самостоятельные контуры реалий туристского пространственно-временного континуума, который образуется в экономическом, культурном и



территориальном пространстве уже целого ряда регионов и стран. Именно в этот туристский континуум и погружается постепенно нарастающий туристский подвижный слой современного общества. Причём сам этот пространственно-временной континуум, создаваемый экономикой туризма, представляет собой, как сказал бы известный философ Мартин Хайдеггер, открывающийся новый «просвет пространства-времени» [12]. И именно этот пространственно-временной просвет начинает высвечивать новые координаты и грани бытия человечества, в которое оно начинает постепенно вовлекаться. Тем самым генерируя один из векторов самосовершенствования человека и окружающего его мира на пути перехода современного общества «к гуманистической ноосферной цивилизации» [3, с. 35]. Тем самым, по-видимому, порождая качественно новые и пока малоисследованные свойства и проблемы развития современного мирового рыночного пространства.

### *Список литературы*

1. Боровинская Д.Н. Туризм: современные подходы к исследованию // Философия и культура. 2018. № 2. С.14–23.
2. Вернадский В. И. Философские мысли натуралиста. М., 1988. 522 с.
3. Глазьев С. Рывок в будущее. Россия в новых технологическом и мирохозяйственном укладах. М.: Книжный мир, 2018. 762 с.
4. Игнатъева И.Ф. Многомерность туризма: философский, экономический, политический аспекты // Вестник СПбГУ. Философия и конфликтология. 2017. Т. 33. Вып. 3. С. 307–315.
5. Клейнер Г. Системная экономическая теория как база анализа устойчивости экономики // Вопросы экономики. 2016. № 1. С. 117–138 (117). С.138. URL: <https://www.econ.msu.ru/ext/lib/Article/x6f/x67/28519/file/Kleiner,%20voprosy%20ekonomiki%2012,2015+1,%202016.pdf>.
6. Крым: новый вектор развития туризма в России: монография / В.Н. Шарафутдинов, И.М. Яковенко, Е.А. Позаченюк, Е.В. Онищенко; под ред. В.Н. Шарафутдинова. М.: ИНФРА-М, 2017. 364 с.
7. Пазенок В.С. Філософія та праксеологія туризму // Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права / Щорічник. Вип.3. К.: КУТЕП, 2003. С. 8–16.
8. Римский клуб, юбилейный доклад. Вердикт: «Старый Мир обречен. Новый Мир неизбежен!» URL: <https://www.planet-kob.ru/articles/6832>.
9. Соловей И.В. Конституирование туризма в круге пребывания: пространство, время, знание. М., Ижевск: Ижевский институт компьютерных исследований, 2014. 268 с.
10. Сорокин Д.Е., Шарафутдинов В.Н., Онищенко Е.В. О проблемах стратегирования развития туризма в регионах России (на примере Краснодарского края и города-курорта Сочи) // Экономика региона. 2017. Т. 13. Вып. 3. С. 764–776.
11. Тойнби А. Дж. Цивилизация перед судом истории. М.: Айрис-пресс, 2003. 592 с.
12. Хайдеггер М. Время и бытие. Статьи и выступления. URL: [http://platon.net/load/knigi\\_po\\_filosofii/ehkzistencialnaja\\_filosofija/khajdegger\\_m\\_vremja\\_i\\_bytie\\_stati\\_i\\_vystuplenija\\_1993/35-1-0-2793](http://platon.net/load/knigi_po_filosofii/ehkzistencialnaja_filosofija/khajdegger_m_vremja_i_bytie_stati_i_vystuplenija_1993/35-1-0-2793).

13. Черевичко Т. В. Туризм как система: методология исследования // Концепт. 2015. № 07 (июль). URL: <http://e-koncept.ru/2015/15224.htm>.
14. Шарафутдинов В.Н., Онищенко Е.В. «Мягкая сила» туризма // Социально-гуманитарные проблемы современности: сб. науч. тр. по матер. Междунар. науч.-практ. конф. в 5 ч. / под ред. Е. П. Ткачевой. Белгород: ООО Агентство перспективных научных исследований (АПНИ), 2017. Ч. II. С. 145-150. URL: [http://issledo.ru/wp-content/uploads/2017/10/Sb\\_k-2-30.09.17.pdf](http://issledo.ru/wp-content/uploads/2017/10/Sb_k-2-30.09.17.pdf)
15. Filosotia Do Turismo: Teoria e Epistemologia, by Alexandre Panosso Netto, Sao Paulo, El Aleph, 2011, 198 p.
16. García M. O. Hacia la construcción del objeto de estudio del turismo desde una perspectiva materialista critica. Pasos, 2005. P.41–61.
17. Jafari J. El turismo como disciplina científica, Política y sociedad. 2005. P. 39–56.
18. Korstanje M.E. What is tourism? An anthropocentric discussion // Современные проблемы сервиса и туризма. 2016. Т.10. №2. С. 7–18.
19. Panosso Netto A. Filosofía del turismo: Teoría y epistemología. MÚxico, D.F.. Trillas. 2008. 139 p.
20. Sargelas Algimantas Философия науки. URL: <http://sargelas.com/filosofiya-nauki>.
21. Sharafutdinov V.N., Onishchenko E.V. Sustainable reproduction and competitiveness of a regional tourist product // Sochi Journal of Economy. 2018. №12 (1). P. 79–83. URL: [http://vestnik.sutr.ru/journals\\_n/1522748316.pdf](http://vestnik.sutr.ru/journals_n/1522748316.pdf).
22. Taillon JMA (2014) Understanding Tourism as an Academic Community, Study or Discipline. J Tourism Hospit 3: 131.
23. Tribe J. Tribes, territories and networks in the tourism academy // Annals of tourism research. 2010. Vol. 37. №1. P. 7–33.
24. Разработка понятия «экономический пространственно-временной континуум» в экономической теории наиболее полно осуществлена известным российским экономистом Г. Клейнером в его системной экономической теории (СЭТ). В ней он обосновывает, что «рассмотрение экономических систем с точки зрения их локализации в пространственно-временном экономическом континууме создает предпосылки для учета, как общеэкономических закономерностей, так и территориально или темпорально (во времени) специфических (в том числе исторических) особенностей. Такая концепция отчасти реализует требования к экономической теории [5]. В данном случае, мы употребляем понятие «туристский пространственно-временной континуум», с целью выделения специфических особенностей экономической теории туризма, отражающей уникальную природу туристского сектора экономики, содержание которой будет далее раскрываться.
25. Отсюда, как мы полагаем, логично вытекает определение понятия «турпродукт». В частности, для создателей, занятых в любых отраслях и сферах, турпродуктами будут являться любые их товары и услуги, востребованные, оплачиваемые и потребляемые туристами, а точнее турпотоками в пространстве регионов их пребывания. А для туристов турпродуктами являются любые товары и услуги, потребляемые за пределами мест их постоянного проживания в своё свободное время. Таким образом, определение товаров и услуг «турпродуктами» проистекает из пространственно-временных координат их создания и потребления, а строго говоря, из пространственно-временных координат их воспроизводства.

---

*Romanova G. M., Sharafutdinov V. N., Onishchenko E. V.*

**PROBLEMS OF PHILOSOPHICAL UNDERSTANDING OF TOURISM  
AS A MARKET PHENOMENON OF THE XXI CENTURY**

***Abstract.** The main purpose of the article is to substantiate the key philosophical problems of tourism as a market phenomenon of the XXI century. Thus, to some extent confirmed the probability of predictions of many thinkers about the increasing importance for the development of society and human rational development of free time and space of his being. At the same time, the current and future vector of development of the tourism sector of the economy today is largely not yet clear and needs serious research that is just beginning to unfold.*

***Key words:** tourism, philosophy of tourism, tourism phenomenon, regional tourism product, sustainable reproduction of regional tourism product, tourist space-time continuum.*

---

УДК 339.138

## ВЛИЯНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ИННОВАЦИЙ НА РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В РЕГИОНАХ РОССИИ

*Иванова Ю. О.*

*преподаватель Департамента менеджмента, специалист по УМР первой категории, Финансовый университет при Правительстве РФ*

***Аннотация.** В статье проведён анализ направлений совершенствования маркетинговой деятельности в сфере туризма в регионах России. Рассматриваются теоретические основы развития регионального туризма и предлагаются практические рекомендации по совершенствованию его продвижения. Недостаточное или полное отсутствие маркетинговых мероприятий, проводимых в регионе для привлечения внутренних и иностранных туристов, приводит к слабому развитию регионального туризма. Необходимость решения этой проблемы обуславливает актуальность статьи.*

***Ключевые слова:** маркетинг территории, маркетинговые инновации, позиционирование, бренд, туризм, дестинация, регион.*

В большинстве регионов России основным фактором привлечения инвестиций является всесторонне развитая инфраструктура. Достижению данной цели способствуют современные подходы к государственному управлению, а также маркетинговые инновации. Так, большое значение приобретает территориальный маркетинг, ведь в сегодняшней экономической ситуации территория становится не просто местом, а главным способом получения конкурентных преимуществ. Под территориальным маркетингом понимается совокупность улучшений территории, основанных на ключевых предназначениях территории [2]. Основными предназначениями территории является место проживания людей, осуществления экономической деятельности и досуговая дестинация.

Для оценки роли маркетинговых инноваций в развитии туризма в регионах необходимо понимание свойств туристского продукта и туристских услуг. Такими свойствами является совокупность услуг и вещественных потребительских стоимостей, необходимых для удовлетворения потребностей туриста и возникающих в ходе совершения туристической поездки. Отличительным свойством туристской услуги следует считать неосвязаемость, невозможность убедиться в её качестве до приобретения. Туристская услуга не подлежит хранению и требует усилий для стимулирования спроса на неё. Туристская услуга подвержена сезонным колебаниям, и туристским компаниям приходится постоянно стимулировать спрос и совершенствовать свои предложения. Важной особенностью является большая разница по времени между приобретением и потреблением услуги, поэтому необходимо предоставлять клиентам полную информацию о приобретаемой путёвке и маршруте [5].

В последние годы рынок туризма в России начинает активно развиваться, и возрастает значение маркетинга и маркетинговых инноваций в данной отрасли экономики. Ведь реклама – это лишь один из инструментов маркетинга, не менее важно проведение исследований, изучение мнений, разработка стратегий и бизнес-планирование. А территориальный маркетинг – *совокупность коммерческой, политической, социальной и иных видов деятельности, которые основываются на принципах действия маркетинга, для того, чтобы создавать, поддерживать и совершенствовать взаимоотношение и поведение частных лиц и предприятий как коммерческого, так и некоммерческого характера для создания, поддержания, и совершенствования имиджа конкретной территории.* В данном случае под территорией подразумевается регион России [5].

Специалисты, занимающиеся маркетингом территории, для привлечения туристов в регион используют четыре стратегии территориального маркетинга. *К основным стратегиям территориального маркетинга, которые нацелены на привлечение туристов, относятся четыре стратегии, а именно: маркетинг имиджа, маркетинг привлекательности, маркетинг инфраструктуры и маркетинг населения.* Рассмотрим каждую из этих стратегий подробнее. Первая стратегия – это маркетинг имиджа, основной целью которого является формирование, развитие и совершенствование положительного мнения о регионе у потенциальных туристов. Для этого регион принимает участие в различных выставках и мероприятиях, на которых органы, занимающиеся развитием туризма в данном регионе, могут представить все сильные стороны туристской отрасли данного региона и рассказать о перспективах развития этой отрасли. Второй стратегией является маркетинг привлекательности, нацеленный на повышение привлекательности данного региона для населения и посещающих его туристов. Данная стратегия неразрывно связана с третьей стратегией, которой является маркетинг инфраструктуры. Эту стратегию можно представить, как развитие жилищной, производственной и транспортной инфраструктуры для создания комфортных условий жизни и ведения хозяйственной деятельности в регионе. Маркетинг населения и персонала является четвертой стратегией территориального маркетинга и заключается в совершенствовании имеющейся рабочей силы и привлечении новой, при необходимости. Открываются университеты, которые занимаются подготовкой квалифицированного персонала, способного трудиться в туристской отрасли, а так же привлекаются трудовые ресурсы из других регионов. Ещё одним важным аспектом маркетинга персонала является привлечение в регион предпринимателей и инвесторов, способных создать новые рабочие места в регионе для трудоустройства населения и трудовых мигрантов [4, 5].

Существует большое количество маркетинговых инструментов, которые могут применяться в российских туристских регионах, но, в связи с существующими проблемами, далеко не все они могут применяться в сложившихся условиях.

Рассмотрим, какие инструменты маркетинга могут применяться для привлечения туристов в туристские регионы Российской Федерации. Основные инструменты маркетинга в регионах:

1. товар, которым выступает сам регион;
2. товарный знак или бренд данного региона;
3. оформление региональных выставок, ярмарок и прочих мероприятий, проводимых для туристов;
4. система скидок и программа лояльности;
5. персональные продажи туристских услуг или турпродуктов через турагентов;
6. реклама данного региона;
7. участие региона в выставках;
8. формирование общественного мнения о регионе.

Однако в зависимости от выбранной стратегии территориального маркетинга, каждый регион сталкивается с определёнными проблемами применения инструментов маркетинга. Первая проблема – отсутствие хорошей рекламы региона. Существует большое разнообразие в способах рекламы:

1. размещение рекламы региона на билбордах;
2. телевизионная реклама;
3. печать рекламных каталогов и буклетов, которые могут распространяться в офисах турагентств;
4. реклама в сети Интернет;
5. реклама в печатных источниках, которая уже уходит в прошлое.

Реклама в сети Интернет является наиболее эффективным способом привлечения туристов в регион. С этой целью туристские информационные центры регионов создают свои Интернет-порталы, размещая там всю необходимую информацию о регионе с точки зрения его туристской привлекательности. Однако портал будет эффективно работать только в том случае, если он будет не просто информативным, но и грамотно, красиво оформленным, удобным для пользования. Создание информативного, красиво оформленного и удобного туристского портала – неединственный способ рекламы региона в сети Интернет. Туристский регион также может договариваться о размещении информации о проводимых мероприятиях в регионе или же просто достопримечательностях этого региона на сайтах различных туроператоров или же на разнообразных туристских форумах [5].

Другой важной проблемой является неверное размещение рекламы на билбордах и отсутствие рекламных указателей к достопримечательностям и мероприятиям, которые проводятся в регионе. Туристы, самостоятельно путешествующие на автомобиле по регионам, могут не знать, как проехать к той или иной достопримечательности или месту проведения мероприятия. Решается данная

проблема путём установки понятных указателей вдоль дорог и размещения на билбордах информативных рекламных объявлений.

Огромное значение для региона имеет наличие у него собственного бренда или товарного знака. Брендинг территории – это процесс по созданию и управлению брендом, который включает в себя формирование, продвижение, развитие и репозиционирование бренда. Бренд туристской территории создается для того, чтобы выражать основные ценности и достоинства территории, её уникальность и миссию в туризме. Практически все туристские территории нашей страны обладают туристским брендом, но, к сожалению, не все эти бренды работают эффективно. Далекое не во всех регионах бренд территории отражает территориальную уникальность и достоинства. Важно понимать, что удачно работающий бренд – это не просто картинка, которая ассоциируется с какой-либо территорией, а целая ассоциативная цепочка. Это могут быть названия городов, девизы и слоганы регионов, определённый рисунок, при виде которого возникают положительные впечатления и желание посетить данную локацию. Только при учёте всех этих факторов бренд реально работает и привлекает туристов, а также способствует созданию положительного общественного мнения о регионе, что является ещё одним важным инструментом маркетинга в туристском регионе [5].

Для привлечения туристов в регион властям необходимо поддерживать на его территории проведение выставок, ярмарок, фестивалей и концертов. Но проблемой может стать отсутствие достаточного количества средств размещения в местах проведения мероприятий, низкая организованность и недостаточная реклама этих мероприятий или же неверная установка указателей и отсутствие схем проезда до места проведения мероприятия. В итоге туристы из других регионов приезжают только на один из дней многодневного мероприятия. Решением данных проблем может стать грамотный выбор места проведения мероприятия с достаточным количеством средств размещения, и представление рекламы об этом мероприятии и схем проезда во всех возможных источниках.

С целью налаживания контактов и развития туризма в регионе необходимо ежегодно участвовать в таких выставках как Отдых, Интурмаркет, МИТТ [3]. Основной проблемой участия в таких выставках для регионов является стоимость собственного стенда на выставочном пространстве. Поэтому далеко не все регионы России участвуют в таких выставках, так как не все могут позволить себе тратить бюджетные средства на участия в выставке, которая может и не принести желаемых результатов. Для решения этой проблемы региону следует привлекать перспективных инвесторов, которые бы могли вкладывать средства в развитие территории, в том числе, и в участие в выставках.

Среди всего многообразия видов туризма в регионах в настоящее время особенно выделяют сельский туризм, который охватывает широкий спектр видов

деятельности и развлечений, находящихся в сельскохозяйственных или неурбанизированных районах. Одним из направлений индивидуализации современного туризма стала концепция «новой деревни». Городской средний класс, в поисках «деревенской идиллии» прибывает в сельские районы, привнося в локальные сообщества свою систему ценностей, потребительские предпочтения и привычки. Граница между городом и деревней всё больше стирается, поскольку виды деятельности и образ жизни людей становятся идентичны. Жители городов, зачастую используя деревни для отдыха на выходных, для проведения отпуска или даже для длительного проживания, например, в летний сезон, преобразуют деревенское пространство в городское. Такие туристы, с одной стороны, становятся проводниками современной культуры, а с другой стороны, участвуют в создании туристского имиджа сельского района, интересуясь возрождением традиций, ремёсел и обычаев.

С середины 1990-х во многих европейских странах начал проявляться интерес к возрождению традиций и культурных ценностей в сельских местностях. Особую популярность получили кулинарные фестивали, многие из которых приобрели всемирную известность. Для многих сельских районов Европы, где не развита промышленность, нет полезных ископаемых и наукоёмких производств, зато имеются богатые культурные и природные ресурсы, туризм стал «спасательным кругом». Одной из тенденций последнего десятилетия является то, что сельский туризм становится важным инструментом обеспечения жизнедеятельности регионов, поскольку у жителей появляются возможности для самореализации, для создания семейного бизнеса, для получения дополнительного дохода, пусть и сезонного. Непосредственному предоставлению туристских услуг сопутствует продажа местных продуктов, сувенирной продукции и т.д. Известны мероприятия и фестивали, продолжающиеся на протяжении нескольких дней и даже недель, что означает возрождение или создание такой традиции, которая при наличии у местных жителей и администрацией достаточного количества ресурсов и желания способна поддерживать интерес туристов на протяжении длительного времени и обеспечивать существование и развитие региона.

Основными характеристиками сельского туризма являются большие пространства, низкий уровень развития прочих видов туризма в данном регионе и наличие возможности для посетителей соприкоснуться с аграрной средой и природой. Он имеет традиционный характер, и прочно связан с местными жителями. Главной формой сельского туризма является агротуризм, который включает посещение фермы, земледельческого, садоводческого или агропромышленного комплекса с целью развлечения, образования или активного участия в деятельности фермы или предприятия. Но несмотря на то, что сельский туризм предполагает проведение времени на фермах и в крестьянских хозяйствах, он также включает в себя пешие и конные прогулки, альпинизм, охоту, рыбалку, спорт, оздоровительный туризм,



участие в праздниках, фестивалях, ярмарках, изучение местного искусства, культурного наследия и ремёсел, а также, в некоторых регионах, этнический туризм. Таким образом, в настоящее время существует большое разнообразие продуктов и услуг, предлагаемых в сфере сельского туризма. Сельский туризм во многих аспектах влияет на современный бизнес и оказывает воздействие на экономическое развитие во всём мире. Правительство США осуществляет ряд региональных и общегосударственных проектов развития с целью повышения эффективности сельского туризма и фермерской активности в этом направлении. Австралийское и британское правительства также предлагают широкий спектр продуктов и услуг для развития туризма в сельской местности. Данный вид туризма рассматривается как способ расширения бизнеса, увеличения доходов, занятости в регионе, содействия социально-экономического развитию, например, посредством возрождения местных ремёсел. Степень, в которой эти преимущества реализуются, остаётся предметом многочисленных дискуссий. В научной литературе поддерживается мнение, что как инструмент экономического роста, туризм может внести важный вклад в доходы местных туристических операторов и локальной экономики в целом.

Во многих европейских странах сельские населённые пункты и территории, достигшие значительных результатов в развитии туризма, получают правительственную поддержку, направленную на повышение благосостояния жителей путём создания земельных кооперативов, трудовых общин и т.д. Привлечение туристов становится одной из первостепенных задач местного руководства. Сфера сельского туризма может находиться под централизованным управлением, предполагающим координацию коллективных действий какого-либо типа. Однако без самоорганизации и импровизации со стороны местных жителей централизованное управление никогда не даст положительных результатов, лишая людей предпринимательского стимула. В случае, если подобная ситуация сохраняется на протяжении долгого времени, местным жителям придётся заново учиться автономии, помогая им самостоятельно выходить на рынок туристских услуг, например, убеждая принять гостей. Роль мэра или сельского главы должна заключаться в распределении жилого фонда между местными жителями и туристами, создании каналов поставки продукции, участия в сохранении бренда региона в области контроля качества.

Однако почему некоторые сельские районы и деревни получают национальную или международную известность, в то время как другие, обладая теми же качествами и ресурсами, остаются неизвестными для широкой публики? В результате проведённого анализа, можно сделать вывод, что секрет успеха заключается в сотрудничестве всех тех, кто заинтересован в формировании нового туристского ландшафта. В существующих научных работах указывается на важность сотрудничества между субъектами, но мало исследований посвящено тому, как кооперативное поведение местных жителей влияет на туристский имидж сельских районов. Традиции и имидж

определённого сельского района не могут существовать сами по себе, им необходимо создание и поддержание. Первоочередными задачами становятся создание традиций и продуктов, формирующих образ сельского района, и его поддержание, защита локальных брендов.

Анализируя европейские региональные фестивали, можно определить, что их главной целью является создание привлекательного для туристов ландшафта, выражающееся в изобретении новых традиций для существующих поселений, и в продвижении местных продуктов. Долгосрочный успех созданной традиции зависит от разделения ценностей и интересов всеми участниками, а также от того, могут ли местные жители идентифицировать себя с новыми обычаями. В творческом процессе обычно задействованы эксперты, мэры, предприниматели и местные жители, причём все вовлечённые имеют разные мотивы и представления о реализации проектов. Индивидуальные действия и результаты накапливаются, порождая синергетический эффект. Таким образом, производство традиций и создание имиджа сельского района имеет много общего с процессами создания инноваций и формирования предприятий. Отсутствие взаимопонимания между участниками может в долгосрочной перспективе стать причиной неэффективного сотрудничества. Так, в сельских районах, никогда ранее не взаимодействовавших с туристами, местным жителям сложнее адаптироваться к изменившимся условиям жизни, повседневного быта и признать туризм в качестве нового источника существования. В районах, где туризм всегда занимал видное место в связи с культурными и природными особенностями местности, проблемы отсутствия взаимопонимания с жителями практически не существует. Тем не менее, анализ показывает, что даже там, где туризм не имел какой-либо продолжительной истории, создание новых традиций и мероприятий было успешным благодаря межпоселковому консенсусу, достигнутому благодаря связующей роли мэра между жителями, экспертами и предпринимателями. Заслугой экспертов становилось создание регионального брендового продукта, а жители принимали участие в создании музыкального фестиваля, посвящённого данному продукту. Стоит отметить, что без местных жителей данный фестиваль не был бы аутентичным и привлекательным для посетителей. Туризм, способствующий продвижению местной культуры, придаёт смысл народным традициям и обычаям, так как даже небольшие сельские праздники требуют аудитории. Мероприятия, делающие акцент на культурные ценности определённого места, могут быть успешными только тогда, когда они не отрываются от локальных общин. Местные жители необходимы, поскольку они являются представителями традиций, их повседневная жизнь и быт становятся красочными сценическими декорациями для туристов, создавая для них аутентичный опыт и впечатления. В результате успешного создания новых или возрождения древних традиций населённые пункты начинают формировать у туристов определённые ожидания от их посещения. Кроме того, уникальные ремёсла,

промыслы и развлечения, сувенирная продукция, блюда национальной кухни, которые характерны для конкретного места производства, становятся торговыми марками деревни или региона.

В заключение стоит ещё раз отметить перспективность сельского туризма. Данный вид туризма может быть очень разнообразен и интересен не только туристам, но и самим его организаторам, тем более что эта сфера деятельности только развивается. Туризм может стать одной из возможностей повышения местной производительности и доходов населения. Однако в реальности сельские общины сталкиваются с проблемой отсутствия необходимой инфраструктуры для поддержания потока туристов круглый год. Проведение мероприятий на ежегодной основе может стать решением данной проблемы, но отдельные события всё же ограничивают потенциальные выгоды для общин. Тем не менее, туризм, не являясь панацеей для всех проблем сельских районов, может стать одной из возможностей повышения местной производительности и доходов населения.

Рассмотрев основные проблемы, которые возникают при использовании маркетинговых инструментов в регионах России и предложив возможные перспективные решения, можно сделать вывод, что все эти проблемы возможно решить с помощью привлечения в регион специалистов в области территориального маркетинга для того, чтобы сначала найти все болевые точки в сфере туризма в регионе и, в последствие, найти оптимальные решения, которые помогут справиться с основными уязвимыми пунктами региональной туристской сферы. Но здесь существует ещё одна основная проблема: в России очень мало вузов, которые готовят маркетологов в туристской сфере, и занимаются они этим не так давно. Поэтому на сегодняшний день проблемы российского регионального туризма стоит начинать решать с подготовки молодых специалистов в области маркетинговой деятельности в туристской сфере.

Территориальный маркетинг играет важную роль в развитии региона и является одним из основных условий привлечения туристов в регион. Для этого применяется множество инструментов регионального маркетинга и проводятся различные мероприятия, нацеленные на развитие туристской отрасли в регионе. Так же важно выбрать правильную стратегию территориального маркетинга, которая будет подходить определённому региону.

#### *Список литературы*

1. Маркетинг / под ред. И. В. Липсица. М.: ГЭОТАР-Медиа, 2012. 576 с.
2. Овчинников В.Н., Колесников Ю.С., Кетова Н.П. Модернизация пространственной организации экономики российских регионов. Ростов н/Д: Содействие-XXI век, 2014. С. 100.
3. Официальный сайт Международной туристской выставки «Интурмаркет (ITM)». URL: [http:// www.itmexpo.ru](http://www.itmexpo.ru).

4. Иванова Ю.О. Специфика применения инструментов маркетинга в туристских регионах России // Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы. М.: МГИИТ им. Ю.А. Сенкевича, 2017. С. 119–127.
  5. Стыцюк Р.Ю., Иванова Ю.О. Практические направления совершенствования маркетинговой деятельности в сфере регионального туризма // Фундаментальные научные исследования: теоретические и практические аспекты. Кемерово: Западно-Сибирский научный центр, 2017. С. 68–71.
- 

*Ivanova Yu. O.*

## **INFLUENCE OF MARKETING INNOVATIONS ON THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN THE REGIONS OF RUSSIA**

***Abstract.** The article presents the analysis of the directions of improving marketing activities in the field of tourism in the regions of Russia. The theoretical foundations of the development of regional tourism are considered and practical recommendations are offered for improving its promotion. Inadequate or complete lack of marketing activities in the region to attract domestic and foreign tourists, leads to poor development of regional tourism. The need to solve this problem determines the relevance of this article.*

***Key words:** territorial marketing, marketing innovations, positioning, brand, tourism, destination, region.*

---

УДК: 339.138

## ТРАНСФОРМАЦИЯ ТРАДИЦИОННЫХ МОДЕЛЕЙ КОММУНИКАЦИЙ ТУРИСТСКОГО РЫНКА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

**Стыцюк Р. Ю.**

*доктор экономических наук, профессор,  
профессор департамента менеджмента,  
Финансовый университет при Правительстве РФ*

**Артемяева О. А.**

*кандидат экономических наук, доцент, доцент департамента менеджмента,  
Финансовый университет при Правительстве РФ*

**Аннотация.** В предложенной статье на основе анализа существующего опыта маркетинговой деятельности современных туристских компаний и систематизации теорий выявлены проблемы эффективности проводимых коммуникационных обращений современных туристских компаний; определены возможные пути трансформации традиционных моделей коммуникаций туристского рынка в условиях цифровизации с использованием комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций.

**Ключевые слова:** цифровизация, туризм, маркетинговые коммуникации, ИМК, реклама, PR, digital-marketing, «цифровые» потребители, каналы коммуникации, коммуникационная концепция.

Туризм является одной из самых перспективных и интенсивно развивающихся индустрией XXI века. Уникальность сферы туризма – специфика продажи и потребления туристских продуктов, поэтому предприятия в сфере туризма должны осуществлять непрерывную коммуникацию с потребителями, таким образом, современные туристские компании становятся источником коммуникаций, сопоставляя различные каналы и средства продвижения для формирования отношений со своими посредниками, потребителями и различными представителями общества. Рынок услуг особенно ярко переживает развитие маркетинговых коммуникаций, поскольку, как и в сфере туризма, продукт нематериален, а, значит, первоначальный фактор завоевания потенциального и удержание существующего клиента целиком и полностью лежит на доверии к организации. Следовательно, туристским компаниям необходимо разрабатывать целенаправленную стратегию по распространению положительных сведений о себе и своем продукте.

Успешность туристской компании в условиях перенасыщения рынка также могут предложить лишь новые концепции маркетинга, в частности, интеграция маркетинговых коммуникаций становится одной из главных гарантий процветания туристского бизнеса. К управлению комплексом маркетинговых коммуникаций нужно подходить системно и всестороннее, формируя конкретную цепочку маркетинговых коммуникаций, чтобы достичь нужных результатов. Маркетинговые коммуникации

помогают фирмам не только осуществлять информирование о своих продуктах, но и делать их выгодными, реализуя процесс коммуникации на всех этапах контакта с потенциальным и существующим клиентом. Сегодняшний покупатель – старше и мудрее, тем не менее он все еще легко достижим и доступен для новых ощущений. Необходимо следить за динамикой населения, старшее и младшее поколения могут быть объектом будущего источника прибыли, каждое из них может быть рассмотрено в качестве потенциальной группы потребителей в условиях экономической и политической нестабильности.

Проблема эффективности проводимых коммуникационных обращений современных туристских компаний лежит не только в отсутствии планирования и маркетинговых исследований, но в происходящем всеобщем изменении поколения потребителей (особенно их стремление к интерактивному общению), которое сильно ударило по традиционным моделям коммуникации. Телереклама стала дорогой и неэффективной, под влиянием интернета и других технологий произошла трансформация и появились новые каналы распространения информации. К тому же туристский рынок становится перенасыщенным, потребитель стал чрезвычайно избалованным на выбор среди множества предлагаемых услуг. Учитывая, что потребители стали более избирательными, умными и требовательными, усиление ценности бренда в восприятии целевых групп – это основное преимущество туристских предприятий. В сознание покупателя получаемая информация из различных каналов рекламы сливается воедино, маркетинговые (рекламные) обращения создают общее впечатление о компании. Следовательно, если информация, поступающая из разных источников, противоречива, это подрывает доверие к компании и ее туристским продуктам.

Сегодня становится актуальным переход к такому понятию, как комплекс интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК), который стал решением на возрастающие запросы современного продвижения товаров и услуг. «Взаимодействие всех форм комплекса коммуникаций, при котором каждая форма коммуникаций должна быть интегрирована с другими инструментами маркетинга и подкреплена ими для достижения максимальной экономической эффективности» [1] – говорит Поль Смит об ИМК. Цель ИМК – это добиться эффекта синергии, то есть согласованного использования нескольких маркетинговых коммуникаций, которые комплексно способны принести больший эффект, благодаря чему результат воздействия может превышать сумму воздействия каждой из них ( $1+1=4$ ) [18, 19].

Основу интегрированных маркетинговых туристской компании (ИМК) составляют принципы, которые вытекают из маркетинга отношений, в том числе:

1. Формирование интеграционных маркетинговых коммуникаций туристской компании начинается с исследования потребительских ожиданий и восприятий, которые с течением времени преобразуются в определенное отношение к туристской

компании и турпродукту, именно поэтому интеграция рекламных коммуникаций является и наиболее важным элементом при позиционировании туристской услуги или компании.

2. При реализации ИМК стратегии маркетинга и рекламы выступают единым целым – рекламные стратегии рассматриваются как естественное продолжение маркетинговой стратегии, именно такой подход к интеграции приводит к явному конкурентному поведению туристской организации, который направлен на получение конкурентных преимуществ, и внешних, и внутренних.

3. Идея интегрированных коммуникаций лежит в координации всех коммуникаций, проводимых организацией, однако отсутствие контроля над обращениями на разных уровнях управления приводит к ситуации, когда имидж турфирмы воспринимается неоднозначно и непоследовательно, т.е. должна существовать единая линия ответственности за все коммуникации, организованные турфирмой на целевой рынок (от внешнего вида офиса до прайс-листов на предлагаемые турпродукты).

4. Комплекс интеграции коммуникаций ориентирован не только на информирование целевого рынка, но также и на установление обратной связи с потребителями, – канала доверия, поэтому туристская фирма, которая использует все возможные коммуникационные инструменты, становится более эффективной.

5. Использование ИМК позволяет планировать коммуникации в отношении различных сегментов целевого рынка, чтобы они точнее соответствовали характеристикам отдельных потребителей.

Анализ показал, что современным туристским компаниям особенно не хватает компилятивного эффекта коммуникационных инструментов, зачастую маркетинговой деятельности в целом не уделяется должное внимание и финансирование. Понимание и развитие навыков влияния и убеждения – это основа успешной деятельности по продвижению в отношении делового мира. В этой связи для создания платформы продвижения необходимо использовать маркетинговую коммуникационную модель, представленную Лавиджем и Штейнером (1961 г.), The Hierarchy of Effects Model (таблица 1).

Данная модель коммуникаций объясняет прежде всего процесс вовлечения потребителя с момента впервые увиденного рекламного обращения до момента осуществления покупки услуги.

Она состоит из шести ступеней, которые впоследствии можно объединить в три категории потребительского поведения. В целом, коммуникационная модель отражает саму суть влияния рекламы на решения клиента – покупать или не покупать рекламируемый продукт спустя какое-то количество времени. Данная модель также используется, чтобы сформировать структурированную систему рекламных обращений посредством различных коммуникационных средств с целью

последовательного доведения клиента до момента совершения покупки. Помимо непосредственной интеграции коммуникационного комплекса с другими составляющими маркетинга, наблюдается тенденция к повышению значимости продвижения туристской компании. При этом к составляющим последнего применяются более жесткие требования, так как именно средствами, образующими основные элементы комплекса продвижения, достигается нужное направление коммуникационного воздействия [14–17].

Таблица 1

**Характеристика маркетинговой коммуникационной модели  
Hierarchy of Effects Model**

<b>Customer behavior / Потребительское поведение</b>	<b>Hierarchy of Effects Model</b>	<b>Marketing objectives / Маркетинговые цели</b>
Cognitive / Когнитивное поведение Ознакомление с продуктом, понимание продукта, формирование точки зрения в отношении продукта и пр.	1. Awareness / Осведомленность	1. Информировать потребителя
	2. Knowledge / Знание	2. Обеспечить легкодоступность всей имеющейся информации
Affective / Аффективное (эмоциональное) поведение Какие эмоции вызывает продукт, ассоциации, соответствие системе ценностей и пр.	3. Liking / Симпатия	3. Убедиться, что клиенту нравится продукт, если нет, то найти и исправить проблемные зоны
	4. Preference / Предпочтение	4. Заставить потребителя выбрать (привлечь максимум внимания) продукт
Conative / Конативное (волевое) поведение Принятие решения, умозаключение и пр.	5. Conviction / Убежденность	5. Создать желание купить продукт
	6. Purchase / Покупка	6. Обусловить ситуацию совершения покупки

Для того, чтобы выбрать наиболее эффективные каналы коммуникации, необходимо учесть специфику туристского продукта, характеристику целевого сегмента, цели и концепцию кампании, предполагаемые финансовые ресурсы, а также механизм сообщения инструментов коммуникации в процессе реализации кампании. Рассмотрим традиционные и инновационные ATL – инструменты для туристского рынка.

*Реклама на TV.* Компания Mediascope проводит крупные исследования в сфере метрики рейтинга и охвата всего медиaprостранства России. В 2018 г. на медиа-конференции одним из проектов Mediascope стал BigTV Rating, ставший одним из наиболее используемых ресурсов российскими компаниями для определения стратегии в телевизионной рекламе. Согласно представителям Mediascope, поколение Y (родившиеся с 1982 по 1998 г.) является основным пользователем медийного пространства. Это молодые люди в возрасте от 18 до 34 лет. Их доля телевизионного просмотра (63%) приходится на такие крупные молодежные каналы как «Пятница», «СТС», «ТВ-3», «ТНТ» и др. Mediascope отразил в своих отчетах, что телевидение охватывает 98%, представителей поколения Y (суточный охват 58%). При



распределении рекламного бюджета компании выделяют на рекламу ТВ более 40%. На московском телевидении высокие позиции в отношении доли просмотров заняли следующие каналы: Россия-1 (13,1), Первый канал (12,8), ТНТ (12,6). Каналы, подходящие нам по бюджету и аудитории, имеют следующие доли: ТВ-3 (4), Пятница (3,5), Ю (2), СТС Love (0,1). Канал 2x2 в 2016 году потерял 27% аудитории, и рекламщики прогнозируют скорую ликвидацию канала, следовательно, использовать данный канал видится нецелесообразным [2]. Процент продвижения продуктов категории туризма и отдыха в рекламных бюджетах каналов федерального вещания составил 1,6% [3].

«Пятница!» – развлекательный канал; концепция бренда выстроена вокруг познавательных и life-style программ, посвященных удовольствию в жизни: путешествия, еда, шоппинг, красота и пр. По данным компании Mediascope, в 2016 году телеканал «Пятница!» в среднем в месяц смотрело 42,5 млн. человек, что на 11% больше, чем показатели 2015 года. За 1 кв. 2016 г. аудитория канала составила 193 тыс. человек. По структуре аудитории мужчины и женщины в возрасте от 18 до 34 составляют 50%, доход 60% которых средний или высокий.

«Ю» – развлекательный канал, целевая аудитория которой молодые девушки и парни, охотно интересующихся новинками в области красоты и моды, путешествиями, веяниями в индустрии развлечения. В 1 кв. 2016 г. аудитория составила 120 тыс. человек, в среднем в месяц за 2016 г. канал посмотрело 33 млн. человек. По структуре аудитории – это в основном женщины в возрасте от 18 до 37 лет, бюджет – средний.

«СТС love» – новый телеканал развлекательной направленности для молодежи. За 2016 г. телеканал в среднем смотрело 21 млн. человек, аудитория за 1 кв. 2016 г. – 78 тыс. человек. Целевая аудитория канала – молодые люди от 14 до 32 лет, ядро аудитории - девушки (60%, в возрасте от 18 до 30).

В настоящий момент существует несколько подходов к формированию стоимости размещения рекламного ролика, однако наиболее популярной считается следующая формула:  $P = CPP \times GPR 30'$ , где CPP – cost per point, стоимость за пункт рейтинга (показ целевой аудитории), GPR 30' – набираемый рейтинг за хронометраж в 30 сек. В таблице 2 приведены данные, отражающие рейтинг и стоимость телевизионных носителей.

*Реклама на радио.* Выбирая из сотни имеющихся радиостанций, вещающих на территории г. Москвы, автор предлагает реализовать рекламные обращения на следующих радио каналах, руководствуясь структурой аудитории (возраст от 18 до 35) и показателем количественного охвата за неделю в среднем: Радио Energy (1,2 млн. чел. за неделю), Love Radio (854 тыс. чел. за неделю), Дорожное радио (723 тыс. чел. за неделю) [4]. Все перечисленные радиостанции слушает целевой сегмент – молодые люди в возрасте от 18 до 37, в совокупности по финансовому статусу «обеспеченные» и «высокообеспеченные» составляют 65%. Среди них в среднем 25% руководителей,

27% специалистов, 17% студентов. Средняя стоимость размещения текстового объявления 30 р./сек.

Таблица 2

**Рейтинг и стоимость телевизионных носителей**

Название телеканала	GPR 30'	Средняя стоимость размещения за 10 сек. ролик (off-time)
«Пятница!»	56 917	275 тыс. руб.
«Ю»	31 635	180 тыс. руб.
«СТС Love»	29 319	89 тыс. руб.

*Реклама в печатных изданиях (СМИ).* Наиболее привлекательными с точки зрения размещения рекламы в печатных изданиях выступают журналы в жанре life-style, выходящие ежемесячно и ведущие активную деятельность в социальных сетях. В таблице 3 приводятся данные по аудитории печатных носителей (печатные издания рассматриваются по геолокации – г. Москва).

Примечательно то, что размещение исключительно в изданиях туристской направленности не несет в себе большой целесообразности, поскольку целевая аудитория чаще обращает свое внимание на ресурсы другой направленности: food, travel, life-style и пр. Средняя стоимость размещения (цена варьируется от комплектации журнала, расположения в журнале, количества символов и пр.) – 250 тыс. рублей за ½ полосы, или же 30 р. 1 кв. см. Основную аудиторию составляют читатели от 18 до 42 лет, 65% из которых обеспечены или высокообеспечены [5].

Таблица 3

**Аудитория печатных носителей**

Название издания	Аудитория одного номера / Average Issue Readership (AIR) за 1 кв. 2018 г. (тыс. ч.)	Полугодовая аудитория 2018 / I (тыс. ч.)
Elle	168.3	423
Women's Health	75	186
Вокруг света	833	2181
Discovery	320	765

*Наружная реклама.* Несмотря на то, что целевой сегмент туристского рынка не относится к группе мало обеспеченного населения, большинство молодых людей пользуются наземными и подземными транспортными городскими системами ввиду их удобства. Следовательно, для того чтобы увеличить вероятность напоминания о рекламируемом туристском продукте и бренде, целесообразно размещать рекламу формата outdoor («вне дома» или «окружение»). Наружная реклама позволит максимально охватить аудиторию, а также создаст визуальный контакт потенциального потребителя с рекламируемым продуктом (или рекламным продуктом), что очень важно, учитывая специфику туристского маркетинга.

*Реклама в интернете.* На сегодняшний момент, в глобальной сети Интернет существует два основных вида рекламы в интернете: медийная и контекстная.

Единицей медийной рекламы является либо вся площадка, либо определенная ее часть, на которой и расположено рекламное обращение. Медийная реклама реализуется из расчета охвата «целевой» аудитории, ее главной задачей является показ максимальному количеству «нужных людей». Оплачивается по числу показов рекламных баннеров, либо же по времени размещения, то есть единицей стоимости рекламы является, опять же, охват, как в телевизионной или радиорекламе.

Единицей контекстной рекламы является индивидуальный запрос пользователя, его интерес к той или иной тематике. Контекстная реклама – это один из наиболее эффективных инструментов привлечения людей на сайт, повышения конверсии сайта или блога компании (например, Google AdWords). Реклама рассчитана на контакт с пользователями, которые явно выразили интерес к рекламируемому предмету. Условием реализации контекстной рекламы является отбор нужной аудитории по интересу, проявленному самими пользователями. Это вид интернет-рекламы, демонстрируемой пользователю в зависимости от содержимого интернет-страницы, на которой она расположена (рекламный материал должен соответствовать контексту, содержанию интернет-страницы). Носителями могут быть графическое объявление, баннер или видеоролик [6]. Выгодность данного вида рекламы еще в том, что оплата осуществляется только за переходы заинтересованных пользователей, а не за общее число показов.

В своей книге [7], Ф. Вирин констатирует следующую статистику: совокупно на медийную и контекстную рекламу приходится сегодня 90 % от всего оборота интернет-рекламы как на Западе, так и в России. Еще 10 % рекламных бюджетов приходится на большое количество «малых» видов рекламы: SMM, вирусная реклама, нестандартная реклама и спецпроекты и т.д.

Наиболее эффективным и продуктивным методом продвижения в медийной рекламе В. Холмогорова [8] называет promotion с использованием баннеров. Баннером (от англ. banner – знамя) называют рекламное изображение фиксированного размера, как правило, содержащее анимацию, которое выполняет роль гиперссылки на тот или иной ресурс Интернета. В сфере туризма баннеры должны отображать лого компании, а также информацию: либо по существующему турпродукту (адекватное соотношение цены-качество), либо приглашение на семинар, организованный руководством компании.

Представленная выше группа рекламных обращений направлена на массовый охват аудитории с целью создания «информированности», предполагает осведомление потребителей о компании, создает интерес к предлагаемому туристскому продукту, создает интригу. Высокая узнаваемость туристского бренда позволит осуществить более успешные маркетинговые коммуникации в отношении целевой группы посредством проведения VTL-коммуникаций.

*Direct-marketing (прямой маркетинг)*. Благодаря широкому охвату клиентов, ранее не сотрудничавших с туристской компанией, с помощью прямого маркетинга становится возможным расширить контактную базу, включая полученные адреса электронных почт, номера телефонов, аккаунты в социальных сетях.

Маркетологу туристской компании важно найти каналы, которые бы обеспечили качественную обратную связь и наилучшую окупаемость инвестиций. Выделим несколько каналов, где бы туристская компания могла продвигать свой бренд:

- e-mail маркетинг (один из самых бюджетных способов увеличения продаж, который может быть автоматизирован, например, подписка на рассылку, и заведение базы потенциальных клиентов);
- поисковый маркетинг (рост посещаемости сайта целевой аудиторией);
- партнерский маркетинг, при котором партнеры получают вознаграждение за приведенного гостя;
- социальные медиа и блоги;
- мобильные приложения;
- инфографики;
- Online PR.

Одним из первых средств директ-маркетинга, которое должно быть внедрено в коммуникационную кампанию – это e-mail-маркетинг. Большинство руководителей отечественных туристских компаний не отличают e-mail-маркетинг от обычной рассылки. Рассылка – это, по сути, факт того, что вы отправляете сотни сообщений тысячам покупателей, когда электронный маркетинг – это регулярный процесс формирования отношений с конечным потребителем. Именно поэтому необходимо дорожить каждым потребителем, подготавливая рекламное обращение в ненавязчивой и дружеской форме. В идеале, говорит Дмитрий Кот в своей книге [9], 80% текста должны представлять информацию, полезную для читателя, и только 20% должно составлять рекламную часть. Итогами правильного ведения e-mail-маркетинга станут: увеличение посещаемости сайта, повышение продаж, улучшение отношение к бренду фирмы (следовательно, повысится и лояльность), сокращение бюджета на события, проводимые компанией.

Обращая внимание к *PR-инструментам*, отражающим наибольшую действенность, следует понимать, что это достаточно актуальное средство коммуникации в России, поскольку страна постоянно подвергается различного рода политическим и финансовым кризисам. Очевидно поэтому уделять внимание PR-кампаниям очень важно, чтобы управлять кризисами, снимать общественное напряжение, возвращать доверие к деятельности туристской компании. Тем не менее, PR-деятельность в туризме развита чрезвычайно слабо и даже имеет косвенный фактор пользы в глазах отечественных менеджеров по рекламе в силу их неопытности.

Среди возможных методов PR-продвижения туристской компании и ее продуктов целесообразно ее непосредственное участие в выставках различного уровня. Это позволит компании одновременно решать проблемы сбыта и определять круг покупателей и партнеров. Именно выставочная деятельность во многом способна оказать значительное влияние и в процессы ценообразования фирмы, в анализе конкурентных продуктов, в разработке стратегии формирования своего туристского продукта, и, конечно, в совершенствовании комплекса маркетинговых коммуникаций фирмы. Для наибольшей эффективности участия в выставке, туристской компании необходимо тщательно подходить к ее выбору, первостепенной задачей является решение об уровне выставки. Существенным преимуществом международных выставок является поиск партнеров для сотрудничества, к тому же участие на международном уровне свидетельствует о надежности и профессиональности туристской компании. Однако, рассматривая варианты региональных выставок – видится обязательным участие в следующих выставках: МИТТ и Интурмаркет. Обе эти выставки являются наиболее крупными, которые реализуются также на международном уровне, но базируются в России в г. Москве. Помимо изучения реального рынка, конкурентов и информирования о своих возможностях, выставочная деятельность способствует поддержанию имиджа и престижа компании, подтверждая солидность фирмы-участника.

*Творческие семинары.* Проведение публичных семинаров, презентаций и «встреч» напрямую с потребителями – это один из наиболее эффективных способов выгодно преподнести свои услуги гостям мероприятия, создать эффект «сарафанного радио» и, конечно, установить отношения долгосрочной перспективы с потенциальными клиентами. Варианты ивентов: презентация специфического туристского продукта, организация «культурного вечера» в стиле страны посещения: национальная еда, костюмы и музыка; презентация туристской компании, приглашение преподавателя по языку страны посещения для бесплатного урока и др.

Подобного рода семинары, где приветствуется открытый диалог между компанией и клиентами, зачастую и создают прочную платформу для создания «осязаемости» бренда, в котором заложено не только название, но и философия и видение компании, которые она разделяет сообщая со своими клиентами. Помимо этого, данные встречи способствуют повышению доверия к туристской компании, так как свидетельствуют о высоком уровне организованности и профессиональности. Гости мероприятия реализуют «часть» туристского продукта в реальный момент времени, что, несомненно, имеет значимое влияние на последующее решение о покупке продукта. Также, следуя правилам интегрированности, специально и эксклюзивно для участников ивентов предусмотрены скидки, бонусы и другого вида поощрения в случае, если они решат приобрести услуги конкретной туристской компании.

Один из последних трендов *digital-маркетинга* – это вовлечение инфлюенсеров в комплекс продвижения услуг туристских фирм с целью увеличения продаж и создания положительного имиджа компании. Инфлюенсеры – это те люди в цифровом пространстве, которые располагают серьезным влиянием на потребительское мнение. Инфлюенсеры выступают инициаторами современной формы «Word of mouth», оригинальная подача рекламного материала в форме личной рекомендацией рассматривается как наиболее эффективная форма рекламы, которая построена, в первую очередь, на ценности бренда.

Согласно исследованиям компании Twitter [10], 49% людей, читателей блога, полагаются на советы и рекомендации инфлюенсера. 40% людей пользуются услугами, увиденными в рекламных материалах блоггеров и журналистов. Данный элемент продвижения носит рекомендательный характер, поскольку сотрудничество посредством приглашения в свои туры обходится в среднем достаточно дорого. Приобретение рекламного пакета в публикуемых инфлюенсерами материалах видится наиболее выгодным при соотношении факторов цена-качество. Немаловажны ответы на комментарии в глобальных сетях, таких как Booking.com и Tripadvisor. Москва на отмеченных выше сайтах оставляет комментарии в большинстве случаев на негативные отзывы, в сравнении с проанализированными конкурентами. Важность этих сайтов также обуславливается возможностью проводить аналитику среди различных категорий путешественников: семей, индивидуальных путешественников, пар, компании друзей и деловых туристов.

Формат общения с потенциальными потребителями проходит посредством публикации ранее подготовленного контента, а также прямого контакта с аудиторией через предложенный функционал выбранной социальной сети.

Существует три основные поведенческие категории:

1. пассивные наблюдатели – 35% аудитории;
2. участники обсуждений и дискуссий – 50%;
3. генераторы контента – 15%.

Например, в тематике туризма число «участников обсуждений» преобладает. Люди, по большей части, менее склонны создавать свой собственный контент, но активно присоединяются к существующим обсуждениям. Тем не менее, принципиальное значение имеет поддержка третьей группы – создателей авторского контента на базе предлагаемого (или уже реализованного) туристского продукта. UGC (user generated content) – это один из важнейших показателей успешности деятельности любой компании, поскольку здесь потребитель сам генерирует контент и делится им со своим окружением. Даже рецензии на TripAdvisor носят характер повествования – 4 из 5 пользователи TripAdvisor «обычно» или «всегда» читают обзоры, прежде чем принимать решение о поездке, особенно это актуально среди австралийских путешественников (82%) и поколения X (74%) [11].

Основу коммуникации в социальных медиа составляют материалы, которые компания публикует на своих страницах и социальных профилях. Главное, чтобы публикуемые обращения были основаны на интересах ЦА (целевой аудитории).

Элементы контентной стратегии учитывают:

- основные темы публикаций;
- частоту публикации;
- стилистику публикаций;
- время публикации;
- соотношение промо-постов и нейтральных постов.

Значительной ошибкой туристских компаний, только начинающих свою деятельность в пространстве социальных сетей – это дублирование материалов на всех своих площадках. Такой подход к контенту вызывает у одной и той же аудитории чаще всего отторжение.

Digital-marketing постоянно развивается, появляются новые инструменты взаимодействия с аудиторией. Именно последнее словосочетание «взаимодействие с аудиторией» является целью данного направления. Покупатели сами формируют желаемые продукты и услуги, имеют возможность напрямую общаться с компаниями, оставлять комментарии и быть услышанными. Одновременно даже небольшие компании с минимальными капиталовложениями могут продвинуть свой бренд, донести информацию о своих товарах и услугах до миллионов потенциальных клиентов и вырасти в крупную корпорацию. Важно отметить, что уровень лояльности также возможно поднять при помощи Digital каналов [20,21]. Для того, чтобы создать у потребителя туристских услуг эмоциональную привязанность, так как лояльность является эмоциональной характеристикой наряду с экономической, необходимо наладить с ним диалог. Инструменты цифрового маркетинга позволяют создавать повторные контакты с уже существующими потребителями туруслуг. Представительства туристской компании в интернете, официальные сообщества, приложения в социальных сетях, аккаунты в социальных медиа способствуют повышению привлекательности компании среди её клиентов. Возможно проведение акций, конкурсов, опросов, чтобы «подогреть» интерес со стороны потребителей и повысить их вовлеченность. Более того, аккаунты в социальных сетях позволяют обеспечивать обратную связь со всеми типами клиентов [13, 24–25].

Отметим, что оценка эффективности – это последний этап реализации коммуникационной кампании. Подготовка к оценке эффективности кампании начинается уже в ходе ее проведения (сбор и систематизация данных, учет статистических показателей, анализ релевантности рекламных материалов). Необходимо фиксировать все поступающие звонки, запросы и устранять возникающие в ходе кампании недостатки. Под эффективной коммуникацией обычно подразумевается такая коммуникация, при которой по факту реализации

увеличивается знание бренда и изменяется потребительское поведение (повышается вероятность предпочтения рекламируемого бренда в точках показа).

Основным источником проблемы определения эффективности являются трудности количественного выражения эффекта конкретной совокупности коммуникаций. Затруднительно определить, насколько выросла выручка именно из-за вложенных в коммуникационную деятельность конкретных денежных сумм. Оценка эффективности в целом связана с изучением комплекса взаимовлияющих факторов, вопросов и проблем, изучение которых видится практически невозможным. К тому же туристские услуги считаются дорогостоящим приобретением, в этом случае эффект от коммуникации проявляется далеко не сразу. Общепринятое понятие эффективности коммуникаций содержит в себе множество неоднородных по содержанию критериев, рассмотрим два из них – это психологический эффект и экономический эффект.

Туристской компании необходимо отслеживать статистику заинтересовавшихся рекламой лиц посредством установки нескольких каналов для телефонной связи с необходимым оборудованием в зависимости от рекламного носителя. Распределение звонков происходит автоматически. Таким образом, появляется возможность проанализировать коммуникационную эффективность рекламных решений.

Для того, чтобы оценить коммуникативную эффективность с точки зрения психологического воздействия необходимо использовать психологический метод оценки кампании Токарева Б. Е. Согласно Токареву, есть три важных метода оценки психологического воздействия: опрос; наблюдение; эксперимент (например, фокус-группы) [12]. При оценке коммуникативного эффекта наиболее правильно проводить опрос в форме анкетирования, заключающейся в получении устных и письменных ответов на поставленные вопросы. При этом необходимо заранее тщательно продумать и подготовить все вопросы. Анкеты должны быть разосланы всем подписчикам сайта на электронную почту, также в ходе персонального общения будет возможность задать вопросы в анкетном перечне. Также, всем пришедшим клиентам в туристскую компанию, необходимо предлагать заполнить анкету, которая включает в себя вопросы: Как Вы оцениваете рекламу? (Исходя из критериев «красочность», «информативность», «доступность для понимания»). Что запомнилось больше всего в рекламе?

Исследования, проведенные под руководством авторов в 2018 году (общая совокупность заполнивших анкету потенциальных туристов составила 484 человека), показало, что наибольшее количество человек узнало о существовании туристской компании «Coral Travel» через интернет (100 человек / 35,4%). Наименьшее количество человек ознакомилось с деятельностью фирмы посредством наружной рекламы (37 человек / 13%).

Анализ показал, что, наибольшее количество человек узнало о существовании турфирмы через Интернет, социальные медиа, мобильное пространство и авторское



телевидение (67,4%). Наименьшее количество человек ознакомилось с деятельностью фирмы посредством наружной рекламы (13%). Увеличение бюджета на расходы интернет-рекламы могут привести к увеличению числа, позвонивших в фирму (70%). Результаты анкетирования на предмет «Как Вы оцениваете рекламу?» показали, что 63% клиентов, прошедших анкету, отдали свое предпочтение критерию «доступность для понимания» – так, реклама в интернете была определена как наиболее доступный для понимания инструмент коммуникаций (10 баллов), а радиореклама оказалась наиболее информативной (8 баллов).

В заключение отметим, что компаниям, действующим на туристском рынке, необходимо адаптировать систему управления маркетинговых коммуникаций на примере коммуникационной кампании в едином контексте, в которой каждый из инструментов продвижения будет дополнять другой и следовать единой бренд-стратегии, формирующей целостное представление о туристской компании и предлагаемых продуктах в восприятии и сознании потребителя. Коммуникационная кампания должна быть разработана с вовлечением элементов системы *experiential advertising* (эмпирическая реклама / реклама впечатлений), которая на западе имеет широкое распространение, особенно в области международного туризма. Данный маркетинговый подход в продвижении вызывает все типы эмоций, ощущений и состояний потребителей. Эксперты западного маркетинга включают рекламу «потребительского опыта» в комплекс так называемой «эмоциональной» рекламы, поскольку такая реклама разрабатывается с целью воодушевить и создать эмпирическую ценность для целевой аудитории. *Experiential* маркетинг, его инструменты и приемы, помогают эмоционально вовлечь потенциального потребителя в коммуникацию с брендом, а существующие технологии *experiential advertising* способствуют установлению более прочных отношений, вызывая чувства у потребителя по отношению к туристским продуктам бренда.

Учитывая все вышесказанное, можно говорить о том, что маркетинговые коммуникации в настоящее время определяют успех любой компании. Специфика туристского продукта не предполагает понятия гарантии, надежности или предварительной оценки, именно поэтому необходимо постоянно поддерживать отношения с клиентом, проводя комплекс мероприятий, нацеленных на усиление ценности бренда и формирование положительного отношения к рекламируемым туристским продуктам. Важно понимать, что век цифровых технологий заставляет компании постоянно последовательно взаимодействовать с посредниками и конечными потребителями, коммуникация перестает быть однонаправленной, существенным элементом становится обратная связь – так туристская фирма может управлять не только общественным мнением, но и следить за контролем качества выполняемых услуг. В мире неостанавливающейся технологической эволюции, экономика «цифровых» потребителей постепенно меняется – их поведение,

восприятие СМИ, уровень взаимодействия, ожидания и пр. Такие изменения, также как и высококонкурентная среда, заставляют компании внедрять инновационные подходы в свои маркетинговые стратегии и коммуникационные инструменты в частности. Происходит сбор и систематизация big data («больших данных») с целью обеспечения более «умных» каналов связи с их целевыми аудиториями.

В настоящий момент необходимо непрерывно искать новые коммуникационные инструменты, методы сегментирования и таргетирования; осуществлять наиболее эффективные решения касаясь выбираемых медиа – в правильный момент, с правильным обращением и по низкой цене. Выбор коммуникационных инструментов должен осуществляться в зависимости от стадии процесса принятия решений клиентом, с целью последовательного и постоянного стимулирования конечного потребителя к совершению сделки. Эффективный микс коммуникационных инструментов должен базироваться на концепции и целях туристской компании, целевой аудитории и конкурентной среды. Для того, чтобы быть успешным игроком, современная туристская компания должна обладать конкурентным преимуществом посредством коммуникационной дифференциации, используя мощные «идеи» и реализуя возможности новых технологий. Разработка «сильной», с точки зрения воздействия, коммуникационной концепции для целевой аудитории, которая сопровождает и облегчает движение по процессу принятия решений соответствующими средствами коммуникации, является правильным способом построения эффективной маркетинговой коммуникации.

#### *Список литературы*

1. Смит П.Р. Маркетинг в вопросах и ответах. М.: Баланс Бизнес Букс, 2004. 312 с.
2. Mediascope / TNS. URL: <http://mediascope.net/>
3. Телевидение в России в 2016 г. Отраслевой доклад: URL: [URL: //E:/INTERNET2/file.pdf](http://E:/INTERNET2/file.pdf).
4. Mediascope / Radio Index. URL: [http://mediascope.net/upload/iblock/6ba/RI\\_2019\\_2\\_report.pdf](http://mediascope.net/upload/iblock/6ba/RI_2019_2_report.pdf).
5. Mediascope / NRS. URL: [http://mediascope.net/upload/iblock/974/NRS\\_2019\\_1.pdf](http://mediascope.net/upload/iblock/974/NRS_2019_1.pdf).
6. Ромат Е.В. Реклама: практическая теория для бакалавров и магистров / Е. Ромат, Д. Сендеров. СПб.: Питер, 2016. 542 с.
7. Вирин Ф.Ю. Интернет-маркетинг: полное практическое руководство. М.: Эксмо, 2012. 30 с.
8. Холмогоров В. Интернет-маркетинг. СПб.: Питер, 2002. 272 с.
9. Кот Д. E-mail маркетинг. Исчерпывающее руководство. М.: МИФ, 2015. 140 с.
10. TWITTER BLOG / New research: The value of influencers on Twitter. URL: [https://blog.twitter.com/marketing/en\\_us/a/2018/new-research-the-value-of-influencers-on-twitter.html](https://blog.twitter.com/marketing/en_us/a/2018/new-research-the-value-of-influencers-on-twitter.html).
11. TripAdvisor. URL: <https://tripadvisor.mediaroom.com/us>.
12. Токарев Б.Е. Маркетинговые исследования рыночных ниш. М.: ИНФРА-М, 2013. 272 с.
13. Инновационный маркетинг / под ред. С. В. Карповой. М.: Юрайт, 2016. 457 с.
14. Маркетинг: теория и практика / под ред. С. В. Карповой. М.: Юрайт, 2013. 408 с.

15. Маркетинг и современность: коллективная монография /под общей ред. С.В. Карповой; отв. ред. О.Н. Романенкова. М.: Изд-во «Вузовский учебник», 2014. С. 362.
16. Маркетинговые исследования. Теория и практика / под ред. О. Н. Романенковой. М.: Юрайт, 2014. 315 с.
17. Маркетинговые коммуникации: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С.П. Азарова [и др.]; под ред. О. Н. Жильцовой. М.: Юрайт, 2014. 456 с.
18. Казакова Н.В., Карпова С.В., Рожков И.В. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности в сфере инноваций // Научные труды Вольного экономического общества России. Т. 130. М., 2010.
19. Рожков И.В. Структурно-функциональный анализ моделей маркетинговых информационных систем // Научные труды Вольного экономического общества России. Т. 127. М., 2009.
20. Рожков И.В. Совершенствование технологий маркетинговой деятельности в процессе информатизации общества // Экономика. Бизнес. Банки. 2013. № 4 (5). С. 79–91.
21. Рожков И.В. Маркетинговые информационные системы: современные подходы к определению и использованию // Управленческие науки. 2013. № 3. С. 68–75.
22. Рожков И.В. Современные направления применения информационных технологий в маркетинге // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. 2013. № 1. С. 113–122.
23. Рожков И.В. Информационные системы и технологии в маркетинге: Монография. М.: Русайнс, 2014. 196 с.
24. Стыцюк Р.Ю., Артемьева О.А., Рожков И.В. Роль инновационной деятельности в повышении конкурентоспособности современных организаций // Экономика и управление в машиностроении. 2014. № 5. С. 33–35.
25. Стыцюк Р.Ю., Артемьева О.А., Рожков И.В. Маркетинговая ценность символического сообщения в обществе постмодерна // Экономика и управление в машиностроении. 2014. № 6. С. 72–74.

---

*Stytsiuk R. Yu., Artemyeva O. A.*

### **TRANSFORMATION OF TRADITIONAL MODELS OF COMMUNICATIONS OF THE TOURISM MARKET UNDER THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION**

***Abstract** The purpose of the study is based on an analysis of the existing experience of the marketing activities of modern tourist companies and systematization of theories, identify challenges effectiveness of communication references of modern tourist companies identify possible ways of transforming traditional patterns of communication in terms of the tourist market of digitalization, using integrated marketing communications.*

***Key words:** digitalization, tourism, marketing communications, IMC, advertising, PR, digital marketing, “digital” consumers, communication channels, communication concept.*

---

УДК: 338.24

**ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОЦЕССОВ РАЗВИТИЯ  
ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ*****Розанова Т. П.***

*доктор экономических наук, профессор,  
проректор по непрерывному образованию,  
Финансовый университет при Правительстве РФ*

***Стыцюз Р. Ю.***

*доктор экономических наук, профессор,  
профессор департамента менеджмента,  
Финансовый университет при Правительстве РФ*

*Аннотация.* В статье проведена классификация туристских продуктов, приведена характеристика туризма как комплекса взаимосвязанных структурных элементов, а также выделены особенности формирования процессов развития туризма в современных экономических условиях. Сделан вывод о том, что, являясь одной из форм международных экономических отношений, туризм приобрел значительные масштабы и оказывает влияние на экономические, политические и культурные связи между государствами.

*Ключевые слова:* туристский продукт, классификация туристских продуктов, комплексный подход, процессы развития туризма, туризм, определение туризма.

С 1920-х гг. объектом международного регулирования становятся международный туризм и туристические услуги. В 1925 году Лига наций совместно с первым международным съездом туристских организаций дают свое определение туризма, туриста и смежных понятий [1, 7, 8]. В период с 1937 по 1990 гг. были разработаны основные определения и классификации в сфере международного туризма [2, 3, 4]. В современной юридической литературе и международных актах предлагается ряд определений понятия туризма. Манильская декларация по мировому туризму 1980 года охарактеризовала туризм как деятельность, которая имеет большое значение в жизни народов и непосредственно воздействует на экономическую, образовательную, культурную и социальную сферы государств и их международные взаимоотношения. Само определение понятия туристский продукт вызывает большие дискуссии среди ученых во всем мире. Наиболее распространенные определения туристского продукта систематизированы в таблице 1.

Встречаются определения туристского продукта, акцентирующие на соответствии ожиданиям и удовлетворении потребностей туристов (Middleton V.T.C.). В 1995 году S. Medlik сделал попытку впервые объединить обе точки зрения на туристский продукт [5, 7]. Можно сделать вывод, что туристский продукт рассматривается с трех позиций: сфера спроса (позиция клиента); сфера посредничества (позиция туроператора); сфера предложения (позиция

территориальных органов власти). Упрощенная классификация туристских продуктов по определяющим сущность характерным элементам представлена в таблице 2.

Таблица 1

Определение понятия туристского продукта

Авторы	Определение туристского продукта
Altkorn J., 1994	Политику туристического продукта можно рассматривать и вести с двух позиций: определенной территории и определенного предприятия
Medlik S., 1995	Туристический продукт в узком смысле ( <i>sensu stricto</i> ) и широком смысле ( <i>sensu largo</i> ). Туристический продукт в узком смысле – всё то, что туристы покупают отдельно (например, транспортную услугу, бронирование номера в гостинице) или в форме пакета услуг. Туристический продукт в широком смысле охватывает совокупность полученных впечатлений с момента выезда из дома до момента возвращения.
Middleton V.T.C., 1996	Туристический продукт представляет собой сочетание трех главных компонентов: привлекательности, туристической инфраструктуры, а также их доступности»
Middleton V.T.C., 1996	С точки зрения потенциального клиента, рассматривающего любую форму путешествия, продукт можно определить как пакет материальных и нематериальных благ
Holloway J. Ch., Robinson Ch., 1997	Туристический продукт – это сложный продукт, охватывающий место, услуги и некоторые материальные продукты
Golembski G., 1998	Туристический продукт объединяет все товары и услуги, создаваемые и приобретаемые в связи с выездом за пределы своего места постоянного проживания и до начала путешествия, и во время поездки, и во время пребывания вне своей родной местности
Mazurkiewicz L., 2002	Туристический продукт – произвольная комбинация услуг места и туристических услуг
Nowakowska A., 2002	Туристическим продуктом можно называть доступный на рынке пакет материальных и нематериальных компонентов, позволяющий реализовать цель туристической поездки

Туристский продукт часто отождествляется с понятием тура. Традиционно он включает: транспортные услуги, питание и размещение туристов по выбранному типу. Как можно заметить, в подходах к определению туристского продукта чаще всего прослеживается компонентный или структурный подход, наряду с материальными предметами рассматривающий различные услуги, замыслы, идеи, образы, места.

Туристский продукт весьма многообразен, поскольку создается усилиями большого числа организаций и предприятий. Каждая из них обладает собственными методами работы, технологиями, конкретными целями и задачами создания, продвижения и реализации туристского продукта с использованием инструментов маркетинговой политики. Туристский рынок является совокупностью товарно-денежных отношений, формирующихся в туристском комплексе на всех стадиях производственного процесса и функционирующих на основе законов спроса, предложения и конкуренции. Особенностью современного рынка туристских услуг является то, что здесь велико значение территории и ее трудового потенциала. С учетом комплексности, территориальной привязки и прочих особенностей регионального рынка туристских услуг, необходимо отметить значение развития туризма в тех субъектах, которые нуждаются в улучшении социально-экономической ситуации.

Особенности процессов развития туризма предполагают необходимость формирования комплексного подхода и выработку общих концептуальных положений. Комплексный подход должен применяться при изучении формирования и особенностей функционирования рынков туристских услуг для рассмотрения сферы обращения в тесной взаимосвязи с другими видами экономической деятельности. Многие отечественные ученые предлагали использовать комплексный подход. В своих трудах Чудновский А.Д. и Козина В.В. [7] глубоко исследовали процессы и теории развития индустрии туризма. В основу комплексного подхода к исследованиям был положен принцип перенесения акцента с восприятия объекта в качестве образующих экономическую систему взаимосвязанных элементов на рассмотрение организации как некоего выделяемого аналитиком в пространстве и времени фрагмента внешней среды.

Итак, туризм является комплексом взаимосвязанных структурных элементов, которые представляют собой единство объектов или субъектов, имеющих назначение и ориентированных на достижение определенных целей. Комплекс гораздо эффективнее, чем просто сумма его структурных элементов. Таким образом туризм можно охарактеризовать как сложный, часто самоуправляемый социально-экономический комплекс, который, по сути, является объединением структурных компонентов таких направлений как природное, культурно-историческое, инфраструктурное, техническое и организационное, и участников рынка, производящих и реализующих услуги, потребляемые туристами.

Таблица 2

Классификация туристских продуктов

Вид туристского продукта	Характеристика туристского продукта	Пример туристского продукта
Туристский продукт-предмет	Материальный предмет – путеводитель, туристская карта, туристское снаряжение, сувениры, мультимедиа продукты: мультимедиа планы городов, путеводители по музеям, историческим объектам, презентации регионов на сайтах, мобильные приложения	Виртуальные путешествия заповедника-музея «Кижжи» ( <a href="http://kizhi.karelia.ru/">http://kizhi.karelia.ru/</a> ); Виртуальные прогулки по Русскому музею ( <a href="http://www.virtualrm.spb.ru/">http://www.virtualrm.spb.ru/</a> ) Виртуальные путешествия по улицам Лондона ( <a href="http://virtualizacija.ru/">http://virtualizacija.ru/</a> )
Туристский продукт – услуга	Единичная услуга – гостиничная, гастрономическая, транспортная, экскурсия и др.	Бронирование номера в гостинице, ланч в ресторане, авиабилет и др.
Туристский продукт - событие	Тематическая направленность мероприятия, конкретная локализация во времени и в пространстве	Туристские выставки – WorldTravel Market (London), ITB (Berlin), MITT (Moscow), INTURMARKET (Moscow); Oktoberfest («Wiesn», Мюнхен); Олимпийские игры Сочи-2014; Фестиваль мультфильмов ( <a href="http://www.multifest.ru/">http://www.multifest.ru/</a> ); музыкальный фестиваль «Белые ночи» в Санкт-Петербурге и др.
Туристский пакет	Тур, включающий в себя некоторый набор услуг (перевозка, размещение, питание и т. д.), общая продажная стоимость которого равна стоимости его элементов.	«Вся Испания» ( <a href="http://www.natalie-tours.ru/">http://www.natalie-tours.ru/</a> ); Музыкальный фестиваль в Сан-Ремо ( <a href="http://www.tez-tour.com/">http://www.tez-tour.com/</a> ); «Петербург каждый день» и др.
Туристский продукт – объект показа	Наличие одной главной достопримечательности (услуги) и несколько дополнительных услуг, находящихся в одном месте – музей, памятники природы и исторические, т.п.	Исаакиевский собор в Санкт-Петербурге, Кремль в Москве, Музей «Мадам Тюссо» в Лондоне
Туристский продукт – маршрут	Несколько мест или объектов, объединенных некоторой идеей и связанных между собой особым образом обозначенной трассой (пешеходной, водной, автомобильной), обладающих развитой инфраструктурой	«Золотое кольцо» (Россия), Винно-гастрономический тур (Ницца – Авиньон – Марсель), “DieGoldeneStrasse” (Нюрнберг – Пльзень - Прага)
Туристский продукт - место	Регион, местность, национальный парк, др., выделенные по признаку пространственной локализации и имеющие характер туристской достопримечательности	Париж, Диснейленд, Каринтия – страна озёр

При изучении состояния туризма конкретной страны или территории, необходимо рассматривать категории сущностной характеристики туризма. Для

определения сущностной характеристики комплекса туризма, необходимо установить принципы взаимодействия функций, целей, свойств, подсистем и элементов. Основным свойством комплекса туризма следует считать свойство целостности, открытости, иерархичности и устойчивости, а также мультипликативный эффект. Туризм, рассматриваемый в качестве комплекса, включает в себя такие объекты как туристский продукт, туристский рынок и туристский бизнес, что позволяет рационализировать и оптимизировать туристско-рекреационный комплекс территории. В таблице 3 систематизированы категории, которые раскрывают сущностные характеристики туризма.

*Таблица 3*

**Категории, раскрывающие сущностные характеристики туризма [5]**

<b>Категория</b>	<b>Сущностная характеристика категории</b>
Индустрия туризма	Межотраслевой хозяйственный комплекс, обеспечивающий формирование, продвижение и реализацию туристского продукта
Туристский продукт	Коллективный труд, объединяющий усилия множества предприятий и отраслей, задействованных в его создании; системообразующий комплекс услуг, состоящий из трех основных подсистем: услуг, связанных с организацией туристского путешествия; предлагаемых и потребляемых туристских услуг, и услуг совершения тура въездного туризма
Тур	Комплексная программа обслуживания иностранных туристов во время туристского путешествия
Рынок въездного туризма	Система экономических отношений, складывающихся в процессе формирования и дальнейшего использования туристского продукта
Туристский бизнес	Деятельность предприятий и организаций, участвующих в процессе создания въездного туристского продукта, направленная на получение прибыли за счет удовлетворения потребностей иностранных туристов

В общем виде туризм представляется дефиницией, которая объединяет комплекс основных элементов, выполняющих определенные функции и требующих специального рассмотрения. Развитие туризма стало следствием эволюции экономических систем, когда на протяжении длительного временного периода динамично изменялись социально-экономические показатели. Комплексный подход к процессам развития подразумевает закономерности изменений объектов, их переход в качественно новое состояние [5]. Критерии времени присутствуют в дефиниции «процесс» как ряд последовательных мероприятий, которые связаны с получением конкретных результатов. В отношении объектов дефиниция «развитие» подразумевает



структурные изменения. При исследовании процессов развития туризма важно учитывать большое число организаций и предприятий туристского бизнеса. Данные организации обеспечивают потребности туризма в развитии, предполагают определение участвующих в этом функциональных процессов. В комплексный подход включается исследование иерархии процессов развития туризма. Например, уровень развития туризма на определенной территории определяется уровнем развития туристской сферы в целом, на которую оказывает влияние социальное и экономическое развитие государства, территории и туристских организаций. На новом уровне сегодняшней действительности можно говорить о выявлении и обнаружении определенных отношений и состояний, формирующих и создающих туристский продукт. Процессы развития туризма необходимо рассматривать через взаимосвязи и взаимозависимости их структурных элементов и временных характеристик. Комплексный подход позволяет давать качественную оценку степени развития структурных частей туристского продукта по фактическим данным определенного временного периода, выявлять результативность и эффективность деятельности туристских организаций.

Таким образом, рассматривая процессы развития туризма в качестве объекта исследования с целью выявления внутренних взаимосвязей, необходимо исследовать состояние туризма в стране и регионе, основываясь на анализе изменений совокупности показателей за определенный период времени. Оценка уровня развития туризма в соответствии с набором критериев и показателей должна находиться в соответствии со структурным элементом системы. Структурная схема отображает внутренние процессы развития туризма. На ее основе можно выявлять взаимозависимости между звеньями комплекса, дифференцировать их по структуре и составу, тем самым формируя в системе основание для количественных и качественных изменений процессов. Ряд исследователей выделяют закономерности развития туризма и определяющие их факторы, систематизируют принципы, методы и механизмы его развития, определяют инструменты стратегического развития туристского бизнеса. С учётом системности и закономерностей формирования туристского рынка и его структурных элементов, необходимо акцентировать внимание на тех проблемах и особенностях развития туризма, которые обеспечивают его эффективное функционирование. Исследование организационно-экономических особенностей туризма с применением системного подхода позволяет выявить отставание процессов развития от темпов роста спроса. Зорин И.В. и Клейман А.А. [5–6] отмечали, что на развитие туризма влияют многочисленные объективные и субъективные группы факторов. Согласно их исследованиям, рост интереса к международному туризму характеризует ряд факторов. Анализ структуры спроса на глобальном туристском рынке и рыночной доли крупных туристских компаний позволил этим ученым сформулировать базу исследования, которую составил

определенный набор критериев, условия и влияющие на выбор тура факторы, перспективные и проблемные точки в развитии туризма. Но данный мониторинг базируется на определенном периоде времени, не учитывая поступательных движений в развитии, что не дает возможность включать случайные обстоятельства и многочисленные факторы краткосрочного и долговременного характера для оценки динамики развития туризма. Более удачная характеристика процессов развития туризма была предложена Биржаковым М.Б. и Кабиловым И.С. [5, 49], подробно рассмотревшими этапы их возникновения и эволюции, условия организации туров и географию туристской деятельности, систему реализации и продвижения туристского продукта. Тем не менее, в работах ученых отсутствует определение алгоритмов, позволяющих давать экономическую интерпретацию показателей и оценивать уровень развития процессов на основе системного подхода к анализу состава их элементов.

Учитывая особенности формирования процессов развития туризма в современных экономических условиях, необходимо включать абсолютные и относительные показатели в систему обобщающих показателей с целью минимизации особенностей каждой составляющей совокупности из-за случайных обстоятельств. Анализ показателей по элементам позволяет структурировать процессы развития туризма, разделяя их на составные компоненты и выявляя между ними причинно-следственные связи. Также необходимо уделять внимание ожидаемому состоянию развития процессов в системе туризма, направленному на экономический рост как отдельного региона, так и всего государства. Успешное развитие туризма базируется на соответствующем потенциале, который определяет эффективное использование ресурсов, обеспечивает баланс в распределении основных направлений и функций, способствует достижению синергетического эффекта от соединения в единую систему всех ресурсов. По мнению Кибальникова С.В. в рамках системного подхода предполагается, что внимание акцентируется на определении предельных возможностей туристско-рекреационной сферы для достижения ею стратегических целей, для материализации соответствующие ресурсы.

Необходимо учитывать, что в процессе создания туристского продукта задействовано большое число участников. Объективную необходимость данных процессов определяет наличие конкретных компонентов: природных ресурсов, формирующих первичный потенциал туризма и обеспечивающих его развитие. Подобное возрастание капитала обеспечивает возможности для развития рынка туризма и сопряженной с ним предпринимательской деятельности в сфере туризма. Ресурсный потенциал, которым обладает та или иная страна, в значительной степени различается по составу. Составные элементы природных ресурсов, необходимые для формирования туристского бизнеса: пляжи, горы, ландшафты, археологические и исторические места, спортивные сооружения, здания и др. Это объясняется острой необходимостью в комплексе целенаправленных экономических и политических мер.

Например, Россия имеет возможность ежегодно осуществлять прием миллионов туристов.

Приоритетным направлением реализации системного подхода является комплекс мероприятий, которые направлены на разработку долгосрочных программ и траекторий развития международного туризма в стране в целом и на определенных туристских территориях. Международный туризм, основываясь на сложных взаимоотношениях и глубоких межотраслевых связях, характеризуется противоречивостью и изменчивостью тенденций своего развития, в связи с чем системный подход становится незаменимым инструментом анализа.

Действующая нормативно-правовая туризмовая база ориентирована на выездного оператора, потому что проблемы российского въездного и внутреннего туризма либо не решаются, либо решаются не очень активно. В учреждениях федеральной власти ощущается нехватка специалистов, готовых изучать проблематику внутреннего и въездного туризма. Основные положения Закона о туризме относятся к выведению из критической ситуации сектора выездного туризма. При этом недостаточно внимания уделяется регулированию законодательной базы в сфере детского, социального, сельского туризма.

Одной из самых важных проблем, является идея о быстрой окупаемости туристского бизнеса. С 1990-х годов российские предприниматели, отчаявшись наладить конкурентоспособное производство в промышленности, резко сменили курс и обратили свое внимание на область сервиса, которая прежде традиционно недооценивалась [10, 12–14]. Особенно привлекательным направлением представлялся именно турбизнес. Размещение туристов, обеспечение их питанием и разработка экскурсионных маршрутов представлялось делом более простым, чем строительство промышленного предприятия. Итогом такого подхода стало невысокое качество обслуживания и низкое, по сравнению с европейскими странами, качество туристской инфраструктуры. В настоящее время у руководителей многих российских регионов по-прежнему преобладает стереотипное устаревшее представление о туристском бизнесе. Надеясь на быструю окупаемость проектов в этой сфере, они не принимают во внимание, что, например, в Европе средний временной интервал между вложением средств и формированием стабильного потока туристов составляет от трех до пяти лет. Причем государственное финансирование со стороны федеральных и региональных властей на эти сроки не влияет.

Следующей важной проблемой, является отсутствие в органах управления туризмом квалифицированных опытных сотрудников, поэтому там зачастую работают люди, имеющие лишь общее представление о специфике отрасли. Отмечается низкий профессионализм задействованных в сфере туризма практиков и управленцев [12, 14]. В постсоветские годы сложилось представление, что для работы в сфере туризма профильное образование необязательно, а навыки вырабатываются в процессе

трудовой деятельности. Проблемой является и отсутствие статистического учета в сфере туризма, в результате чего невозможно посчитать, какую долю в экономике составляет туризм и каков его мультипликативный эффект.

Различие в ценовой политике туроператоров выездного и внутреннего туризма также тормозит развитие въездного и внутреннего туризма. В последние годы турпродукт подорожал в среднем на 20%. Иностранцам необходимо учитывать еще стоимость визы и прочие сборы. Значительными темпами растут цены на железнодорожные и авиационные перевозки, что непропорционально росту качества предоставляемых услуг и сервиса. Все эти факторы, в конечном счете, формируют турпродукт с постепенно снижающейся конкурентоспособностью.

Ещё одной серьезной проблемой является продвижение российских турпродуктов как на внешнем, так и на внутреннем рынке. Например, на сайтах региональных турфирм нет предложений для иностранных туристов на их родных языках, даже самых распространенных. В случае если такая опция все же есть, то качество перевода остается не очень высоким. Необходимо учитывать мультипликативный эффект туризма, выражающийся в развитии сопутствующих сфер экономической деятельности, росте занятости населения. По статистике, 1 рабочее место в экономике страны косвенно может быть обеспечено 3–4 зарубежными туристами. Страны, долгое время вкладывавшие значительные средства в государственную рекламу туристского продукта, на своем примере демонстрируют, что средства необходимо вкладывать как в привлечение новых туристов, так и в удержание уже существующих. В большинстве европейских стран, которые имеют туристские ресурсы и стремятся развивать туризм, значительные средства (около 31,7 млн евро ежегодно) вкладываются в продвижение своих турпродуктов на мировом рынке [10–11, 15–16].

Анализ туристских потоков в регионах России показывает, что среди наиболее посещаемых областей выделяются две группы. В первую входят расположенные недалеко от Москвы: Владимирская область, Костромская область, Калужская область, Рязанская область, Тульская области. Вторую группу составляют области, которые исторически активно посещались во все периоды и не потеряли в 1990-е годы туристской привлекательности: Смоленская область, Тверская область, Ярославская область, Орловская область. Центрально-Черноземный район (Белгородская, Воронежская, Курская, Липецкая, Тамбовская области) испытывает нехватку туристского потока, основная часть которого была потеряна в годы перестройки, в связи с чем им приходится заново развивать туристскую инфраструктуру [8, 13].

Индустрию туризма можно охарактеризовать как общественно-экономическое явление, которое объединяет предложение и спрос, обеспечивает процесс купли-продажи туристского продукта в определенное время в конкретном месте, обладающим характерными особенностями. Конъюнктура рынка туристских услуг

свидетельствует о том, что данный рынок можно считать достаточно масштабным, динамичным, показывающим рост. На региональном рынке доля внутреннего туризма составляет всего не более 15%, что также является негативной тенденцией. Выездной туризм по-прежнему является наиболее массовым по обороту и числу туристов. Именно поэтому внутренний туризм нуждается в дополнительных инвестициях как частных, так и государственных.

В заключение подчеркнем, что в целях обеспечения эффективного развития системы государственной поддержки и регулирования туристской деятельности необходимо предпринимать следующие меры: совершенствовать законодательство по вопросам развития туризма; упрощать визовые процедуры, таможенный, пограничный контроль; обеспечивать государственное регулирование ценообразования и безопасность в сфере туризма; улучшать качество обслуживания туристов на основе требований технических и нормативно-правовых актов; совершенствовать подготовку и повышение квалификации кадров для индустрии туризма; стимулировать интерес к непрерывному образованию по всем специальностям индустрии туризма и гостиничного бизнеса, основываясь на образовательном стандарте и взаимодействии с образовательными учреждениями и субъектами туристской инфраструктуры; организовывать подготовку специалистов для сферы туризма на основе потребностей региональных туристских рынков; разрабатывать стратегии продвижения туристских услуг на внешних рынках и развития международного сотрудничества в сфере туризма; обеспечивать информационным сопровождением развитие туристского потенциала путем издания рекламных материалов по видам туризма и их размещения в сети Интернет; активизировать все формы продвижения туристских маршрутов. Являясь одной из форм международных экономических отношений, сегодня туризм приобрел значительные масштабы и оказывает влияние на экономические, политические и культурные связи между государствами. Взаимный обмен международными туристскими услугами между странами считается частью международной торговли. В международном товарообороте туристские услуги выступают как невидимый товар.

#### *Список литературы*

- 1 Губенко Н.Н., Писаревский Е.Л. Законодательство о туризме в Российской Федерации за рубежом. Состояние и перспективы // Экономика и право. 2005. № 9.
- 2 Сунарчина Т.Т. Гражданская правосубъектность коммерческих туристских организаций в Российской Федерации / дисс... канд. юрид. наук. М., 2005. 241 с.
- 3 Ткаченко О.В. Гражданско-правовое регулирование туристской деятельности в Российской Федерации / автореф. дисс... канд. юрид. наук. Астрахань, 2004. 55 с.
- 4 Толстова А.Е. Гражданско-правовое регулирование оказания туристских услуг в Российской Федерации / дисс... канд. юрид. наук. Краснодар, 2004. 196 с.
- 5 Квартальнов, В.А. Туризм. М.: Финансы и статистика, 2014. 320 с.

- 6 Юркевич М. Система показателей для стратегического мониторинга состояния и развития туристского рынка (на примере города Москвы) / Анализ рынков. 2013. №12. С.64–67.
- 7 Гостиничный и туристический бизнес / под ред. А. Д. Чудновского. М.: Тандем; ЭКМОС, 1999. 352 с.
- 8 Методологические и практические аспекты маркетингового управления продвижением курортных территорий РФ. Архангельск: Архангельский институт открытого образования, 2017. С.181.
- 9 Маркетинг / под ред. М. Э. Сейфуллаевой. М., 2005.
- 10 Розанова Т.П., Маигова А.М. Маркетинговое управление качеством услуг в гостиничном бизнесе // Вестник Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова. 2007. № 3. С. 78–86.
- 11 Стыцюк Р.Ю., Мотагали Я.Б. Проблемы и перспективы развития приключенческого туризма на базе горно-оздоровительных курортов // Экономика. Бизнес. Банки. 2014. Т. 2. С. 106–115.
- 12 Стыцюк Р.Ю. Научно-практические и методические рекомендации по проведению независимой экспертизы программ туристского образования // Экономика и предпринимательство. 2017. № 1 (78). С. 1217–1220.
13. Стыцюк Р.Ю. Методические подходы к повышению уровня конкурентоспособности российских организаций на национальном и глобальном рынках // Российское предпринимательство. 2014. № 22 (268). С. 183–191.
14. Стыцюк Р.Ю., Артемьева О.А., Мотагали Я.Б. Методические подходы к оценке качества образовательной программы ВУЗА // Научные труды Вольного экономического общества России. 2012. Т. 166. С. 592–598.
15. Розанова Т.П., Дедусенко Е.А. Наш механизм вперед летит. Формирование организационно-экономического механизма воздействия на рынок гостиничных услуг в регионе // Российское предпринимательство. 2004. № 9. С. 98–102.
16. Розанова Т.П., Дедусенко Е.А. Золото отдыха // Российское предпринимательство. 2005. № 8. С. 103–106.

---

*Rozanova T. P., Stytsiuk R. Yu.*

### PECULIARITIES OF FORMATION PROCESSES OF DEVELOPMENT OF TOURISM IN MODERN ECONOMIC CONDITIONS

***Abstract.** Tourism product is often identified with the concept of the tour. In this regard, interest classification of tourism products, the characteristics of the tourism, as a set of interconnected structural elements, as well as the peculiarities of development of tourism in modern economic conditions. It is concluded that, as a form of international economic relations, today tourism has gained considerable influence on the economic, political and cultural ties between the two countries.*

***Key words:** tourism product, the classification of tourist products, an integrated approach to tourism development, tourism, the definition of tourism.*

УДК 658.14.17

**ФАКТОРЫ И УСЛОВИЯ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ  
ПРЕДПРИЯТИЕМ****Ильин В. Ю.***доктор экономических наук, профессор кафедры бизнес-информатики,  
Луганский национальный аграрный университет***Жданова И. В.***кандидат технических наук, доцент, заведующая кафедрой финансов,  
Донбасский государственный технический университет***Ильина А. А.***аспирант кафедры бизнес-информатики,  
Луганский национальный аграрный университет*

**Аннотация.** В статье рассмотрены факторы и переменные внешней и внутренней среды организации; условия, определяющие кризисные ситуации; организационно-экономический механизм антикризисного управления предприятием; Проанализирован уровень развития производительных сил; материально-технический уровень, который характеризует степень развития производительных сил и связан с накопленным производственным потенциалом страны, с его качественным составом, уровнем развития науки и техники. Выявлены основные факторы возникновения кризисной ситуации. Доказано, что главной причиной банкротства можно считать некомпетентное управление.

**Ключевые слова:** антикризисное управление, денежные средства, организационно-экономический механизм, конкуренция, кризис, научно-технический прогресс, неплатежеспособность, управление, предприятие, факторы, экономика.

В условиях современной действительности традиционные методы менеджмента, как оказалось, не дают реального эффекта, поскольку ориентированы на нормально функционирующие на рынке предприятия.

Так как рынок в известной степени представляет собой стохастическую систему, для которой характерны переходные процессы, особо важная роль в разработке и реализации стратегии поведения предприятия отводится поиску и внедрению в широкую практику таких форм и методов управления, использование которых позволило бы не доводить дело до кризисного состояния предприятия.

Разработка конкретных закономерностей становления и развития организационно-экономического механизма антикризисного управления предполагает необходимость развития теории антикризисного управления в современных экономических условиях и создания научно-обоснованной системы по его организации, позволяющей обеспечить построение, эффективное функционирование и совершенствование производственных систем.

Изучению поиска форм и методов антикризисного управления, закономерностей их проявления, практической реализацией теоретических положений в промышленности, посвятили свои работы многие отечественные и зарубежные ученые: Э. Альтман [1], У. Бивер, О. С. Виханский [2], В.Н. Гончаров [3], А.П. Градов, В.В. Ковалев [4], В.Н. Попов, Э.А. Уткин, А.Д. Шеремет [5], В.Н. Эйтингон и др. Ими исследованы и решены многие теоретические и прикладные задачи, обусловленные особым характером антикризисного управления, направленные на повышение эффективности работы предприятий.

Вместе с тем, организационные и экономические вопросы обеспечения жизнеспособности предприятия, поддержания его устойчивого функционирования в современных условиях, а также вывода из кризисной ситуации не получили последовательного решения. Эффективность применения организационно-экономического механизма определяется целым рядом условий и факторов. Их комплексный анализ служит методологической и информационной базой для развития системы организационно-экономического механизма антикризисного управления.

Понятием «фактор» обычно дается определение той движущей силы, которая воздействует на формирование системы или на систему при различных материально-технических, общественно-экономических и естественно-природных условиях. Условия же обеспечивают действия тех или иных факторов, определяющих формирование системы или саму систему. Факторы действуют до тех пор, пока сохраняются породившие их условия. В числе условий можно выделить главные: уровень развития производительных сил; систему производительных отношений, естественные условия [6].

Уровень развития производительных сил (материально-технический уровень) характеризует степень развития производительных сил и связан с накопленным производственным потенциалом страны, с его качественным составом, уровнем развития науки и техники, а так же социально-экономическими особенностями трудовых ресурсов.

Несмотря на кризисные условия, закономерным является рост технического строения производства, которое отражает степень вооруженности работников средствами производства, и является одним из важнейших показателей уровня развития производительных сил общества.

На практике техническое строение выражается через показатели фондовооруженности, энерговооруженности и механовооруженности.

Следовательно, при разработке организационно-экономического механизма антикризисного управления это условие необходимо учитывать.

Система производственных отношений (общественно-экономические условия) характеризуются социальным строем и совокупностью производственных отношений.



Обобществление производства является объективной закономерностью общественного развития [7]. Это выражается в разделении труда, его кооперации и соединении с естествознанием. Однако данная закономерность в связи с распадом СССР и региональных особенностей РФ имеет тенденцию к замедлению, что приводит к созданию в соседних субъектах РФ одних и тех же производств, чем нарушается специализация и кооперация труда, но в то же время создаются новые предприятия, а следовательно, повышается конкуренция.

Естественные условия влияют на формирование распределения производительных сил и их использование. К ним относятся: природно-климатические условия (определяют особенности занятости трудоспособного населения и эффективность его труда); исторические условия, традиции и навыки населения (определяют размещение, мобильность, занятость); демографические условия (определяют степень обеспеченности регионов кадрами со всеми вытекающими отсюда последствиями).

Остановимся теперь на анализе факторов, определяющих организационно-экономический механизм антикризисного управления. Этот аспект отличается от предыдущего тем, что факторы можно непосредственно применять для целенаправленного воздействия на процесс создания системы или ее основных элементов. Условия – более пассивный элемент, факторы же более динамичны, чем условия.

Для того чтобы определить, какие факторы оказывают воздействие на развитие кризисной ситуации на предприятии, необходимо знать, в какой среде ведет свою деятельность корпорация. Анализ среды предполагает изучение трех её частей: макроокружения; непосредственного окружения; внутренней среды, то есть существуют внешние и внутренние факторы воздействия на развитие предприятия (рисунок 1) [2].

Если анализ макроокружения включает в себя изучение таких компонентов среды, как состояние экономики, правовое регулирование и управление, политические процессы; природная среда и ресурсы, социальная и культурная составляющие общества; научно – техническое и технологическое развитие общества, инфраструктура и т.п., то необходимо изучить, как такие условия и события в этих сферах повлияли на развитие кризиса как в целом по стране, так и на отдельном предприятии.



*Рисунок 1. Факторы и переменные внешней и внутренней среды организации*

По нашему мнению, масштабный кризис экономики страны в целом был вызван как накопившимися негативными явлениями в советской экономике, так и неправильно выбранной стратегией ее реформирования.

Факторы, относящиеся к внешнему окружению, можно классифицировать по территориальному признаку (таблица 1) [8–10].

Данная классификация включает в каждый уровень разные факторы: и политические, и экономические, и социально-культурные, и правовые, а также причины возникновения кризисной ситуации, образующиеся на уровне непосредственного окружения.

Необходимо выделить такой фактор, как развитие науки и техники, которое определяет все составляющие процесса производства товара и его конкурентоспособность, т.к. он действует на всех уровнях.

Таблица 1

**Основные факторы возникновения кризисной ситуации**

Признак	Факторы
Межгосударственный уровень	Международная конкуренция, распад СССР с дезинтеграцией сложившихся экономических связей; переход государств на национальные валюты без отлаженного механизма их взаимоконвертации, без действенного механизма межгосударственных расчетов; изменения в отношении цен на мировом рынке в последнее время; распад СЭВ с нарушением системы экономических связей с бывшими членами этой организации
Государственный уровень	Политическая нестабильность и направленность внутренней политики; рост цен на энергоносители привели к приближению их к уровню мировых при использовании не мировых энергосберегающих технологий, что резко увеличило энергоемкость производства в национальной экономике; жесткая кредитно – денежная политика, проводимая с целью уменьшения инфляции, сделала кредитные ресурсы крайне дефицитными; высокая инфляция, несмотря на политику финансовой стабильности; старая система управления была разрушена, а замены не было создано; потеря управляемости как на уровне экономики в целом, так и на уровне отдельных предприятий в связи с ослаблением государственного управления и контроля в сочетании с поспешно проведенной приватизацией; отсутствие действенных механизмов управления принадлежащими государству пакетами, в том числе контрольными, акций предприятий; бездействие представителей государства в советах директоров приватизированных предприятий с государственным участием в капитале; взаимоотношения с бюджетами всех уровней; неожиданные перемены в сфере государственного регулирования; не использование апробированных в мировой практике процедур доверительного управления; отсутствие общей теории кризисных социально – экономических процессов и состояний; отсутствие цельной и глубоко продуманной политики перехода к рынку, в области экономической ситуации; непродуманная до конца система налогообложения
Региональный уровень	Размер и структура потребностей населения; уровень доходов и накоплений населения, а, следовательно, и покупательная его способность; уровень культуры, проявляющийся в привычках и нормах потребления, предпочтениях одних товаров и отрицательном отношении к другим; слабая диверсификация промышленной базы, узость производственной специализации, недостаточная развитость транспортной коммуникационной инфраструктуры, что не позволяет, в частности, снижать риски при инвестировании; традиционная специализация, связанная с легкой и текстильной промышленностью и другими отраслями, испытывающими наибольший кризис; рост несовпадений производственно-экономического и социального контура, связанного с расселением, социально-демографическими условиями и тенденциями; снижение статуса крупных предприятий как социальных лидеров; от смены моделей делового поведения предприятий, вызванной, в частности, устареванием основных фондов, сформировалась их хозяйственная закрытость, от которой страдает развитие местного самоуправления; снижение статуса предприятий как конструктивных социальных лидеров приводит к падению их инвестиционной привлекательности в глазах населения, что сказывается на климате капиталовложений в регионе, снижает базу размещения вторых выпусков ценных бумаг приватизированными предприятиями

Итак, кумулятивным итогом этих факторов явился затяжной кризис экономики страны. Конечно, бороться с кризисом, имеющим национальные масштабы,

отдельному малому, среднему или крупному предприятию не по силам. Но они имеют возможность проводить гибкую политику, способную значительно смягчить негативные последствия общего распада.

Не менее многочисленны и внутренние факторы, определяющие развитие предприятия и являющиеся результатом его работы.

Так как анализ внутренней среды вскрывает те внутренние возможности и тот потенциал, на который может рассчитывать фирма в конкурентной борьбе в процессе достижения своих целей, и ведется по следующим направлениям: 1)

организация управления; 2) маркетинг; 3) производство, включающее организационные, операционные и технико-технологические характеристики и научные исследования и разработки; 4) финансы фирмы; 5) кадры фирмы, их потенциал, квалификация, интересы и т.п.; 6) организационная культура [11].

И деление внутренних факторов можно представить по этим же направлениям: стратегия предприятия; принципы его деятельности; ресурсы и использование; качество и уровень маркетинга; стимулирование труда; управленческий потенциал и т.п. В свою очередь, они включают сотни конкретных факторов, действующих на каждом предприятии избирательно. Рассмотрим их в некотором агрегированном виде.

До 90% неудач малых американских фирм связывают с неопытностью менеджеров, некомпетентностью руководства, его несоответствием изменившимся объективным условиям [12]. Предполагается, что неудачи фирм и предприятий России также связаны с влиянием этих факторов.

Другие внутренние факторы, усиливающие кризисную ситуацию предприятия, таковы:

– возникновение убытков предприятия, связанных с неудовлетворительной постановкой работы с рынком, неспособностью товара успешно конкурировать с другими товарами, находящимися на рынке, несвоевременное обновление ассортимента товарной продукции;

– резкое повышение уровня издержек производства и сбыта товара, что может быть вызвано массой причин, начиная с нерациональной структуры управления, раздутого штата управления, применением дорогостоящих технологий, средств и предметов труда и т.д.;

– утрата уровня культуры производства и культуры предприятия вообще, который включает квалификационный состав персонала, технический уровень производства, психологическую атмосферу управляющего персонала и всего коллектива предприятия, его уверенность в эффективной работе;

– наличие стимулов труда персонала предприятия [13].

На большинстве предприятий, как считают многие руководители, главной причиной банкротства является убыточность основного производства. Анализ

наиболее значимых причин убыточности производства позволяет определить основные направления его сокращения. Есть ряд направлений деятельности, по которым возможно сокращение убыточности основного производства за счет внутренних ресурсов завода.

Внутренние организационно-управленческие факторы, влияющие на развитие кризиса, можно рассматривать как недостатки системы управления во многих акционерных обществах.

Основными недостатками среднего уровня управления является нечеткое, с точки зрения выполняемых функций, распределение подчиненных отделов между руководителями и отсутствие некоторых отделов, необходимых для предприятия определенной специализации. Подчинение административного отдела помощнику заместителя по персоналу, управление неосновными производствами и одновременно кадровой политикой заместителем генерального директора по персоналу и т.п. осложняют руководство предприятием и создают проблемы при планировании различных мероприятий. Отсутствие отдела научно – исследовательских разработок обязательно скажется на конкурентоспособности продукции предприятия.

Главной причиной банкротства можно считать некомпетентное управление. В общем случае, причинами неплатежеспособности являются факторы, влияющие на снижение выручки или опережающий прирост обязательств. Таким образом, мы выяснили, что множество факторов, воздействующих в различных направлениях, определяют организационно-экономический и производственный механизм функционирования предприятия.

#### *Список литературы*

1. Altman Edward Corporate Financial Distress and Bankruptcy. John Wiley and Sons, 2005.
2. Виханский О.С. Стратегическое управление. М.: Изд-во МГУ, 1995. 252 с.
3. Букреев А.М., Гончаров В.Н., Шевченко М.Н., Зось-Киор Н.В., Ильин В.Ю., Пожидаев А.Е. Вызовы глобализации и антикризисный менеджмент в современных условиях хозяйствования / под ред. А.М. Букреева, В.Н. Гончарова. Луганск: Элтон-2, 2011. 394 с.
4. Ковалев В.В. О критериях определения неплатежеспособности предприятий // Бухгалтерский учёт. 1994. №10. С. 15–21.
5. Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С. Методика финансового анализа. М.: ИНФРА-М, 1996. 236 с.
6. Ожегов С. И. Словарь русского языка: Ок. 57000 слов / под ред. Н. Ю. Шведовой. М.: Рус. язык, 1984. 797 с.
7. Экономика переходного периода / под ред. В. В. Радаева, А. В. Бузгалина. М.: Изд-во МГУ, 1995. 410 с.
8. Балабанов И.Т. Риск-менеджмент. М.: Финансы и статистика, 1996. 192 с.
9. Банкротство: стратегия и тактика выживания. Ч. 1. Как избежать банкротства / под ред. Г.П. Иванова, В.Л. Кашина. М.: Международный институт рыночных

исследований, 1993. 180 с.

10. Механизм функционирования предприятия в условиях становления рыночной экономики. М.: Институт экономики, 1991. 183 с.
  11. Теория и практика антикризисного управления / под ред. С. Г. Беляева, В.И. Кошкина. М.: Закон и право, ЮНИТИ, 1996. 469 с.
  12. Антикризисное управление: от банкротства – к финансовому оздоровлению / под ред. Г. П. Иванова. М.: Закон и право, ЮНИТИ, 1995. 420 с.
  13. Уткин Э.А. Антикризисное управление. М.: Тандем; ЭКСМОС, 1997. 400 с.
- 

*Ilyin V.Yu., Zhdanova I.V., Ilyina A.A.*

### FACTORS AND CONDITIONS FOR ANTI-CRISIS MANAGEMENT OF THE ENTERPRISE

***Abstract.** The article considers the factors and variables of the external and internal environment of the organization, the conditions that determine the crisis situations, the organizational and economic mechanism of the crisis management of the enterprise. The level of development of productive forces, material and technical level, which characterizes the degree of development of productive forces and is associated with the accumulated production potential of the country, with its qualitative composition, level of development of science and technology. Identified the main factors of a crisis situation. It is proved that incompetent management can be considered the main cause of bankruptcy.*

***Key words:** crisis management, cash, organizational and economic mechanism, competition, crisis, scientific and technical progress, insolvency, management, enterprise, factors, economy.*

---

УДК: 658.5

**АУТСОРСИНГ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ГОРНОРУДНЫХ  
ПРЕДПРИЯТИЙ КАЗАХСТАНА*****Вечкинзова Е. А.****кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры финансов,  
Академия «Болашак»****Петренко Е. С.****доктор экономических наук, профессор кафедры теории менеджмента и  
бизнес-технологий, РЭУ им. Г.В. Плеханова*

**Аннотация.** В статье рассматриваются вопросы передачи непрофильных бизнес-процессов и активов аутсорсинговым компаниям как способа достижения экономических преимуществ. Определены основные достоинства и недостатки, подведены итоги и проанализирован опыт проведения данного процесса на горнорудных предприятиях Казахстана.

**Ключевые слова:** аутсорсинг, бизнес-процесс, управление активами, непрофильные активы, реструктуризация, предприятие.

Ужесточение конкуренции на мировом рынке поставщиков металлов на фоне перманентного снижения цен на металлы заставляет казахстанские горнорудные предприятия искать пути улучшения показателей эффективности своей деятельности. Кроме мероприятий, направленных на внедрение различных инновационных решений в технологической цепочке «добыча руды – производство готовой продукции», большой потенциал повышения эффективности лежит в сфере аутсорсинга бизнес-процессов.

Использование аутсорсинга в деятельности горнорудных предприятий связано, прежде всего, с необходимостью управления непрофильными бизнес-процессами и/или активами.

Возникновение непрофильных активов у казахстанских промышленных предприятий идентичны многим крупным предприятиям СНГ, имеющим «советское происхождение»:

- объекты социально-культурного быта и сервиса, находящиеся на балансе предприятий со времен СССР,
- инфраструктурные объекты, построенные во времена СССР для обеспечения манёвренности и независимости от общих инфраструктурных сетей и системы распределения,
- непрофильные активы, приобретенные в годы разгосударствления собственности и обретения независимости, где главным критерием была низкая цена объекта, а не его связь с основной деятельностью предприятия,
- обеспечивающие бизнес-единицы, которые не приносят дохода, но необходимы для осуществления эффективной деятельности предприятия,

– стратегические бизнес-единицы, приобретенные или выстроенные внутри компании в рамках перспективной диверсификации бизнеса.

Чем крупнее непрофильные активы компании, тем значительнее финансовые вложения на их содержание и функционирование, больше нагрузка на управленческий персонал, не связанный с основной деятельностью [1]. Кроме того, если непрофильные активы не выделены в отдельные юридические лица, а находятся в структуре производственного предприятия, то сложно установить, насколько доходен каждый непрофильный актив, поскольку убытки в равной мере распределяются на всех. В результате, предприятие становится менее эффективным, значит менее интересным для инвесторов [2].

Мировая практика рассматривает следующие возможные способы реструктуризации непрофильных активов:

- сохранение / консервация,
- обособление,
- аутсорсинг,
- инсорсинг,
- сдача в аренду,
- переход на внешний закуп,
- передача в доверительное управление,
- продажа,
- безвозмездная передача,
- ликвидация и т.д.

Решение о дальнейшем статусе использования актива определяется в результате алгоритма действий по повышению эффективности управления непрофильными активами:

1. Идентификация, оценка и классификация непрофильных активов по группам и степени участия в основных, вспомогательных и обеспечивающих (не ключевых вспомогательных) бизнес-процессах.

2. Разработка механизма возможных форм повышения эффективности использования непрофильных активов и сопровождающих рисков.

3. Оценка стратегии управления непрофильными активами, разработка плана мероприятий по финансовому оздоровлению, расчет сравнительного экономического эффекта исходя из скорости и уровня потенциальной доходности активов.

4. Выбор способа реструктуризации непрофильного актива исходя из стратегии развития предприятия, участия актива в бизнес-процессах и полученных экономических расчетов. Составление организационного плана мероприятий по улучшению использования непрофильного актива или разработка и реализация проекта по выбранному способу реструктуризации каждого конкретного или группы активов [3].



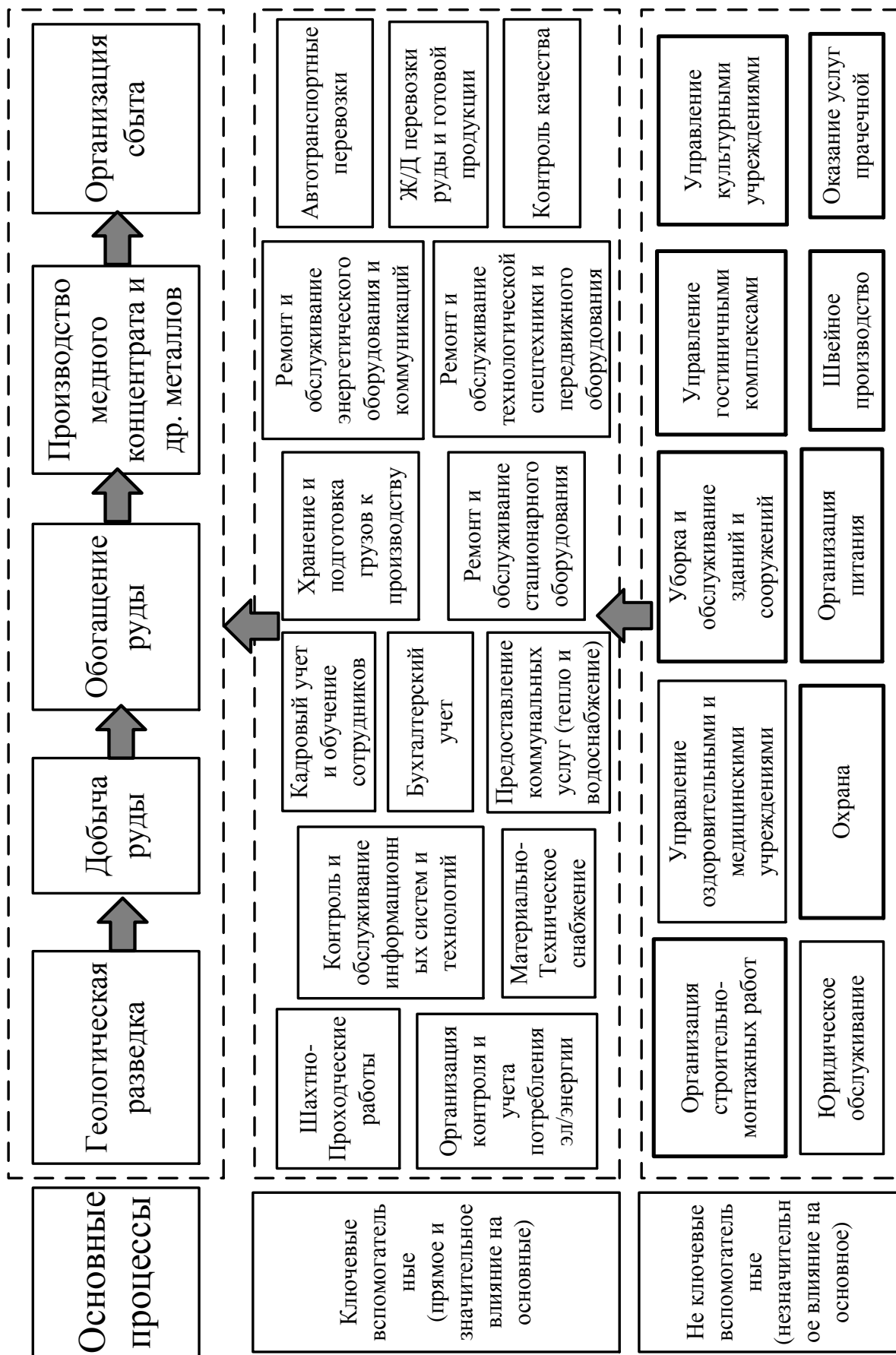


Рисунок 1. Схема бизнес-процессов группы компаний Kazakhmys

В рамках деятельности крупнейшего промышленного предприятия Казахстана по добыче меди и сопутствующих металлов группы компаний Kazakhmys («Kazakhmys Holding») последние пять лет ведется активная работа по реструктуризации непрофильных активов [4].

Работа по вышеприведенному алгоритму позволила выявить более 700 непрофильных активов предприятия, представленных как объектами недвижимости, так и непрофильными бизнес-процессами. Составлен общий реестр непрофильных активов, ранжированный по степени участия в бизнес-процессах группы компании.

Все объекты недвижимости, представленные в основном объектами социальной инфраструктуры и жилыми помещениями, были безвозмездно переданы государству и реализованы по остаточной стоимости работникам.

Несмотря на то, что прямой доход от реализации имущества по остаточной стоимости не покрыл расходов по совершению сделок по реализации и передачи в дар имущества (затраты на сегментацию и выделение земельных участков, оформление технических паспортов объектов недвижимости и т.п.), экономия на содержании и обслуживании этих активов (как прямых материальных затрат, так и оплаты труда обслуживающего и административного персонала) в последующий год составила до 7% бюджета предприятий.

Для принятия решения о способе реструктуризации непрофильных активов, каким-либо образом задействованных в бизнес-процессах предприятий группы Kazakhmys, составлена укрупненная схема бизнес-процессов предприятий группы Kazakhmys (рисунок 1) и определена степень участия в бизнес-процессах и влияния на экономический результат непрофильных активов. Действующая стратегия группы компаний Kazakhmys предполагает передачу в аутсорсинг и инсорсинг непрофильных активов, участвующих, прежде всего, в неключевых вспомогательных бизнес-процессах, далее – в ключевых бизнес-процессах. Основным критерием принятия решения о передаче непрофильного актива и соответствующего ему бизнес-процесса в аутсорсинг является стоимость осуществления бизнес-процесса: стоимость услуг аутсорсера должна быть ниже стоимости осуществления бизнес-процесса в рамках группы компаний Kazakhmys при текущем качестве. Так же большое значение имеет квалификация и опыт потенциального аутсорсера.

Процедура передачи непрофильного актива и бизнес-процесса в аутсорсинг и инсорсинг стандартизирована для всех предприятий группы Kazakhmys и представлена в таблице 1. Причем, инициатором процесса передачи может быть как высшее руководство группы компаний Kazakhmys; руководство предприятия – непосредственного балансодержателя непрофильного актива; департамент, занимающийся вопросами реструктуризации непрофильных активов; потенциальный аутсорсер (путем подачи на рассмотрение своего коммерческого предложения).

Таблица 1

Перечень процессов, реализуемых при передаче бизнес-процесса в аутсорсинг

План процессов передачи бизнес-процессов на аутсорсинг	Результаты процессов передачи
При этом корпоративный Стандарт передачи бизнес-процессов на аутсорсинг и инсорсинг группы компаний Kazakhmys под аутсорсингом понимается следующее:	
Идентификация инициатора процесса аутсорсинга	Распоряжение или поручение высшего руководства или балансодержателя / владельца бизнес-процесса Обращение / коммерческое предложение внешнего контрагента
Постановка задания на оптимизацию процесса: - высшим руководством, - балансодержателем или владельцем бизнес-процесса, - службой, занимающейся реструктуризацией, - внешним контрагентом	
Рассмотрение результативности процесса на основании отчетов прошлого периода	
Разработка технической спецификации, технического задания	Техническая спецификация, Техническое задание
Определение целей, задач процесса, определение критериев, контрольных точек, требований к качеству, срокам выполняемых услуг	
Проведение экспресс-аудита	Заключение по результатам экспресс - аудита
Анализ текущей деятельности процесса, рисков и взаимодействия с внешней средой	
<b>ГРУППА ПРОЦЕССОВ РАЗРАБОТКИ ПРОЕКТА АУТСОРСИНГА</b>	
Подготовка и утверждение паспорта проекта	Паспорт проекта
Определение целей, задач проекта, критериев результативности проекта	
Поиск и отбор потенциальных аутсорсеров	Коммерческие предложения от потенциальных аутсорсеров Заклучение по анализу предложений потенциальных аутсорсеров
Сбор и сопоставительный анализ предложений аутсорсера	
Формализация предлагаемых аутсорсером вариантов реализации бизнес-процесса, решение проблемных зон	
Проведение анализа и предоставление заключения высшему руководству на согласование	Финансовая модель проекта Заклучение об эффективности проекта и целесообразности передачи бизнес-процесса на аутсорсинг
Разработка финансовой модели проекта, определение контрольных точек, расчет плановых эффектов по проекту	
Анализ целесообразности передачи процесса на аутсорсинг	
Утверждение приказа о передаче проекта	Приказ о передаче бизнес-процесса на аутсорсинг либо Отказ от передачи проекта на аутсорсинг/ инсорсинг
Принятие решения высшим руководством о передаче бизнес-процесса на аутсорсинг либо отказ от реализации проекта	
Создание проектной группы (в случае положительного решения)	

*Продолжение таблицы 1*

План процессов передачи бизнес-процессов на аутсорсинг	Результаты процессов передачи
<b>ГРУППА ПРОЦЕССОВ ВЫВОДА ПРОЕКТА НА АУТСОРСИНГ</b>	
Актуализация проекта в рамках аутсорсинга	Календарный план проекта Ресурсный план проекта Система мониторинга и контроля проекта Согласованный бизнес-план Бюджет проекта Проект Договора аутсорсинга
Разработка и утверждение содержания проекта, календарного плана и ресурсов Разработка системы мониторинга и контроля, системы управления рисками проекта	
Определение перечня имущества, передаваемого под управление аутсорсеру (аренда или на безвозмездной основе), расчет стоимости арендной платы	
Разработка проектов договоров аутсорсинга	
Проведение разъяснительных работ с персоналом, передаваемым аутсорсинговой компании	
Формирование производственной программы и плана закупок сервисных услуг (определение плановых потребностей, сбор заявок, определение источников финансирования)	
Формирование бюджета проекта, согласование бизнес-плана, утверждение плановых KPI проекта	
Проведение конкурса на закуп услуг аутсорсинга	
Анализ соответствия потенциального аутсорсера заявленным требованиям технического задания	
Заключение договоров	
Согласование проектов договоров аутсорсинга (договор аренды, соглашение об аутсорсинге, договор услуг и т.д.)	
Заключение договоров аутсорсинга	
Передача проекта аутсорсеру	Акт приемки - передачи основных средств
Комиссионная прием-передача основных средств в аренду аутсорсеру	
<b>ГРУППА ПРОЦЕССОВ КОНТРОЛЯ ЗА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ АУТСОРСЕРА</b>	
Постпроектный мониторинг и содействие в решении возникающих вопросов	Заключение по результатам постпроектного мониторинга
Контроль за исполнением договорных обязательств	
Оказание содействия и участие в решении возникающих проблем аутсорсера	
Получение отчетности и проведение текущего анализа ключевых показателей	Отчет о результатах анализа эффективности деятельности аутсорсера
Проведение анализа эффективности бизнес-процесса, переданного аутсорсеру	
Утверждение/согласование/корректировка бюджета на следующий год	

Окончание таблицы 1

План процессов передачи бизнес-процессов на аутсорсинг	Результаты процессов передачи
Управление рисками проекта	Заключение по результатам мониторинга рисков и план мероприятий по их минимизации
Идентификация, ранжирование, мониторинг и контроль рисков бизнес-процесса, переданного аутсорсеру	
Устранение последствий рискованных ситуаций в случае их возникновения	
Корректирующее воздействие	Заключение по улучшению текущего состояния деятельности аутсорсера
Анализ выявленных несоответствий отклонений реализации бизнес-процесса	
Рассмотрение возникающих изменений, тенденций рынка и т.п. по результатам календарного года	
Приостановка / расторжение договора в случае нарушения условий договора	

При этом корпоративный Стандарт передачи бизнес-процессов на аутсорсинг и инсорсинг группы компаний Kazakhmys под аутсорсингом понимается следующее:

Аутсорсинг – передача на основании договора определенных бизнес-процессов на исполнение третьим лицам (Аутсорсерам), с целью повышения эффективности передаваемого бизнес-процесса, сопровождающаяся передачей под управление Аутсорсеру человеческих и материальных ресурсов для выполнения бизнес-процесса. В отличие от услуг, имеющих разовый, эпизодический или случайный характер и ограниченных началом и концом, на аутсорсинг обычно передаются функции для бесперебойной работы отдельных бизнес-процессов на основе длительного контракта (не менее одного года).

Аутсорсер – юридическое или физическое лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность, специализирующееся на предоставлении услуг аутсорсинга. Основным признаком аутсорсера является специализация на бизнес-процессе, являющимся для группы компаний Kazakhmys вспомогательным.

Непосредственно процедура передачи в аутсорсинг и инсорсинг реализуется в проектной форме и включает четыре этапа (таблица 1).

Основные трудности передачи бизнес-процессов в аутсорсинг:

1) несформированность рынка аутсорсинга в Казахстане. Даже если на рынке присутствуют компании, реализующие подобный бизнес-процесс, их мощности не сопоставимы с объемами работ и услуг существующих вспомогательных бизнес-процессов группы компаний Kazakhmys;

2) в связи с отсутствием отдельного учета затрат по месту их возникновения не всегда представляется возможным определить реальную стоимость бизнес-процесса, реализуемого в рамках группы компаний Kazakhmys и сопоставить ее с ценой услуг потенциального аутсорсера;

3) существующий в Казахстане закон «О недрах и недропользовании» не учитывает особенностей реализации проектов аутсорсинга, рассматривая их в качестве рядовых поставщиков работ и услуг, основанием для выбора которых является цена услуги (согласно правилам закупок). Данная ситуация ограничивает возможности сотрудничества с более дорогими по цене, но и более квалифицированными аутсорсерами, чья деятельность приносит эффект в долгосрочной перспективе за счет более высокого качества выполнения бизнес-процесса и его разумной оптимизации.

Несмотря на эти проблемы, можно выделить основные выгоды аутсорсинга для горнорудных предприятий Казахстана:

1) НДС в зачет – даже если стоимость выполнения бизнес-процесса аутсорсером будет равна себестоимости выполнения его в рамках материнского предприятия, появляется положительный экономический эффект в виде зачетного НДС, который уменьшает базу общего начисленного НДС. НДС по приобретенной услуге в рамках аутсорсинга будет отнесен в зачет пропорционально удельному весу облагаемого оборота. Таким образом, у горнорудных предприятий появляется косвенный доход от производственной деятельности;

2) экономический эффект от снижения затрат на выполнение бизнес-процесса посредством аутсорсинга;

3) повышение уровня управляемости за счет снижения количества контролируемых активов и процессов;

4) передача рисков и ответственности за своевременность, полноту и безопасность выполняемых бизнес-процессов третьим лицам.

Развитие аутсорсинга на крупнейшем горнодобывающем комплексе Казахстана отражает общую для республики тенденцию снижения влияния сырьевого сектора и осуществления диверсификации экономики. Сырьевые монополисты, к которым относится и Kazakhmys, в новой экономике постиндустриального периода уже не выступают единственными драйверами роста и не могут создавать необходимой добавленной стоимости. Снижение концентрации капитала за счет передачи непрофильных активов является процессом вынужденной санации глобальных производств. В дальнейшем реструктуризация производственных цепочек крупных производств может привести к качественной трансформации все бизнес-модели Kazakhmys.

### *Список литературы*

1. Хейвуд Дж. Брайан. Аутсорсинг: в поисках конкурентных преимуществ. М.: Вильямс, 2002. 176 с.
2. Клементс С. Аутсорсинг бизнес-процессов. Советы финансового директора / пер. с англ. Н.И. Кобзаревой. М.: Вершина, 2006. 416 с.
3. Официальный сайт консалтинговой группы MD. Курьянович В. Реструктуризация фирмы и переход на аутсорсинг. URL: <http://md-hr.ru/articles/html/article32685.html>.

4. Официальный сайт группы компаний Kazakhmys. URL:  
<http://www.kazakhmys.kz/ru/otchety/>
- 

*Vechkinzova E.A., Petrenko E.S.*

### OUTSOURCING OF BUSINESS PROCESSES OF MINING ENTERPRISES OF KAZAKHSTAN

*Abstract.* The article discusses the issues of transfer of non-core business processes and assets to outsourcing companies as way to achieve economic advantages. Identified key strengths and weaknesses, summed up and described the experience of carrying out this process at the mining enterprises of Kazakhstan.

**Key words:** outsourcing, business process, asset management, non-core assets, restructuring, the enterprise.

---

УДК: 334.722 (075)

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ  
МАЛОГО БИЗНЕСА И ЧАСТНОГО  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УЗБЕКИСТАНЕ****Эргашев Р. Х.***доктор экономических наук, профессор кафедры «Экономика»,  
Каршинский инженерно-экономический институт***Курбонов А. Б.***кандидат экономических наук, заведующий кафедрой «Экономика»,  
Каршинский инженерно-экономический институт***Файзиева Ш. Ш.***кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика»,  
Каршинский инженерно-экономический институт*

**Аннотация.** В статье рассматриваются вопросы совершенствования государственной поддержки малого бизнеса и частного предпринимательства в Узбекистане. Проанализированы проблемы проводимых в Узбекистане реформ, направленных на обеспечение стабильного роста экономики и повышение роли и места частной собственности в экономике страны, на сокращение государственного присутствия в экономике, повышение роста доли частной собственности в валовом внутреннем продукте, расширение использования финансовых и кредитных ресурсов, улучшение деловой среды.

**Ключевые слова:** государственная поддержка, малый бизнес, частное предпринимательство, финансовые ресурсы, кредитные ресурсы, деловая среда, предпринимательский потенциал.

В мировой экономике за последние десять лет, особенно, в условиях устранения негативного влияния последнего мирового финансово-экономического кризиса радикально меняются многие теоретические взгляды на роль государства в регулировании экономики и функции малого бизнеса и частного предпринимательства (МБЧП) в обеспечении высоких темпов экономического развития. По данным Международного Валютного Фонда (IMF), «на сегодняшний день в мире 90% предприятий, относящихся к малому и среднему бизнесу, обеспечивают работой 63% мирового населения. В масштабе Европейского союза, общая доля малого и среднего бизнеса составляя 99,8%, обеспечивает работой 85% населения, которые участвуют в образовании всего 58% добавленной стоимости [1].

С первых лет независимости в Республике Узбекистан развитие малого бизнеса и частного предпринимательства рассматривалось в качестве приоритетного направления социально-экономического развития национальной экономики. Отмечая ключевые принципы, на которых строится институциональное развитие малого бизнеса и частного предпринимательства в Узбекистане, следует признать, что он



базируется «...на сформированной мощной законодательной и правовой базе, постоянном ее совершенствовании, системной государственной помощи в вопросах предоставления бизнесу льгот и преференций, техническом и технологическом переоснащении и модернизации производства» [2].

Государством были реализованы систематические меры по регулированию и государственной поддержке малого бизнеса и частного предпринимательства, в частности, направленные на повышение его доли в производстве валового внутреннего продукта и в обеспечении занятости населения, совершенствование технологической структуры МБЧП, удовлетворение потребностей в кредитных ресурсах и создание благоприятной предпринимательской среды. В результате успешного регулирования развития деятельности МБЧП, по итогам 2018 года доля малого бизнеса и частного предпринимательства в валовом внутреннем продукте Узбекистана составила 57,5%; в объеме промышленного производства – 45,6%, в объеме сельскохозяйственного производства – 99,4%, в объеме инвестиций в основной капитал – 40,8%. В настоящее время в сфере малого бизнеса и частного предпринимательства успешно трудится 77,4% занятого населения страны [3] (таблица 1).

*Таблица 1*

**Основные показатели уровня развития малого бизнеса  
и частного предпринимательства в Узбекистане, в %**

Год	ВВП	Промышленность	Строительство	Занятость	Экспорт	Импорт
2000	31,0	12,9	38,4	49,7	10,2	27,4
2001	33,8	12,5	40,4	51,8	9,3	26,9
2002	34,6	15,4	42,0	53,5	7,5	24,9
2003	35,0	10,8	39,9	56,7	7,3	33,7
2004	35,6	11,0	49,6	60,3	7,3	32,7
2005	38,2	10,0	50,9	64,8	6,0	33,7
2006	42,1	10,9	52,1	69,1	10,7	34,0
2007	45,7	13,2	55,4	72,1	14,8	32,0
2008	48,2	14,6	58,4	73,1	12,4	35,7
2009	50,1	17,9	42,4	73,9	14,6	42,5
2010	52,5	18,8	53,1	74,3	13,7	35,8
2011	54,0	21,9	68,6	75,1	18,8	34,3
2012	54,6	23,1	71,1	75,6	14,0	38,6
2013	55,8	28,1	71,5	76,7	26,2	42,4
2014	56,1	31,7	69,5	76,9	26,4	45,4
2015	56,5	40,6	66,7	77,0	26,6	44,5
2016	56,9	45,3	67,8	77,2	26,9	46,7
2017	53,3	45,4	65,1	77,3	27,0	50,0
2018	57,5	45,6	66,8	77,4	27,0	52,1

В мировой экономике ключевое значение приобретают совершенствование экономических механизмов государственной поддержки малого бизнеса и частного

предпринимательства за счет эффективного использования потенциала денежно-кредитных, инвестиционных, имущественных и других механизмов воздействия на малые предприятия, создание благоприятной деловой среды для их развития.

В условиях продолжающегося глобального финансово-экономического кризиса возросло значение малого бизнеса и частного предпринимательства в создании широких возможностей для развития частной собственности и частного предпринимательства путём осуществления структурных преобразований в экономике. По сведениям, «занятость населения в предприятиях малого и среднего бизнеса составляет: в Китае – 81,4 % при ВВП 54,3%, в Японии – соответственно 70,8 % при ВВП 67,0%, в США – 50,6 % при ВВП 53,1 %» [4].

В процессе исследования наблюдались изменения доли малого бизнеса и частного предпринимательства в отраслях промышленности с 12,9% в 2000 году до 45,6% в 2018 году, соответственно в сельском хозяйстве с 73,6% до 99,4%, в строительстве с 38,4% до 66,2%, в сфере услуг с 37,0% до 57,7%. Однако при распределении малых предприятий по отраслям, сохраняется удельный вес субъектов торговли и общественного питания (45,9%).

В ходе исследования определены социально-экономические преимущества развития национальной экономики и особенности территориального развития. За 2000-2018 годы в стране наблюдалась тенденция развития МБЧП, количества зарегистрированных субъектов в 2,6 раз, а число функционирующих субъектов – в 2,9 раза (таблица 2).

Таблица 2

**Основные показатели развития субъектов МБ в Узбекистане**

Показатели	Год									
	2000	2005	2008	2010	2012	2014	2015	2016	2017	2018
Зарегистрированные субъекты МБЧП, тыс.	182,9	308,7	435,9	459,5	205,2*	213,6	221,1	245,9	254,7	287,9
Действующие субъекты МБЧП, тыс.	149,3	268,6	398,6	425,0	177,9*	189,6*	196,0	230,1	245,8	276,1
Доля МБЧП в числе занятых в экономике, %	49,7	65,5	72,3	74,2	75,7	76,0	77	77,2	77,3	77,4
Доля субъектов МБЧП в ВВП, %	31,0	38,2	48,2	52,5	54,6	56,0	56,5	56,9	53,3	57,5
В т.ч. малые предприятия и микрофирмы, %	15,7	21,5	29,5	32,7	33,9	35,1	36,2	38,8	38,9	40,8
Доля в экспорт, %	10,2	6,0	13,6	14,7	25,9	26,8	27,0	26,0	27,0	27,0
Доля в импорт, %	27,4	38,5	36,6	38,6	45,4	46,5	44,5	46,7	50,0	52,1
Новые рабочие места, созданные в МБ, тыс.	296,9	350,8	410,0	476,6	485,0	480,4	480,9	498,9	568,8	587,8
Субъекты МБ ведущих деятельность на 1000 человек	5,7	10,3	14,7	15,8	16,8	17,8	18,1	18,7	19,5	19,9

Осуществляемые в Узбекистане реформы, обеспечивающие стабильный рост экономики, направлены на кардинальное повышение роли и места частной собственности в экономике республики, сокращение государственного присутствия в экономике, повышение последовательного роста доли частной собственности в валовом внутреннем продукте, расширение пользования финансовыми и кредитными ресурсами, улучшение деловой среды. В результате эффективности проводимых реформ: Доля малого бизнеса и частного предпринимательства в валовом внутреннем продукте возросла с 31 процента в 2000 году до 57,5 процента в настоящее время, или в 1,8 раза.

В процессе исследования узбекской модели «Малый бизнес и частного предпринимательства» выявлено, что по своей экономической сущности наблюдается наличие двусторонних связей в экономической модели субъектов малого бизнеса, т.е двусторонние особенности природы предпринимательства (рисунок 1).

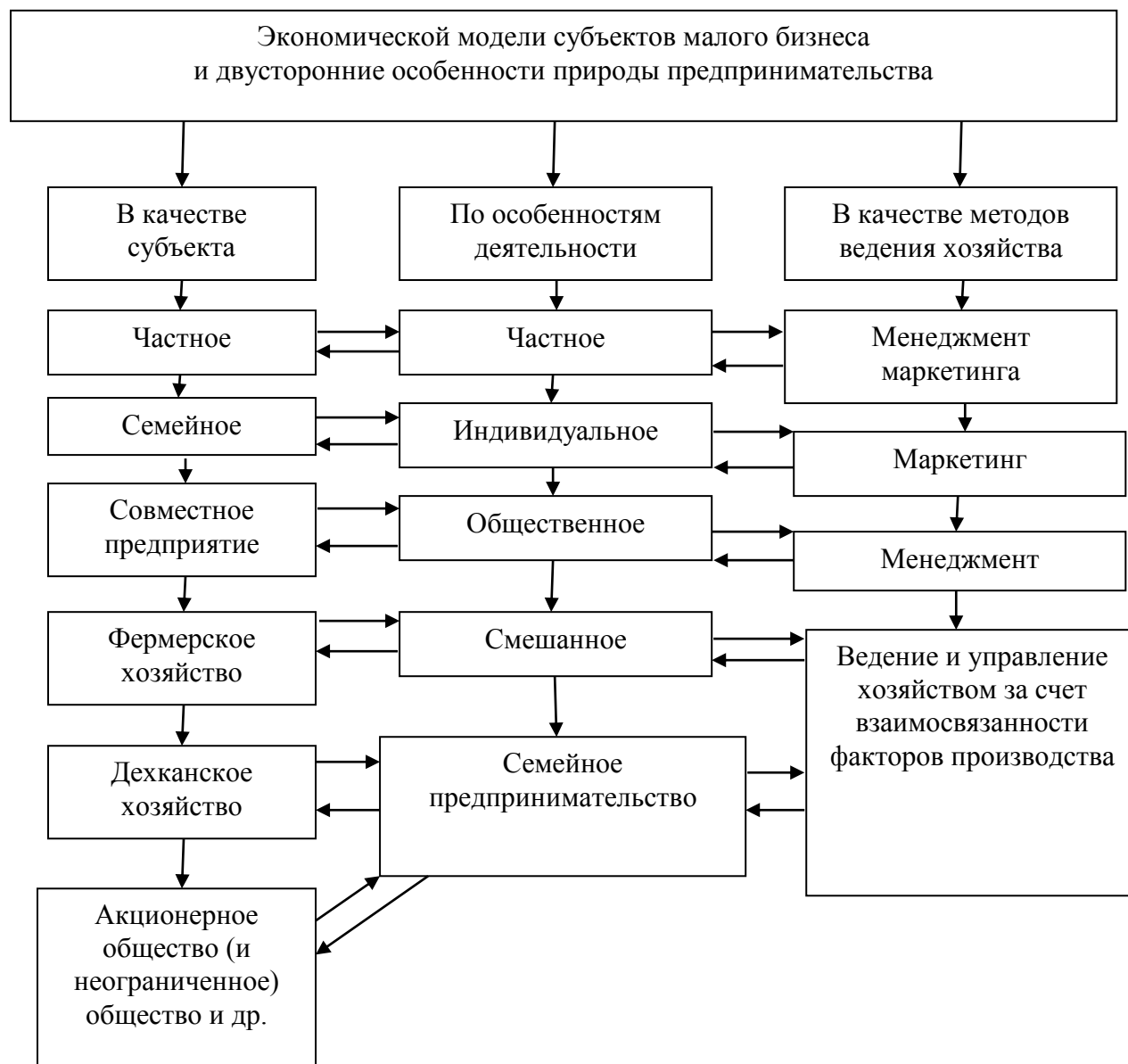


Рисунок 1. Двусторонние связи в экономической модели малого бизнеса

В XXI веке, в связи с превращением науки в непосредственную производительную силу, экономическая категория «инновационное предпринимательство» стало реальностью. Обоснована авторская мысль в о том, что социально-экономическая значимость понятия «инновационное предпринимательство», как экономической категории может проявляться в различных формах собственности и ведении хозяйства и является по сущности инициативной деятельностью для получения, в первую очередь, дохода оно действует как важный рычаг рыночной экономики для оптимального сочетания факторов производства в ведении хозяйства и является по сущности инициативной деятельностью для получения, в первую очередь, дохода оно действует как важный рычаг рыночной экономики для оптимального сочетания факторов производства в ведении хозяйства и инновационного управления.

По нашему мнению, с точки зрения деятельности, предпринимательство действует как элемент бизнеса и имеет свои особенности:

1. малый бизнес – это предприятие, созданное в форме юридического лица, осуществляющее предпринимательскую деятельность. На практике она проявляется в статистическом наблюдении деятельности малых предприятий для сравнительного анализа в целях создания благоприятных условий по межрегиональному и международному сравнению деятельности малого бизнеса, определения их нужды в области налоговых льгот и преференций, использование на практике механизма привлечения к налоговым выплатам, определённых на основании нормативных хозяйственных документов о численности постоянных рабочих;

2. частное предпринимательство – осуществляет деятельность в форме частного и индивидуального предприятия под свой риск и ответственность за собственное имущество, занимается инициативной хозяйственной деятельностью в целях получения не запрещённого законом дохода, оно действует в форме юридического лица, а индивидуальное предпринимательство в форме физического лица.

Такое понимание сущности предпринимательство ближе по смыслу понятия «Small business» (малое плюс среднее или малый бизнес). Необходимо отметить, что в литературе Западной Европы широко используется английская транскрипция «Small business» [5].

В настоящее время за счёт обеспечения ускоренного развития МБЧП, защиты частной собственности, преодоления административных барьеров на пути развития предпринимательства, качественного улучшения и поднятия на новый уровень инвестиционной и деловой среды необходимо обеспечить их полное соответствие мировым стандартам.

Как было отмечено в докладе Президента Республики Узбекистан Ш.М. Мирзиёева на заседании Олий Мажлису: «будет активно продолжена работа по поддержке предпринимательской деятельности. Как говорил наш великий мыслитель

Наджмиддин Кубро: «Я убедился, что успех и удача рождаются в действии, а неуспех – в беспечности и лени». Действительно, прогресса и процветания мы сможем достичь только благодаря активному предпринимательству, неустанному труду и целеустремленности» [6].

Отмеченные выше факты предполагают наличие в структуре факторов экономического развития обеспечение достойного уровня жизни населения страны, развитие предпринимательской способности, обеспечение стабильного роста предпринимательства, усовершенствование институциональных основ, возможности эффективного использования инициативного ведения самостоятельного хозяйства. Здесь целесообразно применение селективного принципа в поддержании государством деятельности субъектов МБЧП экономическими рычагами и средствами.

На основе такого подхода имеется возможность комплексного решения существующих в данной сфере проблем, создания новых программных комплексов в совершенствовании теоретических основ государственной поддержки МБЧП, формирования методики и стратегии повышения предпринимательского потенциала (ПП).

Поощрение развития МБЧП считается одним из решающих факторов социально-экономического развития страны. В экономической литературе обоснованы теоретические аспекты необходимости государственной поддержки МБЧП, в частности, заслуживает внимание государственная поддержка посредством экономических механизмов в доверительной и систематической форме.

Следует отметить фактор патернализма (патронажа) государственной поддержки МБЧП, с учётом имеющегося мирового опыта. На мировой практике поддержка малого бизнеса осуществляется тремя моделями.

**Первая модель** основана на протекционистских идеях, в них отражены целевые программы поддержки малого бизнеса и опыт развитых государств по выходу из экономического кризиса. США является самой развитой страной малого бизнеса, где в число эффективных мер можно включить две программы поддержки: «Программа инновационных исследований в малом бизнесе» (SBIR) и «Программа трансферта технологий в малом бизнесе» (STTR).

**Вторая модель**, наоборот, основана на свободном предпринимательстве. В частности, здесь можно указать на то, что во Франции не принимается масштабная программа, направленная на поддержку малого бизнеса.

**Третья модель**, комбинированная объединяет обе модели. В частности, такой подход можно наблюдать в Великобритании. Данный подход осуществляет мероприятия по поддержке малого бизнеса на основании свободного предпринимательства, о чём извещается на государственном уровне.

В теоретическом аспекте государственная экономическая поддержка субъектов МБЧП является одним из регулирующих рычагов рыночных отношений.

По нашему мнению при осуществлении этого процесса необходимо обратить на следующее. В частности, государственная поддержка должна преследовать внимание цель: достижение в общественном масштабе максимизации социально-экономической полезности (Marginal Social Benefit), повышение конкурентоспособности субъектов, обеспечение их инновационного развития, достижение Парето эффективности используемых ресурсов, неуклонное повышение благосостояния населения. Имея в виду эти цели:

**Во-первых**, границей государственной экономической поддержки субъектов малого бизнеса является превышение маржинального социального эффекта над маржинальными общественными издержками ( $MSB > MSC$ );

**Во-вторых**, нежная граница государственной поддержки субъектов МБЧП, определяется срокам оказания поддержки (краткосрочный период), адресностью и оптимальностью.

Необходимо подчеркнуть, что излишнее государственное вмешательство в рыночные отношения может повредить функционированию рыночного механизма, негативно отразиться на конкурентоспособности субъектов и на их инновационном развитии. Следовательно, государственная поддержка бизнес субъектов должна осуществляться селективно и на начальном этапе «Start-up» их функционирования. С учётом имеющихся особенностей перехода к рыночным отношениям в Узбекистане, что государство является направляющим и организующим звеном экономических реформ, оно осуществляет контроль предпринимательской деятельности по следующим направлениям:

1. мониторинг равновесия спроса и предложения товаров и услуг на рынке и вмешательство в рынок только по необходимости;
2. осуществить фискальную и кредитную политику при упорядочении деятельности хозяйствующих организаций;
3. создать механизм упорядочения самой имеющейся системы государственного института.

В этой связи следует отметить, что в некоторых странах развитие МБЧП поддерживается и поощряется экономическими методами государства.

МБЧП рассматривается как приоритетное направление экономического развития и здесь основное внимание уделяется не на то, какую способность производства товаров и услуг они имеют, а насколько они стремятся учитывать максимально интересы участников экономических отношений и стараются удовлетворять их потребности путем эффективного использования внутренних ресурсов. Такой подход к данной проблеме, несомненно, является теоретической основой для определения потенциала субъектов и оптимальной государственной поддержки их развития.

В экономической литературе категория «потенциал» трактуется в широком смысле и рассматривается как оценка производственной мощи страны или региона.

При оценке потенциала предпринимательства мы внесли корректировки в статистические показатели социально-экономического комплекса и на основании предложенного нами подхода используя показатели «предпринимательской способности», «предпринимательская активность» и «возможность заниматься предпринимательской деятельностью» разработали классификацию субъектов в группы, отражающих их способность ведению бизнеса.

По нашему мнению, предпринимательский потенциал – это явление, связанное со сложными экономическими, социальными и институциональными факторами. Он заключается в стремлении населения заниматься предпринимательской деятельностью, наличии ресурсов и возможностей, способности приспосабливаться к стремительно меняющейся конъюнктуре рынка, эффективном использовании имеющихся интеллектуальных, материальных, финансовых и организационных возможностей.

Для оценки предпринимательского потенциала (ПП) регионов требуется определить, в первую очередь, стратегию и перспективные направления повышения потенциала МБЧП в целом по стране, исходя из анализа социально-экономических показателей эффективности его поддержки и на основе методического анализа ПП, разработаны предложения по селекции способов государственной поддержки и сформулированы соответствующие научные положения.

**Во-первых**, с помощью группировки регионов сообразно «комплексу преимуществ Парето», уровень (коэффициент) ПП в каждом изучаемом регионе интегральный рассчитан по формуле:

$$E_{pr} = \sum (f_{ir} / f_{io}) / n,$$

где:  $r$  – индекс региона,

$i$  – номер фактора-показателя,

$f_{ir}$  – степень фактора-показателя  $i$  в регионе  $r$ , %;

$f_{io}$  – степень фактора-показателя  $i$  в масштабе страны ( $f_{io} = 100$  %),

$n$  – количество факторов-показателей.

**Во-вторых**, научно обоснована целесообразность определения динамики предпринимательского потенциала некоторых малых предприятий, функционирующих в различных отраслях экономики.

Выявленные в ходе исследования с помощью данной методики результаты деятельности малых промышленных предприятий в регионах показывает, что на некоторых малых предприятиях уровень предпринимательского потенциала остается низким. Определено, что при формировании предпринимательского потенциала на малых предприятиях на первом месте стоят финансово-экономические, а уже затем производственные показатели. Из этого вытекает необходимость решения проблемы экономии финансовых ресурсов, увеличения количества квалифицированных работников и научно-технических групп, и на этой образном основе можно добиться

повышения предпринимательского потенциала и достижения устойчивого инновационно-экономического развития.

Предложенный, в исследовании, способ селективного отбора предприятий по уровню рентабельности позволяет оценивать их ранжировать по успешности бизнеса. Группировка малых предприятий таким способом выполняет роль экономического инструмента для сокращения расходуемых ресурсов, проведения мониторинга всего производственного процесса начиная от глубокой переработки полуфабрикатов до заключительного этапа превращения их в готовую продукцию, и способствует решению вопросов преодоления множества проблем и трудностей, а также обосновывает необходимость адекватного выполнения роли экономического рычага для государственной поддержки.

Исследован опыт развитых стран по поддержке малого бизнеса, таких государств как, США, Япония, страны Евросоюза. При использовании опыта развитых стран в области повышения доли субъектов малого бизнеса в ВВП мы считаем целесообразным учитывать национальные особенности нашей страны. В экономике Италии уделяется особое внимание организационной форме [7] и технологического объединения малого бизнеса – «конstellации» [8]. У них осуществляется кооперация деятельность ограниченных объединённых малых предприятий по выпуску сложной готовой продукции. В то время как одно, из объединенных в такую организационную форму, предприятие производит продукцию, другое несет ответственность за технологический процесс, а третье предприятие- реализует товары. Исходя из такого опыта обоснованы научные предложения относительно проблем 3–4 этапного производства и реализации продукции, расширения масштабов выработки.

Нами обоснована теоретическая схема, ее методы, форма и способы, а также инструменты, где в центре расположен экономический механизм (рисунок 2).

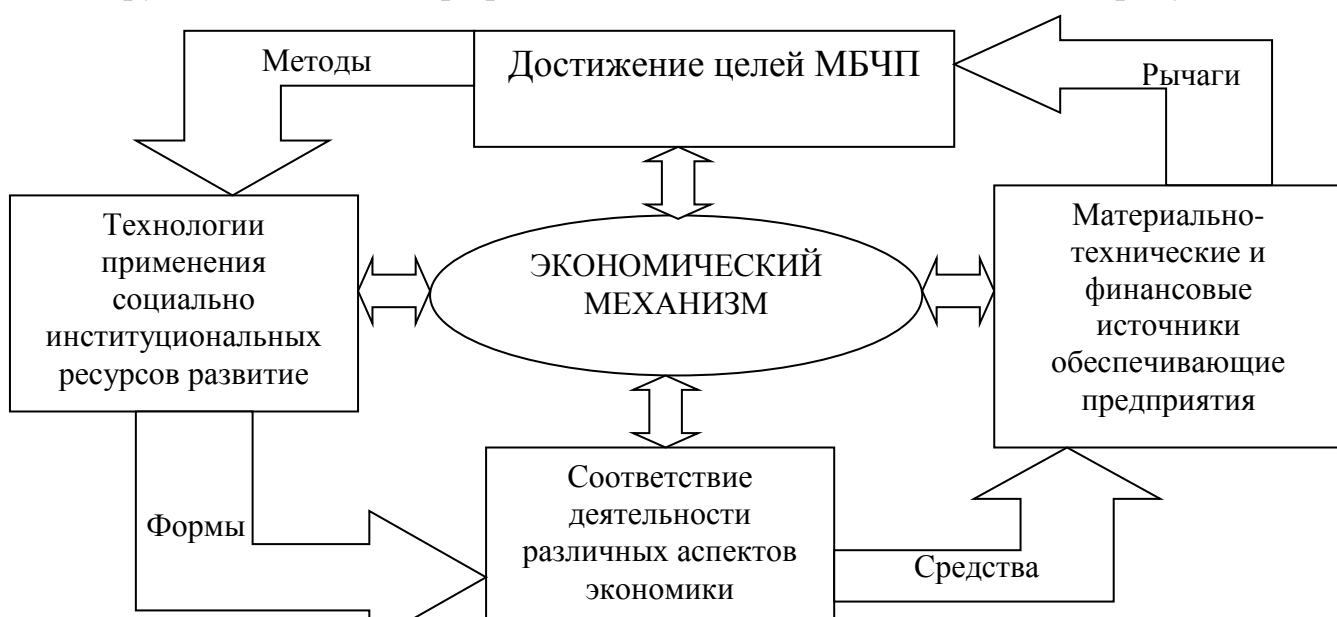
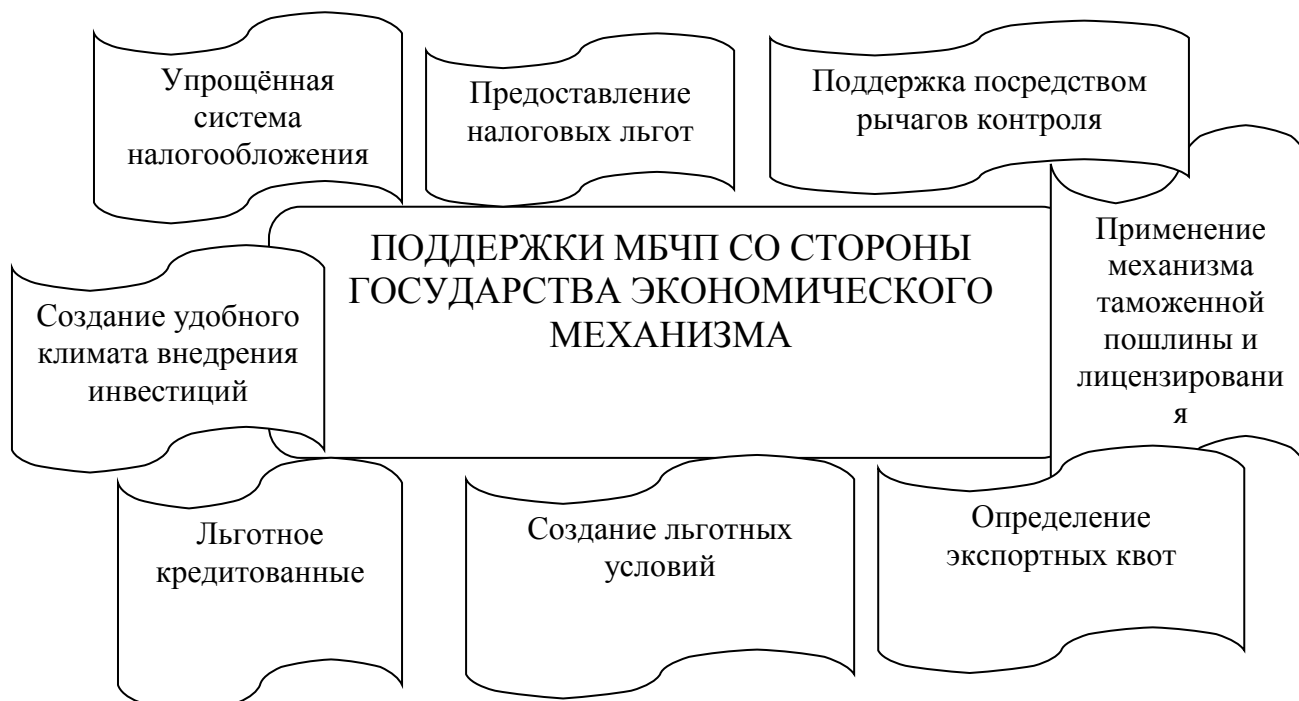


Рисунок 2. Экономический механизм государственной поддержки малого бизнеса и частного предпринимательства



Рычаги экономического механизма (налог, государственные закупки, таможенная пошлина, инвестиции и экспорт), их особенности, влияющие факторы и сформулированы научные выводы (рисунок 3)



*Рисунок 3. Поддержки МБЧП со стороны государства экономического механизма*

В результате проведённых в нашей стране реформ по созданию условий улучшению делового климата в 2015 году по сравнению с 2000 годом занятость выросла в 2,2 раза, также меняется структурный состав малого бизнеса в ведущих отраслях экономики и доля занятого в данной сфере населения.

По нашему мнению, государственная экономическая поддержка субъектов бизнеса актуальна с таким зрением дополнения ею рыночного механизма повышения его эффективности. В результате научного анализа диссертант приходит к выводу, о том, что экономический механизм государственной поддержки – это цельная система, состоящая из технологий, средств и инструментов применения материально-технических, финансовых и институциональных ресурсов, служащая достижению целей, поставленных МБЧП в результате соответствующего развития всех звеньев экономики и их правильного использования.

По мнению диссертанта для функционирования указанного в рис.3 принципов и задач экономического механизма необходимо сначала определить организационную структуру субъектов предпринимательства, цели и возможности оказания финансовой помощи. Следовательно экономический механизм имея соответствующие экономические тенденции очень чувствителен степени осуществления государственной финансовой поддержки.

В процессе исследования рассмотрены условия и возможности организации семейного предпринимательства, определены особенности порядка уплаты страховых

и налоговых взносов членом семьи, зарегистрированным в качестве индивидуального предпринимателя, не имеющего статуса юридического лица. На основе этого, определен размер налогового платежа для члена семьи, зарегистрированного в качестве индивидуального предпринимателя, в размере 100% к минимальной заработной плате, а для остальных членов семьи страхового взноса в размере 50% от минимальной заработной платы, а также обязательность 56 На основе проведенного анализа можно сказать, что малые предприятия в отраслях высоких технологий, в частности, в таких как топливно-энергетическая промышленность, химическая промышленность, в отраслях с высокой экономией капитала, развиты в недостаточной степени. Доля малых предприятий, осуществляющих деятельность в отраслях промышленности из общего числа малых предприятий и микрофирм составляет 94,2%, а их общая доля в ВВП составляет только 36,7%. Проанализировано, что в нашей реальной экономике, промышленности МБЧП не занимает ведущее место.

### Список литературы

1. URL: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/sdn/2015/sdn1504.pdf>.
2. Выступление Президента Республики Узбекистан на открытии международной конференции «О роли и значении малого бизнеса и частного предпринимательства в реализации социально-экономической политики в Узбекистане». 14 сентября 2012 года. URL: [www.uza.uz](http://www.uza.uz).
3. Данные приведены на основе следующего источника: Малое предпринимательство Узбекистана. Государственный комитет Республики Узбекистан по статистике. Статистический сборник. Т., 2016, С.18–50.
4. URL: <http://www.ifc.org.msme.country.indicator>.
5. Рубе В.А. Малый бизнес: история, теория, практика. М.: Теис, 2010. С. 29.
6. Мирзиёев Ш.М. Послание к парламенту страны – Олий Мажлису, 28 декабря 2018 года. Народное слова, от 29 декабря 2018 года.
7. URL: [www.businesspress.ru/newspaper/artilce\\_ald\\_342299.html](http://www.businesspress.ru/newspaper/artilce_ald_342299.html).

*Ergashev R. K., Kurbonov A. B., Fayzieva Sh. Sh.*

## IMPROVING STATE SUPPORT FOR SMALL BUSINESS AND PRIVATE ENTREPRENEURSHIP IN UZBEKISTAN

*Abstract.* The article deals with the improvement of state support for small business and private entrepreneurship in Uzbekistan. The problems of reforms implemented in Uzbekistan that ensure stable economic growth are analyzed, aimed at dramatically increasing the role and place of private property in the economy of the republic, reducing the state presence in the economy, increasing the consistent growth in the share of private property in gross domestic product, increasing the use of financial and credit resources business environment.

**Key words:** government support, small business, private entrepreneurship, financial resources, credit resources, business environment, entrepreneurial potential.

УДК: 662.997

**ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ  
ВОЗОБНОВЛЯЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ ЭНЕРГИИ В УЗБЕКИСТАНЕ****Узаков Г. Н.***доктор технических наук, профессор, заведующий кафедрой  
«Теплоэнергетика», Каршинский инженерно-экономический институт***Узаков Н. У.***доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры «Экономика»,  
Каршинский инженерно-экономический институт***Давлонов Х. А.***аспирант кафедры «Теплоэнергетика»,  
Каршинский инженерно-экономический институт***Султонов С. Я.***магистр, кафедра «Теплоэнергетика»,  
Каршинский инженерно-экономический институт***Хидиров М. М.***магистр, кафедра «Теплоэнергетика»,  
Каршинский инженерно-экономический институт*

**Аннотация.** Статья посвящена анализу современного состояния и перспективам использования возобновляемых источников энергии (ВИЭ) в отраслях экономики Узбекистана. Приведены валовые и технические потенциалы возобновляемых источников энергии Республики Узбекистан и их возможности применения в энергобалансе страны. Проанализированы экономические аспекты использования ВИЭ в региональных экономических зонах Республики Узбекистан.

**Ключевые слова:** возобновляемые источники энергии, солнечная энергия, валовой потенциал солнечной энергии, экономия энергии, инвестиция, энергосбережение, электроэнергия.

Энергетика является важнейшей отраслью и основой экономики любой страны, поскольку многие производственные, технологические процессы, систем отопления, охлаждения, кондиционирования воздуха, освещения, транспорт, бытовая техника и т. д. зависимы от энергии. Быстрое промышленное развитие группы стран обеспечивалось интенсивным ростом выработки электрической и тепловой энергии. За последние 150 лет, с середины XIX век, население Земли возросло в 5 раз, а выработка энергии в 21 раз. Главным образом это произошло за счет роста добычи ископаемых видов до объемов свыше 8000 млн. т н.э. в год, обеспечивающих 77 % мирового потребления энергии. По экспертной оценке Международного агентства по энергетике в период до 2030 года производство первичной энергии в мире ежегодно будет возрастать в среднем на 1,7 % и достигнет 15300 млн. т н.э. При этом считается, что рост производства энергии более чем на 90 % должно обеспечиваться традиционным

ископаемым топливом. Всё возрастающие объемы его использования вызывают увеличение выбросов углекислого газа  $\text{CO}_2$  и других парниковых газов в атмосферу, что порождает вредное влияние на климат планеты. Кроме того, запасы ископаемых видов топлив, особенно природных углеводородных (нефть и газ), оказываются весьма ограниченными, и по разным оценкам их заметное истощение может наступить уже к середине столетия [1–3].

Производство электроэнергии в Узбекистане в 2000–2018 годы ежегодно в среднем составляла 50–57 млрд. кВт.·час. в долгосрочной перспективе поставлена задача довести выработку электроэнергии к 2030 году до 105 млрд. кВт. час [2].

В современном мире и в Узбекистане проблемы энергосбережения при использовании традиционных топливно-энергетических ресурсов (ТЭР) приобрели особую актуальность, что обусловлено сокращением ТЭР и обострением экологических нагрузок в окружающую среду. Энергетическая проблема приобрела глобальный характер и возникла необходимость своевременной перестройки энергетической базы и поиска путей освоения возобновляемых и экологически чистых источников энергии.

Согласно прогнозу Мирового энергетического Агентства, к середине нынешнего столетия доля возобновляемых источников энергии (ВИЭ) в общем энергобалансе должна достичь 40 %. При таком соотношении традиционных и возобновляемых источников энергии и может произойти стабилизация концентрации  $\text{CO}_2$  в атмосфере к 2050 г. с дальнейшим снижением к 2100 г. [4]. В связи с этим в предстоящие 15–20 лет необходимо разработать конкурентоспособные и экологически чистые энерготехнологии, создать рынок энергетического оборудования, использующего ВИЭ, устранить финансовые, информационные, законодательные барьеры на пути их широкого использования.

Территория Республики Узбекистан (447,4 тысяч кв. км из которой 70% составляет территория пустынь) расположена в относительно благоприятных климатических условиях (между  $37^\circ$  и  $45^\circ$  северной широты и между  $56^\circ$  и  $73^\circ$  восточной долготы) для использования солнечной энергии, энергетический потенциал которой составляет 98,5% ВИЭ вместе взятых, и поэтому она считается основным, определяющим при планировании доли ВИЭ в общем энергобалансе Республики [4].

К основным видам возобновляемых источников энергии в республике относятся солнечная, ветровая, гидравлическая, геотермальная, а также энергия биомассы. Валовой и технический потенциалы указанных видов энергии (млн. тонн условного топлива в год) приведены в таблице 1.

Как видно из таблицы 1, технический потенциал ежегодно поступающих на территорию республики возобновляемых источников энергии более, чем в 4 раза превышает ежегодную потребность Узбекистана в энергоресурсах, которые к началу нынешнего столетия составляли примерно 65 млн. т.у.т. [4].

Таблица 1

**Потенциал возобновляемых источников энергии**

Вид возобновляемых источников энергии	Потенциал, млн. т.у.т./год		
	В Узбекистане		в мире
	валовой	технический	валовой
Солнечная	76459,5	265,1	131 · 106
Ветровая	3,33	0,64	2 · 106
Гидравлическая	3,43	0,39	7 · 106
Энергия биомассы	13,8	2,92	0,1 · 106
В с е г о	76480	269,05	1401 · 106

В связи с тем, что 98,5 % энергетического потенциала ВИЭ вместе взятых приходится на долю солнечной энергии, последняя считается основным определяющим фактором при планировании доли ВИЭ в общем энергобалансе страны.

В республике работы в области использования солнечной энергии ведутся по следующим основным направлениям:

- преобразование солнечной энергии в низкопотенциальное тепло и его использование для нужд теплоснабжения;
- фотоэлектрическое и термодинамическое преобразование солнечной энергии для получения электрической энергии;
- использование солнечной энергии в высокотемпературном материаловедении.

В таблице 2 приведены результаты обработки многолетних актинометрических данных по определению годовой суммы прихода прямого солнечного излучения на нормальную к солнечным лучам поверхность –  $\sum q_1$  в действительных погодных условиях (т.е. с учетом облачности) и фактическое годовое число часов солнечного сияния –  $n$ , которые являются основными показателями ресурса солнечной энергии для характерных регионов Республики [4].

Одной из наиболее подготовленных сфер широкомасштабного применения солнечной энергии в народном хозяйстве республики, как и во всем мире, - ее преобразование в низкопотенциальное тепло и использование последнего в качестве источника в системах теплоснабжения жилых, коммунально-бытовых, сельскохозяйственных, промышленных и социальных объектов, являющихся основными потребителями тепла такого же температурного потенциала. Отметим, что для тепловых нужд населения и коммунально-бытового сектора ежегодно расходуется 50 % ископаемого топлива [4, 5].

Обобщение опыта эксплуатации экспериментальных объектов с системами солнечного горячего водоснабжения в республике показывает, что более 60 % теплопотребности жилых зданий и коммунально-бытовых объектов на горячее водоснабжение в теплый период года может быть покрыта за счет использования солнечной энергии. Это, в свою очередь, позволяет экономить органическое топливо в

количестве более, чем 2,5 млн. т.н.э., что составляет около 5 % ежегодно потребляемых народным хозяйством республики первичных энергоресурсов. Изложенное выше обстоятельство, а также то, что к горячему водоснабжению предъявляются менее жесткие требования по надежности, чем к отоплению, дает основание считать, что первым этапом масштабного внедрения солнечных систем теплоснабжения является горячее водоснабжение [4, 5].

Таблица 2

**Основные показатели ресурсов солнечной энергии для регионов Узбекистана**

Регион	$\Sigma q_d$ , кВт-час/м <sup>2</sup> .	n, часы
Север Республики (Республика Каракалпакстан, Хорезмский вилоят и север Навоийского вилоята)	1900-2100	2900-3000
Юг Республики (Кашкадарьинский и Сурхандарьинский вилояты)	1900-1960	2950-3050
Ферганкая долина (Ферганский, Андижанский и Наманганский вилояты)	1500-1550	2650-2700
Зеравшанская долина (Самаркандский, Джизакский, Бухарский вилояты и юг Навоийского вилоята)	1910-1980	2930-3000
г. Ташкент	1943	2852

Вторым направлением практического использования солнечной энергии в Узбекистане является получение электрической энергии. В этом направлении наиболее признанными являются фотоэлектрический и термодинамический способы преобразования солнечной энергии в электрическую.

В республике насчитывается примерно 4500 чабанских стоянок и около 900 отдаленных кишлаков, в которые подача электроэнергии и питьевой воды традиционными способами затруднена. В этой ситуации единственным альтернативным способом улучшения социальных условий жизни населения, проживающего в этих поселках, является применение солнечных фотоэлектрических и ветровых энергоустановок. Кроме всего прочего, эти установки могут быть использованы для подъема воды и ее опреснения.

Третьим направлением масштабного использования солнечной энергии в республике является высокотемпературное материаловедение. В 1981 г. начато и в 1987 г. закончено сооружение объекта «Солнце» с Большой Солнечной Печью тепловой мощностью 1 МВт в Паркентском районе Ташкентского вилоята. Создание этой установки предусматривало всестороннее изучение проблемы использования солнечной энергии для развития передовых высокотемпературных технологий в области материаловедения [4–5].

Наряду с энергией солнечного излучения, наиболее изученными и технологически подготовленными к освоению в республике являются

гидроэнергетические ресурсы. На данном этапе мощности всех действующих гидроэлектростанций Узбекистана составляют 1700 *МВт* с ежегодной средней многолетней выработкой электроэнергии около 6 млрд. *кВт-ч*, т.е. 12 % электроэнергии, вырабатываемой всеми электростанциями страны.

Дальнейшее развитие гидроэнергетики в Узбекистане будет осуществляться за счет реализации потенциала малых рек, ирригационных каналов, водохранилищ и водотоков, на которых можно построить около 150 малых и микрогидроэлектростанций с установленной мощностью более 1700 *МВт* с выработкой электроэнергии до 8 млрд. *кВт-ч* в год. Как видно, при реализации технического потенциала указанных малых и микрогидроэлектростанций на территории республики общая годовая выработка электрической энергии всеми гидроэлектростанциями может быть доведена до 14 ч 15 млрд. *кВт-ч*, т.е. до 25%.

Наряду с солнечной и гидравлической энергией, на части территории Узбекистана площадью 100 тыс. км<sup>2</sup> (территория в зонах Приаралья, плато Устюрт, Навоийского, Бухарского и других вилоятов) существуют ветровые потоки, величины и структуры которых обеспечивают возможность ветроэнергетического использования их энергии с помощью современных серийных ветроагрегатов [4–6].

Перспективным для производства электрической энергии в промышленных масштабах с помощью ветроэнергетических установок считается регион между Бекабадом и Кокандом, где преобладают ветра со скоростью более 6 м/с с 42 % повторяемостью в году, где можно разместить ветроэнергетические установки в количестве 400 шт. общей мощностью 240 *МВт*, с годовой выработкой более 800 млн. *кВт-ч* электроэнергии.

Геотермальные воды имеются во всех регионах Узбекистана. Многолетние изыскания позволили выявить на его территории 8 крупных бассейнов с гидротермальными ресурсами. Валовый потенциал геотермальных вод оценивается в 250 ч 260 тыс. т.у.т. Наибольшим потенциалом геотермальных вод обладают Ферганская долина и Бухарский вилоят. Средняя температура геотермальных вод по республике составляет 45,5<sup>0</sup>С, наиболее теплые воды в Бухарском (56<sup>0</sup>С) и Сырдарьинском (50<sup>0</sup>С) вилоятах [4,6].

Предпосылки для использования сельскохозяйственных отходов в Узбекистане в качестве биомассы невелики. Отходы растительного происхождения (солома пшеницы и риса, стебли и ботва овощных культур, спиртовая барда) используются местным населением для корма скота или топлива. Отходы животноводства и птицеводства идут на удобрение, заготовку местных видов топлива. Один из возможных вариантов получения биогаза – использование гузапаи. Технический потенциал этого вида биомассы оценивается от 0,15 до 0,45 млн. т.у.т. Частными предпринимателями разработана технология получения топливных брикетов из гузапаи, не уступающих по теплотворной способности Ангреному углю.

Потенциальными источниками для получения биогаза могут служить твердые бытовые отходы и активный ил городских очистных станций сточных вод. Результаты проведенных оценок показывают, что в республике экономически выгодно использовать 2,2 млн. тонн бытовых отходов (мусора), теплотворная способность которых составляет  $6,3 \div 10,5$  МДж/кг. Общее количество активного ила, образующегося ежегодно в станциях аэрации, составляет более 1 млн. тонн. Полученный биогаз может быть использован для получения тепловой и электрической энергии на станциях аэрации, а переработанный ил - как биологическое удобрение [7].

Несмотря на имеющийся положительный опыт и научно-технический задел, масштабы внедрения в народно-хозяйственную практику средств ВИЭ (за исключением гидравлической энергии) в республике на сегодняшний день, по сравнению с мировым уровнем, незначительны. Основными причинами такого отставания являются:

- отсутствие нормативно-правовой базы по стимулированию механизмов производства технических средств солнечной энергетики и их использования;
- отсутствие отлаженной технологии серийного производства комплектующих элементов, адаптированных условиям эксплуатации в республике;
- высокая стоимость оборудования (при импортировании) и низкая стоимость традиционного топлива – природного газа на внутреннем рынке (в среднем в 5–6 раза меньше чем на мировом рынке).

Из анализа состояния работ в области использования солнечной энергии в республике и сопоставления их с зарубежным уровнем в этой области следует, что для расширения масштабов и сокращения сроков внедрения солнечной энергии в народное хозяйство необходимо ускорить разработку конкурентоспособных, экологически чистых и адаптированных к условиям эксплуатации нашей Республики современных технологий, создание рынка энергетического оборудования, использующих солнечную энергию, устранение финансовых и законодательных барьеров на пути их широкого применения.

Учитывая долгосрочную программу развития Страны в Республике руководством страны активно ведется государственная политика энергосбережения с использованием ВИЭ. Стратегия освоения возобновляемых источников энергии в Узбекистане определена Указом Президента республики (УП-4512 от 01.03.2013) «О мерах по дальнейшему развитию альтернативных источников энергии» [8].

В Указе приведены следующие основные мероприятия для достижения намеченных целей:

- разработка и реализация экспериментальных и пилотных проектов по применению солнечной и биогазовой энергии с привлечением средств Азиатского банка развития и других международных финансовых институтов;
- запуск в действие мер по стимулированию производителей и пользователей



солнечной и биогазовой энергии, предоставлению им налоговых и таможенных льгот и преференций;

– внедрение передовых технологий по ВИЭ в Республике и всей Центральной Азии;

– создание в городе Навои совместного предприятия по выпуску фотоэлектрических панелей мощностью 100 МВт (ГАК «Узбекэнерго» и компания «Suntech Power Co», КНР);

– реализация проекта строительства солнечной фотоэлектрической станции мощностью 100 МВт в Самаркандской области.

Группой испанских и местных экспертов разработана дорожная карта («Road Map») по развитию использования ВИЭ в республике. В соответствии с выводами этой группы, солнечная энергия в перспективе может стать основной движущей силой местной экономики и сектора производства энергии. В дорожной карте намечены следующие цифры:

– установленная мощность возобновляемой энергетики к 2031 г – 10 ГВт;

– производство энергии – 17 ТВт-ч.;

– создание рабочих мест – 36 тысяч;

– общий объем инвестиций – 36 млрд дол.

В целях расширения использования ВИЭ, сокращения энергоемкости производства, целевого внедрения в практику отечественных научно-технических разработок и исследований, передовых апробированных международных энергосберегающих технологий, реализации приоритетных направлений в этой сфере, определенных Стратегией действий Республики Узбекистан в 2017–2021 годах [9] принято постановление Президента Республики Узбекистан ПП-3012 от 26 мая 2017 года и намечены основные задачи развития возобновляемой энергетики [10].

В рамках принятой Программы по дальнейшему развитию гидроэнергетики на 2017–2021 годы предусматривается дальнейшее развитие гидроэнергетического потенциала республики на основе строительства 42 новых и модернизации 32 действующих мощностей экологически чистой гидроэнергии республики в 1,7 раза [10].

Согласно принятой Программы мер по дальнейшему развитию ВИЭ в республике будет реализован всего 810 инвестиционных проектов с общей стоимостью 5338,9 млн. долларов, планируется строительство 3 солнечных фотоэлектрических станции (в Самаркандской, Навоиской и Сурхандарьинской области) общей проектной мощностью 300 МВт. Намечено строительство ветровой станции мощностью 100 МВт в Навоийской области [10]. За счет ввода новых генерирующих мощностей доля ВИЭ в энергобалансе Республики в 2025 году должно составлять 19,7 %.

Активно развивается и углубляется партнерство с группой Всемирного банка

(ВБ), Азиатского банка развития (АБР), Европейского банка реконструкции и развития (ЕБРР), Международной финансовой корпорацией (МФК) по участию в качестве консультантов и экспертов в разработке генерального плана долгосрочного развития электроэнергетики, с учетом увеличения доли возобновляемых источников энергии, а также реформирования и поддержки устойчивости сектора электроэнергетики. Постановлением Кабинета Министров от 8 августа 2018 г. № 633 «О мерах по развитию возобновляемых источников энергии и привлечению частных инвестиций для создания фотоэлектрических станций» с привлечением консультационных услуг МФК предусмотрена с 2019 г. реализация плотного проекта по строительству ФЭС мощностью 100 МВт в Навоийской области на условиях ГЧП.

Таким образом, в ближайшей перспективе крупномасштабное использование ВИЭ в Узбекистане позволит сократить нагрузку на энергосистему в 2 млрд. кВт-ч электроэнергии, обеспечить локальное производство около 2 млн Гкал тепловой энергии, что в совокупности обеспечит экономию энергоресурсов в эквиваленте свыше 250 млн дол. ежегодно.

#### *Список литературы*

1. Стребков Д.С. Физические основы солнечной энергетики. М.: ФГБНУ ВИЭСХ, 2017. 192 с.
2. Аллаев К.Р. Энергетика нуждается в стратегии // Экономическое обозрение. 2018. №6 (222). С. 40–47.
3. Захидов Р.А. Энергетика стран Центральной Азии и роль возобновляемых источников энергии // Гелиотехника. 2018. №3. С. 91–101.
4. Авезов Р.Р. и др. История развития и состояние использования солнечной энергии в Узбекистане // Гелиотехника. 2012. С. 17–23.
5. Захидов Р.А., Лутфуллаев С.Л. Мировые тенденции в развитии альтернативной энергетики и задача Узбекистана в освоении возобновляемых источников энергии // Гелиотехника. 2015. №1. С. 55–69.
6. Захидов Р.А., Таджиев У.А., Киселева Е.И. Перспективы децентрализованного энергоснабжения объектов сельской местности с использованием гидравлической, солнечной, ветровой энергии // Гелиотехника. 2018. № 4. С. 68–72.
7. Узаков Г.Н. и др. Применение технологии пиролиза биомассы для получения альтернативных топлив. Ташкент: Фан, 2015. 120 с.
8. Указ Президента Республика Узбекистан от 01.03.2013 г. УП-4512 «О мерах по дальнейшему развитию альтернативных источников энергии».
9. Указ Президента Республики Узбекистан № УП-4947 от 7 февраля 2017 года «О стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан».
10. Постановление Президента Республики Узбекистан № ПП-3012 от 26 мая 2017 года «О программе мер по дальнейшему развитию возобновляемой энергетики, повышению энергоэффективности в отраслях экономики и социальной сфере на 2017–2021 годы».

---

*Uzakov G.N., Uzakov N.U., Davlonov K.A., Sulstonov S.Ya., Khidirov M.M.*

**ECONOMIC ASPECTS OF USING RENEWABLE ENERGY SOURCES  
IN UZBEKISTAN**

***Abstract.** The article is devoted to the analysis of the current state and prospects for the use of renewable energy sources (RES) in the sectors of the economy of Uzbekistan. The gross and technical potentials of the Republic's renewable energy sources and their application possibilities in the country's energy balance are given. Analyzed the economic aspects of the use of renewable energy in regional economic zones of the Republic of Uzbekistan.*

***Key words:** Renewable energy sources, solar energy, gross potential of solar energy, energy saving, investment, energy saving, electricity.*

---

УДК: 338.24

**ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ  
СПОРТИВНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ*****Псарева Н. Ю****доктор экономических наук, профессор,  
профессор департамента менеджмента,  
Финансовый университет при Правительстве РФ*

***Аннотация.** В статье определены критерии деятельности спортивной организации с учетом ее специфики, поставленных целей, организационно-правовой формы, а также внутренних и внешних факторов. Ввиду высокой популярности футбола предлагается подход к оценке эффективности деятельности спортивных организаций, связанных с данным видом спорта.*

***Ключевые слова:** оценка, эффективность, лига, спорт, футбол, критерии, органы государственного управления спортом.*

Спорт становится неотъемлемой частью экономики современного государства, влияя в условиях глобализации экономики на характер политических и экономических процессов. Первые дельфийские игры и современные спортивные международные соревнования и, прежде всего, олимпийские игры, подтверждают значимость спорта как катализатора развития международных отношений и укрепления дружественных связей.

Первичным звеном в развитии спорта является спортивная организация, имеющая многообразие различных форм, начиная со спортивного клуб, заканчивая международным олимпийским комитетом (МОК), международными федерациями в различных видах спорта. Оценка эффективности деятельности каждой спортивной организации зависит от многочисленных факторов, но, прежде всего от целей ее создания. Вопросами эффективности деятельности организаций занимались ученые и практики с момента зарождения теории менеджмента, пытающиеся определить способы повышения эффективности функционирования организаций. Представители классической школы менеджмента Ф. Тейлор, М. Вебер, А. Файоль при оценке деятельности организации в качестве критериев использовали расходование ресурсов – эффективность измерялась способностью производить продукцию с наименьшими затратами. Последующее развитие школ менеджмента в области эффективности деятельности организация связано с учетом социально-экономических, экологических аспектов ее деятельности.

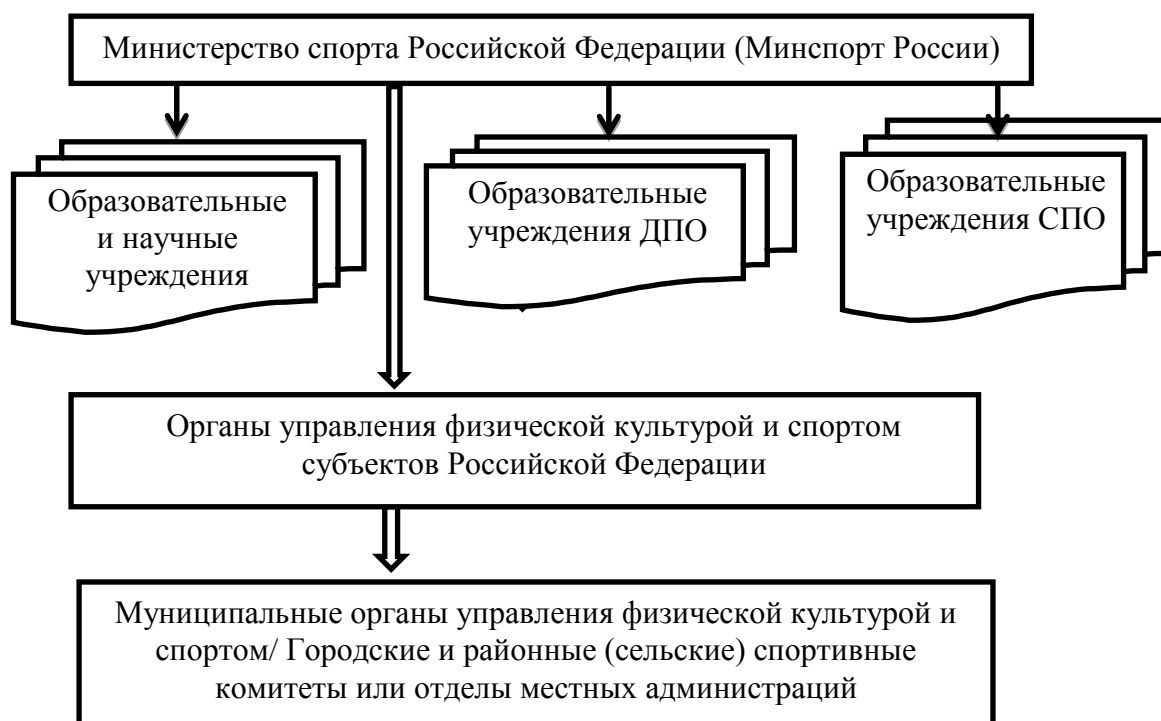
Теоретические основы оценки эффективности деятельности спортивной организации базируются на следующих положениях: понимания сущности организации как системы, и понятийного аппарата терминов – эффект, эффективность.

Трактовки термина «организация», в настоящей работе рассматривается как система, обладающая собственной упорядоченной внутренней структурой между ее

элементами, между которыми существуют многообразные связи (технологические, экономические, правовые, социальные) как внутри системы, так и за ее пределами – внешние связи. Организация – это самоорганизующаяся система на всех этапах своего жизненного цикла. Для нее характерна целенаправленность функционирования и развития. Такое понимание термина «организация» от его толкования, означающего процесс – упорядочению всех элементов системы во времени и в пространстве для достижения поставленной цели, что соответствует понятию «организовывать» [2, с. 150].

Организационно-правовая форма также влияет на выбор показателей для оценки эффективности деятельности спортивных организаций.

Государственные органы управления и учреждения в области спорта и физического воспитания представлены на рисунке 1.



*Рисунок 1. Органы управления физической культурой и спортом на разных уровнях государственного управления*

Органы управления физической культурой и спортом в субъектах Российской Федерации органы управления могут быть представлены различными структурами: спорткомитеты, министерства, департаменты на уровне области, края, республики, имеющими различные названия.

Образовательные учреждения, непосредственно подчиняются министерству спорта и финансируются из его бюджета.

Выделяют уровни высшего, среднего и дополнительного специального образования дополнительного образования физкультурно-спортивной

направленности, осуществляющие деятельность в области физической культуры и спорта (детские спортивные школы, школы и училища олимпийского резерва, училища и т.д.) (таблица 1).

Таблица 1

**Органы государственной и муниципальной власти и подведомственные им спортивные организации**

	<b>Организационно-правовая форма</b>	<b>Пример</b>	<b>Примечание</b>
Орган государственной власти	Министерство	Министерство спорта Российской Федерации (Минспорт России)	Государственная политика в области физического воспитания; развитие массового спорт и спорта высших достижений, подготовка и переподготовка тренерско-преподавательских кадров; развитие науки в области физической культуры и спорта; совершенствование производство изделий спортивного назначения; оказание физкультурно-спортивных услуг и др.
Учреждение	Федеральное государственное бюджетное учреждение	ФГБУ – Всероссийский Научно-исследовательский институт физической культуры	разработканаучно-обоснованной системы физического воспитания, охватывающая различные аспекты физической культуры и спорта
Государственное Унитарное предприятие (ГУП)	Унитарное	Федеральное государственное унитарное предприятие «Дирекция программы по развитию физической культуры и спорта»	Реализация Федеральной целевой программа «Развитие физической культуры и спорта в Российской Федерации»
Федеральное государственное автономное учреждение	автономное	ФГАУ «Управление по организации и проведению спортивных мероприятий» (ФГАУ «Управление спортмероприятий»)	Исполнительный орган (дирекция) спортивных мероприятий Министерства спорта Российской Федерации
ФГБОУ ВО (Академия)	Федеральное государственное Бюджетное образовательное учреждение высшего образования по регионам	«Великолукская государственная академия физической культуры и спорта»	Шесть высших образовательных учреждений

	Организационно-правовая форма	Пример	Примечание
ФГБОУ ВО (университет)	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования по регионам	Например, ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма»	Всего пять по регионам: Краснодар, С-Петербург, Москва, Омск, Челябинск
ФГБОУ	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение	ФГБОУ ВО «Воронежский государственный институт физической культуры»	Всего три института: 1. Воронеж, 2. Пермский край г. Чайковский. 3. Республика Саха, Чурапчинский улус, с. Чурапча
ФГБОУ	Федеральное государственное бюджетное учреждение профессиональная образовательная организация	Например, ФГБУ ПОО «Государственное училище (техникум) олимпийского резерва по хоккею»	Всего семь (училище, техникум): 1. МО. г Бронницы 2. Ставропольский край, г. Кисловодск 3. г. Самара 4. г. Смоленск 5. г. Владивосток 6. МО, г. Щелково 7. г. Ярославль,
ФГБУ ПОО, всего три	То же	Например, ФГБУ ПОО «Государственное училище (колледж) олимпийского резерва г. Иркутска»	Всего 3: 1.Иркутск 2. Омск 3. Брянск
<b>Муниципальное управление</b>			
Орган муниципальной власти	Министерство Департамент	Например, Департамент спорта города Москвы	Развитие массовой физической культуры и спорта высших достижений, организацию и проведение физкультурных и спортивных мероприятий, развитие и координацию международных и межрегиональных связей в этих сферах.
МБУ	Муниципальное бюджетное учреждение	Например, Муниципальное бюджетное учреждение города Королёва Московской области «СПОРТИВНЫЕ СООРУЖЕНИЯ	Цель – оказание услуг в области физической культуры и спорта и иная деятельность, связанная с предоставлением услуг в области физической культуры и спорта.

Деятельность органов местного самоуправления в области физической культуры и спорта определяется Федеральным законом № 329-ФЗ и направлена на развитие и популяризацию спорта и физической культуры среди населения различного возраста и групп населения; организации и проведению официальных физкультурных мероприятий и спортивных мероприятий на муниципальном уровне; осуществлению

контроллинга за деятельностью спортивных организаций, созданных на уровне муниципалитета, в части соблюдения федеральных стандартов спортивной подготовки [1].

Органы местного самоуправления обеспечивают развитие детско-юношеского спорта, обеспечивая условия подготовки спортивных сборных команд муниципальных образований и спортивного резерва для сборных команд. В связи с реализацией программы ГТО местная администрация привлекает некоммерческие организации по проведению испытаний на выполнение норм ГТО, наделяя их правом такой правом оценке.

На муниципальном уровне, органами управления, наделенными правами регулирования вопросов развития физической культуры и спорта, организуется деятельность ДЮСШ, клубов физической подготовки, различных спортивно-технических школ, школ олимпийского резерва, образовательных учреждений независимо от форм собственности;

Спортивные клубы, кружки, действующие как на самодеятельной, так и на профессиональной основе в различных образовательных учреждениях, иных организаций независимо от форм собственности по месту жительства граждан находятся в сфере внимания местных органов управления. Особое внимание местными органами власти уделяется муниципальным физкультурно-оздоровительным, спортивным и спортивно-техническим сооружениям.

На территории муниципальных образований помимо органов государственной и муниципальной власти и их учреждений, на территории создаются и функционируют общественные и коммерческие организации по различным видам спорта, в том числе и футболу.

К настоящему времени в футболе сложилась следующая иерархия спортивных организаций:

ФИФА Международная федерация футбола (фр. *Fédération Internationale de Football Association*, сокращённо FIFA) – главная футбольная организация, являющаяся крупнейшим международным руководящим органом в футболе, мини-футболе и пляжном футболе. Штаб-квартира ФИФА находится в швейцарском городе Цюрихе.

В область деятельности ФИФА входит организация всех футбольных турниров всемирного масштаба, в числе, включая чемпионат мира ФИФА, аналогичный турнир среди женщин, молодёжные и юношеские турниры, Кубок конфедераций и клубный чемпионат мира.

**Национальные федерации футбола.** Российская федерация футбола – РФС. РФС – общероссийская общественная организация, занимающаяся развитием и популяризацией футбола в Российской Федерации. Отвечает за организацию и проведение спортивных мероприятий по футболу во всех его разновидностях на национальном уровне, формированием и подготовкой сборных команд страны.



Региональные федерации по футболу, например, МФФ – Московская федерация футбола, занимающаяся организацией детско-юношеских соревнований, проводящая соревнования по первенству России в зоне «Москва» среди любительских футбольных клубов, а также первенства Москвы по пляжному и мини-футболу. В состав МФФ входят Центр по подготовке детско-юношеских тренеров по футболу, Московская футбольная школа – ФК «Москва», Московская городская коллегия судей по футболу-МГКС, Клубная лига – КЛ.

**Футбольная лига.** Система футбольных лиг России представлена четырьмя организациями, расположенными в иерархии: на верхнем уровне находится Российская футбольная Премьер-лигой (РФПЛ), на втором – Футбольной национальной лигой (ФНЛ), являющейся ассоциацией профессиональных футбольных клубов; на третьем – Профессиональная футбольная лига (ПФЛ), на четвертом – Любительской футбольной лигой (ЛФЛ) Российский футбольный союз (РФС) является куратором турниров, отвечая за общую организацию соревнований в стране. Установленная иерархия лиг, позволят проводить матчи среди команд равных по классу футбольных команд, и создает мотивацию для перехода команды на более высокий уровень (рисунок 2).

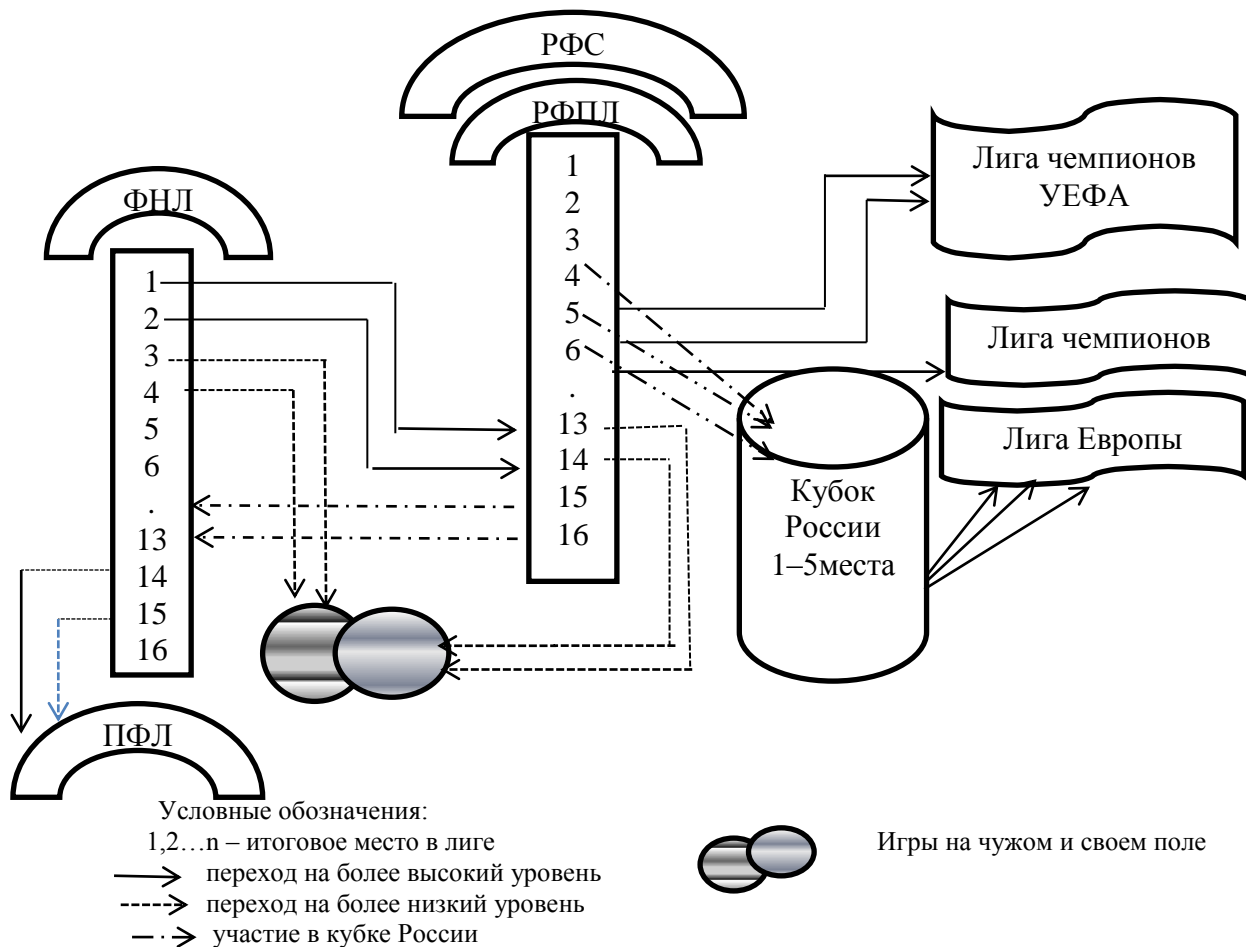


Рисунок 2. Взаимодействие футбольных лиг по переходу футбольных клубов (разработан автором)

Ассоциация профессиональных футбольных клубов «Футбольная национальная лига» (РФ ПЛ) – некоммерческая организация, входящая в структуру Российского футбольного союза, отвечает за проведение второго по рангу футбольного турнира России, начиная с сезона 2011/12.

Некоммерческое партнёрство «Российская футбольная Премьер-Лига» организует соревнования между клубами по принципу «каждый с каждым» на своем поле и поле соперника – в два круга.

Результаты команды клубов определяют их места в первенстве лиги: команды Клубов, занявшие 15-е и 16-е места в итоговой турнирной таблице РПЛ, выбывают на второй уровень в ФНЛ. Команды, занявшие 13-е и 14-е места в РФ ПЛ, играют по два переходных Матча по той же схеме, что при проведении матчей лиги: на своем поле и в гостях, с командами занявшими соответственно четвертое и третье места в Первенстве второго уровня – ФНЛ.

Победителем переходных Матчей признаётся команда, забившая большее количество голов в двух Матчах. В случае равенства забитых голов, победителем считается команда, забившая большее количество голов на чужом поле. При равном количестве голов, забитых на своем и чужом поле, после второго Матча играют два дополнительных тайма без перерыва по 15 минут каждый. Если в дополнительных таймах забивается равное количество голов, победителем считается команда, игравшая матч на чужом поле

В случае если в дополнительное время голы, не будут забиты, то назначается пенальти с 11-метровой отметки в соответствии с Правилами игры. Победитель определяется по большему количеству голов, забитых с пенальти.

**Футбольная национальная лига** создана в конце 2010 года из 20 клубов, входящих в первый дивизион и участвующих в 2011 году в Первенстве России по футболу. Переход из ФНЛ на другие уровни осуществляется ежегодно по следующему регламенту:

- команды, занявшие несколько последних мест в первенстве ФНЛ, переходят во второй дивизион;
- их место занимают команды из РФПЛ, занявшие два последних места и победители пяти зон второго дивизиона;
- регулярно добровольно покидали ФНЛ команды, столкнувшиеся с финансовыми проблемами;
- команды, занявшие 3-е и 4-е места первенства ФНЛ должны играть по два переходных матча с командами, занявшими соответственно 14-е и 13-е места РФ ПЛ;
- команды, победившие по сумме обоих матчей, принимают участие в чемпионате России;
- проигравшие команды играют в следующем сезоне в Первом дивизионе – ФНЛ.

**Футбольный клуб.** Футбольный клуб является спортивной организацией, участвующей в соревнованиях по футболу, являясь базовой ячейкой всей футбольной структуры. Футбольный клуб является связующим звеном между футболистами, персоналом и организациями. Организационная структура футбольного клуба представлена командой футболистов (более 20 игроков), тренерским составом, врачами, обслуживающим персоналом и менеджерами клуба. В клубе могут быть несколько команд, академии (спортивные школы), собственный стадион и тренировочная база

Рассмотрев многообразие спортивных организаций, можно утверждать, что критерии их оценки определяются их предназначением и основным функционалом. Методы оценки эффективности зависят от целевого назначения спортивной организации, и должны определять степень достижения поставленной цели и эффективность использования имеющихся ресурсов. Несмотря на то, что футбольные лиги, как правило, представлены некоммерческими организациями (ассоциациями, союзами, некоммерческими партнерствами), финансовые показатели им не чужды. Как выше было сказано РФПЛ и ФНЛ, рассматривают участие клуба в лиги с позиций его финансовой устойчивости. Клубы, неудовлетворяющие показателем финансовой устойчивости вынуждены переходить на более низкий уровень. В мировой практике рейтинг спортивных лиг выстраивается с позиций их доходности. Финансовый успех футбольного клуба является определяющим при рассмотрении претендента на приглашения в лигу, так как для лиги в целом именно достижение наибольшей доходности является лейтмотивом ее деятельности.

Самой прибыльной лигой является американская Национальная футбольная лига (американский футбол), чей годовой доход почти в три раза превышает доходы ближайшего преследователя из футбольной сферы – Английской Премьер-лиги.

Успех американского спорта совсем не случаен, в этой стране каждому гражданину спорт прививается с самого раннего возраста, что впоследствии определяет предрасположенность и восприимчивость к спорту на протяжении всей жизни. Это фактор отражается на доходах клубов в различных ведущих лигах в США, поскольку именно интерес со стороны болельщиков позволяет клубам зарабатывать деньги, которые превышают доходы почти всех остальных лиг мира.

Следовательно, одним из критериев деятельности спортивных организаций, должны быть экономические показатели. Однако в оценку эффективности деятельности спортивных некоммерческих организаций включается критериев, отражающие социальные аспекты их деятельности, что требует новых подходов к такой оценке.

Интерес к оценке эффективности деятельности спортивных организаций возрос среди большого количества исследователей, доказавших использование различных методов оценки уровня эффективности. В исследовании методов и подходов к оценке

некоммерческих спортивных организаций, выполненных Рубанович К. Б. [3, с. 14–15] показано, что начиная с 2000 г. Papadimitriou и Taylor, а далее в 2002 г. Bayle и Madella, Wolfe и Putler доказали необходимость использования различных подходов и методов оценки уровня. Такие работы продолжены Shilbury и Moore в 2006 г. Papadimitriou в 2007 г., Balduck в 2009 и Ibrahim в 2013 г.

Основой нового подхода к оценке эффективности деятельности спортивной организации послужила модель концепции конкурирующих рамок (competing value framework далее – CVF) авторов Quinn и Spreitzer's, которые в 1991 г. её использовали для оценки уровня организационной культуры, доказав ее надежность и достоверность [4]. Дальнейшее развитие эта модель получила в исследованиях Kalliath, Bluedorn и Gillespie [5], которые расширили CVF, используя моделирование структурных уравнений, включающие набор показателей, что существенно увеличило скорость разработки и стандартизации кодовой базы. На основе анкетирования репрезентативной выборки из 300 руководителей получены результаты, подтвердившие эффективность метода CVF.

Papadimitriou и Taylor [6] использовали многоуровневую модель, построенную на основе экспертной оценки мнения членов организации (multiple constituency model), определив эффективность национальных греческих спортивных федераций.

Модель конкурирующих ценностей (competing values approach – CVA) Shilbury и Moore [9] использовали для оценки организационной эффективности национальных австралийских некоммерческих олимпийских спортивных организаций.

Для оценки менеджмента и эффективность управления на основе CVA Balduck [4] провел оценку бельгийских спортивных клубов, доказав, что размер организации, уровень соперничества и конкуренции, количество членов спортивных организаций, информационные и коммуникационные связи необходимо рассматривать как значимые составляющие уровня эффективности деятельности.

Rojas доказал подход CVA является наиболее подходящим к оценке эффективности деятельности организации в некоммерческом секторе. Shilbury & Moore уточнили, что многоуровневая модель целесообразно строить, используя мнения членов организации, являющиеся неотъемлемой частью и основным компонентом к применению CVA [8].

Основой оценки эффективности деятельности спортивной организации является комплексный подход, основанный на определении количественных и качественных показателей, характеризующих деятельность спортивной организации. Состав этих показателей и их количественные значения необходимо получить на основе экспертного опроса, учитывающего мнения членов организации. При этом важно установить критерии (нормативные значения), сравнения с которыми позволит определить уровень соответствия желаемому состоянию, а также весовые значения каждого параметра, включенного в оценку. В зависимости от деятельности

спортивной организации состав показателей может и должен меняться. Показатели должны отражать социальные и экономические аспекты деятельности организации.

### Список литературы

1. Федеральный закон «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» от 04.12.2007 № 329-ФЗ (последняя редакция). URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_73038/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_73038/)
2. Мильнер Б. З. Теория организации. М.: ИНФРА-М, 2012.
3. Рубанович К.Б. Совершенствование подходов к оценке эффективности деятельности национальных футбольных ассоциаций: ВКР-Финансовый университет. 2018. 120 с.
4. Balduck A.L. Management and Program Effectiveness in Belgian Sports Clubs Working paper series, Faculty of Economics and Business Administration, Ghent University. 2009. P. 1–26.
5. JKalliath J., Bluedorn A., Gillespie D. A confirmatory factor analysis of the competing values instrument // Educational and Psychological Measurement. 1999. 59(1). P. 143–158.
6. Papadimitriou D., Taylor R. Organizational effectiveness of Hellenic national sports organizations: A multiple constituency approach // Sport Management 2000. № 3. P. 23–46.
7. Quinn R., Spreitzer G. The psychometric of the competing values culture instrument and an analysis of the impact of organizational culture // The Journal of Applied Behavioral Science. 2014. June 1. P. 189–205.
8. Rojas R. A review of models for measuring organizational effectiveness among for-profit and nonprofit organizations // Nonprofit Management & Leadership. 2000. № 11(1). P. 97–104.
9. Shilbury D., Moore K. A study of organizational effectiveness for National Olympic Sporting Organizations // Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly. 2006. № 35(1). P. 5–38.

---

*Psareva N. Yu.*

### ASSESSMENT OF THE EFFICIENCY OF ACTIVITY SPORTS ORGANIZATIONS

*Abstract.* The article defines the criteria for the activities of a sports organization, taking into account its specificity, goals, organizational and legal form, as well as internal and external factors. In view of the high popularity of football, an approach is proposed to assess the effectiveness of the activities of sports organizations associated with this sport.

**Key words:** assessment, efficiency, league, sport, football, criteria, government bodies for sports.

---

УДК: 336.742

## КРИПТОВАЛЮТЫ: ПРАВИЛА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И ОБХОД САНКЦИЙ

*Нагучев М. М.*

*Главный экономист АО «Кубанское ипотечное агентство», аспирант  
кафедры теоретической экономики, Кубанский государственный университет*

**Аннотация.** *Статья посвящена проблеме становления новой разновидности денег – криптовалюте, отражающей процесс цифровизации экономики и вносящей акцент децентрализации в денежное обращение, рассмотрен принцип работы блокчейна, проанализированы преимущества и недостатки, сформулированы предложения по использованию в целях антисанкционного противостояния.*

**Ключевые слова:** *деньги, блокчейн, цифровизация, компьютеризация, криптомонеты, крипторубль, санкции.*

Эволюционная концепция возникновения денег гласит, что в результате развития обмена из общей массы товаров выделился один, который впоследствии стал всеобщим эквивалентом, а затем и денежным товаром. Но с появлением денег, развитие обмена не остановилось, поэтому и сами деньги претерпели не одну трансформацию.

Согласно трудам Адама Смита и Карла Маркса возникновение золотых денег стало закономерным следствием процесса развития товарного обмена и форм собственности, но если популяризация золотой монеты была сама по себе стихийной, то появление бумажных кредитных денег, а впоследствии и электронных невозможно представить без сознательной и рациональной деятельности соответствующих государственных структур. Существование и оборот кредитных денег возможны только при наличии государственных гарантий их полноценности. Кроме привычных купюр, кредитные деньги научились существовать в форме банковских и бухгалтерских записей. Рост объемов экономического взаимодействия между хозяйствующими субъектами позволяет выделить последовательное появление следующих видов денег:

1. Товарных (ракушки, шкуры, скот, бобы какао) – как следует из названия, этот вид денег подразумевает наличие конкретного товара, выступающего в роли всеобщего эквивалента.

2. Металлических (золотые, серебряные, медные, никелевые и т.д. монеты) – денежных знаков, чья покупательная способность, как правило, напрямую связана с материалом изготовления. Такие деньги очень хорошо подходили для накопления.

3. Фиатных или фидуциарных – символических, кредитных и необеспеченных денег, неподкрепленных золотом или драгоценными камнями, чья номинальная стоимость устанавливается и гарантируется государством.

4. Цифровых – существующих в виде цифровых записей на банковских счетах. Появление безналичных расчетов было столь же естественно продиктовано развитием товарообмена, как и появление самих денег в свое время.

5. Электронных – в виде символов на электронных носителях.

Все время существования денег как таковых их определяющей характеристикой была ограниченность, и если для металлических и товарных денег она была естественной, в силу конечности запасов драгоценных металлов и сложности их добычи, то для фиатных, цифровых и электронных денег ограниченность является искусственной. Однако же ограниченность денег всегда дополнялась эластичностью их предложения. Именно увеличение спроса на деньги привело к росту добычи драгоценных металлов, чеканке все большего числа монет. Повышение спроса на деньги приводило к закономерному росту процентных ставок, что в свою очередь вынуждало центральные банки наращивать объем денежных агрегатов и наращивать количество наличных денег в обращении.

Достаточно очевидно, что достаточной гарантированной эластичностью для устойчивого денежного обращения обладают только бумажные и электронные деньги. Их количество легко регулируется банковской системой путем проведения кредитных операций. При этом ЦБ изменяет требования к объему средств, хранящихся на корреспондентских счетах коммерческих банков. А кредитование коммерческих банков происходит по объявляемой им ключевой ставке, аналоги этого механизма есть практически во всех странах, например, в США это FFR – Federal Funds Rate.

Постепенная смена неэластичных денег эластичными – одна из важнейших вех в эволюции денежной системы. Нагляднее всего данная тенденция просматривается при ретроспективном анализе роли золота, как денежной субстанции. Этот металл служил в качестве денег еще на самых ранних этапах становления человеческой цивилизации, причиной тому стали уникальные свойства золота: портативность, однородность, делимость и редкость. Но уже к XVIII веку стало очевидно, что темпы роста добычи золота не поспевают за спросом на деньги, причиной чему стало бурное развитие торговли. Все чаще наблюдалась ситуация, при которой нехватка денег приводила к дефляции, как на уровне отдельных государств, так и на уровне мировой экономике. Закономерно, что уже к концу все того же XVIII века появились цифровые безналичные деньги в форме записей в банковских книгах. Появилась возможность проводить средства между счетами клиентов и между корреспондентскими счетами самих банков и даже осуществлять с их помощью международные расчеты. [1]

Появление и внедрение безналичных денег привело к тому, что возник эффект мультиплицирования денег, при котором, после обязательных отчислений на корреспондентские счета в системе ЦБ, коммерческие банки стали использовать остатки денежных средств на счетах для кредитования своих клиентов. В результате подобного кредитования очевидным образом наращивался денежный агрегат M1.

Сотрудники самых разных центральных банков вместе со многими ведущими экономистами сходятся во мнении, что механизм формирования денежного предложения сильно изменился за последние десять-пятнадцать лет. Причиной тому послужили создание платежных систем центральных банков и введение Базельских нормативов достаточности капитала. Формирование платежных систем центральных банков привело к тому, что деньги на резервных счетах внутри таких систем обрели ряд отличительных свойств, отличающихся от свойств денег на счетах коммерческих банков. Резервные средства центральных банков стали практически единственным общепринятым платежным средством при межбанковских расчетах. В силу того, что резервные деньги создаются только центральным банком, коммерческие банки никак не могут влиять на их количество.

Введение Базельских нормативов поспособствовало ужесточению принудительного надзора за деятельностью коммерческих банков. Возникла зависимость объема создаваемых кредитных денег от прямого соотношения собственного капитала банков к их активам. Появление Базельских нормативов было продиктовано необходимостью обеспечения устойчивости банковского сектора. Правда, нормативы очевидным образом повлияли на формирование эндогенных кредитных денег, сделав их количество обратно пропорциональным отношению капитала к активам.

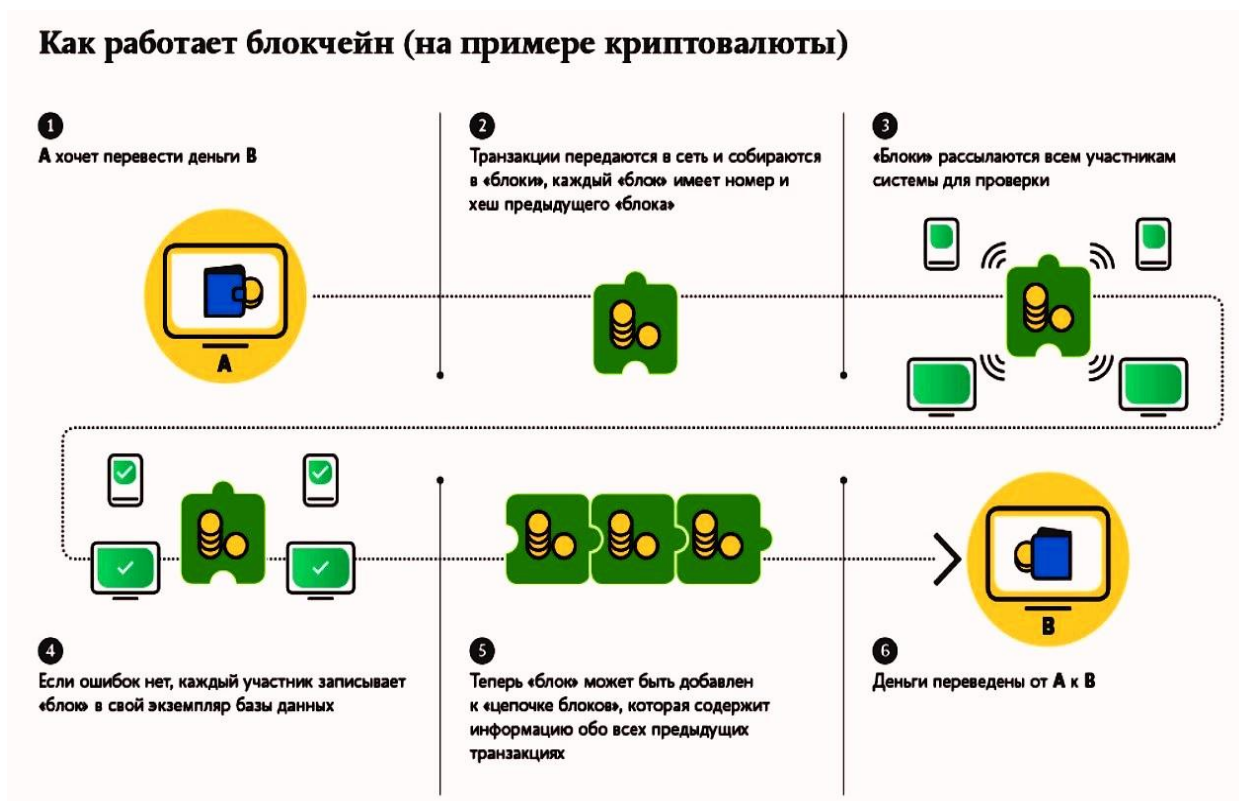
Согласно новому подходу к формированию денежного предложения, лишь политика количественного смягчения, проводимая ведущими центральными банками мира способна увеличить количество денег на корреспондентских счетах и в то же время нарастить агрегат M1. Количественное смягчение означает выкуп силами центрального банка активов у коммерческих банков, как правило, речь идет о выкупе облигаций.

Процесс компьютеризации банковской сферы, начавшийся в 60-х годах XX века, неуклонно вел к замене цифровых записей в банковских книгах электронными символами на соответствующих носителях. В 70-х уже стало возможным осуществлять межбанковское взаимодействие в режиме реального времени. В дальнейшем развитие информационных технологий привело к широкому распространению дебетовых кредитных карт, которые в свою очередь позволили осуществлять дистанционное управление средствами на банковских счетах.

Согласно российскому законодательству (ФЗ №161 «О национальной платежной системе» от 27.06.2011) разделяются понятия «электронные денежные средства» и «электронные средства платежа». Под первыми подразумеваются предоставленные одним лицом другому, без открытия банковского счета, денежные средства для исполнения денежных обязательств перед третьими лицами. Под вторыми подразумеваются средства и/или способ оператора (финансовой организации) осуществлять денежные переводы. Такое разграничение приводит к появлению



законодательной нормы, согласно которой в платежные системы могут попадать только кредитные деньги со счетов банковских организаций. Характерно, что в соответствии с ФЗ №161 электронными денежными средствами не признаются деньги, полученные организациями, осуществляющими деятельность на рынке ценных бумаг, а, следовательно, создание электронных денег в РФ возможно только силами ЦБ и коммерческих банков.



*Рис.1 – Принцип работы блокчейна*

В целом ряде статей и научных работ, дальнейшим этапом развития денежных отношений считаются криптовалюты. А лежащая в их основе технология блокчейн позволяет вести открытый учет в электронном виде всех совершаемых с криптовалютой операций. Каждая единица криптовалюты, будь то биткоин, эфириум и т.д., представляет собой конкретное математическое решение в рамках расчетов по специально разработанному алгоритму. Любой участник системы расчетов с применением криптовалюты контролирует свои средства с помощью закрытых ключей и цифровой подписи. На данный момент ни один регулятор, ни одно правительство в мире не способно эффективно запретить кому бы то ни было пользоваться криптовалютными кошельками и осуществлять любые операции с расположенными на них средствами. Расчетные данные о получении очередной единицы той или иной криптовалюты находятся в интернете в открытом доступе. Практически каждая криптовалюта представляет собой универсальную форму учета, некий унифицированный регистр, согласно которому каждый пользователь системы

может видеть все совершаемые транзакции, как свои, так и чужие, при этом сохраняется полная конфиденциальность всех пользователей, т.к. личные данные в подобных системах, как правило, не циркулируют. Получение каждой новой единицы криптовалюты обычно требует увеличения вычислительной мощности участвующей в процессе «майнинга» компьютерной техники, т.к. растет сложность вычислений. Уже сегодня добыча новых единиц самых распространенных криптовалют требует объединения в мощные коллективные майнинговые пулы. Добыча криптовалют и расчеты с их помощью формируют, в рамках специальных правил, цепочку блоков транзакций (блокчейн). [2]

Ограниченность самой популярной в мире криптовалюты – биткойна проявляется в том, что в силу его специфики, может быть добыто не больше 21 миллиона единиц. Следовательно, при использовании его в качестве денег неизбежно возникнет дефляция, которую вызовет невозможность увеличения денежного предложения. Сегодня уже появились криптовалюты без ограничения верхнего предела объема эмиссии, чей объем в обращении, теоретически, можно контролировать. Но достижимо это только в силу массовой скупки или изъятия, т.е. при лишении части владельцев их собственности. По вполне понятным причинам использование частных криптовалют для формирования государственных доходов и расходов не выгодно. Так как весь доход от эмиссии этих валют присваивается создателями. Прибыль, получаемая центральными банками от функционирования системы корреспондентских счетов, а также эмиссионные доходы являются весомыми составными частями при формировании государственного бюджета. Фактически, такая прибыль является формой сеньоража.

Однако, несмотря на нежелательность использования государствами частных криптовалют, сама технология блокчейн выглядит очень перспективно. Создание унифицированной базы финансовых инструментов позволит сильно сократить время проверки их подлинности. В настоящее время банки по всему миру занимаются апробацией блокчейна на операциях с переводными аккредитивами.

Использование криптовалют несет в себе преимущества и недостатки, к основным преимуществам относятся:

1. Код алгоритма добычи большинства криптовалют является открытым. Для участия в процессе майнинга не требуется располагать каким-либо сокровенным знанием или слишком сложным оборудованием. На данный момент каждый желающий может поучаствовать в «создании» криптоденег.

2. Полная анонимность всех совершаемых транзакций, даже при учете того, что все операции с криптовалютой видны абсолютно каждому участнику системы расчетов, они остаются полностью обезличенными.

3. Отсутствие централизованности – переводы и платежи никем не контролируются и не ограничиваются, нет единого сервера, который можно было бы

взять под контроль. Нет цифрового центрального банка, который бы эмитировал криптоденьги (действительно для частных криптовалют). [3]

4. Отсутствие инфляции – большинство криптовалют имеют верхний лимит объема эмиссии, что исключает возможность перенасыщения рынка криптоденьгами.

5. Защищенность – в силу своей специфики, использования блокчейна в частности, большая часть криптовалют никоим образом не может быть скопирована.

6. Чрезвычайно малые комиссии за совершение переводов и платежей. Как правило, комиссии за транзакции с помощью криптовалют составляют меньше одного процента от суммы платежа или перевода.

Несмотря на столь приятные преимущества от использования криптовалют, они располагают и целым рядом недостатков, в числе которых особенно выделяются:

1. Отсутствие гарантий – децентрализованность, которая считается одним из главных преимуществ криптовалют, также приводит и к отсутствию единых механизмов возмещения потерь при мошеннических действиях против владельцев кошельков.

2. Высокая волатильность, курсы криптовалют не отличаются стабильностью, на самом деле, они формируются преимущественно на основе ожиданий и спроса. В свое время «майнинговая истерия» раздула курс биткоина до космических высот, который, в свою очередь, потянул за собой все остальные криптовалюты.

3. Возможность государственных запретов – так как формально большинство криптовалют не подкреплены обязательствами каких-либо центральных банков, то многие страны законодательно запрещают их оборот на своей территории. Однако, в силу полной анонимности, мониторинг исполнения подобных запретов крайне затруднителен.

4. Отсутствие дополнительной защиты – если в силу каких-либо обстоятельств пароль от криптокошелька теряется, то восстановление доступа к средствам на нем не представляется возможным.

5. Уменьшение рентабельности майнинга – на более высоких уровнях добычи майнинг может становится малорентабельным в силу высоких затрат электроэнергии, а также высокой стоимости оборудования. Имела место спекуляция компьютерным оборудованием, пригодным для майнинга, в частности рынок видеокарт столкнулся с дефицитом и огромными наценками.

При том, что полный переход на частные криптовалюты для отдельно взятых государств подобен экономическому самоубийству. Полная анонимность, которую несут в себе самые популярные криптовалюты, становится очень полезным инструментом для обхода финансовых санкций. Весьма наглядным примером может служить использование Ираном криптовалюты риппл при совершении сделок с нефтью.

Но, пожалуй, самым интересным выглядел эксперимент с венесуэльской El Petro. Согласно изначальному плану развития этой государственной криптовалюты, внушительно месторождение углеводородов в долине реки Ориноко должно было стать гарантом платежеспособности, объем отведенной для этого нефти составлял, по заявлениям венесуэльского правительства, 5 млрд. баррелей. Однако на указанном месторождении добыча углеводородов еще даже не начиналась, несмотря на внушительные разведанные запасы. Все же в силу нестабильной политической и экономической ситуации в Венесуэле, скорее всего, изначальная задумка так и не будет реализована.

Кроме Ирана и Венесуэлы криптовалютами на государственном уровне заинтересовалась и КНДР. Хотя каких-либо официальных планов по работе с криптовалютами первые лица Северной Кореи и не озвучивали, Bloomberg и специализирующаяся на компьютерной безопасности FireEye заявили, что северокорейские хакеры стали активно атаковать криптовалютные биржи соседней Южной Кореи и похищать средства с кошельков пользователей. Эксперты Bloomberg даже высказали предположение, что с помощью хакерских атак и манипуляций с кошельками КНДР искусственно понижала курс биткоина, чтобы потом его выгодно скупать, что видно на инфографике ниже.

В 2018 году уже Российские власти выказали интерес к созданию собственной государственной криптовалюты. В марте 2018 года издание Financial Times сообщило о поручении президента РФ по созданию «крипторубля», после чего уже советник президента по экономическим вопросам, господин Глазьев заявил, во время обсуждения крипторубля на заседании правительства заявил: «Мы сможем рассчитываться с нашими контрагентами по всему миру, не обращая внимания на санкции».

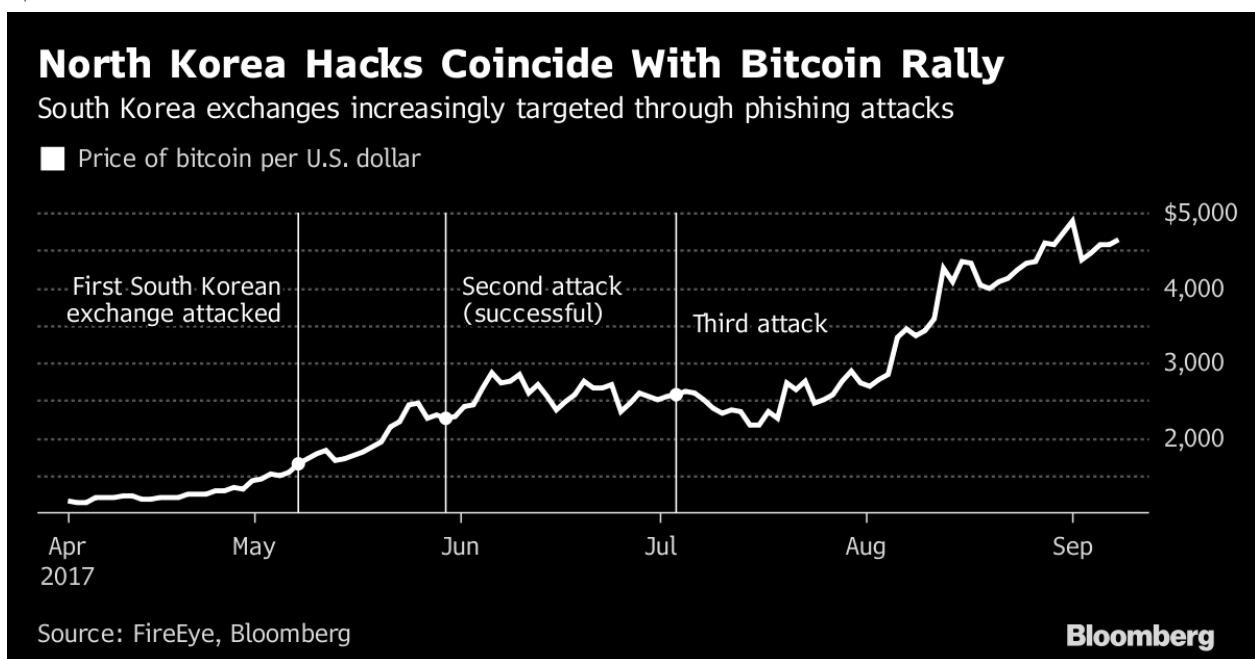


Рис. 2 – влияние хакерских атак КНДР на курс биткоина.

По мнению автора, использование криптовалют для обхода санкций более чем перспективно, однако необходимость перевода активов из криптовалюты в форму традиционных кредитных денег (обычно в доллары США) практически всегда подразумевает участие американского банка-корреспондента, который сможет заблокировать любую сомнительную транзакцию, руководствуясь опять же санкционными списками или внутренней политикой. Да, сами платежи и переводы в криптовалютах полностью анонимны, но попытка обналичить полученные криптомонеты способна вызвать значительные затруднения. Если удастся договориться с партнерами о расчетах в национальных валютах, или же каким-то образом популяризовать крипторубль, то теоретически станет возможно осуществлять сделки по многим направлениям, даже не попадая в поле зрения надзорных органов стран, которые ввели санкции против РФ.

#### *Список литературы*

1. Нуреев Р.М. Экономика развития. Модели становления рыночной экономики. / - М.: Норма, 2012.
2. Дон Тапскотт Технология блокчейн - то, что движет финансовой революцией сегодня; / - М: Эксмо, 2017.
3. Лелу Лоран Блокчейн от А до Я. Все о технологии десятилетия; / - М: Эксмо, 2017.

*Naguchev M.M.*

### **CRYPTOVALUES: RULES OF OPERATION AND CIRCUMVENTION OF SANCTIONS.**

*Abstract.* The article is devoted to the problem of the formation of a new kind of money - a crypt currency, reflecting the process of digitalization of the economy and introducing decentralization into money circulation, the principle of the block chain's operation is analyzed, the advantages and disadvantages are analyzed, suggestions are formulated for use in anti-banking opposition.

*Key words:* money, block chain, digitalization, computerization, crypto-money, crypto-ruble, sanctions.

*научное электронное издание*

# **ФЕНОМЕН РЫНОЧНОГО ХОЗЯЙСТВА: ОТ ИСТОКОВ ДО НАШИХ ДНЕЙ**

**БИЗНЕС, ИННОВАЦИИ,  
ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ,  
МОДЕЛИРОВАНИЕ**

**Сборник научных трудов**

**Материалы VII Международной научно-практической конференции по экономике,  
посвященной памяти известного ученого и крупного организатора экономической науки на  
Юге России доктора экономических наук, профессора А.Ф. Сидорова  
г. Сочи (Адлер)  
27 марта – 31 марта 2019 г.**

Усл. печ. л. 35,25

Подписано к использованию 26.03.2019 г.

ООО «ЭЛИТ». 385020, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Пионерская, 374/52.  
Тел.: (928) 4-719-729. E-mail: elit-publishing@ya.ru.  
35,25