

Вестник Московского университета

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

Основан в ноябре 1946 г.

Серия 6 ЭКОНОМИКА

№ 4 • 2020 • ИЮЛЬ—АВГУСТ

Издательство Московского университета

Выходит один раз в два месяца

СОДЕРЖАНИЕ

Экономическая теория

Сорокин А. В., Теняков И. М. Перенакопление капитала
как основа кризисов в США, России и в мире. 3

Междисциплинарные исследования

Осипов Ю. М., Юдина Т. Н., Купчишина Е. В.
«Искусственный интеллект», большие данные как институты экономики
нового технологического поколения. 27

Отраслевая и региональная экономика

Юсупова Г. Ф., Кутлу Д. А. Монополия на лосося:
влияние картеля норвежской рыбы на российский потребительский рынок 47

Никишина Е. Н. Доверие и шеринговые платформы 71

Забелина О. В., Забелин Д. В. Роль социального капитала
в устойчивом развитии индустрии туризма 84

Кравцова М. В. Государственные закупки здравоохранения:
роль поставщиков в работе больниц 109

Проблемы управления

Обухова О. В., Базарова И. Н., Гавриленко О. Ю. Подходы
к обоснованию размера должностного оклада медицинских работников 132

Антонова Н. Г., Ребязина В. А., Тункевичус Э. О., Дворянкин П. А.
Выявление поколенческих различий в решении потребителей
использовать шеринговые сервисы в России 146

Александровский С. В., Зинчак Е. В., Козырева Д. С., Софонова Е. Н.
Отношение потребителей к мемам в видеорекламе 181

Богадырева С. Н., Козленко Н. Д. Актуальные проблемы контроля
соблюдения трудового законодательства экономическими субъектами в РФ 196

Вопросы устойчивого развития

Кузнецов В. В. Ключевые показатели деятельности малого бизнеса в РФ 224

Научная жизнь

Назарова И. А. Конъюнктурная теория денег и промышленных кризисов
М.И. Туган-Барановского (к 100-летию памяти ученого) 243

CONTENTS

Economic Theory

<i>Sorokin A.V., Tenyakov I.M.</i> Over-accumulation of capital as the basis of crises in the USA, Russia and the world	3
---	---

Interdisciplinary Studies

<i>Osipov Yu.M., Yudina T.N., Kupchishuna E.V.</i> Artificial intelligence, Big Data as institutions of new technological generation of economy	27
---	----

Branch and Regional Economy

<i>Yusupova G.F., Kutlu D.A.</i> Salmon monopolized: impact of the Norwegian fish cartel on the Russian consumer market	47
<i>Nikishina E.N.</i> Trust and sharing platforms	71
<i>Zabelina O.V., Zabelin D.V.</i> Social capital in the sustainable development of the tourism industry	84
<i>Kravtsova N.V.</i> Public procurement of the healthcare: the supplier's role in the hospital work	109

Management Issues

<i>Obukhova O.V., Bazarova I.N., Gavrilenko O.Yu.</i> Approaches to justifying the size of the official wages of medical workers	132
<i>Antonova N.G., Rebiazina V.A., Tunkevichus E.O., Dvoryankin P.A.</i> Identifying generational differences in consumers' decision to use shared services in Russia	146
<i>Alexandrovskiy S.V., Zinchak E.V., Kozyreva D.S., Sofonova E.N.</i> Consumers attitude toward video advertising with memes	181
<i>Bogatyreva S.N., Kozlenko N.D.</i> Current problems in monitoring compliance with labor laws by economic entities in the Russian Federation	196

Sustainable Issues

<i>Kuznetsov V.V.</i> Key performance indicators of small business in Russia	224
--	-----

Academic Life

<i>Nazarova I.A.</i> Conjuncture theory of money and industrial crises by M.I. Tugan-Baranovsky (to the 100th anniversary of the scientist's memory)	243
--	-----

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

А. В. Сорокин¹

МГУ имени М. В. Ломоносова (Москва, Россия)

И. М. Теняков²

МГУ имени М. В. Ломоносова (Москва, Россия)

УДК: 330.101, 330.33.01

ПЕРЕНАКОПЛЕНИЕ КАПИТАЛА КАК ОСНОВА КРИЗИСОВ В США, РОССИИ И В МИРЕ

В статье дается теоретическое обоснование кризиса как феномена (проявления) перенакопления капитала. Процесс перенакопления в предкризисный период проявляется в особой динамике связки показателей — росте инвестиций, росте занятости/сокращении безработицы, росте заработной платы. Выход из кризиса и восстановление значений общей нормы прибыли сопровождаются обесценением перенакопленного капитала, сокращением инвестиций, ростом безработицы и падением заработной платы. Вводится показатель макроэкономической нормы прибыли, который является экзотерической оценкой общей нормы прибыли Маркса. Представлен расчет макроэкономической нормы прибыли для экономики США за период 1929–2018 гг. и экономики России за период 1995–2018 гг. Показано, что теория кризиса подтверждается статистикой мировых экономических кризисов трех последних десятилетий, статистикой США 1929–1970 гг., статистикой России.

Ключевые слова: капитал, перенакопление капитала, кризис, макроэкономическая норма прибыли.

Цитировать статью: Сорокин А. В., Теняков И. М. Перенакопление капитала как основа кризисов в США, России и в мире // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. — 2020. — № 4. — С. 3–26.

¹ Сорокин Александр Владимирович — д.э.н., профессор, экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, e-mail: sorol@mail.ru, ORCID: 0000-0002-4148-6719.

² Теняков Иван Михайлович — д.э.н., профессор, экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, e-mail: itenyakov@mail.ru, ORCID: 0000-0002-9921-6965.

A. V. Sorokin

Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia)

I. M. Tenyakov

Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia)

JEL: E01, E11, E32, E37

OVER-ACCUMULATION OF CAPITAL AS THE BASIS OF CRISES IN THE USA, RUSSIA AND THE WORLD

The article provides a theoretical understanding of crisis as a manifestation of capital accumulation. The process of over-accumulation in the pre-crisis period becomes visible in a particular dynamics of interrelated indicators — growth of investments, employment, wages, and reduction in unemployment. Two options: (1) if investments grow faster than employment, this is an evidence of a large-scale impending crisis, (2) if at a similar or slower pace, then this is an evidence of a smaller scale of the crisis. Over-accumulation results in crisis as a sharp drop in the general rate of profit. Overcoming the crisis and restoring the values of the general rate of profit is accompanied by the depreciation of accumulated capital, reduction in investment, increase in unemployment, and drop in wages. The authors introduce the indicator of macroeconomic rate of return, an exoteric estimate of Marx's general rate of profit, and present the calculation of macroeconomic rate of return in the US economy for the period of 1929–2018 and the Russian economy for the period of 1995–2018. The paper shows that the theory of crisis is confirmed by the statistics of world economic crises of the past three decades, US statistics for 1929–1970 and statistics of the Russian economy.

Keywords: capital, capital over-accumulation, crisis, macroeconomic rate of return.

To cite this document: *Sorokin A. V., Tenyakov I. M.* (2020) Over-accumulation of capital as the basis of crises in the USA, Russia and the world. *Moscow University Economic Bulletin*, (4), 3–26.

Введение

В статье развивается идея кризиса как результата перенакопления капитала, высказанная в [Сорокин, 2019]. Цель статьи — объяснить явления экономических кризисов на основе модели «общей экономики» и протестировать модель на статистическом материале США, России и мировой экономики.

Задача статьи — разработка прогнозного алгоритма кризисов на основе показателя макроэкономической нормы прибыли, а также связи показателей «инвестиции — занятость — безработица — заработная плата».

Со времен Адама Смита в экономической теории применяются два метода. Экзотерический метод математического описания — основа неоклассической теории и выросшей из нее микро- и макроэкономики. Описание закономерностей протекания экономических кризисов, выявление взаи-

мозависимости основных макроэкономических показателей и отражение их динамики в ходе циклических колебаний на основе экзотерического метода представлены в работах как отечественных (М. И. Туган-Барановский), так и зарубежных (К. Жюгляр, У. Митчелл, Э. Хансен, М. Фридмен и др.) ученых. Однако подробное изложение всех существующих экзотерических подходов к экономическому кризису выходит за рамки данной статьи. Акцент в статье сделан на раскрытии природы экономического кризиса при помощи экзотерического метода — метода выяснения внутренних взаимосвязей явлений, «природы богатства народов».

К. Марксу в «Капитале» удалось построить единую модель капиталистического способа производства жизни, в которой оба метода использовались в их единстве: экономические явления получали объяснение/определение с позиций их общей природы («стоимости»). Модель он согласовывал с клеточной теорией — одним из великих открытий XIX в. Но в XXI в. с учетом достижений современной геномики объяснять развитие экономического «организма» из одной клетки («товара») было бы некорректно. Согласование его модели с геномикой позволяет провести upgrade «Капитала» и выстроить модель без ссылок на существовавшую более 2000 лет «экономическую клеточку». В «общей модели» [Сорокин, 2016] анализ начинается не с отдельного товара, а с огромного скопления товара, а синтез — с отдельного товара. Логика общей модели позволяет упростить и дополнить модель «Капитала», в частности в вопросе экономического кризиса.

Теоретический анализ кризиса

Экзотерический анализ кризиса. Выяснение внутренней природы кризиса выходит за рамки экзотерики. Здесь действует принцип М. Фридмена: «Факты следует описывать, а не объяснять» [Фридмен, 1999].

Одно из первых описаний кризисов принадлежит К. Жугляру [Juglar, 1862, p. 1]. Он рассматривает кризисы 1803–1857 гг. и называет их торговыми, поскольку они «возникают только у народов, чья коммерция очень развита» [Juglar, 1892, p. 5].

Дальнейший анализ кризисов и их периодичности шел в полном соответствии с принципами экзотерического метода: (1) фиксация непосредственно наблюдаемого явления, (2) его название, (3) установление количественных параметров данного явления и зависимости от другого, наиболее значимого, непосредственно наблюдаемого явления.

Мы не будем специально останавливаться на главных результатах применения экзотерического метода — цикле Кондратьева (40–60 лет) [Кондратьев, 2002], цикле Кузнеца (15–25 лет), цикле Жюгляра (7–11 лет), цикле Китчина (3–4 года), отраженных в англоязычной литературе [Mitchell, 1927; Bums, Mitchell, 1946; Long, 1940; Tinbergen, 1939; Schumpeter, 1939;

Hansen, 1964]. Исчерпывающее системное экзотерическое описание экономических кризисов мы находим у российских экономистов Л. Е. Гринина и А. В. Коротаева [Гринин, Коротаев, 2012]. Детальное описание кризиса 2008 г. как кризиса глобализации и его последствий для России дает В. Т. Рязанов [Рязанов, 2016].

Марксистский анализ кризисов, как правило, сводился к экзотерическому анализу и опирался на теорию недопотребления Сисмонди [Ленин, с. 141]. Приведем типичное описание: «С отставанием потребления широких масс от производства нарушается весь ход капиталистического воспроизводства... Возникает экономический кризис, принимающий характер всеобщего перепроизводства товаров и относительного перенакопления капитала в виде значительного недоиспользования производственных мощностей» [Экономическая энциклопедия. Т. 4, 1980, с. 500].

Анализ кризиса в «Капитале» Маркса и общей модели рыночной экономики

Общая модель рыночной экономики опирается на «Капитал» Маркса, но согласуется не с клеточной теорией, а с современной геномикой [Сорокин, 2019]. Мы не останавливаемся на предмете и методе модели общей экономики и определениях основных категорий модели, предшествующих анализу кризиса [стоимость (экзотерическая природа богатства), потребительная стоимость (экзотерическая форма богатства), товар, деньги, капитал (стоимость, которая авансируется, сохраняется и возрастает, принимая формы денежного, производительного и товарного капитала), постоянный капитал и переменный капитал, органическое строение капитала, издержки производства, прибыль, норма прибыли, средняя или общая норма прибыли, цена производства (издержки плюс средняя прибыль)].

Формула общей (средней) нормы прибыли: $p'_{cp} = M./K$, где совокупная прибавочная стоимость, или агрегат промышленной прибыли, процента и ренты. Цена производства — издержки производства (предприятия, отрасли) плюс средняя прибыль на авансированный капитал ($k + p_{cp}$).

Общая норма прибыли и средняя прибыль получили отражение в микроэкономике под названием «нормальная прибыль». Если прибыль ниже средней, то имеет место упущенная выгода. Перелив капитала в отрасль со средней нормой прибыли позволяет свести «экономическую прибыль» к нулю.

Между тем средняя норма прибыли и средняя прибыль не получили отражения в макроэкономике. Устранение этого недостатка является одной из задач статьи.

Отдельные капиталисты, очевидно, стремятся к получению добавочной прибыли за счет сокращения индивидуальных издержек в составе цены

производства, причем сокращения, при котором переменный капитал K_v сокращается быстрее, чем растет постоянный K_c .

Результат — повышение среднего органического строения отраслевого и всего общественного капитала.

Рост органического строения общественного капитала приводит к понижению нормы прибыли. Это приводит в действие закон-тенденции нормы прибыли к понижению, описанный еще Смитом и Рикардо. Средством компенсации падения нормы прибыли для индивидуального капитала является концентрация и централизация (слияния и поглощения). Накопление характеризуется ростом минимальной величины нового авансированного капитала, необходимого для прибыльного вложения, и более высоким уровнем его органического строения. Время накопления капитала необходимых размеров (без учета кредита) увеличивается. В течение этого времени капитал не может быть вложен как промышленный; денежный капитал используется для приобретения ценных бумаг, для различного рода спекуляций, что получило название формирования финансового пузыря.

Капитал достигает необходимой величины и вкладывается, к обществу к капиталу K добавляется ΔK . Это должно отражаться (1) в резком росте инвестиций. И если вложение идет в условиях новых технологий, то статистика должна показывать (2) превышение темпов роста инвестиций над темпами роста занятости. При этом наиболее рельефным показателем спроса на труд является (3) резкое сокращение безработицы.

Если резерв рабочей силы исчерпан, то следующим шагом является *рост продолжительности рабочего дня* занятых (сверхурочные и т.п.). Этот фактор, очевидно, ограничен и с трудом отслеживается в статистике. Наиболее действенным фактором найма рабочей силы является повышение заработной платы выше уровня конкурентов и выше стоимости рабочей силы. Действующие капиталы вынуждены следовать этому примеру, чтобы удержать занятых. В статистике это явление должно отражаться (4) резким повышением заработной платы.

Логика анализа накопления капитала позволяет выдвинуть следующую гипотезу: начало предкризисного периода — это практически одновременные и параллельно действующие факторы (1) роста инвестиций, (2) роста занятости (медленнее роста инвестиций), (3) сокращения безработицы и (4) роста заработной платы. Подобная динамика связки показателей означает, что кризис неизбежен. А интенсивность и продолжительность указанной динамики позволяют прогнозировать опасность наступления кризиса и его масштабы.

В основе кризиса лежит перенакопление капитала. Перенакопление — это не «недоиспользование производственных мощностей» [Экономическая энциклопедия. Т. 4, 1980, с. 500]. Перенакопление означает увеличение капитала с K до ΔK притом, что новый капитал высокого органического (технического и стоимостного) строения в знаменателе формулы

общей нормы прибыли вносит непропорционально меньший вклад в увеличение числителя формулы средней нормы прибыли. К этому добавляется то обстоятельство, что рост заработной платы выше стоимости рабочей силы (рост K в знаменателе) идет за счет прибавочной стоимости (сокращает M в числителе).

Средняя норма прибыли, которая в период подъема росла, внезапно понижается. До кризиса она была равна $p' = \frac{M}{K}$, а в момент кризиса (в экстремальном случае абсолютного перенакопления) $p' = \frac{M+0}{K+\Delta K}$

«Под так называемым изобилием капитала всегда подразумевается, по существу, изобилие такого капитала, для которого понижение нормы прибыли не уравновешивается ее массой... Перепроизводство капитала... означает... не что иное, как перенакопление капитала» [Маркс, 1961, с. 283].

Это явление должно отражаться *падением макроэкономической нормы общей прибыли*, статистическое подтверждение которого будет представлено во второй части статьи.

Выход из кризиса

«Каким же образом может быть устранен этот конфликт и могут быть снова восстановлены отношения, соответствующие «здоровому» движению капиталистического производства? Способ устранения содержится уже в самом выражении того конфликта, об устранении которого идет речь. Он заключается в том, что капитал, равный по стоимости всему дополнительному капиталу ΔK или по крайней мере его части, лежит без движения и отчасти даже уничтожается» [Маркс, 1961, с. 278].

Капитал — это стоимость, которая авансируется, сохраняется и возрастает, принимая формы денежного, производительного и товарного капитала. Выход из кризиса предполагает обесценение (потерю стоимости) капитала в этих трех формах: обесценение национальной валюты, приостановку производства, падение цен на товары.

Процесс выхода из кризиса отражается обратной динамикой связки показателей: «инвестиции — занятость — безработица — заработная плата». Циклическое движение указанных показателей давно известно. Новизна статьи в их обосновании с позиций движения накопления капитала.

Кризис — результат периодического перенакопления капитала. Во времена Маркса типичным был десятилетний цикл. В настоящее время он не соблюдается. Составить точное «расписание наступления кризисов» как расписание движения поездов не представляется возможным. Периодичность кризисов, полученная описательным методом, содержит большой лаг, например 40–60 лет; 15–25 лет; 7–11 лет. Долгосроч-

ные, среднесрочные и краткосрочные кризисы могут накладываться друг на друга. Во всех случаях это наложение проявляется через особенности накопления капитала, а точнее, через перенакопление капитала, охватывающее одну, несколько или все отрасли одной страны, нескольких стран, имеющее мировой характер и т.д. Следует отметить и влияние на продолжительность и глубину кризисов новых факторов, которые были слабо развиты или вовсе отсутствовали во времена Маркса. В частности, это фактор государственной антикризисной политики, в том числе регулирования денежно-кредитной сферы центральными банками; глобализация финансовых рынков, способствующая быстрому и неконтролируемому трансграничному движению капитала; геополитические факторы и т.п. Однако действие указанных факторов не отменяет фундаментальную причину кризиса как результата перенакопления капитала, поэтому на данном этапе анализа мы абстрагируемся от включения их в модель.

Независимо от кратко-, средне или долгосрочности, понимание природы кризисов позволяет осуществлять их заблаговременный прогноз.

Подтверждение гипотезы кризиса как феномена периодического перенакопления капитала

М. Фридмен, несомненно, прав в том, что «единственным конкретным тестом, позволяющим судить об обоснованности гипотезы, может быть сравнение ее предсказаний с реальностью... Предсказания... не обязательно должны быть прогнозами будущих событий; они могут относиться к уже произошедшим событиям» [Фридмен, 1994, с. 24–25].

Наша гипотеза подтверждается как доступными статистическими данными, так и анализом динамики общей нормы прибыли в ее экзотерическом проявлении как «макроэкономической нормы прибыли» на примере США и России. В экономической литературе этот показатель вводится и рассчитывается впервые.

Взаимосвязь накопления капитала, инвестиций, занятости и заработной платы: экономика США в 1929–1970 гг. Протестируем алгоритм развертывания кризиса и его последующего преодоления на примере американской экономики середины XX в. Предкризисный период характеризуется: (1) резким ростом инвестиций, за которым следует (2) рост занятости (но более медленными темпами, чем рост инвестиций), (3) резкое снижение безработицы и (4) повышение заработной платы. Соответственно, начало кризиса отражается в статистике (1) сокращением инвестиций, (2) сокращением занятости, (3) ростом безработицы, (4) понижением заработной платы.

В табл. 1 представлен расчет указанных выше макроэкономических показателей в экономике США за период 1925–1970 гг. (по ряду показателей данные доступны только с 1929 г.).

Ограниченность данных не позволяет проследить «вход» в Великую депрессию по всем четырем показателям, однако начало кризиса демонстрирует вторую часть закономерности: инвестиции падают на порядок глубже, чем снижается занятость, уровень безработицы резко повышается, а заработная плата падает. Завершение кризиса с 1933 г. (и начало формирования предпосылок для нового кризиса) также происходит по выявленному алгоритму: рост инвестиций существенно опережает рост занятости, безработица снижается с некоторым запаздыванием, также с запаздыванием начинается рост заработной платы (поскольку первоначально из-за высокой безработицы отсутствует конкуренция между капиталистами за новых рабочих). В табл. 1 нашел отражение и ряд последующих рецессий.

Таблица 1

Динамика основных макроэкономических показателей в экономике США, 1925–1970 гг.

Год	Темп прироста частных инвестиций в реальном выражении, в % к предыдущему году	Темп прироста занятых, в % к предыдущему году	Уровень безработицы, в %	Темп прироста номинальной заработной платы, в % к предыдущему году
1925	—	3,97	3,22	—
1926	—	2,54	1,76	—
1927	—	0,06	3,28	—
1928	—	0,60	4,21	—
1929	—	2,40	3,25	—
1930	–32,18	–4,38	8,94	–2,63
1931	–38,69	–6,51	16,26	–6,80
1932	–72,02	–7,91	24,07	–12,16
1933	12,77	0,04	25,22	–6,43
1934	77,36	5,93	21,96	4,10
1935	91,49	3,38	20,29	4,22
1936	33,33	5,56	17,03	4,13
1937	24,58	4,73	14,32	6,25
1938	–43,14	–4,18	19,05	–2,23
1939	45,29	3,62	17,17	2,76
1940	33,60	3,90	14,59	2,77
1941	26,06	5,96	9,94	11,09
1942	–48,56	6,75	4,72	18,43
1943	–40,65	1,34	1,93	14,16
1944	10,24	–0,94	1,23	8,10

Год	Темп прироста частных инвестиций в реальном выражении, в % к предыдущему году	Темп прироста занятых, в % к предыдущему году	Уровень безработицы, в %	Темп прироста номинальной заработной платы, в % к предыдущему году
1945	40,00	-2,11	1,93	3,84
1946	166,84	4,60	3,95	7,72
1947	-1,53	4,64	3,92	9,75
1948	17,28	0,92	3,76	7,61
1949	-20,53	-1,19	5,93	2,08
1950	44,38	2,20	5,29	5,20
1951	1,01	1,77	3,31	7,52
1952	-13,57	0,49	3,03	5,75
1953	1,16	1,54	2,91	5,26
1954	-2,94	-1,75	5,55	2,40
1955	26,94	3,43	4,39	5,02
1956	-1,46	2,62	4,13	5,30
1957	-7,40	0,42	4,27	4,32
1958	-11,48	-1,62	6,81	3,43
1959	20,85	2,53	5,47	5,01
1960	-1,63	1,78	5,53	3,24
1961	-4,70	-0,05	6,69	2,97
1962	15,07	1,45	5,54	3,71
1963	3,90	1,59	5,67	3,51
1964	6,42	2,28	5,18	4,96
1965	12,98	2,57	4,52	3,76
1966	10,18	2,54	3,79	4,50
1967	-7,41	2,03	3,85	4,41
1968	3,95	2,08	3,58	6,85
1969	5,04	2,61	3,51	6,58
1970	-6,43	0,93	4,94	6,61

Источник: рассчитано авторами по: [Historical Statistics of the United States. 1975, p. 126–127, 164, 229].

Со второй половины XX в. номинальная заработная плата перестает явным образом реагировать на кризис. Ее снижение еще наблюдалось в ходе Великой депрессии, как и в кризис 1938 г., но затем в кризисные периоды 1940–1960 гг. происходило лишь замедление роста номинальной заработной платы, а к 1970-м гг. и оно практически перестало прослеживаться. Обратной стороной такого непрерывного роста заработной

платы (в том числе и в кризисные периоды) явилась инфляция, которая к 1970-м гг. стала одной из главных проблем американской экономики.

Для наглядности данные табл.1 представлены в графической форме (рис. 1 и 2).

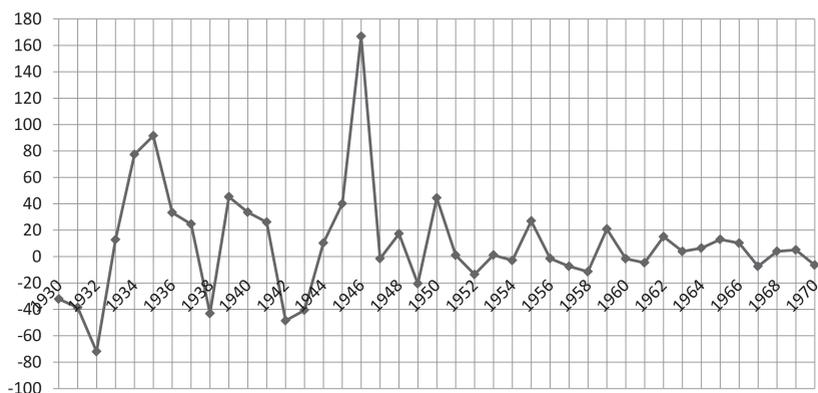


Рис. 1. Темпы прироста частных инвестиций в США в реальном выражении, в %, 1930–1970 гг.

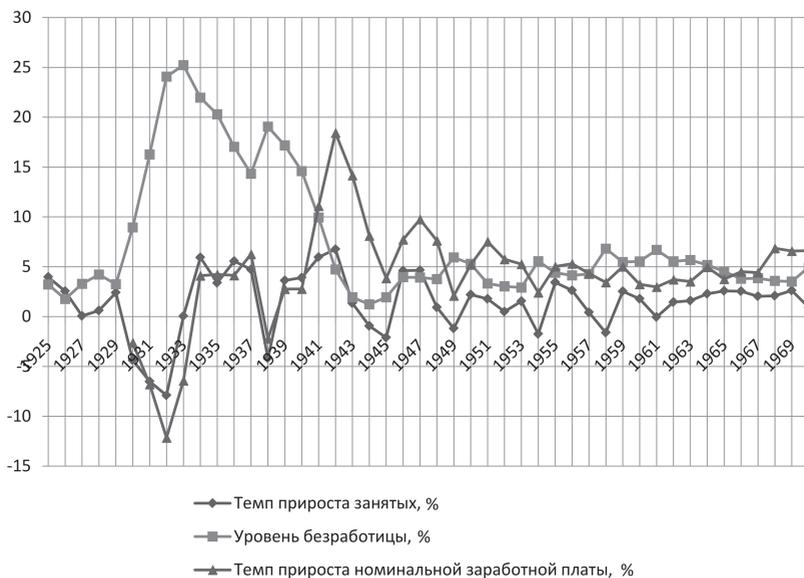


Рис. 2. Динамика параметров рынка труда США. 1925–1970 гг.

Особняком стоит военный период, но он имеет свою специфику. Следует отметить резкий рост государственных закупок в 1942–1945 гг.: если

в 1941 г. они составили 56,3 млрд долл. (в постоянных ценах), то в 1942 г. увеличились до 117,1 млрд долл., в 1943 г. — до 164,4 млрд долл. А с 1946 г. вернулись на предвоенный уровень, составив 48,4 млрд долл. [Historical Statistics of the United States. 1975, p. 230]. Поэтому падение частных инвестиций в 1942–1943 гг. связано с изменением структурных пропорций американской экономики, ростом влияния государства и вытеснением частных инвестиций государственными закупками. Отметим, что динамика остальных трех показателей в рассматриваемый период подтверждает выявленный алгоритм: замедление темпа роста занятых, перешедшее в спад в 1944–1945 гг., происходившее параллельно с замедлением темпа роста заработной платы; уровень безработицы, правда, увеличился незначительно и лишь в 1945 г.

Прогноз мирового кризиса 2008 г. по общедоступным статистическим данным. Предвестником абсолютного перенакопления, или мирового кризиса, является динамика *связки показателей*: рост инвестиций, занятости ниже темпов роста инвестиций; сокращение безработицы и рост заработной платы. Такая динамика наблюдалась с 2003 по 2007 г., т.е. кризис можно было предсказать уже в 2004, 2005 гг. Ниже приводятся статистические данные, подтверждающие гипотезу перенакопления капитала как причины кризиса.

Если судить по разрозненным данным, то аналогичная, но более продолжительная и интенсивная, динамика имела место в США в период «просперити» в 1922–1929 гг. К сожалению, официальные статистические данные по предкризисной динамике всех этих четырех показателей в США отсутствуют.

Прогноз кризиса может осуществляться путем постоянного мониторинга текущих статистических данных. Чем продолжительней период указанной динамики связки четырех показателей и больше их интенсивность, тем больше масштаб надвигающегося кризиса. На повестке дня разработка красного, оранжевого и т.п. индикаторов опасности приближающихся кризисов.

В таблицах использовались данные из общедоступных источников. Не всегда полные, но достаточные для вывода о приближении кризиса.

Как следует из табл. 2, в пятилетний период, предшествовавший кризису 2008–2009 гг., в мире наблюдались высокие темпы роста инвестиций в основной капитал, прямых иностранных инвестиций (ПИИ) и занятости. Уровень безработицы снижался, темпы роста заработной платы повышались. Наступление кризиса ознаменовалось спадом инвестиций, существенным замедлением роста занятости и заработной платы, повышением уровня безработицы. Отметим, что в посткризисный период мировая экономика уже не демонстрировала столь высоких показателей динамики инвестиций и занятости, как в пятилетие 2003–2007 гг. Рост инвестиций практически не поднимался выше 4%, а занятости — выше 1,3% в год.

Таблица 2

**Динамика инвестиций, занятости, безработицы и темпы роста зарплаты
в мире, 1997–2017 гг.**

Годы	Прямые иностранные инвестиции (ПИИ) в мире (млн долл.) *	Темп прироста ПИИ, %	Темп прироста инвестиций в основной капитал, %****	Занятость в мире (млн. чел.) **	Темп прироста занятых, %	Безработица в мире (млн чел.) **	Уровень безработицы, %	Среднегодовые темпы роста заработной платы в мире***	
								С учетом Китая	Без учета Китая
1997	481 491,5		4	2487,1		162,6	6,14		
1998	690 693,9	43,4	2,9	2520,5	1,34	170,4	6,33		
1999	1 076 319,3	55,8	3,4	2563,3	1,70	175,6	6,41		
2000	1 358 613,3	26,2	5	2606,8	1,70	176,9	6,35		
2001	772 661,6	-43,1	1	2650,7	1,68	175,3	6,20		
2002	589 835,6	-23,7	0,4	2693	1,60	180,1	6,27		
2003	550 633,0	-6,6	4,5	2738,8	1,70	182,1	6,23		
2004	692 597,6	25,8	6,6	2791,1	1,91	181	6,09		
2005	948 933,0	37,0	6,8	2845,2	1,94	180,2	5,96		
2006	1 403 547,7	47,9	6,3	2891,6	1,63	172,6	5,63	2,8	2,2
2007	1 893 815,2	34,9	5,6	2936,4	1,55	164,9	5,32	3,4	2,6
2008	1 485 205,3	-21,6	1,8	2964,2	0,95	173,4	5,53	1,5	0,7
2009	1 179 064,3	-20,6	-4,6	2982,5	0,62	188,3	5,94	1,6	0,6
2010	1 371 919,4	16,4	5,2	3012,5	1,01	184,8	5,78	2,5	1,8
2011	1 567 676,5	14,3	5,6	3051,2	1,28	181,2	5,61	1,7	0,8
2012	1 574 711,5	0,4	4,2	3086,2	1,15	183,4	5,61	2,5	1,6
2013	1 425 376,6	-9,5	3,4	3125,9	1,29	184,7	5,58	2,5	1,6
2014	1 338 531,8	-6,1	3,8	3166,3	1,29	182,2	5,44	1,9	1,3
2015	1 921 305,5	43,5	2,9	3202,9	1,16	184,6	5,45	1,7	0,9
2016	1 867 532,7	-2,8	3	3240,1	1,16	190,1	5,54		
2017	1 429 807,4	-23,4	3,6	3272,2	0,99	192,7	5,56		
2018	1 297 152,8	-9,3							

Источник: *UNCTAD, World Investment Report: Annex Tables. FDI inflows, by region and economy, 1990–2017. URL: <http://www.unctad.org> (дата обращения: 12.10.2019).

** International Labour Office, Trends Econometric Models. Trends 2018. URL: <http://www.ilo.org/wesodata> (дата обращения: 10.10.2019).

*** Заработная плата в мире в 2016–2017 гг. — М.: МОТ, 2017. URL: <http://www.ilo.org> (дата обращения: 12.10.2019).

**** GDP by Expenditure, Annual Rate of Growth — Percentage // United Nations Statistics Division. URL: <https://unstats.un.org/unsd/snaama/Basic> (дата обращения: 27.08.2019).

Расчеты авторов (темпы прироста ПИИ, занятых, уровень безработицы).

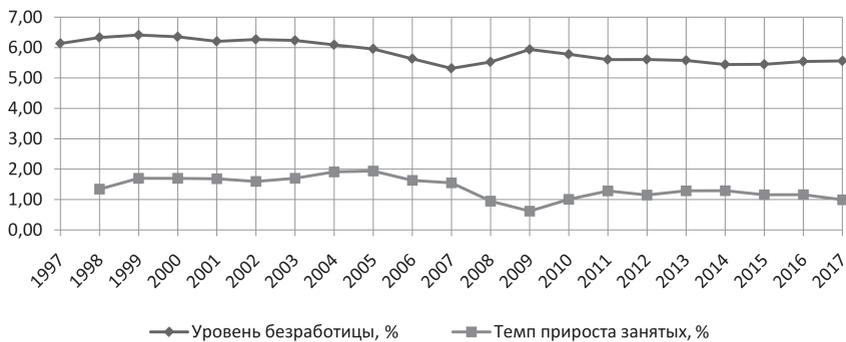


Рис. 3. Темп прироста занятых и динамика уровня безработицы в мире, %, 1997–2017 гг.
 Источник: расчеты авторов по данным табл. 2.

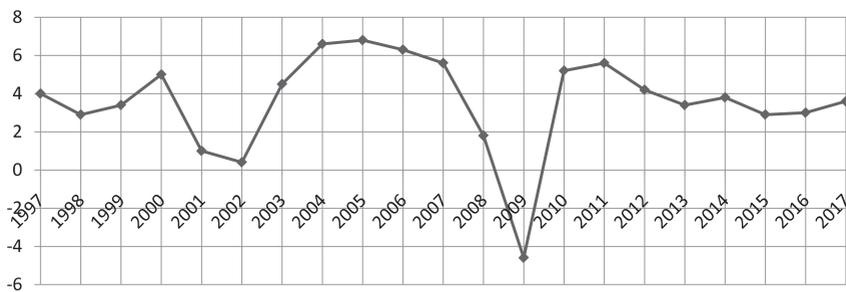


Рис. 4. Темпы прироста инвестиций в основной капитал в мировой экономике, %, 1998–2017 гг.

Источник: расчеты авторов по данным табл. 2.

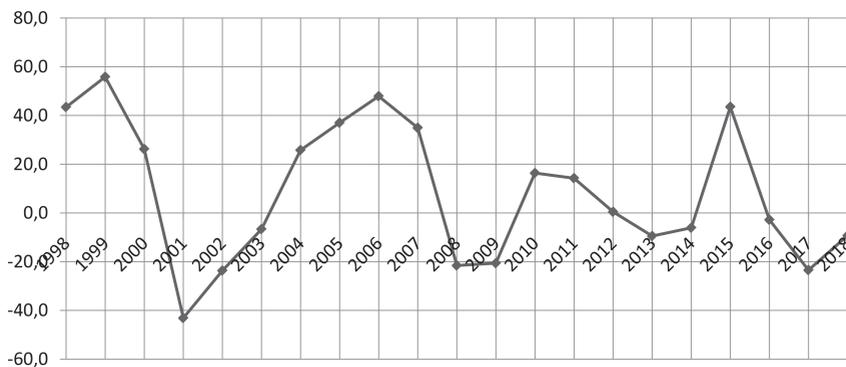


Рис. 5. Темпы прироста прямых иностранных инвестиций в мире, %, 1998–2017 гг.

Источник: расчеты авторов по данным табл. 2.

Макроэкономическая норма прибыли как индикатор наступления кризиса. Рассмотрим возможность расчета общей нормы прибыли p' , исходя из данных современной макроэкономической статистики; иначе говоря, найдем значение «*макроэкономической нормы прибыли*» как показателя, являющегося наиболее близкой оценкой Марксовой нормы прибыли p' .

Наш расчет отличается от имеющихся в современной литературе расчетов «нормы прибыли», которые 1) как правило, рассматривают только прибыль в промышленности или в частном секторе в целом, а потому учитывают лишь часть прибавочной стоимости, созданной в экономике; 2) оценивают «норму прибыли» как соотношение валовой либо чистой прибыли к основному капиталу, не учитывая переменный капитал, в отличие от К. Маркса. В этом случае величина «нормы прибыли» (для промышленности либо для частного сектора) будет выше, чем значение «макроэкономической нормы прибыли». Так, по расчетам Р. Бреннера, чистая норма прибыли в промышленности в 1950–1970 гг. составила: в США — 24,4%, в Германии — 23,1%, в Японии — 40,4%, в странах «Большой семерки» в целом — 26,2%. Расчеты Р. Бреннера для частного сектора дали следующие результаты за рассматриваемый период: США — 12,9%, Германия — 23,2%, Япония — 21,6%, «Большая семерка» в целом — 17,6% [Бреннер, 2014, с. 40].

Определим теперь «макроэкономическую норму прибыли». По Марксу общая норма прибыли за год определяется следующим образом:

$$p' = \frac{M}{K} = \frac{M}{K_c + K_v}, \quad (1)$$

где M — годовая масса прибавочной стоимости, K_c — постоянный капитал, K_v — годовой переменный капитал. При этом корректно рассматривать общую величину постоянного капитала, имеющегося в экономике, а не только авансированный постоянный капитал текущего года.

Годовая масса прибавочной стоимости является агрегатом «верхнего уровня», который вбирает в себя все последующие потоки перераспределения прибавочной стоимости между социальными группами (нераспределенная прибыль, рента, процент, дивиденды, предпринимательский доход, налоги с прибыли и доходов и т.п.). В макроэкономической статистике наиболее близким по смыслу агрегатом является «валовая прибыль экономики и валовые смешанные доходы» (далее обозначается как ВПЭиВСД). Полного тождества между M и ВПЭиВСД нет, поскольку часть M идет в доход высших менеджеров (доход «капитала-функции»), а в статистике эти доходы учитываются как заработная плата наемных работников. Однако в первом приближении этими различиями можно пренебречь. Более того, агрегат ВПЭиВСД

с точки зрения капиталиста-собственника более точно характеризует интегральный результат авансирования капитала, поскольку оплата труда высших менеджеров, с точки зрения собственника, — это расходы, а не доход.

Второе замечание, которое не позволяет отождествить M с агрегатами макроэкономической статистики, касается расчета косвенных налогов. В статистике ВВП по доходам чистые косвенные налоги выделяются в особый агрегат наряду с заработной платой и ВПЭиВСД. В модели Маркса государство отсутствует, поэтому любые налоговые выплаты у Маркса включены в агрегаты доходов основных классов (V — заработная плата наемных рабочих, M — прибавочная стоимость — доход капиталистов и земельных собственников). Тем не менее в первом приближении этим нюансом можно пренебречь, особенно, если рассматривать только частный капитал и не учитывать косвенные налоги в структуре конечного продукта (по доходам).

Также следует отметить, что для оценки M в числителе формулы (1) может использоваться не только ВПЭиВСД, но и чистая прибыль экономики и чистые смешанные доходы (ЧПЭиЧСД), отличающаяся от ВПЭиВСД на величину амортизации. Строго говоря, чистые показатели (за вычетом амортизации) лучше характеризуют макроэкономические результаты производства, позволяя судить о возможности накопления капитала и экономического развития.

Для оценки K_C может быть использован показатель стоимости основных фондов, также рассчитываемый в макроэкономической статистике. Для более точной оценки к стоимости основных фондов следует прибавить годовую стоимость части оборотного капитала, представленного сырьем и материалами, однако данные по этому показателю труднодоступны. Кроме того, могут быть различные варианты учета стоимости основных фондов — по полной стоимости, по остаточной стоимости, по восстановительной стоимости. В этой статье ограничимся данными по полной стоимости основных фондов, которые наиболее доступны в статистике.

Еще одно замечание, касающееся оценки K_C , связано с формой собственности основных фондов. Например, в статистике США отдельно выделяются основные фонды частного сектора, отдельно — государственного, что упрощает анализ, поскольку позволяет исключить госсектор из рассмотрения. В российской статистике дается только общий показатель стоимости основных фондов, без подразделения на частные и государственные (это требует дополнительного расчета). Таким образом, сравнивать значения макроэкономической нормы прибыли, полученные для России и США, следует с оговорками, учитывая нюансы расчета каждого показателя.

Оценкой стоимости годового переменного капитала (K_v) может служить макроэкономический агрегат «заработная плата наемных работников» с оговоркой относительно доли высших менеджеров в указанном агрегате. Также при более детальном анализе следует учитывать отдельно оплату труда работников бюджетной сферы, отдельно — заработную плату рабочих в частном секторе, но это может быть предметом для рассмотрения в дальнейшем.

Подводя итоги, с учетом сделанных замечаний и оговорок определим макроэкономическую норму прибыли следующим образом:

$$p'_{macro} = \frac{\text{Валовая прибыль экономики и валовые смешанные доходы}}{\text{Основные фонды} + \text{Заработная плата наемных работников}}. \quad (2)$$

Второй вариант, учитывающий только чистую прибыль экономики:

$$p'_{macro} = \frac{\text{Чистая прибыль экономики и чистые смешанные доходы}}{\text{Основные фонды} + \text{Заработная плата наемных работников}}. \quad (3)$$

Теперь перейдем к расчетам показателя p'_{macro} на примере экономик США и России. Здесь тоже возникает ряд нюансов, связанных с особенностями национальной макроэкономической статистики, которые следует отметить.

Особенности динамики макроэкономической нормы прибыли в США.

Бюро экономического анализа США представляет широкий спектр макроэкономических данных по американской экономике начиная с 1929 г. При этом показатель ВПЭиВСД в американской статистике отсутствует. Но его (или близкий к нему показатель чистой прибыли экономики) можно получить расчетным образом. Для этого необходимо из показателя национального дохода (учитывает перераспределение доходов между США и остальным миром, но исключает амортизацию) вычесть оплату труда наемных работников и чистые косвенные налоги на бизнес. Остаток — и есть величина прибыли экономики (только не валовой, а чистой, поскольку она не включает амортизацию), которая в американской статистике распределена между множеством отдельных показателей (рента, прибыли корпораций, доходы собственников, проценты и т.п.). В качестве оценки основных фондов берем данные по стоимости основных фондов частного сектора. Данные по оплате труда также имеются. Проводя расчеты по формуле (3), получаем для экономики США следующий график, показывающий изменение макроэкономической нормы прибыли с 1929 по 2018 г.

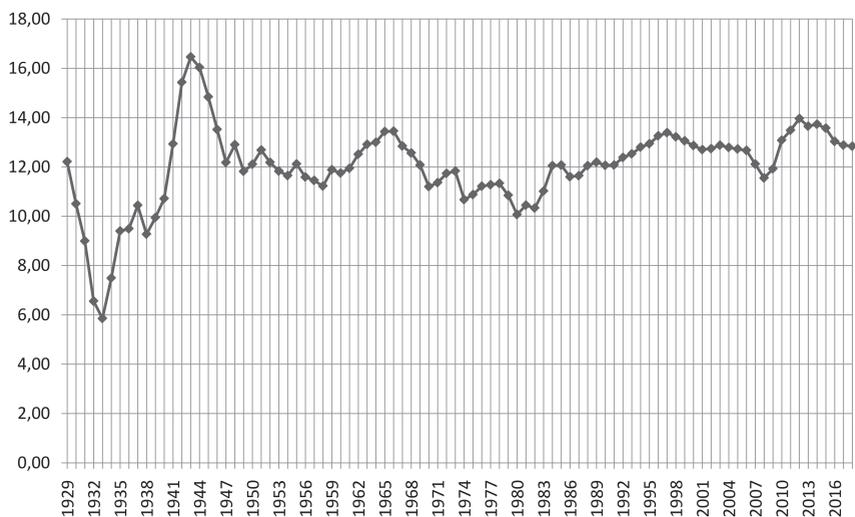


Рис. 6. Динамика макроэкономической нормы прибыли в экономике США, %, 1929–2018 гг.

Источник: рассчитано по данным [U. S. Bureau of Economic Analysis].

Таблица 3

Динамика макроэкономической нормы прибыли в периоды рецессий экономики США, 1929–2018 гг.

№	Период рецессии	Характеристика динамики макроэкономической нормы прибыли
1	1929–1933 гг.	Снижение с 12,2 до 5,85%, рост показателя начался с 1934 г. (7,49%)
2	1937–1938 гг.	В 1937 г. — максимум за предыдущие 7 лет (10,44%). В 1938 г. снижение до 9,27%, в 1939 г. — снова рост (9,94%)
3	1945 г.	Заметное снижение в 1945 г. (14,84% против 16,03% годом ранее). Тенденция к снижению продолжалась до 1949 г. (минимум 11,82% в 1949 г.), с 1950 г. начался рост показателя (12,1%)
4	194–1949 гг.	
5	1953–1954 гг.	Показатель снижался два года подряд (11,83% в 1953 г., 11,64% в 1954 г.)
6	1957–1957 гг.	Снижение два года подряд (11,45% в 1957 г., 11,22% в 1958 г.), причем снижение началось еще в 1956 г.
7	1960–1961 гг.	Небольшое сокращение в 1960 г. (11,75%) по сравнению с предыдущим (11,88%) и последующим (11,94%) годами
8	1969–1970 гг.	Снижение два года подряд (12,07% в 1969 г., 11,2% в 1970 г.)
9	1973–1974 гг.	Снижение в 1974 г. (10,67%), в то время как в 1973 г. был достигнут максимум за предыдущие 4 года (11,83%)

№	Период рецессии	Характеристика динамики макроэкономической нормы прибыли
10	1979–1980 гг.	Снижение два года подряд (10,85% в 1979 г., 10,07% в 1980 г.)
11	1981–1982 гг.	Снижение в 1982 г. (10,33%) по сравнению с предыдущим (10,45%) и последующим (11,01%) годами
12	1990–1991 гг.	Снижение в 1990 г. (12,06%) по сравнению с предыдущим годом, в 1991 г. показатель практически не изменился (12,07%)
13	2000–2001 гг.	Снижение два года подряд (12,86% в 2000 г., 12,7% в 2001 г.)
14	2007–2009 гг.	Снижение два года подряд (12,11% в 2007 г., 11,55% в 2008 г.), с 2009 г. начался рост (11,92%)

Источник: составлено авторами.

Анализ динамики макроэкономической нормы прибыли в США в периоды 14 американских рецессий, начиная с Великой депрессии 1929–1933 гг. (рецессии, имевшие место до 1929 г., не рассматриваются из-за отсутствия соответствующей статистики), подтверждает определение кризиса, данное Марксом. Для всех указанных рецессий характерно снижение показателя макроэкономической нормы прибыли, как он был рассчитан выше. Подробности представлены в табл. 3.

В целом, анализируя динамику показателя макроэкономической нормы прибыли для экономики США, можно сделать следующие выводы:

1. Среднее значение макроэкономической нормы прибыли в экономике США на протяжении рассмотренных 90 лет составляет 12%. В большинстве случаев, представленных в табл. 2., в ходе рецессий данный показатель снижается ниже среднего значения. Однако данный вывод не следует абсолютизировать, учитывая изменения, происходящие в экономике на протяжении длительного периода времени (например, рост доли услуг в ВВП), а также изменения в статистической методологии (например, включение «вмененной ренты» и аналогичных вмененных показателей в доходы экономических агентов).

2. В период рецессий макроэкономическая норма прибыли снижается, причем, как правило, *ниже долгосрочного среднего значения в 12%*. Наибольшее снижение показатель макроэкономической нормы прибыли продемонстрировал в период Великой депрессии (1929–1933 гг.), что характеризует масштаб данного кризиса и его уникальность в истории США. Наивысший пик подъема приходится на период Второй мировой войны (конкретно — на 1942–1944 гг.), который также является уникальным, не имеющим аналогов в последующей истории. Второй длительный период высоких значений указанного показателя — это период с 1992 по 2007 г. (рецессия 2000–2001 гг. на фоне предыдущих рецессий практически незаметна). Отметим, что первая половина этого благополучного для США периода совпала с крупнейшими геополитическими событиями (распад

СССР) и трансформационным кризисом в экономиках большинства постсоветских стран.

3. Само по себе снижение значения показателя макроэкономической нормы прибыли не всегда совпадает с наступлением очередного кризиса, однако зачастую предшествует ему. Анализ данных по экономике США показал, что такое снижение начинается за 1–2 года до очередного кризиса (причем чем глубже кризис — тем раньше начинает сокращаться норма прибыли). Так, максимальное значение нормы прибыли в 2000-е гг. было достигнуто за четыре года до наступления Великой рецессии — в 2003 г. (12,88%). Затем началось снижение, продолжавшееся пять лет подряд. Можно констатировать, что *предвестником кризиса является снижение макроэкономической нормы прибыли, которая при этом остается выше своего долгосрочного среднего значения (12%)*. В этой связи нисходящая динамика последних четырех лет указывает на очередную приближающуюся рецессию, однако показатель макроэкономической нормы прибыли пока еще выше средней (в 2018 г. — 12,83%).

Особенности динамики макроэкономической нормы прибыли в России

Рассмотрим теперь особенности динамики макроэкономической нормы прибыли в экономике России. При этом необходимо сделать ряд уточнений.

Во-первых, капитализм в постсоветской России еще недостаточно развит, носит полупериферийный характер, экономическая динамика в значительной степени зависит от колебаний мировой конъюнктуры (прежде всего — на товары сырьевого экспорта). Сложившаяся экспортно-сырьевая модель российской экономики делает некорректными любые прямые сопоставления с экономиками стран развитого капитализма (особенно с США).

Во-вторых, на период 1991–1998 гг. пришелся так называемый трансформационный кризис, связанный с переходом от одной социально-экономической системы к другой. Природа этого кризиса отличается от природы типичного циклического кризиса развитой рыночной экономики, и потому характерный для кризиса спад основных макроэкономических показателей в России не следует рассматривать в тех же координатах, что и динамику макроэкономических показателей развитых стран в кризисный для них период. В частности, на период трансформационного спада в России пришлось активные преобразования в системе отношений собственности, при этом стоимость приватизируемых объектов собственности (основного капитала) многократно занижалась. Высокая инфляция в 1990-е гг. также не способствовала формированию адекватной рыночной оценки стоимости основных фондов. Поэтому данные о стоимости

основного капитала в российской статистике в указанный период не являются в полной степени релевантными.

В-третьих, следует отметить и неустойчивость оценок российской статистики по ряду показателей. Данные по ВВП и его распределению по доходам имеются лишь с 1995 г. Методология расчета основных макроэкономических показателей неоднократно пересматривалась. Особо следует отметить изменения, которые были сделаны в 2011 и 2016 гг., и соответственно — несопоставимость ряда показателей, о чем прямо предупреждается на сайте Росстата при сравнении рядов ВВП. Так, в 2011 г. после изменений в методологии расчета величина ВПЭиВСД составила 25,1 трлн руб. (до пересчета было 17,4 трлн руб.), увеличившись в 1,44 раза [Росстат]. Столь значительные изменения макроэкономических показателей не могут не отразиться на результатах расчета макроэкономической нормы прибыли. Для того чтобы элиминировать влияние фактора изменения статистической методологии на результат, значения ВПЭиВСД за 2011–2018 гг. были пересчитаны с коэффициентом 1,44 в сторону понижения. Разумеется, такой расчет оправдан лишь в первом приближении; для лучшей сопоставимости данных необходимо проводить общий перерасчет всего временного ряда по единой методологии.

Наконец, в отличие от статистики США, в российской статистике данные по амортизации основного капитала носят разрозненный характер, а потому при оценке прибыли экономики будем использовать показатель ВПЭиВСД и считать макроэкономическую норму прибыли по формуле (2). Отметим также, что в данных о заработной плате наемных работников присутствуют также составляющие «скрытой оплаты труда» и «смешанных доходов», вычленив которые не представляется возможным.

С учетом вышесказанных замечаний рассчитаем макроэкономическую норму прибыли в экономике России с 1995 по 2018 г. [Росстат]. Ее динамика представлена на рис. 7.

Анализ динамики макроэкономической нормы прибыли в России за период 1995–2018 гг. позволяет сделать следующие выводы.

1. Среднее значение макроэкономической нормы прибыли в России за рассматриваемый период составило 13,44%. Это несколько выше, чем в США (12%), однако может объясняться и чисто статистическими факторами (числитель в формуле (2) при прочих равных выше, чем в формуле (3). С другой стороны, Россия как страна развивающегося капитализма вполне закономерно демонстрирует более высокую норму прибыли по сравнению со страной «старого» капитализма, такой как США.

2. Динамика нормы прибыли в период трансформационного спада сопоставима с показателями Великой депрессии США. При этом на рис. 7 отражена ситуация начиная со второй половины 1990-х гг., а потому тренд предшествующего периода не виден. Логично предположить, что снижение нормы прибыли наблюдалось и в 1992–1994 гг. или даже ранее.

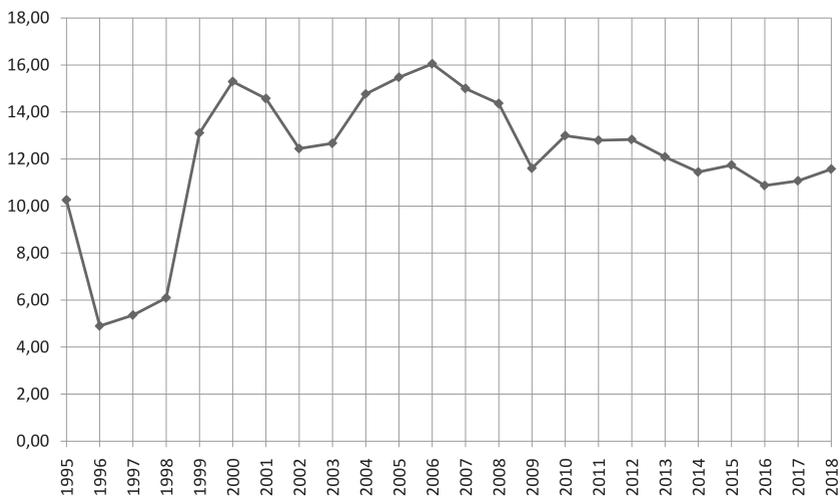


Рис. 7. Динамика макроэкономической нормы прибыли в России, %, 1995–2018 гг.
Источник: рассчитано по [Росстат].

3. Снижение нормы прибыли наблюдалось в России как в отдельные периоды роста экономики (2001–2002 гг.), так и в период кризиса 2009 г., причем падение в период кризиса не является особенно существенным (сравним: 12,44% в 2002 г., 11,61% в 2009 г.). Однако тенденция к снижению нормы прибыли в предкризисный период наблюдается, как и в американской экономике: так, норма прибыли снижалась в 2007–2008 гг., при этом оставаясь выше среднего значения.

4. Период 2012–2018 гг. выделяется по сравнению с предыдущим. После кризиса 2009 г. в России не произошел возврат к повышательной тенденции динамики нормы прибыли. Кризис 2009 г. не сыграл полноценную роль в «оздоровлении» структуры капитала и не способствовал запуску нового этапа капиталистического накопления. Более того, в 2014–2018 гг. значение макроэкономической нормы прибыли опустилось ниже кризисной величины 2009 г. (с учетом корректировки данных Росстата). Несмотря на отдельные колебания, с середины 2000-х гг. в России сохраняется тренд на понижение макроэкономической нормы прибыли. Этот тренд прослеживается, даже если использовать фактические данные Росстата без корректировки — в этом случае будет иметь место разовый скачок нормы прибыли в 2011 г. (что связано с изменением статистической методологии), после которого понижательный тренд возобновляется. Это свидетельствует о наличии в стране вялотекущего экономического кризиса (который, в частности, проявлялся в падении ВВП в 2015–2016 гг., снижении инвестиций, которое началось еще с 2013 г., а также в продолжающемся сокращении реальных доходов на-

селения). Сохранение экспортно-сырьевой модели полупериферийного компрадорского капитализма в России означает сохранение перманентного экономического кризиса (хоть и вялотекущего) и углубление тенденции к понижению макроэкономической нормы прибыли. В этой связи новый мировой экономический кризис, затрагивая экономику России, может стать шансом на кардинальный пересмотр сложившейся экономической модели и запуск нового цикла долгосрочного накопления капитала и экономического роста.

Заключение

Кризис как феномен перенакопления капитала проявляется в снижении общей нормы прибыли, что находит подтверждение в статистике «макроэкономической нормы прибыли». Процесс перенакопления в предкризисный период проявляется в особой динамике связки показателей — росте инвестиций, росте занятости/сокращениях безработицы, росте заработной платы. Если инвестиции растут быстрее занятости, это свидетельство масштабного надвигающегося кризиса, если теми же темпами или медленнее, то это свидетельство меньшего масштаба кризиса. Результат перенакопления — кризис как резкое падение общей нормы прибыли. Выход из кризиса и восстановление значений общей нормы прибыли сопровождаются обесценением перенакопленного капитала, сокращением инвестиций, ростом безработицы и падением заработной платы. При этом для разных стран характерна «национальная специфика» проявлений кризиса. В частности, в России не произошло полноценного обновления капитала после кризиса 2009 г.; динамика макроэкономической нормы прибыли после 2010 г. свидетельствует о сохраняющемся вялотекущем кризисе, что подтверждается и рядом других макропоказателей (особенно в период 2014–2018 гг.). В США нисходящая динамика макроэкономической нормы прибыли 2015–2018 гг. указывает на очередную приближающуюся рецессию, однако показатель макроэкономической нормы прибыли пока еще выше долгосрочной средней (12%).

Список литературы

1. *Бреннер Р.* Экономика глобальной турбулентности. Развитые капиталистические экономики в период от долгого бума до долгого спада, 1945–2005 / пер. с англ. — М.: Издательский дом ВШЭ, 2014.
2. *Гринин Л. Е., Коротяев А. В.* Циклы, кризисы, ловушки современной Мир-Системы. Исследование кондратьевских, жюгляровских и вековых циклов, глобальных кризисов, мальтузианских и постмальтузианских ловушек / отв. ред. С. Ю. Малков. — М.: Изд-во ЛКИ, 2012. — 480 с.
3. *Кондратьев Н. Д.* Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения. Избранные труды. — М.: Экономика, 2002.

4. Ленин В. И. К характеристике экономического романтизма. Полн. собр. соч. — Т. 2. — М., 1967.
5. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. Т. III // Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. Т. 25. Ч. 1. — М.: Политиздат, 1961.
6. Рязанов В. Т. (Не)Реальный капитализм. Политэкономия кризиса и его последствий для мирового хозяйства и России. — М.: Экономика, 2016. — 695 с.
7. Сорокин А. В. Общая экономика: бакалавриат, магистратура, аспирантура. — М.— Берлин: Директ-Медиа, 2016. — 640 с.
8. Сорокин А. В. Общая экономика: алгоритм прогноза мировых экономических кризисов (на примере 2008 г.) // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. — 2019. — № 3.
9. Фридмен М. Маршаллианская кривая спроса // Вехи экономической мысли. Теория потребительского поведения и спроса. Т. 1. — СПб., 1999.
10. Фридмен М. Методология позитивной экономической науки // THESIS. — 1994. — Вып. 4.
11. Экономическая энциклопедия «Политическая экономия». Т.4.— М.: Советская энциклопедия, 1980.
12. Bums A. F. and Mitchell W. C. Measuring Business Cycles. — N. Y., 1946.
13. Hansen, Alvin H. Business Cycles and National Income. — London: Allen and Unwin, 1964.
14. Historical Statistics of the United States. Colonial Times to 1970. Part 1 // U. S. Bureau of the Census. Bicentennial Edition. — Washington, D. C., 1975.
15. Juglar C. Des crises commerciales et leur retour périodique en France, en Angleterre et aux États-Unis. — Paris, 1862.
16. Long C. D. Building Cycles and the Theory of Investment, 1940.
17. Mitchell W. C. Business Cycles, the Problem and Its Setting. National Bureau of Economic Research. — 1927. — P. 441–442.
18. Newman W. The Building Industry and Business Cycles. — University of Chicago Press, 1935.
19. Schumpeter J. A. Business Cycles. — McGraw-Hill, 1939.
20. Tinbergen J. Statistical Testing of Business Cycle Theories. A Method and Its Applications to Investment Activity. League of Nations, 1939.
21. Заработная плата в мире в 2016–2017 гг. — М.: MOT, 2017. URL: <http://www.ilo.org> (дата обращения: 12.10.2019).
22. Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://www.gks.ru> (дата обращения: 27.08.2019).
23. GDP by Expenditure, Annual Rate of Growth — Percentage // United Nations Statistics Division. URL: <https://unstats.un.org/unsd/snaama/Basic> (дата обращения: 27.08.2019).
24. International Labour Office, Trends Econometric Models. Trends 2018. URL: <http://www.ilo.org/wesodata> (дата обращения: 10.10.2019).
25. UNCTAD, World Investment Report: Annex Tables. FDI inflows, by region and economy, 1990–2017. URL: <http://www.unctad.org> (дата обращения: 12.10.2019).
26. Bureau of Economic Analysis. URL: <https://www.bea.gov/> (дата обращения: 03.09.2019).

The List of References in Cyrillic Transliterated into Latin Alphabet

1. *Brenner R.* E'konomika globalnoj turbulentnosti. Razvitye kapitalisticheskie ekonomiki v period ot dolgogo buma do dolgogo spada, 1945–2005 / per. s angl. — M.: Izdatelskij dom VShE, 2014.
2. *Grinin L. E., Korotaev A. V.* Cikly, krizisy, lovushki sovremennoj Mir-Sistemy. Issledovanie kondratevskix, zhyuglyarovskix i vekovyx ciklov, globalnyx krizisov, maltuzianskix i postmaltuzianskix lovushek / otv. red. S. Yu. Malkov. — M.: Izd-vo LKI, 2012. — 480 s.
3. *Kondratev N. D.* Bolshie cikly konyunktury i teoriya predvideniya. Izbrannye trudy. — M.: E'konomika, 2002.
4. *Lenin V. I.* K karakteristike ekonomicheskogo romantizma. Polnoe sobranie sochinenij. T. 2. — M., 1967.
5. *Marks K.* Kapital. Kritika politicheskoy `ekonomii. T. III // Marks K., `Engel's F. Soch. 2-e izd. T. 25. Ch. 1. — M.: Politizdat, 1961.
6. *Ryazanov V. T.* (Ne)Realnyj kapitalizm. Politekonomiya krizisa i ego posledstvij dlya mirovogo xozyajstva i Rossii. — M.: E'konomika, 2016. — 695 s.
7. *Sorokin A. V.* Obshhaya ekonomika: bakalavriat, magistratura, aspirantura. — M.— Berlin: Direkt-Media, 2016. — 640 s.
8. *Sorokin A. V.* Obshhaya ekonomika: algoritm prognoza mirovy`x ekonomicheskix krizisov (na primere 2008 g.) // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 6. Ekonomika. — 2019. — № 3.
9. *Fridmen M.* Marshallianskaya krivaya sprosa//Vexi ekonomicheskoy mysli. Teoriya potrebitelskogo povedeniya i sprosa. T. 1. — SPb., 1999.
10. *Fridmen M.* Metodologiya pozitivnoj ekonomicheskoy nauki // THESIS. — 1994. — Vy`p. 4.
11. Ekonomicheskaya enciklopediya «Politicheskaya ekonomiya». T. 4. — M.: Sovetskaya e'nciklopediya, 1980.

МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Ю. М. Осипов¹

МГУ имени М. В. Ломоносова (Москва, Россия)

Т. Н. Юдина²

МГУ имени М. В. Ломоносова (Москва, Россия)

Е. В. Купчишина³

МГУ имени М. В. Ломоносова (Москва, Россия)

УДК: 330.101; 330.34; 330.88

«ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ», БОЛЬШИЕ ДАННЫЕ КАК ИНСТИТУТЫ ЭКОНОМИКИ НОВОГО ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПОКОЛЕНИЯ

В статье предпринята попытка исследования «искусственного интеллекта» (ИИ) и феномена больших данных как институтов экономики нового технологического поколения с учетом концепта А. П. Локтева относительно интернета как метаинститута. Преподносимая институциональная концепция «искусственного интеллекта» опирается на фундаментальное исследование А. А. Зиновьева по интеллектологии как интегративной совокупности всех наук. Установлено, что ослабление естественного интеллекта в современном мире компенсируется разработкой «искусственного интеллекта» в русле цифrogenной технологии. Развивается выдвинутый Ю. М. Осиповым тезис о том, что «искусственный интеллект» более всего относится к современному нейрокибертехнизированному человеку, чем собственно к роботизированной технике. В статье представлены результаты исследования «искусственного интеллекта» и больших данных на примерах некоторых европейских стран и России. Выявлены причины институциональных ловушек в форме неэффективных и сложно отменяемых норм, которые идут вразрез с отдельными правами человека и появляются в процессе внедрения в хозяйственную деятельность ИИ.

Ключевые слова: интеллект, интеллектология, естественный интеллект, «искусственный интеллект» (ИИ), большие данные, институт, философия хозяйства, институциональные ловушки.

¹ Осипов Юрий Михайлович — д.э.н., главный научный сотрудник Научно-исследовательской лаборатории философии хозяйства, экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, e-mail: osipov.msu@mail.ru.

² Юдина Тамара Николаевна — д.э.н., старший научный сотрудник Научно-исследовательской лаборатории философии хозяйства, экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, e-mail: orchidflower@list.ru, ORCID: 0000-0002-0096-0699.

³ Купчишина Елена Валерьевна — соискатель, экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, e-mail: sigdriva@inbox.ru, ORCID: 0000-0003-2499-4161.

Цитировать статью: *Осипов Ю. М., Юдина Т. Н., Купчишина Е. В.* «Искусственный интеллект», большие данные как институты экономики нового технологического поколения // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. — 2020. — №4. — С. 27–46.

Yu. M. Osipov

Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia)

T. N. Yudina

Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia)

E. V. Kupchishuna

Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia)

JEL: B52, O30

ARTIFICIAL INTELLIGENCE, BIG DATA AS INSTITUTIONS OF NEW TECHNOLOGICAL GENERATION OF ECONOMY

The paper attempts to analyze artificial intelligence (AI) and Big Data phenomenon as institutions of new technological generation of economy, referring to A. P. Loktev's concept of 'Internet as metainstitution'. The represented institutional conception of artificial intelligence is based on A. A. Zinoviev's fundamental intellectology study as an integrated set of all sciences. The authors confirm that weakening of natural intelligence in the contemporary world is offset by artificial intelligence development within the framework of digit-induced technology. The research evolves Yu. M. Osipov's thesis that artificial intelligence is closer to modern neuro=cyber=technicized human being than to robotized technics as it is. The article provides the findings on artificial intelligence and Big Data drawing on evidence from Russia and some European countries. The authors identify the reasons for institutional traps mostly presented in the form of inefficient institutions that run contrary to certain human rights and emerge with introduction of artificial intelligence into the economic activity.

Keywords: intelligence, intellectology, natural intelligence, artificial intelligence (AI), Big Data, institution, philosophy of economy, institutional traps.

To cite this document: *Osipov Yu. M., Yudina T. N., Kupchishuna E. V.* (2020) Artificial intelligence, Big Data as institutions of new technological generation of economy. Moscow University Economic Bulletin, (4), 27–46.

Актуальность, мотивация исследования

«Искусственный интеллект» (ИИ) — главная повестка дня новой экономики на всех ее уровнях (нано-, микро-, мезо-, макро-, мега- и глобальном). 10 октября 2019 г. подписан Указ Президента РФ № 490 «О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации» (вместе с «Национальной стратегией развития искусственного интеллекта на период до 2030 года») [Указ..., 2019]. ИИ — это ключевая тема Петербургского

международного экономического форума (ПМЭФ-2019), саммита G-20 в японской Осаке в 2019 г., многих других форумов и конференций. Из двенадцати цифровых технологий, предложенных К. Швабом [Шваб, 2018, с. 93–240], ИИ занимает ведущее место. По его мнению, сама IV промышленная революция с ИИ способна «роботизировать» человека и человечество [Шваб, 2018, с. 14].

Осмысление и научное определение ИИ как феномена и института, его места в системе новой экономики, целостный научный взгляд на актуальнейшую тему теории и практики экономики нового технологического поколения — ИИ — стали мотивацией данного институционально-экономического и философско-хозяйственного исследования.

Обзор релевантных научных источников, описание методологии, результаты исследования и их анализ. Степень разработанности

Тема ИИ является междисциплинарной. Проблемой ИИ ученые начали заниматься с 1930-х гг. (британский математик, основоположник информатики А. Тьюринг). В 1956 г. американский информатик Дж. Маккарти ввел в научный оборот понятие «искусственный интеллект» (artificial intelligence), а в 1971 г. за исследования в области ИИ получил премию Тьюринга. В 1960-х гг. всплеск интереса к ИИ был вызван развивающейся кибернетикой, в особенности созданной Н. Винером (США). Очередной всплеск интереса к ИИ связан с развитием компьютерных наук, представителями которых стали Н. Ниллсон [Nillson, 2010], С. Рассел, П. Норвиг [Russell, Norvig, 2009]. Э. Алпайдин различает машинное обучение как новый искусственный интеллект [Alpaydin, 2014]. Социально-экономические проблемы ИИ рассматриваются в работах философов В. С. Варакина, М. Ю. Опенкова [Опенков, Варакин, 2018], экономистов Д. А. Околышева, Р. Ж. Сираждинова [Околышев, Сираждинов, 2017], философов хозяйства Ю. М. Осипова [Осипов, 2018, 2019abc], Т. Н. Юдиной [Юдина, 2017]. Основные источники указаны в списке литературы.

Методология научной работы

А. А. Зиновьев писал в своем труде «Фактор понимания»: «...идея создать искусственное устройство, равное по интеллектуальной силе человеческому логическому интеллекту и даже превосходящее его, есть вздорная утопия, сводящая этот интеллект к самым примитивным логическим операциям отдельно взятых людей» [Зиновьев, 2006, с. 12]. Далее Зиновьев подчеркивал: «Такой универсальный, одинаковый для всех и пригодный для большинства интеллект существует в жизни масс людей лишь как примитивизированный и стандартизированный компонент американизированной технологии, доминирующей сейчас на планете в системе

управления человечеством как ее главный компонент» [Зиновьев, 2006, с. 511–512].

ИИ выступает как движущая сила цифровизации хозяйственного процесса, технологии, экономики, во многом предопределяя успешность конкретной страны и ее экономики в борьбе за глобальное лидерство в эпоху перехода к новому технологическому укладу.

Авторами были использованы следующие методы анализа: междисциплинарный, институциональный, философско-хозяйственный, метод интерпретации новых экономических понятий и концептов.

Анализ научной литературы показал, что мейнстримовским направлением экономической науки ИИ рассматривается по преимуществу как технология (фактор производства). Что касается сущности, структуры и механизма функционирования ИИ, то они не стали предметом специального рассмотрения в рамках экономической науки. Вышеуказанный подход не учитывает то обстоятельство, что воздействие ИИ на поведение хозяйствующих субъектов накладывает специфические внешние и внутренние ограничения (рамки), что как раз существенно отличает ИИ от обычных факторов производства. Категория «искусственный интеллект» требует уточнения с позиций институциональной теории, а потому предполагается понимать *под «искусственным интеллектом» сетевую структуру, объединяющую в себе совокупность как формальных правил, определяющих архитектуру и юридические нормы использования интеллектуальных (технических и/или программных) систем, так и неформальных ограничений, регулирующих поведение пользователей при их взаимодействии с вышеуказанными системами.*

Благодаря ИИ интеллектуальная машина (система) способна воспринимать, запоминать, обосновывать, использовать человеческие языки, прибегать к аналитическим абстракциям, что позволяет использовать ее в процессе принятия решений, в особенности при решении тех задач, которые подразумевают обработку больших массивов данных, что делать человеку в обычном режиме сложно и требует больших затрат сил и времени, а деловая реальность нуждается в быстрых (мгновенных) решениях.

ИИ следует отличать от феномена машинного обучения с выявлением «алгоритмов и статистических моделей, позволяющих компьютерам решать задачи без четкой инструкции» [Koza et al., 1998, p. 153]. Естественный интеллект (ЕИ) человечества прошел многовековой путь эволюции, чтобы получить множество фундаментальных и прикладных разработок как результатов творческого интеллектуального труда всего человечества [Зиновьев, 2006, с. 11–12]. Стремительное развитие ИИ на рубеже XX — XXI вв. — результат творческой деятельности ЕИ, его своеобразная «производная», способная заменить ЕИ на ИИ (с «расчеловечиванием человека»), что хоть и представляется суровой научной фантастикой, но уже имеет в человечестве место. Обращает на себя внимание связь ИИ с интернетом, который рассматривается специалистами в области ИИ одно-

временно и как среда, в которой ИИ функционирует, и как инструмент решения ИИ-задач [Russell, Norvig, 2009, p. 17; 26–27]. ИИ не может существовать в отрыве от интернета, более того, ИИ является институтом, дополняющим интернет как метаинститут [Локтев, 2011, с. 94–96], хотя пока метаинститутом не стал.

ИИ как новый техносциальный институт стал предметом подробного рассмотрения в контексте национальных стратегий развития (если к 2017 г. они были разработаны в пяти государствах, то в 2018–2019 гг. — в тридцати [Совещание..., 2019]. Российская Федерация не стала исключением. Наряду с Великобританией, Китаем, США Россия стремится стать одним из мировых лидеров в области ИИ (что небезосновательно учитывается мировой научной общественностью и политическими кругами) [Stirling et al., 2017].

Потенциал России в создании «искусственного интеллекта». Институциональные ловушки

Россия обладает существенным научным заделом (как показано на рис. 1). По данным ВОИС, ряд российских университетов и научно-исследовательских организаций входит в глобальные топ-500 заявителей патентов в сфере ИИ. Выпускники традиционно сильной физико-математической научной школы [Эксперты ОПК..., 2019] успешно конкурируют с зарубежными [García, 2018]. Практическое применение разработок в области ИИ предвосхищает необходимость его институционализации прежде всего для обеспечения технологического суверенитета страны. Президентом РФ подчеркивается, что тот, кто «сможет обеспечить монополию в сфере искусственного интеллекта... — тот станет властелином мира» [Совещание..., 2019].

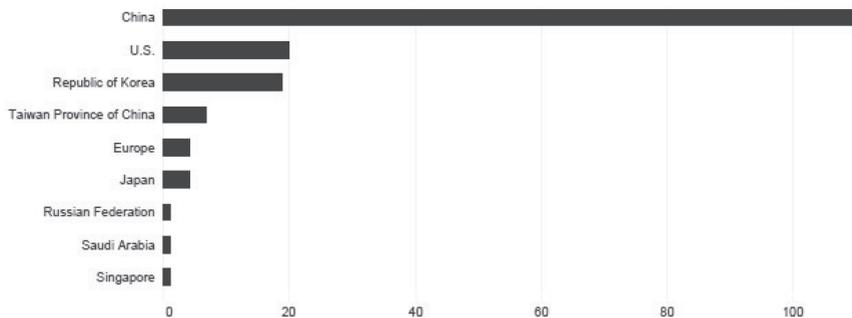


Рис. 1. Географическое распределение университетов и научно-исследовательских организаций — заявителей патентов в области «искусственного интеллекта»

Источник: WIPO Technology Trends 2019: Artificial Intelligence. — Geneva: World Intellectual Property Organization, 2019. — P. 62.

В этой связи Министерством цифрового развития, Сбербанком и рядом иных представителей экспертного сообщества проведена совместная работа по созданию соответствующей стратегии и «дорожной карты» ее реализации. Основными целями стратегии выступают: обеспечение конкурентоспособности российской экономики; рост благосостояния населения России; обеспечение национальной кибербезопасности. Финансирование развития ИИ в РФ на пятилетнюю перспективу оценивается ориентировочно в 90 млрд руб. [Совещание..., 2019].

Стоит отметить, что ИИ прежде всего является фактором производства, в связи с чем в формировании стратегии по его развитию особенно важна роль профессионального производственного сообщества. Учитывая инновационный потенциал развития ИИ и его влияние на российскую экономику, профессиональное сообщество предложило создать единое информационное пространство, структурированные базы данных, подчеркнуло важность создания позитивного смыслового контента в сети как антитезу «информационным шумам», которыми изобилует интернет. Показано, что *техническую основу развития технологий ИИ в РФ* должна составлять «*отечественная, прежде всего радиоэлектронная, промышленность*» [Эксперты ОПК..., 2019] (*курсив авторов*). Оценочные объемы расходов на полный цикл разработки отечественной микроэлектроники с ИИ варьируются в пределах 0,5-5 млрд руб., при этом российские эксперты подчеркивают важность создания таких условий, которые помогли бы концентрировать капиталовложения в юрисдикции РФ и минимизировали привлекательность вывода средств за рубеж [Новый и др., 2019, с. 1].

Исследуя ИИ как институт, важно более подробно рассмотреть сопряженные с его использованием риски, одним из которых являются «эффекты блокировки». Эти эффекты Д. Норт называл «институциональными ловушками». Так, в процессе внедрения в хозяйственную деятельность ИИ могут возникать институциональные ловушки в виде неэффективных и сложно отменяемых норм, которые идут вразрез с правами человека. В некоторых европейских странах цифровизация сопровождается «эффектами блокировки» в форме отдельных положений Постановления ЕС 2016/679 от 27.04.2016 «Общий регламент по защите данных», нарушающих права человека в контексте особых персональных данных.

Следует отметить, что в настоящий момент подробно не проработан вопрос целесообразности использования ИИ в различных сферах общественной жизни. С одной стороны, данный фактор производства в силу вышеуказанных особенностей разумно применять там, где условия трудовой деятельности для человека осложнены либо представляют опасность для жизни (например, дальний космос) [Передельский, 2019]. С другой стороны, сомнительна тотальная замена человеческого труда ИИ в тех сферах, которые не требуют сверхоперативных решений и требуют моральных

и творческих качеств человека (например, сфера образования, психологии, дипломатии, искусства).

В этой связи краеугольной проблематикой для международного сообщества является и роль человека в вопросах применения ИИ. До настоящего времени государства еще не достигли договоренностей в координации подходов к политике в данной сфере. Не выработаны единые международные институциональные механизмы регулирования не только хозяйственного, но и этического аспекта использования ИИ. На международном уровне до сих пор имела место только декларация намерений развития национальных «цифровых экономик» с приоритетом интересов человека [Осакская декларация..., 2019].

ИИ участвует в принятии решений во многих чувствительных для человека сферах жизни, где цена ошибки или не предвиденных разработчиками обстоятельств велика (например, в медицине — обследование и присвоение диагноза, правосудии — расследование и вынесение приговора). Показательным в этом смысле является прецедент ДТП с участием беспилотного автомобиля в марте 2018 г. в Темпе, штат Аризона, США. ИИ в архитектуре транспортного средства не выявил на траектории пешехода, что завершилось летальным исходом. Вопрос наличия состава преступления, возложения ответственности вызвал дискуссию в мировом сообществе [Randazzo, 2019; Шнуренко, 2018]. Учитывая рассмотренные выше обстоятельства, часть российского экспертного сообщества отводит человеку центральное место в вопросах применения данной технологии [Российские эксперты..., 2019].

В РФ в настоящее время не создан институциональный механизм разработки и применения ИИ — в частности, в российском законодательстве сегодня нет механизмов ни принятия ИИ решений, ни использования данных, включая обезличенные данные, в научно-исследовательских целях (в том числе по направлению развития технологий ИИ). При этом Сбербанком формируется пятилетний проект (до 2024 г.) — экспериментальная площадка в г. Москве для разработок в области ИИ, исследования касаются, в частности, «умного» транспорта, распознавания лиц и речи, медицины. Предполагается предоставить участникам площадки «льготный правовой режим», а также доступ к обезличенным данным (часть которых составляют персональные). Среди предполагаемых целей — ускорение вывода российских «цифровых» разработок на мировой рынок, а также отработка специального правового регулирования в рассматриваемой области [Тишина, 2019, с. 9]. Не разработаны и институты частного инвестирования в прорывные инновационные решения. Вышеперечисленные институциональные аспекты развития ИИ в РФ требуют надлежащей проработки.

В Европе, с которой у России сохраняется достаточно плотное экономическое сотрудничество, 25 мая 2018 г. вступило в силу Постановление ЕС 2016/679 от 27.04.2016 «Общий регламент по защите данных» (General

Data Protection Regulation, GDPR), «право на объяснение» появилось в фокусе современных научных дискуссий, поскольку данный нормативный документ не полностью раскрывает вышеуказанное как категорию: фактически GDPR предусматривает лишь краткое разъяснение субъекту данных (data subject) логики работы системы, значение и предполагаемые последствия принятого решения — исследователи отмечают, что вышеуказанное содержит в себе термин «право быть проинформированным» [Regulation (EU) 2016/679..., 2016, р. 40–43]. В свою очередь, категория «право не подлежит автоматизированному принятию решений» раскрыта в нормативном акте размыто. Согласно п. 3 ст. 22 GDPR, «контролер данных обеспечивает соответствующие меры защиты прав, свобод и законных интересов субъекта данных, по крайней мере право на вмешательство человека со стороны контролера данных, для выражения его или ее точки зрения и обжалования решения» [Regulation (EU) 2016/679..., 2016, р. 46], из чего, однако, не вытекает право на разъяснения конкретного принятого решения [Wachter et al., 2017, р. 8]. Все это противоречит заявленным критериям прозрачности и подотчетности решений, принимаемых ИИ. «Право на объяснение» в смысле конкретного принятого решения подразумевает право субъекта данных на разъяснения касательно механизма работы системы, а также конкретного решения, принятого в отношении субъекта данных (в том числе обоснование, правомерность и конкретные обстоятельства, которые привели к данному решению) [Wachter et al., 2017, р. 6–7].

Результаты проведенного исследования ИИ как фактора производства и института дают основание полагать, что в текущем состоянии развития экономики современного технологического поколения РФ институт ИИ находится в стадии становления. Выявлено, что институциональный аспект развития ИИ нуждается в более глубокой разработке не только в РФ, но и на глобальном уровне: так, в настоящее время отсутствуют единые международные нормативно-правовые и морально-этические стандарты применения ИИ. Также, опираясь на результаты исследования, выдвинем гипотезу о том, что при условии развития рассмотренных выше правил вероятен переход ИИ в статус метаинститута.

Большие данные (Big Data) как институт

Как указано выше, ИИ неразрывно связан с обработкой большого массива данных и формирования платформ Big Data. Исследователи указывают [Корнев, 2018, с. 83], что исторически термин «большие данные» (Big Data) своим широким распространением обязан исследователям Дж. Мэшею (популяризовал термин в 90-е гг. XX в.) [Mashey, 1998], Г. Прессу (в 2000–2010 гг.) [Press, 2013], а Д. Лэней, в свою очередь, предложил основополагающие параметры больших данных: объем,

скорость, разнообразие (в оригинале: «volume, velocity, variety») [Laney, 2001].

Большие данные используются в хозяйственном процессе наряду с иными факторами производства постиндустриальной экономики, однако тот факт, что, как в случае с ИИ, на пользователей больших данных накладываются специфические ограничения, не нашел отражения в мейнстриме экономической теории. Следовательно, институциональный аспект больших данных также возможно разрабатывать в рамках экономической науки.

Стоит отметить, что в институциональной теории единой, устоявшейся трактовки термина «большие данные» в настоящий момент не существует. На наш взгляд, для целей настоящего исследования возможно трактовать *большие данные как совокупность формальных и неформальных правил, определяющих порядок сбора, обработки, хранения и передачи больших массивов данных (структурированных и неструктурированных), а также поведение пользователей с целью оперативного принятия решений на основе этих данных.*

Широкое распространение ИИ, машинного обучения, интернета вещей, процессы интернетизации как упрощения доступа к интернету все большей части населения Земли повлекли за собой экспоненциальный рост массивов данных, генерацию так называемых больших данных, в силу своего содержания — данных технологического (генерируемых в том числе вышеперечисленными технологиями) и социального происхождения (в частности, персональные данные; данные, генерируемые в социальных сетях, онлайн-торговле) — обладают существенным потенциалом как для различных сфер хозяйствования, так и научно-исследовательской деятельности. Для целей исследования следует обратить внимание и на схожий по содержанию с большими данными термин «открытые данные», концепция которых нашла практическую реализацию и применение в том числе и в РФ [Портал..., 2019]. Однако эксперты отличают термин «открытые данные» отсутствием у кого бы то ни было механизмов контроля за использованием данных [Auer et al., 2007, p. 722].

Рынок больших данных в РФ к настоящему времени достиг не столь существенных масштабов (по оценкам экспертов, от 10 до 30 млрд руб. [Березина, 2019], рынок интернет-рекламы за девять месяцев 2018 г. увеличился на 22% и составил 140,5–141,5 млрд руб. [Законопроект..., 2018]), как, например, европейский (в 2018 г. порядка 71,5 млрд евро [Second Report..., 2019]), однако раскрытию потенциала этого рынка мешают, в частности, препятствия институционального характера.

Правовое регулирование оборота данных неэффективно, что возможно проиллюстрировать на примере следующего противоречия. С одной стороны, ст. 23 Конституции РФ гарантирует «право на неприкосновенность частной жизни, личную и семейную тайну, защиту своей чести и доброго

имени», «право на тайну переписки, телефонных переговоров, почтовых, телеграфных и иных сообщений. Ограничение этого права допускается только на основании судебного решения» [Конституция РФ, 1993]. С другой стороны, в настоящий момент формальный институт «больших пользовательских данных» (в широком смысле — данных, не позволяющих идентифицировать конкретное физическое лицо) находится в процессе разработки, существующие проекты несут в себе риски вплоть до дискриминации условий обработки данных, окончательно содержание вышеуказанного института еще не сформировано [Проект № 571124-7, 2018; Рабочая группа..., 2018]. Кроме того, право приватности на практике не подкреплено эффективным нормативно-техническим механизмом защиты персональных данных от киберпреступности, что провоцирует прецеденты «утечки» персональных данных, формирование нелегальных рынков. Формально предусмотрена возможность истребования компенсации физическим лицом в случае публикации персональных данных в открытом доступе, однако на практике ее реализация сложна в силу необходимости доказать факт материального ущерба [Персональные данные..., 2019]. Кроме того, санкции за использование персональных данных реализуются на практике лишь частично, не имеют должного влияния на нарушителя. В этом смысле показательное сравнение штрафов за нарушение законодательства о персональных данных: если в ЕС за нарушение Постановления 2016/679 (ЕС) размер штрафа может достигать 20 млн евро, или 4% глобального годового оборота предприятия (что перекликается с основными положениями неоинституциональной теории [Аузан, 2017]), то в России ответственность нарушителя в материальном выражении ничтожно мала на этом фоне: в соответствии с поправками в ст. 13.11 КоАП РФ от 2017 г. максимальный размер штрафа для юридических лиц составляет 75 тыс. руб. [КоАП РФ, 2017]. Кроме того, анализ российской практики применения санкций в части нарушения законодательства о персональных данных свидетельствует об избирательном характере их применения: известен ряд прецедентов привлечения к ответственности глобальных игроков экономики нового технологического поколения Facebook, Twitter [«Утечки...», 2019], при этом ни одного прецедента в отношении российского малого и среднего бизнеса не представлено в открытых источниках [Более 70%..., 2019].

Помимо упомянутых выше проектов Национальной стратегии по развитию ИИ и экспериментальной исследовательской площадки, по инициативе Сбербанка выдвинуто предложение о создании «онлайн-платформы с обезличенными государственными данными и данными компаний, к которым будут иметь доступ компании — разработчики систем искусственного интеллекта» [Совещание..., 2019].

В связи с этим уместно указать на проблему несовместимости природы больших данных и предусмотренных в российском законодатель-

стве принципов обработки персональных данных: ограничения обработки данных заранее поставленными целями, минимизации объема собираемых и обрабатываемых данных сообразно целям и т.д. Предусмотренная российским (п. 9 ст. 3 152-ФЗ) [ФЗ № 152, 2006] законодательством категория обезличивания персональных данных — «действия, в результате которых становится невозможным без использования дополнительной информации определить принадлежность персональных данных конкретному субъекту персональных данных» — на практике без особых препятствий (и последствий для деобезличивающего данные субъекта) обходится посредством использования технических средств дешифровки [Савельев, 2015].

Практика Европейского союза как одного из ведущих регионов по цифровизации также заслуживает внимания в силу имеющихся разработок в сфере больших данных. В этой связи уместно отметить, что рынок данных ЕС-28 в 2018 г. составил 71,593 млрд евро [Second Report..., 2019].

Следует обратить внимание на то, что в соответствии с п. 1 ст. 8 Хартии ЕС об основных правах [Charter..., 2000], а также п. 1 ст. 16 Договора о функционировании Европейского союза [Treaty, 2012], Постановлением 2016/679 от 27.04.2016 право на защиту физического лица в отношении обработки его персональных данных является фундаментальным правом. При этом в Постановлении 2016/679 формально закрепляется, что «процесс обработки персональных данных должен быть разработан таким образом, чтобы он функционировал на пользу человечеству», притом что «право защиты персональных данных не является абсолютным и должно рассматриваться в соответствии со своей функцией в обществе и в соотношении с другими фундаментальными правами» [Regulation (EU) 2016/679..., 2016, р. 1–2]. Очевидно, что во многом использование персональных данных будет зависеть от контекста деятельности, осуществляемой «на пользу человечеству».

Как показано на рис. 2, в 2018 г. 12% предприятий (с персоналом не менее 10 человек) анализировали большие данные, при этом лидирующие позиции в этом контексте занимают Мальта, Нидерланды, Бельгия и Ирландия.

Опираясь на статистику, показанную на рис. 3, в разрезе источников, которые использовали европейские предприятия при анализе больших данных и типов этих предприятий, мы видим, что в 2018 г. в странах ЕС-28 основным предметом анализа компаний из сегмента малого и среднего бизнеса стали геолокационные данные с мобильных устройств и данные из социальных сетей, в то время как крупные предприятия анализировали большие данные преимущественно с собственных «умных» устройств и датчиков.

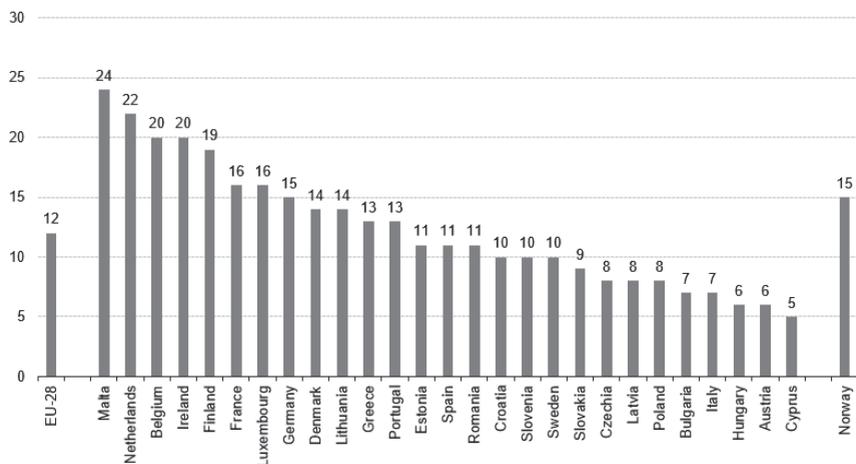


Рис. 2. Доля предприятий ЕС-28, анализирующих большие данные из произвольных источников (2018 г.) (в % от общего количества предприятий)
Источник: Digital economy and society statistics — enterprises // Eurostat. 2019. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/pdfscache/33473.pdf> (дата обращения: 19.08.2019).

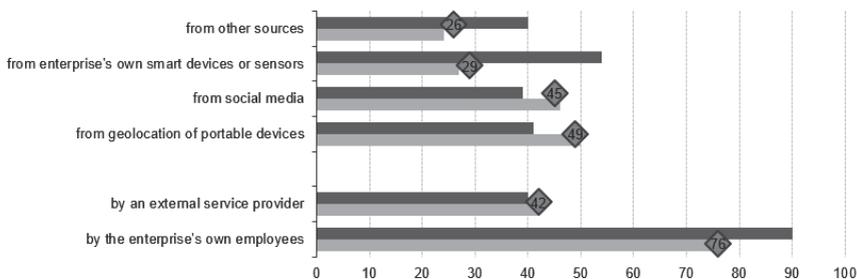


Рис. 3. Соотношение предприятий, анализирующих большие данные, в разрезе их типов и источников данных (2018 г.) (в % от общего количества предприятий)
Источник: Digital economy and society statistics — enterprises // Eurostat. 2019. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/pdfscache/33473.pdf> (дата обращения: 19.08.2019).

В то же время, опираясь на представленные выше данные, возможно заключить, что европейский рынок больших данных обладает существенным потенциалом дальнейшего расширения.

Несмотря на то что основное внимание в статье уделено технологической стороне развития ИИ, что как раз соответствует общемировой тенденции в научно-технической, хозяйственной и стратегической областях современной цивилизации, представляется вполне уместным, а главное — важным обратить внимание ученого сообщества и политических

кругов на интенсивный процесс превращения естественного интеллекта, оснащенного разнообразным словом и развитым понятийным аппаратом, в упрощенный искусственный интеллект, разумеется, не в технотронный ИИ, а в свой, как бы человеческий, но уже иной человеческий, как раз оцифрованный, о чем свидетельствует не только обеднение активного словарно-понятийного запаса и не только уход знания от человека в технотронные кладовые, но и сам способ жизнеотправления человека, все более зависимый от технологичности и его все более определяемый, как и способ принятия решений, все более отдаляющийся от своего гуманитарного основания.

Дегуманизация человека и его жизнеотправления не менее сегодня значимое явление, чем порожденная гуманизмом тотальная цифровизация пока еще человеческого, хотя уже и с заметными элементами постчеловечности, бытия.

Если уже рассматривать феномен и институт ИИ, как все с ним связанное технотронное, то делать это следует, на наш взгляд, в социально-ментально-психо-поведенческом контексте, замечая уже проявившиеся и возможные в дальнейшем последствия новой технологизации для человека, социума, культуры и цивилизации, хотя бы для того, чтобы осознанно идти вперед по пути научно-технического прогресса, играющего свою амбивалентную роль относительно судьбы всего земного мира, возможно, и вполне эсхатологическую.

Заключение. Основные полученные или планируемые результаты

1. Уточнено определение «искусственного интеллекта» как сетевой структуры, объединяющей в себе совокупность как формальных правил, определяющих архитектуру и юридические нормы использования интеллектуальных систем, так и неформальных моментов, регулирующих поведение пользователей при взаимодействии с данными системами. Выдвинута гипотеза о том, что ИИ ведет к созданию NeuroNet.

2. Определено, что «искусственный интеллект» как институт стал предметом подробного рассмотрения в контексте разработки национальных стратегий развития ИИ (на примере США, КНР, Дании). Министерством цифрового развития РФ, Сбербанком и рядом иных представителей экспертного сообщества создан проект соответствующей стратегии.

3. Выделены следующие приоритеты в области развития ИИ в России: вывод российских исследований ИИ на лидирующие позиции на глобальном уровне; обеспечение научной кооперации на базе международных российских математических центров; увеличение инвестиций в научно-исследовательские работы в области ИИ; наращивание интеллектуальных ресурсов; привлечение иностранных специалистов; снятие юриди-

ческих барьеров инновационной деятельности; обеспечение надежных основ защиты интеллектуальной собственности и упрощение процесса регистрации патентов изобретателями в российской юрисдикции; создание эффективных формальных институтов, регулирующих оборот данных, а также возможность их применения для разработки алгоритмов «искусственного интеллекта»; обеспечение развития населения в рассматриваемой сфере.

4. Выявлено, что стратегия в своем текущем состоянии сопряжена с рядом рисков, среди которых прежде всего стоит выделить риск отсутствия приватности, частной собственности на данные, связанные с конкретным человеком.

5. Утверждается, что ИИ нельзя трактовать сугубо технически — это и заметный социально-ментальный процесс, в котором наряду и под влиянием новых нейрокибертехнологий происходит взрывная «артификация» человеческого интеллекта как такового (ЕИ), что превращает сам ЕИ, пусть пока и частично, в ИИ, что особенно заметно в сферах управления, образования, здравоохранения и той же науки, все более теряющей творческую фундаментальность и все более становящейся техноизобретательской (чуть ли не игровой) «прикладной». На ИИ в науке работает и наукометрия с ее ненаучными требованиями к ученому труду.

6. Обосновано, что в процессе внедрения в хозяйственную деятельность ИИ могут возникать институциональные ловушки («эффект блокировки») в виде неэффективных и сложно отменяемых норм, нарушающих человеческие права. Показано, что в некоторых европейских странах процесс цифровизации идет с учетом «эффекта блокировки».

7. Установлено, что результатом взаимодействия ИИ и больших данных как институтов является построение платформ Big Data на основе данных и ИИ, создание интеллектуального механизма принятия решений.

Направления дальнейших исследований:

1. Институционализация российского рынка больших данных.
2. Институциональные ловушки и «искусственный интеллект».
3. Персональные данные и открытые данные как институты цифровой экономики.

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/2573fееe1caecac37c442734e00215bbf1c85248/ (дата обращения: 20.08.2019).

2. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ (в редакции от 02.08.2019) (с изм. и доп., вступ. в силу с 13.08.2019). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34661/ (дата обращения: 20.08.2019).
3. Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ (в редакции от 31.12.2017) «О персональных данных». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61801/ (дата обращения: 20.08.2019).
4. Указ Президента РФ от 10.10.2019 № 490 «О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации» (вместе с «Национальной стратегией развития искусственного интеллекта на период до 2030 года»). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_335184/ (дата обращения: 18.10.2019).
5. Проект № 571124-7 от 23.10.2018 Федерального закона «О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и защите информации» // Система обеспечения законодательной деятельности. URL: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/571124-7> (дата обращения: 26.08.2019).
6. *Аузан А. А.* Экономика всего. Как институты определяют нашу жизнь. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. — 147 с.
7. *Березина Е.* Хочу все знать. Рынок больших данных за пять лет вырастет в 10 раз // Российская газета — Федеральный выпуск. — 25.03.2019. — № 65(7823). URL: <https://rg.ru/2019/03/25/rynok-bolshih-dannyh-za-pyat-let-vyrastet-v-10-gaz.html> (дата обращения: 20.08.2019).
8. Более 70% владельцев смартфонов получают спам-звонки, заявили эксперты // РИА Новости. 14.08.2019. URL: <https://ria.ru/20190814/1557484029.html> (дата обращения: 20.08.2019).
9. Законопроект о Big Data был действительно недоработан: как защитить данные? // Regnum. 14.11.2018. URL: <https://regnum.ru/news/it/2518921.html> (дата обращения: 26.08.2019).
10. *Зиновьев А. А.* Фактор понимания. — М.: Алгоритм, Эксмо, 2006. — 528 с.
11. *Корнев М. С.* История понятия «большие данные» (Big Data): словари, научная и деловая периодика // Вестник РГГУ. Серия «История. Филология. Культурология. Востоковедение». — 2018. — № 1. — С. 81–85.
12. *Локтев А. П.* Неинституциональные аспекты национальной инновационной системы: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01. — М., 2010. — 170 с.
13. *Новый В., Скоробогатко Д., Жукова К., Краснушкина Н.* Правительству прибавят искусственного интеллекта. Президенту представят стратегию развития отрасли // Коммерсантъ. — 30.05.2019. — № 92. — С. 1.
14. *Околышев Д. А., Сираждинов Р. Ж.* Проблемы использования искусственного интеллекта в современной экономике // Шаг в будущее: искусственный интеллект и цифровая экономика. Материалы 1-й Международной научно-практической конференции. Вып. 1. — М.: Издательский дом ГУУ, 2017. — С. 201–206.
15. *Опенков М. Ю., Варакин В. С.* Искусственный интеллект как экономическая категория // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. — 2018. — № 1. — С. 73–83.

16. Оаская декларация лидеров стран «Группы двадцати» // Официальное интернет-представительство президента России. 29.06.2019. URL: <http://kremlin.ru/supplement/5425> (дата обращения: 26.08.2019).
17. *Осинов Ю. М.* Искусственный разум // *Философия хозяйства*. — 2019. — № 4. — С. 7–8.
18. *Осинов Ю. М.* Метафизика. Код доступа. — М.: ТЕИС, 2019. — 455 с.
19. *Осинов Ю. М.* Сама себе цифра // *Философия хозяйства*. — 2019. — № 2. — С. 11–15.
20. *Осинов Ю. М.* Экономика как есть (откровения Зоила, или Судный день экономизма): антипособие. Изд. 2-е. — М.; Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г. Р. Державина, 2018. — 333 с.
21. *Передельский Д.* Искусственный интеллект поймал сигналы из далекого прошлого // *Российская газета*. 08.08.2019. URL: <https://rg.ru/2019/08/08/signal-yiz-proshlogo.html> (дата обращения: 14.08.2019).
22. Персональные данные уходят с молотка. Электронные торговые площадки разместили в открытом доступе индивидуальную информацию 2,2 млн россиян // РБК. 29.04.2019. URL: <https://www.rbc.ru/newspaper/2019/04/29/5cc2df569a7947c83b69b0d5> (дата обращения: 20.08.2019).
23. Портал открытых данных РФ. URL: <https://data.gov.ru> (дата обращения: 19.08.2019).
24. Рабочая группа АНО «Цифровая экономика» не поддержала законопроект о больших пользовательских данных // АНО «Радиочастотный спектр». 08.11.2018. URL: <https://rspectr.com/novosti/55003/rabochaya-gruppa-ano-tsifrovaya-ekonomika-ne-podderzhala-zakonoproekt-o-bolshih-polzovatel'skikh-dannyh> (дата обращения: 26.08.2019).
25. Российские эксперты приняли участие в конференции ЮНЕСКО по искусственному интеллекту // Официальный сайт Постоянного представительства Российской Федерации при ЮНЕСКО. 15.07.2019. URL: <http://www.russianunesco.ru/rus/article/4159> (дата обращения: 10.08.2019).
26. *Савельев А. И.* Проблемы применения законодательства о персональных данных в эпоху «Больших данных» (Big Data) // *Право. Журнал Высшей школы экономики*. — 2015. — № 1. — С. 43–66.
27. Совещание по вопросам развития технологий в области искусственного интеллекта // Официальное интернет-представительство президента России. 30.05.2019. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/60630> (дата обращения: 10.06.2019).
28. *Тишина Ю.* Искусственный интеллект потребовал льгот. Для развития технологии предлагается специальный правовой режим // *Коммерсантъ*. — 13.08.2019. — №143. — С. 9.
29. «Утечки неизбежны»: кто ответственен за персональные данные. Как работает законодательство в сфере защиты персональных данных // *Газета*. ru. 09.08.2019. URL: https://www.gazeta.ru/tech/2019/08/09_a_12567469.shtml (дата обращения: 20.08.2019).
30. *Шваб К.* Технологии Четвертой промышленной революции. — М.: ЭКСМО, 2018. — 320 с.
31. *Шнуренко И.* Искусственный интеллект на грани нервного срыва // *Эксперт Online*. 24.12.2018. URL: <https://expert.ru/expert/2019/01/iskusstvennyj-intellekt-na-grani-nervnogo-sryiva/> (дата обращения: 14.08.2019).

32. Эксперты ОПК: технологии искусственного интеллекта должны стать драйвером развития российской промышленности // Официальный сайт Союза машиностроителей России. 13.08.2019. URL: <https://soyuzmash.ru/news/tidings/eksperty-opk-tekhnologii-iskusstvennogo-intellekta-dolzny-stat-drayverom-razvitiya-rossiyskou-promyu/> (дата обращения: 13.08.2019).
33. Юдина Т. Н. «Цифровая экономика»: некоторые аспекты pro et contra (искусственный интеллект, блокчейн и криптовалюты, производительность труда) // Философия хозяйства. Специальный выпуск. — 2017. Декабрь. — С. 112–121.
34. *Alpaydin E.* Introduction to Machine Learning. 3rd ed. — Cambridge, MA: MIT Press, 2014. — 640 p.
35. *Auer S. R., Bizer C., Kobilarov G., Lehmann J., Cyganiak R., Ives Z.* DBpedia: A Nucleus for a Web of Open Data // The Semantic Web. 6th International Semantic Web Conference. 2nd Asian Semantic Web Conference. ISWC 2007 + ASWC 2007, LNCS 4825. Busan, Korea, November 11–15, 2007 Proceedings. — Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag, 2007. — 973 p.
36. Charter of fundamental rights of the European Union (2000/C 364/01) // Official Journal of the European Union. — 2000. — P. 364. URL: https://www.europarl.europa.eu/charter/pdf/text_en.pdf (дата обращения: 28.02.2018).
37. Consolidated version of the Treaty on the functioning of the European Union // Official Journal of the European Union. — P. 326. — 2012. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:12012E/TXT&from=EN> (дата обращения: 28.02.2018).
38. *Garcia E.* The Artificial Intelligence Race: U. S. China and Russia // Modern Diplomacy. 19.04.2018. URL: <https://modern diplomacy.eu/2018/04/19/the-artificial-intelligence-race-u-s-china-and-russia/> (дата обращения: 15.08.2019).
39. *Koza J. R., Bennett III F. H., Andre D., Keane M. A.* Automated Design of Both the Topology and Sizing of Analog Electrical Circuits Using Genetic Programming // Artificial Intelligence in Design '96. — 1996. — P. 151–170.
40. *Laney D.* 3D Data Management: Controlling Data Volume, Velocity, and Variety. 06.02.2001 // META Group Inc. Application Delivery Strategies. — 2001. — File 949. URL: <https://blogs.gartner.com/doug-laney/files/2012/01/ad949-3D-Data-Management-Controlling-Data-Volume-Velocity-and-Variety.pdf> (дата обращения: 19.08.2019).
41. *Mashey J.* [R.] Big Data... and the Next Wave of InfraStress. Slides from invited talk // 25.04.1998. URL: http://static.usenix.org/event/usenix99/invited_talks/mashey.pdf (дата обращения: 19.08.2019).
42. *Nillson N. J.* The Quest for Artificial Intelligence: History of Ideas and Achievements. — Cambridge, UK: University Press, 2010. — 707 p.
43. *Press G.* A Very Short History of Big Data // Forbes.com. 09.05.2013. URL: <https://www.forbes.com/sites/gilpress/2013/05/09/a-very-short-history-of-big-data/#42dbd1ed65a1> (дата обращения: 19.08.2019).
44. *Randazzo R.* Who was really at fault in fatal Uber crash? Here's the whole story // Arizona Republic. 18.03.2019. URL: <https://www.azcentral.com/story/news/local/tempe/2019/03/17/one-year-after-self-driving-uber-rafaela-vasquez-behind-wheel-crash-death-elaine-herzberg-tempe/1296676002/> (дата обращения: 14.08.2019).

45. Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 on the protection of individuals with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data, and repealing Directive 95/46/EC (General Data Protection Regulation) (Text with EEA relevance) // Official Journal of the European Union. — 2016. — L 119. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679&from=EN> (дата обращения: 28.02.2018).
46. *Russell S., Norvig P.* Artificial Intelligence: A Modern Approach. — Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 2010. — 1132 p.
47. Second Report on Facts and Figures: Dataset // The EU Datalandscape. 2019. URL: <http://datalandscape.eu/study-reports/second-report-facts-and-figures-dataset> (дата обращения: 19.08.2019).
48. *Stirling R., Miller H., Martinho-Truswell E.* Government AI readiness index 2017. URL: https://www.oxfordinsights.com/government-ai-readiness-index?lipi=urn%3Ali%3Apage%3Ad_flagship3_profile_view_base_recent_activity_details_all%3BeJ%2FPpiq8RzyLuLPtyf%2FYoA%3D%3D (дата обращения: 15.08.2019)
49. *Wachter S., Mittelstadt B., Floridi L.* Why a right to explanation of automated decision-making does not exist in the General Data Protection Regulation // International Data Privacy Law. — 2017. — P. 8.

The List of References in Cyrillic Transliterated into Latin Alphabet

1. Konstitucija Rossijskoj Federacii (prinjata vsenarodnym golosovaniem 12.12.1993) (s uchetom popravok, vnesennyh Zakonami RF o popravkah k Konstitucii RF ot 30.12.2008 № 6-FKZ, ot 30.12.2008 № 7-FKZ, ot 05.02.2014 № 2-FKZ, ot 21.07.2014 № 11-FKZ). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/2573fee1caecac37c442734e00215bbf1c85248/ (дата obrashhenija: 20.08.2019).
2. Kodeks Rossijskoj Federacii ob administrativnyh pravonarushenijah ot 30.12.2001 № 195-FZ (v redakcii ot 02.08.2019) (s izm. i dop., vstup. v silu s 13.08.2019 g.) // URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34661/ (дата obrashhenija: 20.08.2019).
3. Federal'nyj zakon ot 27.07.2006 № 152-FZ (v redakcii ot 31.12.2017) «O personal'nyh dannyh». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61801/ (дата obrashhenija: 20.08.2019).
4. Ukaz Prezidenta RF ot 10.10.2019 № 490 «O razvitii iskusstvennogo intellekta v Rossijskoj Federacii» (vmeste s «Nacional'noj strategiej razvitija iskusstvennogo intellekta na period do 2030 goda»). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_335184/ (дата obrashhenija: 18.10.2019).
5. Proekt № 571124-7 ot 23.10.2018 Federal'nogo zakona «O vnesenii izmenenij v Federal'nyj zakon «Ob informacii, informacionnyh tehnologijah i zashhite informacii»» // Sistema obespechenija zakonodatel'noj dejatel'nosti. URL: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/571124-7> (дата obrashhenija: 26.08.2019).
6. *Auzan A. A.* Jekonomika vsego. Kak instituty opredelajut nashu zhizn'. — M.: Mann, Ivanov i Ferber, 2017. — 147 s.

7. *Berezina E.* Hochu vse znat'. Rynok bol'shih dannyh za pjat' let vyrastet v 10 raz // Rossijskaja gazeta — Federal'nyj vypusk. — 25.03.2019. — № 65(7823). URL: <https://rg.ru/2019/03/25/rynok-bolshih-dannyh-za-pyat-let-vyrastet-v-10-raz.html> (data obrashhenija: 20.08.2019).
8. Bolee 70% vladel'cev smartfonov poluchajut spam-zvonki, zajavili jeksperty // RIA Novosti. 14.08.2019. URL: <https://ria.ru/20190814/1557484029.html> (data obrashhenija: 20.08.2019).
9. Zakonoproekt o Big Data byl dejstvitel'no nedorabotan: kak zashhitit' dannye? // Regnum. 14.11.2018. URL: <https://regnum.ru/news/it/2518921.html> (data obrashhenija: 26.08.2019).
10. *Zinov'ev A. A.* Faktor ponimanija. — M.: Algoritm, Jeksmo, 2006. — 528 s.
11. *Kornev M. S.* Istorija ponjatija «bol'shie dannye» (Big Data): slovni, nauchnaja i delovaja periodika // Vestnik RGGU. Serija «Istorija. Filologija. Kul'turologija. Vostokovedenie». — 2018. — № 1. — S. 81–85.
12. *Loktev A. P.* Neoinstitucional'nye aspekty nacional'noj innovacionnoj sistemy: diss. ... kandidata jekonomicheskikh nauk: 08.00.01. — M., 2010. — 170 s.
13. *Novyj V., Skorobogat'ko D., Zhukova K., Krasnushkina N.* Pravitel'stvu pribavjat iskusstvennogo intelekta. Prezidentu predstavjat strategiju razvitija otrasli // Kommerisant#. — 30.05.2019. — № 92. — S. 1.
14. *Okolyshv D. A., Sirazhdinov R. Zh.* Problemy ispol'zovanija iskusstvennogo intelekta v sovremennoj jekonomike // Shag v budushhee: iskusstvennyj intellekt i cifrovaja jekonomika. Materialy 1-j Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii. Vyp. 1. — M.: Izdatel'skij dom GUU, 2017. — S. 201–206.
15. *Openkov M. Ju., Varakin V. S.* Iskusstvennyj intellekt kak jekonomicheskaja kategorija // Vestnik Severnogo (Arkticheskogo) federal'nogo universiteta. Serija: Gumani-tarnye i social'nye nauki. — 2018. — № 1. — S. 73–83.
16. Osakskaja deklaracija liderov stran «Gruppy dvadcati» // Oficial'noe internet-predstavitel'stvo prezidenta Rossii. 29.06.2019. URL: <http://kremlin.ru/supplement/5425> (data obrashhenija: 26.08.2019).
17. *Osipov Ju. M.* Iskusstvennyj razum // Filosofija hozjajstva. — 2019. — № 4. — S. 7–8.
18. *Osipov Ju. M.* Metafizika. Kod dostupa. — M.: TEIS, 2019. — 455 s.
19. *Osipov Ju. M.* Sama sebe cifra // Filosofija hozjajstva. — 2019. — № 2. — S. 11–15.
20. *Osipov Ju. M.* Jekonomika kak est' (otkrovenija Zoila, ili Sudnyj den' jekonomizma): antiposobie. Izd. 2-e. — M.; Tambov: Izdatel'skij dom TGU im. G. R. Derzhavina, 2018. — 333 s.
21. *Peredel'skij D.* Iskusstvennyj intellekt pojmal signaly iz dalekogo proshlogo // Rossijskaja gazeta. 08.08.2019. URL: <https://rg.ru/2019/08/08/signaly-iz-proshlogo.html> (data obrashhenija: 14.08.2019).
22. Personal'nye dannye uhodjat s molotka. Jelektronnye trgovye ploshhadki razmestili v otkrytom dostupe individual'nuju informaciju 2,2 mln rossijan // RBK. 29.04.2019. URL: <https://www.rbc.ru/newspaper/2019/04/29/5cc2df569a7947c83b69b0d5> (data obrashhenija: 20.08.2019).
23. Portal otkrytyh dannyh RF. URL: <https://data.gov.ru> (data obrashhenija: 19.08.2019).
24. Rabochaja gruppa ANO «Cifrovaja jekonomika» ne podderzhala zakonoproekt o bol'shih pol'zovatel'skikh dannyh // ANO «Radiochastotnyj spektr». 08.11.2018. URL: <https://rspectr.com/novosti/55003/rabochaya-gruppa-ano-ci>

- frovaya-ekonomika-ne-podderzhala-zakonoproekt-o-bolshih-polzovatel'skikh-dannyh (data obrashhenija: 26.08.2019).
25. Rossijskie jeksperty prinjali uchastie v konferencii JuNESKO po iskusstvennomu intellektu // Oficial'nyj sajt Postojannogo predstavitel'stva Rossijskoj Federacii pri JuNESKO. 15.07.2019. URL: <http://www.russianunesco.ru/rus/article/4159> (data obrashhenija: 10.08.2019).
 26. *Savel'ev A. I.* Problemy primeneniya zakonodatel'stva o personal'nyh dannyh v jepohu «Bol'shih dannyh» (Big Data) // Pravo. Zhurnal Vysshej shkoly jekonomiki. — 2015. — № 1. — S. 43–66.
 27. Soveshhanie po voprosam razvitija tehnologij v oblasti iskusstvennogo intellekta // Oficial'noe internet-predstavitel'stvo prezidenta Rossii. 30.05.2019. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/60630> (data obrashhenija 10.06.2019).
 28. *Tishina Ju.* Iskusstvennyj intellekt potreboval l'got. Dlja razvitija tehnologii predlagaetsja special'nyj pravovoj rezhim // Kommersant#. — № 143. — 13.08.2019. — S. 9.
 29. «Utechki neizbezny»: kto otvetstvenen za personal'nye dannye. Kak rabotaet zakonodatel'stvo v sfere zashhity personal'nyh dannyh // Gazeta.ru. 09.08.2019. URL: https://www.gazeta.ru/tech/2019/08/09_a_12567469.shtml (data obrashhenija: 20.08.2019).
 30. *Shvab K.* Tehnologii Chetvjortoj promyshlennoj revoljucii. — M.: JeKSMO, 2018. — 320 s.
 31. *Shnurenko I.* Iskusstvennyj intellekt na grani nervnogo sryva // Jekspert Online. 24.12.2018. URL: <https://expert.ru/expert/2019/01/iskusstvennyj-intellekt-na-grani-nervnogo-sryiva/> (data obrashhenija: 14.08.2019).
 32. Jeksperty OPK: tehnologii iskusstvennogo intellekta dolzhny stat' drajerom razvitija rossijskoj promyshlennosti // Oficial'nyj sajt Sojuza mashinostroitelej Rossii. 13.08.2019. URL: <https://soyuzmash.ru/news/tidings/eksperty-opk-tehnologii-iskusstvennogo-intellekta-dolzhny-stat-drajverom-razvitiya-rossijskoy-promy/> (data obrashhenija: 13.08.2019).
 33. *Judina T. N.* «Cifrovaja jekonomika»: nekotorye aspekty pro et contra (iskusstvennyj intellekt, blokhejn i kriptovaljuty, proizvoditel'nost' truda) // Filosofija hozjajstva. Special'nyj vypusk. — 2017. Dekabr'. — S. 112–121.
 34. Ai Build predstavljaet sistemu kontrolja kachestva 3D-pechati v real'nom vremeni // Seldon News. 11.06.2019. URL: <https://news.myseldon.com/ru/news/index/211947142> (data obrashhenija: 17.06.2019).

ОТРАСЛЕВАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

Г. Ф. Юсупова¹

НИУ «Высшая школа экономики» (Москва, Россия)

Д. А. Кутлу²

НИУ «Высшая школа экономики» (Москва, Россия)

УДК: 334.75

МОНОПОЛИЯ НА ЛОСОСЯ: ВЛИЯНИЕ КАРТЕЛЯ НОРВЕЖСКОЙ РЫБЫ НА РОССИЙСКИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК³

В статье анализируется картель на рынке норвежской рыбы, существовавший с 2011 по 2013 г., и его влияние на средние потребительские цены на лососевую рыбу на российском рынке в соответствующий период. Для анализа используются аналитические методы — «до и после» (before-and-after) и «разность в разностях» (difference-in-differences). С экономической точки зрения приведенный анализ решения ФАС России по картелю норвежской рыбы вызывает интерес последующей отменой вынесенных решений Арбитражным судом г. Москвы. В результате анализа показано отсутствие негативных эффектов на российский потребительский рынок на фоне событий, связанных с картелем, что подчеркивает экономическую необоснованность выводов, выдвинутых антимонопольным органом.

Ключевые слова: вертикальные ограничивающие соглашения, сговор, картель норвежской рыбы, ФАС России, разность в разностях, завышение цен.

Цитировать статью: Юсупова Г. Ф., Кутлу Д. А. Монополия на лосося: влияние картеля норвежской рыбы на российский потребительский рынок // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. — 2020. — № 4. — С. 47–70.

¹ Юсупова Гюзель Фатеховна — к.э.н., доцент, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», e-mail: gyusupova@hse.ru, ORCID: 0000-0003-1322-0793.

² Кутлу Дэниз Алиевич — студент, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», e-mail: denkutlu21@gmail.com, ORCID: 0000-0003-1128-3440.

³ Статья подготовлена в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ.

G. F. Yusupova

NRU Higher School of Economics (Moscow, Russia)

D. A. Kutlu

NRU Higher School of Economics (Moscow, Russia)

JEL: L40, L41, L42, K21

SALMON MONOPOLIZED: IMPACT OF THE NORWEGIAN FISH CARTEL ON THE RUSSIAN CONSUMER MARKET

This paper is an analysis of the Norwegian fish cartel in Russia that existed from 2011 to 2013 and its impact on the average consumer prices on salmon on the Russian market during the same period. The analysis involves applying two methods — “before-and-after” and “difference-in-differences”. From an economics standpoint, the analysis of the decision made by the Federal Antimonopoly Service of Russia regarding the Norwegian fish cartel is interesting, because the verdict was overturned by the supreme court of Moscow. The study shows that there were no negative effects on the Russian consumer market in association with the case №1 11/109-12, which points to the lack of economic evidence behind the verdict put forward by FAS.

Keywords: vertically restrictive agreements, collusion, Norwegian fish cartel, FAS of Russia, difference-in-differences, price overcharges.

To cite this document: Yusupova G. F., Kutlu D. A. (2020) Salmon monopolized: impact of the Norwegian fish cartel on the Russian consumer market. Moscow University Economic Bulletin, (4), 47–70.

Введение

Картель (или сговор) представляет собой координацию действий между фирмами на одном или разных рынках с целью преодоления противоречия интересов и максимизации прибыли, к которой они стремятся с помощью фиксирования, последующего повышения цен на свою продукцию и постепенного снижения объемов выпуска. Проблема сговора для экономики состоит в том, что прибыль членов картельного соглашения растет за счет потерь потребителей и других участников рынка, что приводит к потерям в эффективности рыночной системы в целом. Эта проблема может выражаться в различных видах в зависимости от конкретной формы организации сговора и от характера отношений между его участниками. Применимо к последнему фактору картельные соглашения разделяются на горизонтальные и вертикальные. Горизонтальное соглашение представляет собой кооперацию между фирмами-конкурентами, оперирующими на одном товарном рынке. Пример — сговор, существовавший на протяжении 14 лет между крупнейшими производителями грузовых автомоби-

лей в Европе — Scania, MAN, DAF, Daimler, Iveco и Volvo/Renault с целью фиксации цены брутто на свою продукцию¹. Вертикальное соглашение может обладать более сложной структурой и представляет собой взаимодействие между фирмами на разных этапах реализации товара, например между производителем и дистрибьютором. Пример — ограничения, наложенные производителем компьютеров и комплектующих Asus на дистрибьюторов в Германии и Франции с 2011 по 2014 г.² Компания Asus старалась поддерживать уровень цен перепродажи своей продукции, угрожая введением санкций по отношению к дистрибьюторам, снижающим цены.

С точки зрения экономических исследований в области ограничения конкуренции вертикальные соглашения являются более интересными, так как их существование может оказывать неоднозначный эффект на потребителей и рынок в целом. В XX в. консенсус среди экономистов в сфере антимонопольных исследований говорил о том, что вертикальные соглашения практически всегда влекут за собой негативные последствия. Однако в последние сорок лет общее мнение стало изменяться в сторону индивидуального подхода, в рамках которого должно происходить сопоставление общественных потерь и выигрышей — правило взвешенного подхода. Антимонопольная политика должна предусматривать оценку каждого соглашения отдельно для получения необходимого результата. Для правильной интерпретации и эффективного расследования вертикальных соглашений антимонопольная политика должна включать в себя анализ экономических последствий от действий картеля. Для этого нужно понимать, каким образом их оценивать.

Наиболее достоверным индикатором ущерба от сговора является завышение цены (*overcharge*) на ту или иную продукцию. Это завышение представляет собой разницу между ценой картеля и конкурентной ценой и позволяет не только произвести расчет потребительских потерь, но и определить справедливый размер штрафов для виновных. Расчет завышения цен имеет особое значение, когда речь идет о вертикальных ограничивающих контрактах, так как их влияние на рынок может быть разнонаправленным в зависимости от конкретного случая. По этой причине антимонопольным органам следует строить свою аргументацию потребительского ущерба, представленного в форме завышения цен, в качестве доказательства ограничения конкуренции.

В статье представлены результаты тестирования предположения о том, что вертикальные соглашения не всегда оказывают негативное влияние на рынок, ввиду чего их необходимо рассматривать в индивидуальном по-

¹ Antitrust: Commission fines Scania €880 million for participating in trucks cartel // European Commission Press Release Database. URL: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-3502_en.htm (дата обращения: 04.04.2019).

² Case AT.40465 — Asus (vertical restraints) // Official Journal of the European Union. — 2018. — С 338/08.

рядке. Тестирование было проведено на основе вертикальных контрактов в действии — картеля норвежской рыбы, зафиксированного ФАС России и существовавшего с 2011 по 2013 г., который представлен в деле № 1 11/109-12 ФАС России¹. В рамках работы был осуществлен анализ динамики средней потребительской цены на рыбу лососевых пород на российском рынке в период существования сговора с 2011 по 2013 г. с помощью аналитических методов «до и после» (before-and-after) и «разность в разностях» (difference-in-differences).

Суд отметил, что ФАС России не предоставила достаточных доказательств утверждаемого экономического ущерба, вызванного деятельностью членов картеля. Антимонопольный орган не провел соответствующую оценку влияния действий участников сговора на конкуренцию и потребительские цены.

Статья построена следующим образом. Первая часть посвящена описанию дела об административном правонарушении в отношении ОАО «Группа компаний «Русское Море». Во второй части проводится анализ динамики средней потребительской цены. Третья часть посвящена проверке гипотезы о влиянии картеля на потребительскую цену. В заключении проводится обобщение полученных оценок и формулируются выводы.

Описание картеля

В начале ноября 2013 г. ФАС России возбудила дело об административном правонарушении в отношении ОАО «Группа компаний «Русское Море» (далее «ГК Русское Море»). Поводом послужило образование картеля между импортерами на российском рынке импортной охлажденной рыбы в форме Ассоциации производственных и торговых предприятий рыбного рынка (далее — Ассоциация). Одним из учредителей Ассоциации была «ГК Русское Море», которая сотрудничала с Федеральной службой по ветеринарному и фитосанитарному надзору (далее — Россельхознадзор) с целью получения полного контроля над поставками охлажденной рыбы лососевых пород из Норвегии. Важный факт, упомянутый ФАС России, заключается в том, что поставки из Норвегии — одной из ведущих экспортеров лососевой рыбы в мире — составляли до 90% общего объема импорта охлажденной лососевой рыбы на российском рынке, что способствовало увеличению риска монополизации².

Согласно решению ФАС России, ряд событий, связанных с существованием и функционированием картеля норвежской рыбы, мог оказать

¹ Решение Комиссии Федеральной антимонопольной службы «Решение по делу № 1 11/109-12» от 15.07.2013 № 1 11/109-12.

² Решение по делу по признакам нарушения группой лиц в составе... от 15.07.2013 // Федеральная антимонопольная служба. URL: <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-po-borbe-s-kartelyami/2219f99e-e55e-4d9f-ac71-54e3d015b9eb/> (дата обращения: 27.05.2019)

влияние на динамику средней потребительской цены на соответствующую продукцию. Первое событие связано с установлением Россельхознадзором запрета на ввоз норвежской охлажденной рыбы на территорию России. Запрет был обоснован тем, что в продукции было зафиксировано повышенное содержание тяжелых металлов. Кроме того, через полтора месяца произошло образование Ассоциации, учредителями которой выступили ЗАО «Русское Море», ООО «РМ Терминал», ЗАО «Русская рыбная компания» и ООО «Роял Фиш». За период с 2006 по 2012 г. состав Ассоциации менялся. Второе событие связано с заключением соглашений о стратегическом партнерстве между членами Ассоциации и норвежскими производителями. В частности, запрет на ввоз норвежской рыбы сменила постепенная выдача разрешений на импорт. Сначала поставки возобновились с двух, а затем с шести заводов в Норвегии. Эта цифра крайне мала, учитывая тот факт, что до 2006 г. российские импортеры сотрудничали с более 100 норвежскими производителями. По мнению ФАС, одним из ключевых факторов, указывающих на контроль рынка Ассоциацией, были поставки с шести заводов исключительно в адрес одного из ее членов — ЗАО «Русская рыбная компания». Эти действия, по данным службы, привели к тому, что в период с 2006 по 2012 г. на членов Ассоциации приходилось до 90% всего импорта норвежской охлажденной рыбы на территорию России.

В феврале 2007 г. Россельхознадзор сформировал рекомендацию о введении новой системы сотрудничества между российскими поставщиками и норвежскими производителями. Система подразумевала исключение из процесса импорта всех посредников (трейдеров и экспортеров), влиявших на стоимость продукции на различных стадиях реализации. Для этого всем норвежским производителям, которые собирались поставлять охлажденную рыбу на территорию России, нужно было заключить новые контракты, в рамках которых проводилась исключительно прямая торговля с российскими импортерами. По оценке ФАС России, эта система была выгодна только членам Ассоциации и могла способствовать существенному ограничению конкуренции, сокращая число текущих и будущих игроков на рынке.

Наряду с введением вертикальных ограничивающих соглашений в процесс реализации норвежской продукции в России Россельхознадзор совместно с Ассоциацией с 2010 г. начал накладывать на норвежских производителей ряд ограничений и запретов, в основном направленных на ужесточение контроля импортируемого продукта. Таким образом, картель норвежской рыбы состоял из трех общих соглашений: вертикальных контрактов эксклюзивного типа между членами Ассоциации и норвежскими производителями, горизонтального соглашения между членами Ассоциации с целью разделения рынка и сотрудничества между Россельхознадзором и Ассоциацией. По состоянию на 1 июня 2013 г. импорт норвеж-

ской рыбы в Россию мог осуществляться с 19 заводов, несмотря на то что в Норвегии было выдано более 800 лицензий. Из этих производителей 10 работали в рамках вертикальных контрактов, заключенных с членами Ассоциации.

В результате дела, возбужденного ФАС в отношении членов Ассоциации на основе проведения внеплановых выездных проверок, на участников утверждаемого картеля были наложены штрафы. Позже, через несколько месяцев, в августе 2014 г. члены Ассоциации подали заявление в Арбитражный суд Москвы о признании незаконным решения, принятого ФАС России по делу № 1 11/109-12¹. В результате рассмотрения этого заявления суд встал на сторону импортеров, удовлетворив их иск. В качестве аргументации, использованной в процессе принятия решения, выступали отсутствие экономических доказательств ограничения конкуренции и совмещение рынков.

В пользу первого аргумента (отсутствие доказательств ограничения конкуренции) суд отметил, что ФАС России не предоставила достаточных доказательств утверждаемого экономического ущерба, вызванного деятельностью членов Ассоциации. Антимонопольный орган не провел соответствующую оценку влияния действий участников сговора на конкуренцию и потребительские цены. В основном ФАС России описывала рыночные доли фирм, подчеркивая высокую степень концентрации на рынке, а также упоминала электронные переписки между Россельхознадзором и Ассоциацией.

В пользу второго аргумента (совмещение рынков) говорит тот факт, что в процессе расследования ФАС России объединила рынок оптовых поставок охлажденной рыбы лососевых пород и рынок продукции, изготовленной с ее использованием. Экономическое обоснование этого аргумента предоставлено не было. Для измерения реальных эффектов и последующего доказательства ограничения конкуренции, вызванного вертикальными ограничивающими соглашениями в этой ситуации, необходимо было анализировать рынки по отдельности. Рыночные доли членов Ассоциации, упомянутые в решении антимонопольного органа, указывают лишь на разделение рынка закупок.

Анализ динамики средней потребительской цены

Одним из наиболее достоверных признаков негативного влияния как вертикальных, так и горизонтальных соглашений на рынок является завышение цен — разница между конкурентной ценой и ценой картеля. Эта мера позволяет оценить, сколько покупатели переплачивают за товары или услуги. В академической литературе, посвященной борьбе со сговором, имеется ряд ключевых работ, представляющих собой анализ завы-

¹ Решение Арбитражного суда Москвы «Решение по делу № А40-97512/13» от 12.12.2014.

шения цен на различных рынках под воздействием картелей. При этом оценки завышения цен могут значительно отличаться от одного анализа к другому. В работе [Connor, 2014] результат составляет 23% от цены. В работе [Levenstein, Suslow, 2004] эта цифра составляет 43%. Анализ, проведенный Организацией экономического сотрудничества и развития [OECD, 2002], основан на данных о 119 картелях с 1996 по 2000 г. по различным странам и показывает результат в 15–20% с максимальным значением в 50%. Работа [Laitenberger, Smuda, 2013] представляет собой оценку завышения цен, построенную на панельных данных 16 000 отчетов покупателей на территории восьми европейских стран с 2002 по 2005 г. Согласно результатам данной работы, завышение цены составляет 6,93% от цены, а общий ущерб на немецком рынке — 13,21 млн евро. Подобная разница в результатах может быть вызвана целым набором факторов, наиболее вероятным из которых является выборка, используемая при анализе. Для того чтобы получить эффективную и несмещенную оценку, максимально приближенную к реальному показателю, необходима репрезентативная выборка, а также правильно выбранный аналитический метод. Кроме того, завышение цен также зависит от масштаба, на котором функционирует картель.

Показателем в этом контексте и пример, приведенный в работе [Huchelrath et al., 2012], в котором представлен анализ динамики цен на рынке цемента в Германии в период с 1990-х по 2009 г. с последующей оценкой завышения цен с применением эконометрических методов. Авторы анализируют сговор между крупными национальными производителями цемента. На рис. 1 изображена динамика индекса цен на цемент с января 1990 по декабрь 2009 г. Авторы выявили три события, которые, по их мнению, повлияли на изменения показателя: отклонение одного из участников сговора — февраль 2002 г., внеплановые выездные проверки FCO (Federal Cartel Office) — июль 2002 г. и поглощение одного из участников компанией Cemex — сентябрь 2004 г.

Для расчета завышения цен авторы использовали методы «до и после» (before-and-after) и «разность в разностях» (difference-in-differences). Первый метод был реализован с помощью построения модели OLS с инструментальной переменной, позволившей моделировать производство цемента, тем самым решая проблему эндогенности. В модель включены переходный период рынка от существования картеля к его отсутствию и переменная-индикатор (значения от 0 до 1), отвечающая за соответствующий временной отрезок. Согласно результатам анализа, завышение цены на цемент в период существования на рынке сговора составило 20,3–26%. Применяя метод «разности в разностях» (difference-in-differences), авторы изменили модель, добавив в нее дамми-переменные для обозначения периода (наличие/отсутствие картеля), сопоставимых рынков и кварталов с целью учета сезонных изменений. Авторы также использовали индекс цен на энерго-

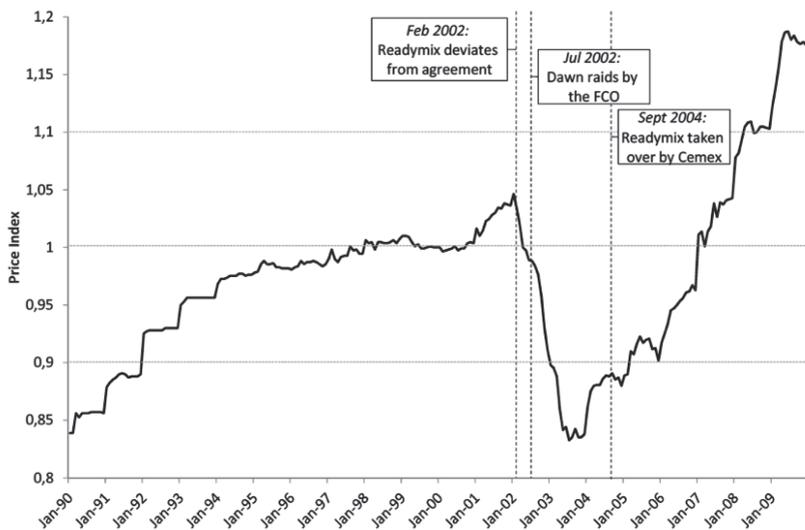


Рис. 1. Индекс цен на цемент с января 1990 по декабрь 2009 г.

Источник: Hüscherlath, Kai; Müller, Kathrin; Veith, Tobias (2012): Concrete shoes for competition: The effect of the German cement cartel on market price.

носители в качестве контрольной переменной. Результаты применения данного подхода составили от 26,2 до 26,5% от цены. Разница в значениях объясняется тем, что метод «разности в разностях» (difference-in-differences) позволяет получить более точную оценку, так как включает в себя сопоставление двух рынков, в то время как в рамках метода «до и после» (before-and-after) сравнение проходит исключительно по временному признаку.

Авторы исследования [Seixas, Lucinda, 2019] применили данные методы для анализа экономических последствий картельного соглашения между тремя лидирующими игроками на рынке пероксида водорода в Бразилии. Согласно результатам, полученным с моделью «до и после» (before-and-after), завышение составляло от 18 до 22% от рыночной цены, а с методом «разности в разностях» (difference-in-differences) — от 8 до 37% в зависимости от использованного сопоставимого рынка (США или Южная Америка).

Для получения эффективных и достоверных результатов при использовании данного метода оценки необходимо правильно выбрать сопоставимый рынок, тренды и направление динамики которого совпадают с исследуемым рынком в период до образования утверждаемого картеля. В работе [Maier-Rigaud, Sudaric, 2019] делается акцент на том, что некорректный выбор сопоставимого рынка может привести к недооценке или переоценке ущерба, наносимого ограничением конкуренции. Именно поэтому для выбора такого показателя должны использоваться графическое и статистическое сравнение динамики рынков.

В случае оценки завышения цен на российском рынке импортной норвежской охлажденной рыбы лососевых пород с 2011 по 2013 г. анализ «до и после» (before-and-after) и «разности в разностях» (difference-in-differences) был проведен с использованием средних потребительских цен на мороженую разделанную и охлажденную рыбу лососевых пород с 2009 по 2017 г. на территории России¹ и Великобритании². Кроме того, в качестве сопоставимого показателя был также использован индекс Fish Pool (FPI) за соответствующий период — индикатор, который был разработан международной товарной биржей Fish Pool. Он выполняет роль искусственной рыночной цены, выступающей справкой для цены атлантического лосося на мировом рынке³. Для того чтобы учитывать только изменения показателей, а не их номинальные значения, цены были конвертированы в индекс с базовым периодом июнь 2013 г.

На рис. 2 представлена динамика средней потребительской цены на рыбу лососевых пород с 2009 по 2015 г. на российском и английском рынках, а также индекса международной биржи Fish Pool. Стоит отметить,

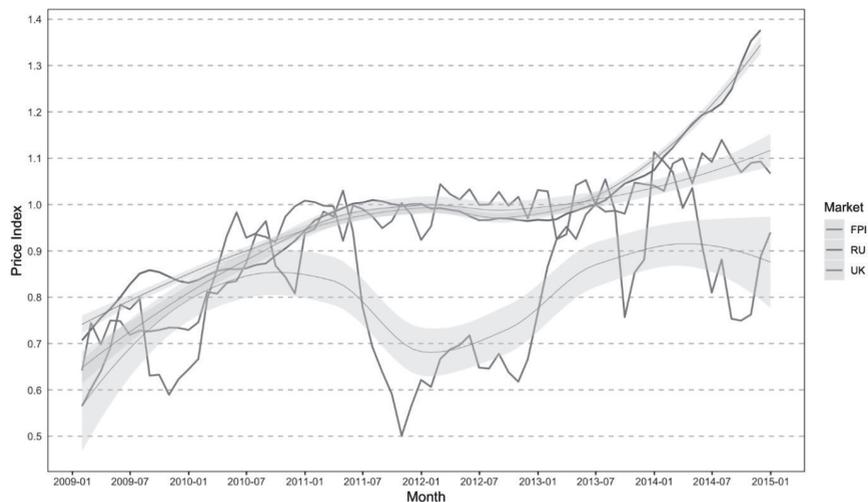


Рис. 2. Индекс средней потребительской цены на рыбу лососевых пород на российском, английском рынках и на бирже Fish Pool, 2009–2014 гг.

Источник: составлен автором на основе источников: ЕМИСС (RU), Office for National Statistics (UK), Fish Pool (FPI).

¹ Средние потребительские цены на мороженую разделанную рыбу лососевых пород 2009–2017 // ЕМИСС. URL: <https://fedstat.ru/indicator/31448> (дата обращения: 27.04.2019).

² RPI: Ave price — Salmon fillets, per Kg // Office for National Statistics. URL: <https://www.ons.gov.uk/economy/inflationandpriceindices/timeseries/zptx/mm23> (дата обращения: 27.04.2019).

³ Fish Pool Index // Fish Pool. URL: <http://fishpool.eu/price-information/spot-prices/fish-pool-index/> (дата обращения: 07.04.2019).

что в период ограничения конкуренции, утверждаемого ФАС России (2010–2013 гг.), все рынки имели схожую траекторию изменений (рис. 3). Для рис. 3 рассматриваемый период был укорочен на три года (с 2009 до конца 2011-го) с целью более наглядного представления динамики. Заметим, что цена на рынке Великобритании обладала большей дисперсией по сравнению с рынком России. Этот же вывод можно сделать относительно индекса Fish Pool. Английский рынок импортной рыбы лососевых пород был выбран для анализа на основании двух факторов. Во-первых, до образования утверждаемого картеля на российском рынке обе страны являлись активными импортерами норвежской продукции.

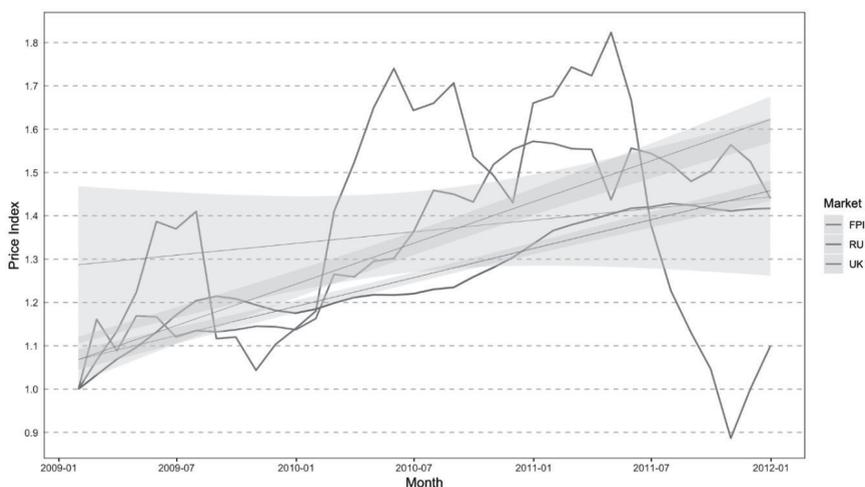


Рис. 3. Индекс средней потребительской цены на рыбу лососевых пород на российском, английском рынках и на бирже Fish Pool, 2009–2011 гг.

Источник: составлен автором на основе источников: ЕМИСС (RU), Office for National Statistics (UK), Fish Pool (FPI).

Во-вторых, Великобритания имеет довольно жесткие антимонопольные законы и строгую структуру оптовых рынков.

Эти факторы создают тяжелые условия для ограничения конкуренции, тем самым значительно снижая вероятность образования на таком рынке картеля. Показатель FPI, в свою очередь, был использован как сопоставимый в силу того, что он отражает международный рынок норвежского атлантического лосося.

Чтобы оценить эффект, оказанный действиями Россельхознадзора и членов Ассоциации на потребительский рынок в России, необходимо определить ряд событий, которые могли повлиять на динамику цены. На рис. 4 представлены события, выделенные ФАС России как ключевые в рамках данного расследования.

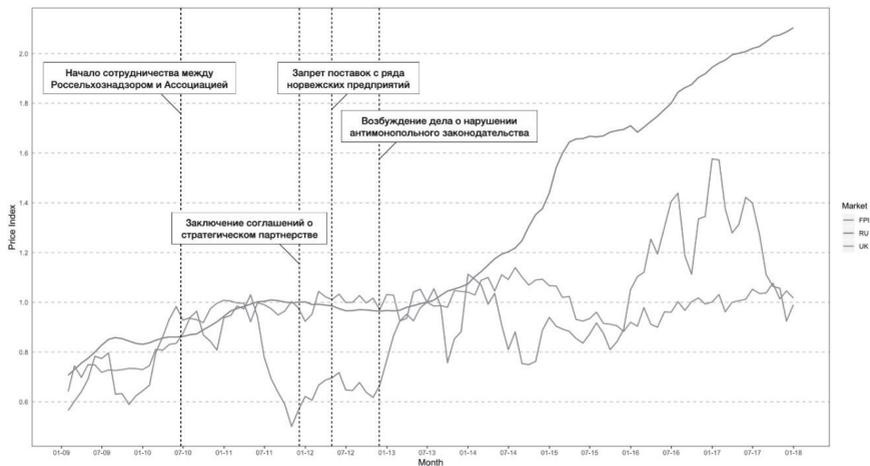


Рис. 4. Изменение индекса средних потребительских цен на рыбу лососевых пород на российском, английском рынках и на бирже Fish Pool, 2009–2017 гг.

Источник: составлен автором на основе данных ЕМИСС (RU), Office for National Statistics (UK), Fish Pool (FPI), решение ФАС России по делу № 11/109-12.

Начало сотрудничества между Россельхознадзором и Ассоциацией в середине 2010 г., по мнению ФАС России, способствовало разделу рынка между членами утверждаемого картеля. Эта кооперация предоставила компаниям сильную административную поддержку, с помощью которой они могли значительно усилить свою рыночную власть и, впоследствии ограничивать конкуренцию. На рис. 4 в период с середины 2010 г. по июль 2011 г. наблюдается повышение цены на российском рынке.

Однако на данном этапе делать выводы относительно причины подобных изменений некорректно: рост мог быть вызван как действиями Россельхознадзора по ограничению импорта норвежской продукции на территорию страны, так и внешними эффектами, не имеющими прямого отношения к картелю.

Заключение ряда соглашений о стратегическом партнерстве между членами Ассоциации и норвежскими производителями лососевой рыбы в сентябре–ноябре 2011 г. стало одним из наиболее важных событий в жизненном цикле картеля норвежской рыбы. Серия вертикальных контрактов позволила импортерам получить контроль над практически всеми поставками продукции на территорию страны, что, в свою очередь, создало благоприятные условия для фиксирования и повышения цены. На рис. 4 наблюдается снижение индекса средних потребительских цен на рыбу лососевых пород (индекс СПЦ), длившееся до конца 2012 — начала 2013 г.

Можно предположить, что картель норвежской рыбы не успел развиваться до этапа фиксирования цен, ввиду чего реальные изменения не соответствуют общим теоретическим принципам о сговоре.

Ограничение объема поставок охлажденной рыбы лососевых пород с 13 норвежских предприятий на территорию России в мае 2012 г. могло привести к повышению цены не только на поставляемую продукцию, но и на конечный продукт. Несмотря на это, анализируя реальные данные на рис. 4, мы видим, что с мая 2012 по январь 2013 г. индекс СПЦ сильно не изменялся. Запрет импорта был включен в анализ, так как ФАС России использовала это событие в качестве одного из главных аргументов для доказательства ограничения конкуренции в результате действий Ассоциации.

Возбуждение дела о нарушении антимонопольного законодательства в октябре 2012 г. было последним событием, включенным в анализ. Согласно принципам функционирования сговора, интерес со стороны ФАС России к деятельности его участников не должен влиять на их политику. В противном случае резкое изменение цены и/или объемов поставок могло бы только усилить подозрения со стороны антимонопольного органа. Событие было добавлено в анализ в качестве контроля, способного подтвердить или опровергнуть соответствие реальной динамики классическим моделям поведения картелей. С октября 2012 по июль 2013 г. индекс СПЦ существенно вырос.

Анализ динамики средней цены на охлажденную рыбу лососевых пород на рынках России, Великобритании и индекса Fish Pool позволяет сделать лишь предварительные выводы относительно направления возможных зависимостей между описанными событиями и российским потребительским рынком в соответствующий период. Такая форма анализа не учитывает множество дополнительных факторов, не связанных с деятельностью рассматриваемого картеля. Чтобы оценить, оказала ли серия вертикальных соглашений между импортерами и норвежскими производителями негативный эффект на потребительский рынок и были ли решения ФАС России и Арбитражного суда г. Москвы по данному делу обоснованными, необходим эконометрический анализ.

Проверка гипотезы о влиянии картеля на потребительскую цену

Метод «до и после» (before-and-after). С точки зрения эконометрической модели метод «до и после» (before-and-after) представляет собой регрессию, которая включает набор переменных (табл. 1).

$$Price_{Index} = \beta_0 + \beta_1 E_1 + \beta_2 E_2 + \beta_3 E_3 + \beta_4 E_4 + \beta_5 Cons + \beta_6 Q_2 + \beta_7 Q_3 + \beta_8 Q_4.$$

Описание переменных в модели «до и после»

Price_Index	Показывает изменения в средней потребительской цене рыбы лососевых пород на рынках России, Великобритании и на международной бирже Fish Pool с 2009 по 2017 г. В качестве базового используется июль 2013 г.
E _{1...4}	События, использованные ФАС России для доказательства ограничения конкуренции членами Ассоциации и Россельхознадзора. Равен единице в период действия события и нулю в остальные отрезки
Cons	Ежегодный индекс потребления домохозяйств для российского ¹ , английского ² и норвежского ³ рынков. Использован в качестве контрольной переменной, базовый год расчета — 2013-й
Q _{2...4}	Дамми-переменные, используемые для контроля сезонных эффектов

Модель была проверена на наличие мультиколлинеарности и гетероскедастичности с использованием показателя VIF⁴ для каждой переменной и теста Бройша—Пагана. Согласно результатам оценок, мультиколлинеарность отсутствует среди всех независимых переменных: максимальное значение VIF — 2.85. Гипотеза об отсутствии гетероскедастичности отвергается на уровне значимости 5%. При подготовке модели также был использован тест Дарбина—Уотсона для проверки наличия автокорреляции. Значение *p-value*, близкое к нулю, указывает на коррелированность ошибок. По этим причинам для оценки были использованы робастные ошибки НАС (heteroskedasticity and autocorrelation robust standard errors)⁵.

В эконометрическом анализе сотрудничество между членами Ассоциации и Россельхознадзором обозначено как *E1_cart*. Начало кооперации было отмечено дамми-переменной *E1_cart*, равной единице с конца июня 2010 г. до июня 2013 г.⁶ В рамках исследуемого периода изменение в годовых расходах домохозяйств оказывало значительный положительный эффект на среднюю потребительскую цену лососевой рыбы (уровень зна-

¹ Уровень и структура потребительских расходов домашних хозяйств // Федеральная служба государственной статистики. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/level/# (дата обращения: 07.04.2019).

² Household consumption expenditure in the United Kingdom (UK) from 2005 to 2017 // Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/368665/consumer-expenditure-united-kingdom-uk/> (дата обращения: 07.04.2019).

³ Index of household consumption of goods // Statistics Norway. URL: <https://www.ssb.no/en/statbank/table/05333/> (дата обращения: 07.04.2019).

⁴ VIF — Variance inflation factor — показатель, используемый для обнаружения мультиколлинеарности в статистической модели.

⁵ Результаты тестов представлены в приложении А (табл. А.1, А.2, А.3).

⁶ Результаты модели до и после представлены в табл. А.4 в приложении А.

чимости — 1%). Кроме того, коэффициенты перед переменными $Q2-Q4$, представляющими кварталы, также являются значимыми на уровне 1%, что подтверждает наличие сезонного фактора в динамике зависимой переменной. Коэффициент перед переменной $E1_cart$ оказался значимым на уровне 10%, что указывает на возможное наличие корреляции между началом сотрудничества Ассоциации и Россельхознадзора и средними потребительскими ценами на охлажденную рыбу лососевых пород на российском рынке. Несмотря на это, мы можем отвергнуть предположение о наличии прямой зависимости и сделать вывод о том, что повышение цены с конца 2010 по 2011 г., представленное на рис. 4, не было связано с событием сотрудничества между членами Ассоциации и Россельхознадзором ($E1_cart$).

В эконометрическом анализе заключение ряда соглашений о стратегическом партнерстве между членами Ассоциации и норвежскими производителями лососевой рыбы представлено переменной $E2_vert$. Контракты были подписаны в сентябре-ноябре 2011 г. Согласно результатам регрессии, это событие оказало значимый эффект (на уровне 1%) на динамику зависимой переменной в тот же период. Тем не менее средняя цена на рыбу лососевых пород в соответствующий период не повышалась, а наоборот, падала. На основе этого можно сделать вывод о том, что вертикальные соглашения между импортерами и норвежскими производителями не нанесли ущерб российскому потребительскому рынку.

В эконометрическом анализе блокировка поставок на территорию РФ с 13 норвежских заводов по ловле лососевой рыбы представлена переменной $E3_rest$. Запрет, инициированный Россельхознадзором по запросу членов Ассоциации, должен был повысить цену норвежского лосося в соответствующий период. Тем не менее, согласно результатам, значимый на уровне 1% коэффициент перед индикатором $E3_rest$ оказался отрицательным. Это в очередной раз говорит нам об отсутствии негативных последствий для потребительского рынка. Стоит подчеркнуть, что это событие использовалось ФАС России в качестве одного из основных примеров совместной деятельности Ассоциации и Россельхознадзора, направленной на ограничение конкуренции.

Возбуждение дела о нарушении антимонопольного законодательства на российском рынке в отношении членов Ассоциации и Россельхознадзора в эконометрическом анализе представлено переменной $E4_case$. Дамми-переменная, отвечающая за период активного интереса ФАС России к действиям утверждаемых фирм-участников, равна единице с октября 2012 по июль 2013 г. и нулю в оставшиеся периоды. Коэффициент перед индикатором $E4_case$ не является значимым, что указывает на отсутствие связи между возбуждением дела в отношении Ассоциации и динамикой средней потребительской цены на лососевую рыбу на российском

рынке. Этот результат позволяет нам подтвердить предположение о том, что повышенный интерес со стороны антимонопольного органа не должен стимулировать участников сговора к резким изменениям политики. Тем не менее подтверждение лишь одной из четырех гипотез не дает основания полагать, что потребители переплачивали за норвежского лосося в течение рассматриваемого периода, а также то, что это происходило именно на фоне деятельности Ассоциации.

Таблица 2

Проверка результатов модели «до и после» на устойчивость

Переменная	Эффект	Эффект с лагом	
		1 месяц	2 месяца
E1_cart	-0,075* (0,023)	-0,069* (0,041)	-0,059 (0,046)
E2_vert	-0,104*** (0,031)	-0,081*** (0,031)	-0,065* (0,038)
E3_rest	-0,350*** (0,030)	-0,372*** (0,080)	-0,379*** (0,086)
E4_case	0,057 (0,036)	0,069 (0,045)	0,071 (0,048)

Результаты регрессии были проверены на устойчивость с введением лаговых значений дамми-переменных $E1-E4$. Для проверки были выбраны периоды в 1 и 2 месяца с учетом того, что, по оценке ФАС России, картель существовал 2,5–3 года. Согласно результатам, представленным в табл. 2, выводы относительно влияния картеля норвежской рыбы на российский потребительский рынок, сформулированные ранее, остаются корректными — между средней потребительской ценой и событиями $E1-E4$ не наблюдается прямая связь.

Метод «разности в разностях» (difference-in-differences). Подход «разности в разностях» (difference-in-differences) подразумевает сравнение динамики средней потребительской цены на рыбу лососевых пород с использованием двух сопоставимых показателей — цен на английском рынке и на международной бирже Fish Pool. В связи с этой модификацией данные были конвертированы в панель с тремя регионами и набором переменных (табл. 3). Модифицированная модель выглядит следующим образом:

$$\begin{aligned}
 Price_{Index_{EiCartel}} = & \beta_0 + \beta_1 E_1 + \beta_2 E_2 + \beta_3 E_3 + \beta_4 E_4 + \beta_5 Cartel + \\
 & + \beta_6 E_1 * Cartel + \beta_7 E_2 * Cartel + \beta_8 E_3 * Cartel + \beta_9 E_4 * Cartel + \\
 & + \beta_{10} Cons + \beta_{11} Q_2 + \beta_{12} Q_3 + \beta_{13} Q_4.
 \end{aligned}$$

**Описание переменных в модели «разности в разностях»
(difference-in-differences)**

Price_Index_En_Cartel	Индекс, составленный на основе средних потребительских цен на рыбу лососевых пород на рынках России и Великобритании, а также на основе индекса Fish Pool. Базовый — июль 2013 г.
$E_{1...4}$	События, использованные ФАС России для доказательства ограничения конкуренции членами Ассоциации и Россельхознадзора
Cartel	Дамми-переменная для рынка, где картель имеет место. Равна единице для российского и нулю для английского рынков
$E_{1...4} * \text{Cartel}$	Позволяет оценить влияние каждого события на изменение средних потребительских цен в соответствующий временной отрезок. В процессе интерпретации результатов необходимо делать выводы на основе знака коэффициента перед переменной
Cons, $Q_{2...4}$	Контрольные переменные, использованные в предыдущей модели

В рамках исследования было построено три модели — OLS, модель с детерминированными эффектами и модель со случайными эффектами. При сравнении моделей были использованы LM-тест Хонды для сравнения модели случайных эффектов с моделью OLS и F-тест для сравнения OLS с моделью с детерминированными эффектами. На основе результатов обоих тестов (p -value — 0,78 и 0,3 соответственно) мы не можем отвергнуть гипотезы об отсутствии значимых индивидуальных эффектов для каждого рынка. В связи с этим для применения метода «разности в разностях» (difference-in-differences) была использована регрессия OLS. Модель была проверена на наличие мультиколлинеарности с помощью подсчета VIF для отдельных переменных. В модели отсутствует мультиколлинеарность. Также была проведена проверка на гетероскедастичность с использованием теста Бройша—Пагана — гипотеза о гомоскедастичности отвергается на всех уровнях значимости (p -value = 0,001)¹. Результаты теста Дарбина—Уотсона, проведенного при построении модели, указали на наличие серийной корреляции (значение p -value близко к нулю). В связи с этим были использованы робастные стандартные ошибки.

Оценивая результаты регрессии «разности в разностях», сделаем следующие выводы². Коэффициент перед индексом Cons вновь значим

¹ Результаты тестов представлены в приложении А (табл. А.5—А.9)

² Результаты модели до и после представлены в табл. А.10 в приложении А.

на уровне 1%, что говорит о наличии связи между изменениями в расходах домохозяйств и ценой на рыбу лососевых пород на российском рынке. Кроме того, значимость и положительный знак коэффициента перед индикатором рынка *Cartel* указывают на то, что на российском рынке за рассматриваемый период цена повышалась больше, чем на сопоставимых рынках.

Коэффициент перед переменной взаимодействия $E1_cart * Cartel$ незначим на уровне 10% и имеет отрицательный знак, что говорит об отсутствии прямой зависимости между началом сотрудничества Ассоциации и Россельхознадзора и динамикой средней потребительской цены на рыбу лососевых пород на российском рынке. На основе этого можно подтвердить вывод о том, что рост цен с конца 2010 по 2011 г. не был связан с событием *E1_cart*.

Как и в процессе применения метода «до и после» (before-and-after), в рамках построения данной модели вертикальные ограничивающие контракты не оказали негативного влияния на потребительский рынок — в этой ситуации коэффициент значим на уровне 1%, но имеет отрицательный знак. Этот результат позволяет нам в очередной раз опровергнуть аргументацию, использованную ФАС России при вынесении решения.

Блокировка поставок на территорию РФ с 13 норвежских заводов по ловле лососевой рыбы (*E3_rest*) и динамика цены на рыбу лососевых пород оказались значимо связаны (уровень — 1%). Однако эта связь не носит прямой характер, что не соответствует изначальному предположению об оказании деятельностью Ассоциации негативного влияния на потребительский рынок.

Оценка последнего события, связанного с возбуждением дела о нарушении антимонопольного законодательства на российском рынке в отношении членов Ассоциации и Россельхознадзора (*E4_case*), показала незначимый уровень коэффициента, что говорит об отсутствии прямой связи между повышенным интересом ФАС России к действиям Ассоциации и динамикой цены на потребительском рынке за рассматриваемый период. Этот результат подтверждает предположение о том, что ценовая политика участников сговора не должна изменяться на фоне возбуждения дела о нарушении антимонопольного законодательства в их отношении. Несмотря на это, проведенный анализ не дает оснований полагать, что российский потребительский рынок рыбы лососевых пород пострадал от действий картеля.

Для модели «разности в разностях» была также проведена проверка на устойчивость с введением лаговых значений индикаторов $E1-E4$. В процессе проверки сохранились как знаки, так и значимости оценок (табл. 4), что делает устойчивыми результаты, полученные при построении модели «разности в разностях».

**Проверка результатов модели «разности в разностях»
(difference-in-differences) на устойчивость**

Переменная	Эффект	Эффект с лагом	
		1 месяц	2 месяца
E1_cart*Cartel	-0,124 (0,148)	-0,116 (0,107)	-0,113 (0,151)
E2_vert*Cartel	-0,063*** (0,003)	-0,117*** (0,068)	-0,162*** (0,006)
E3_rest*Cartel	-0,358*** (0,089)	-0,296*** (0,090)	-0,244*** (0,080)
E4_case*Cartel	0,065 (0,134)	0,012 (0,108)	0,003 (0,152)

Выводы, которые были сделаны относительно направления связи между событиями *E1–E4* и динамикой средней потребительской цены, а также насчет отсутствия негативного влияния действий Ассоциации и Россельхознадзора на благосостояние потребителей, остаются справедливыми.

Методы «до и после» и «разности в разностях»: сравнение результатов. В обеих моделях показатели по всем четырем исследованным событиям говорят о том, что существование утверждаемого картеля норвежской рыбы с 2011 по 2013 г. не оказало негативного влияния на потребительский рынок. Стоит отметить, что в рамках анализа с использованием метода «до и после» (before-and-after) выбранные события оказывали более значимые эффекты на зависимую переменную по сравнению с применением метода «разности в разностях» (difference-in-differences). Кроме того, результаты использования второго метода оказались более устойчивыми. Оба вывода можно объяснить большей точностью, достигаемой при использовании метода «разности в разностях». Сопоставимые рынки позволяют контролировать результаты анализа на специфику исследуемого рынка, тем самым повышая достоверность получаемых оценок.

Обе модели можно усовершенствовать, расширив ряд используемых контрольных переменных, — это позволит улучшить их предсказательную способность, обеспечив более точные результаты. Эти переменные могут относиться как к экономическому климату на территории страны-импортера (доходы населения в России), так и к процессу добычи и логистическим операциям с продукцией из экспортирующей страны (цены на топливо в Норвегии, температура водных объектов при ловле рыбы, объемы импорта).

Для модели «разности в разностях» (difference-in-differences) также можно увеличить число сопоставимых рынков, что повысит качество ис-

следования и сделает результаты более достоверными. Кроме того, возможно модифицировать обе модели таким образом, чтобы они могли использоваться для отдельной оценки горизонтального соглашения между импортерами рыбы лососевых пород и вертикальных ограничивающих соглашений между производителями и членами Ассоциации. Для этого необходимо иметь данные с разных рынков — как с оптового рынка норвежской охлажденной рыбы, так и с розничного рынка продукции, из нее изготовленной.

Также для повышения точности полученных результатов можно расширить анализ путем добавления модели, зависимыми переменными в которой будут выступать финансовые индикаторы ряда представителей средних и небольших компаний на рынке импортной норвежской рыбы в соответствующий период. Это изменение позволит проверить, оказал ли утверждаемый картель негативное влияние на других игроков рынка, ухудшив их позиции путем контроля импорта и ограничения конкуренции.

Стоит отметить, что все перечисленные выше модификации, направленные на укрепление результатов и выводов, сформулированных в ходе анализа, значительно усложнят его применение в широком масштабе в силу повышения требовательности к данным.

Заключение

В статье представлен анализ динамики средней потребительской цены на рыбу лососевых пород на российском рынке в период 2011–2013 гг., когда картель норвежской рыбы был зафиксирован ФАС России. С помощью методов «до и после» (before-and-after) и «разность в разностях» (difference-in-differences) были оценены четыре события, выдвинутые ФАС России в качестве основных доказательств ограничения конкуренции со стороны членов Ассоциации. Ни одно из этих событий не подтвердило отрицательное воздействие на благосостояние потребителей, что позволило сделать вывод о том, что повышение цены с конца 2010 по 2011 г. не было связано с событием сотрудничества между членами Ассоциации и Россельхознадзором.

В статье также был проведен эмпирический анализ соглашений, которые были заключены в рамках картеля норвежской рыбы, квалифицируемых как вертикальные (между импортерами и производителями в Норвегии) и горизонтальные (между членами Ассоциации). Ни одно из этих событий не подтвердило отрицательное воздействие на благосостояние потребителей, что указало на отсутствие прямой связи между повышением цены с конца 2010 по 2011 г. и сотрудничеством между членами Ассоциации и Россельхознадзором. Кроме того, полученные результаты позволили подчеркнуть корректность аргументации, использованной Ар-

битражным судом г. Москвы при отмене решения ФАС России, и указать на необходимость измерения и последующего доказательства экономического ущерба, вызываемого расследуемым картелем.

Список литературы

1. Решение Арбитражного суда года Москвы «Решение по делу № А40-97512/13» от 09.02.2015 (резолютивная часть объявлена 12.12.2014).
2. Решение Комиссии Федеральной антимонопольной службы «Решение по делу № 1 11/109-12» от 15.07.2013 (резолютивная часть объявлена 08.07.2013).
3. Средние потребительские цены на мороженую разделанную рыбу лососевых пород 2009–2017 // ЕМИСС. URL: <https://fedstat.ru/indicator/31448> (дата обращения: 27.04.2019).
4. Уровень и структура потребительских расходов домашних хозяйств // Федеральная служба государственной статистики. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/level/# (дата обращения: 07.04.2019).
5. Antitrust: Commission fines Scania €880 million for participating in trucks cartel // European Commission Press Release Database. URL: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-3502_en.htm (дата обращения: 04.04.2019).
6. Case AT.40465 — Asus (vertical restraints) // Official Journal of the European Union. — 2018. — P. 338/08.
7. Connor, John M. Price-Fixing Overcharges: Revised 3rd Edition // SSRN Electronic Journal. — 24.02.2014.
8. Fighting Hardcore Cartels: Harm, Effective Sanctions and Leniency Programmes / OECD, Paris: OECD Publications Office, 2002.
9. Fish Pool Index // Fish Pool. URL: <http://fishpool.eu/price-information/spot-prices/fish-pool-index/> (дата обращения: 07.04.2019).
10. Hüschelrath, Kai, Müller, Kathrin and Veith, Tobias. Concrete shoes for competition: The effect of the German cement cartel on market price // ZEW Discussion Papers, ZEW — Leibniz Centre for European Economic Research. — 2012. — No. 12-035.
11. Household consumption expenditure in the United Kingdom (UK) from 2005 to 2017 // Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/368665/consumer-expenditure-united-kingdom-uk/> (дата обращения: 07.04.2019).
12. Index of household consumption of goods // Statistics Norway. URL: <https://www.ssb.no/en/statbank/table/05333/> (дата обращения: 07.04.2019).
13. Levenstein M. C., Suslow V. Y. What determines cartel success? // Journal of economic literature. — 2006. — No. 44(1). — P. 43–95.
14. Laitenberger U., Smuda F. Estimating consumer damages in cartel cases // Journal of Competition Law & Economics. — 2015. — No. 11(4). — P. 955–973.
15. Maier-Rigaud F. P., Sudaric S. The difference-in-differences approach to the Estimation of cartel damage // CPI Antitrust Chronicle. — 2019. — Vol. 3.
16. Oxera Consulting Ltd. Quantifying antitrust damages; Towards non-binding guidance for courts // Study prepared for the European Commission. Publications Office of the European Union, 2009.

17. RPI: Ave price — Salmon fillets, per Kg // Office for National Statistics. URL: <https://www.ons.gov.uk/economy/inflationandpriceindices/timeseries/zptx/mm23> (дата обращения: 27.04.2019).
18. *Seixas R., Lucinda C.* Computing Cartel Overcharges: when theory meets practice // *Estud. Econ.* — 2019. — Vol. 49. — No. 3.

The List of References in Cyrillic Transliterated into Latin Alphabet

1. Reshenie Arbitrazhnogo suda goda Moskvy “Reshenie po delu № A40-97512/13” ot 09.02.2015 (rezoljutivnaja chast’ ob#javlena 12.12.2014).
2. Reshenie Komissii Federal’noj Antimonopol’noj Sluzhby “Reshenie po delu № 11/109-12” ot 15.07.2013 (rezoljutivnaja chast’ ob#javlena 08.07.2013).
3. Srednie potrebitel’skie ceny na morozhennuju razdelannuju rybu lososevyh porod 2009-2017 // EMISS. URL: <https://fedstat.ru/indicator/31448> (data obrashhenija: 27.04.2019).
4. Uroven’ i struktura potrebitel’skih rashodov domashnih hozjajstv // Federal’naja sluzhba gosudarstvennoj statistiki. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/level/# (data obrashhenija: 07.04.2019).

Таблица А.1

Значения VIF для модели «до и после» (before-and-after)

	E1_cart	E2_vert	E3_rest	E4_case	Q2	Q3	Q4	Cons
VIF	1,67	<u>2,85</u>	2,76	1,57	1,51	1,63	1,55	1,28

Таблица А.2

Результаты теста Бройша—Пагана для модели «до и после» (before-and-after)

BP-статистика	Df	P-value
19,714	8	<u>0,011</u>

Таблица А.3

Результаты теста Дарбина—Уотсона на наличие автокорреляции для модели «до и после»

DW-статистика	P-value
0,4	<u>0,000</u>

Таблица А.4

Результаты регрессии «до и после» (before-and-after)

	<i>Dependent variable:</i>	
	Price_Index	
	Default (1)	Robust (HAC) (2)
E1_cart	-0,075*** (0,023)	-0,075* (0,040)
E2_vert	-0,104*** (0,031)	-0,104*** (0,032)
E3_rest	-0,350*** (0,030)	-0,350*** (0,082)
E4_case	0,057 (0,036)	0,057 (0,044)
Cons	1,870*** (0,045)	1,870*** (0,112)
Q2	0,068*** (0,024)	0,068*** (0,012)
Q3	0,105*** (0,024)	0,105*** (0,015)

	Dependent variable:	
	Price_Index	
	Default (1)	Robust (HAC) (2)
Q4	0,143*** (0,024)	0,143*** (0,016)
Constant	-0,443*** (0,048)	-0,443*** (0,092)
Observations	108	108
R ²	0,963	0,963
Adjusted R ²	0,960	0,960
Residual Std. Error (df = 99)	0,086	0,086
F Statistic (df = 8; 99)	322,092***	322,092***

Таблица А.5

**Результаты LM-теста Хонды, сравнение модели
с детерминированными эффектами и OLS для метода «разности
в разностях» (difference-in-differences)**

Normal	P-value
-0,77	<u>0,78</u>

Таблица А.6

**Результаты F-теста, сравнение модели случайных эффектов и OLS
для метода «разности в разностях» (difference-in-differences)**

F-статистика	Df1	Df2	P-value
1,07	1	309	<u>0,3</u>

Таблица А.7

**Значения VIF для модели «разности в разностях»
(difference-in-differences)**

	E1_cart	E2_vert	E3_rest	E4_case	Cartel	Q2	Q3	Q4
VIF	2,16	4,19	4	2,33	1,9	1,51	1,63	1,55

	Cons	E1_cart:Cartel	E2_vert:Cartel	E3_rest:Cartel	E4_case:Cartel
VIF	1,28	2,92	<u>5,14</u>	4,88	2,45

Таблица А.8

Результаты теста Бройша—Пагана для модели «разности в разностях»

BP-статистика	Df	P-value
29,85	13	<u>0,005</u>

**Результаты теста Дарбина—Уотсона на наличие серийной корреляции
для модели «разности в разностях»**

DW-статистика	P-value
0,21	0,000

Таблица А.10

	<i>Dependent variable:</i>	
	Price_Index	
	Default (1)	Robust (HC) (2)
E1_cart	0,036 (0,026)	0,036 (0,122)
E2_vert	−0,070* (0,038)	−0,070*** (0,012)
E3_rest	0,052 (0,037)	0,052 (0,092)
E4_case	−0,018 (0,045)	−0,018 (0,124)
Cartel	0,561*** (0,025)	0,561*** (0,051)
Q2	0,032 (0,024)	0,032 (0,022)
Q3	0,009 (0,025)	0,009 (0,039)
Q4	0,030 (0,024)	0,030 (0,048)
Cons	1,758*** (0,073)	1,758*** (0,164)
E1_cart:Cartel	−0,124*** (0,045)	−0,124 (0,148)
E2_vert:Cartel	−0,063 (0,064)	−0,063*** (0,003)
E3_rest:Cartel	−0,358*** (0,063)	−0,358*** (0,089)
E4_case:Cartel	0,065 (0,076)	0,065 (0,134)
Constant	−0,835*** (0,076)	−0,835*** (0,151)
Observations	324	324
R ²	0,796	0,796
Adjusted R ²	0,787	0,787
F Statistic (df = 13; 310)	93,000***	93,000***

ОТРАСЛЕВАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

Е. Н. Никишина¹

МГУ имени М. В. Ломоносова (Москва, Россия)

УДК: 330.567.22

ДОВЕРИЕ И ШЕРИНГОВЫЕ ПЛАТФОРМЫ

Развитие цифровой экономики и шеринговых платформ создает новые механизмы обеспечения достоверности обязательств. Прозрачность вместе с системой взаимного рейтингования покупателя и поставщика товаров и услуг снижает склонность сторон к оппортунистическому поведению, стимулируя доверие. В статье тестируется гипотеза о том, что шеринговые платформы могут выступать в качестве субститута институциональному доверию. На страновом уровне была выявлена негативная связь между индексом шеринговой экономики и институциональным доверием и положительная связь индекса с качеством государственного регулирования. Полученные результаты могут говорить о перспективности платформенных решений как альтернативного способа обеспечения достоверности обязательств в странах с низким институциональным доверием.

Ключевые слова: доверие, механизмы обеспечения достоверных обязательств, новая институциональная экономическая теория, шеринговая экономика.

Цитировать статью: Никишина Е. Н. Доверие и шеринговые платформы // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. — 2020. — № 4. — С. 71–83.

E. N. Nikishina

Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia)

JEL: B25, B52, Z13

TRUST AND SHARING PLATFORMS

The digital economy and sharing platforms generate new types of mechanisms, ensuring credible commitments. Transparency and bilateral rating systems for both consumers and producers constrain opportunistic behavior, thus creating trust. The main hypothesis is that sharing companies and platforms act as a substitute for institutional trust. Country-level data analysis shows that there is a negative correlation between the sharing economy index and institutional trust and a positive correlation between the sharing economy index and institutional quality. The findings support the idea that as sharing companies

¹ Никишина Елена Николаевна — к.э.н., доцент кафедры прикладной институциональной экономики, экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, e-mail: elena.nikishina@gmail.com, ORCID: 0000-0003-1327-1048.

can compensate for the lack of institutional trust and stimulate economic transactions, they are especially useful in the countries with a low level of trust.

Keywords: trust, credible commitments, new institutional economics, sharing economy.

To cite this document: *Nikishina E. N. (2020) Trust and sharing platforms. Moscow University Economic Bulletin, (4), 71–83.*

Введение

В основе любой трансакции лежит доверие. Без него невозможен обмен товарами, правами, обязательствами. За последние 20 лет было доказано влияние доверия на экономический рост, качество государственного управления, инновационность экономики и др. [Knack, Keefer, 1997; Algan, Cahuc, 2011; Guiso et al., 2006]. Низкий уровень доверия создает дополнительные трансакционные издержки для общества (издержки заключения контракта, контроля оппортунистического поведения и т.д.), замедляя скорость экономических сделок. Проблема упадка доверия и необходимость его наращивания признаются как в России, так и за рубежом [Putnam, 1996; Аузан и др., 2017].

Вместе с тем появление и бурный рост таких компаний, как Airbnb (в США), Vablaaar (во Франции), Uber (в Великобритании), во многих странах мира ставит ряд вопросов. Чем обусловлен рост числа потребителей услуг этих компаний? Есть ли перспективы развития шеринговой экономики¹ в странах с низким уровнем доверия? Можно ли говорить о трансформации структуры доверия в обществе? [Hawlitschek et al., 2017]

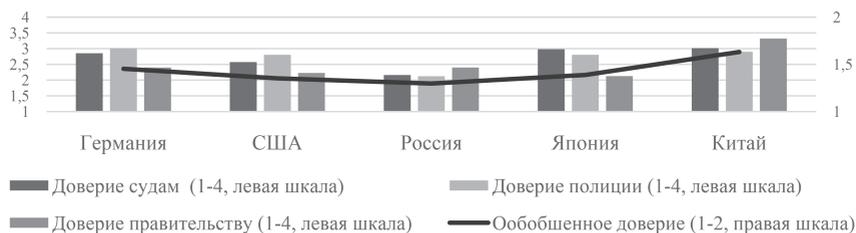
Цель данной статьи — проанализировать связь между доверием и развитием шеринговой экономики. Во вступительном разделе приведена характеристика доверия в России и мире. В основной части анализируются разные типы доверия и механизмы обеспечения достоверности обязательств на разных стадиях экономического развития. Затем при помощи регрессионного анализа тестируется гипотеза об отрицательной связи между доверием и развитием шеринговой экономики. Наконец, в заключение формулируются выводы и направления дальнейших исследований.

Характеристика уровня доверия в России и мире

Обычно при описании уровня доверия в стране используют показатели обобщенного доверия (доверие людям в целом) и институционального

¹ Здесь и далее под шеринговой экономикой будет пониматься совокупность обменов, совершенных через цифровые (шеринговые) платформы — онлайн-сервисы, объединяющие поставщиков и покупателей товаров и услуг [Vergh et al., 2018], но при этом являющиеся независимыми от них.

доверия (доверие отдельным институтам). На рис. 1 проиллюстрирован средний уровень обобщенного¹ и институционального доверия² в России, а также Германии, США, Китае и Японии по данным Всемирного исследования ценностей за последнюю опубликованную волну (2010–2014 гг.). Из графика видно, что для России характерны относительно низкие показатели доверия. Однако отрывы от других стран (за исключением Китая) невелики. В частности, по уровню доверия правительству Россия находится на уровне Германии и даже превосходит показатели США и Японии (что позволяет говорить, что проблема низкого институционального доверия в той или иной степени характерна и для этих стран).



Примечание: чем выше значение показателя, тем выше доверие.

Рис. 1. Институциональное и обобщенное доверие, WVS, 2010–2014 гг.

Источник: WVS. URL: <http://www.worldvaluessurvey.org/WVSDocumentationWV6.jsp>

На рис. 2–3 показаны динамические изменения в показателях доверия (как отдельным категориям людей, так и институтам) в США и России. На рисунках видно, что, несмотря на отдельные колебания показателей, в целом они достаточно устойчивы во времени (причем это справедливо для обеих стран).

Вместе с тем за последние 10–15 лет появилось значительное число успешных шеринговых компаний с миллионами пользователей (например, BlaBlaCar, Airbnb, Uber и др.)³, присутствующих во множестве стран и предполагающих взаимодействие между незнакомыми людьми. Все это ставит вопрос: как можно объяснить успех таких компаний

¹ На графике представлено среднее значение ответа на вопрос «В целом считаете ли вы, что большинству людей можно доверить (2) или, напротив, нужно быть осторожными, имея дело с людьми? (1) То есть чем больше значение на графике, тем выше доверие.

² На графике представлено среднее значение ответа на вопрос «Скажите, насколько вы доверяете суду (правительству/полиции): полностью (4), в некоторой степени (3), не очень (2) или совсем не доверяете (1). То есть чем больше значение на графике, тем выше доверие.

³ По данным на 2017 г., BlaBlaCar (Франция, основана в 2006 г.) присутствовала в 22 странах и насчитывала более 50 млн пользователей; Airbnb (США, 2008 г.) — в 191 стране и более 150 млн пользователей. Uber (США, 2009 г.) — в 76 странах.

в условиях сравнительно низкого межличностного и институционального доверия?

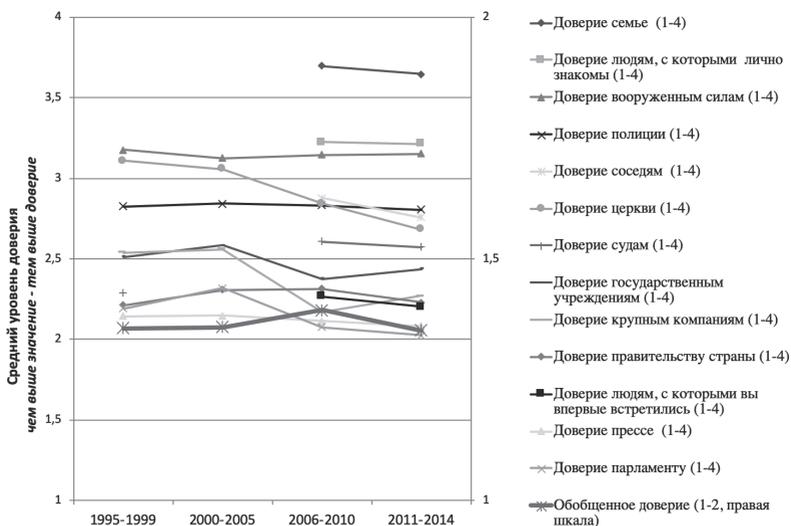


Рис. 2. Динамика изменения показателей доверия в США, WVS

Источник: WVS. URL: <http://www.worldvaluessurvey.org/WVSDocumentationWVL.jsp>

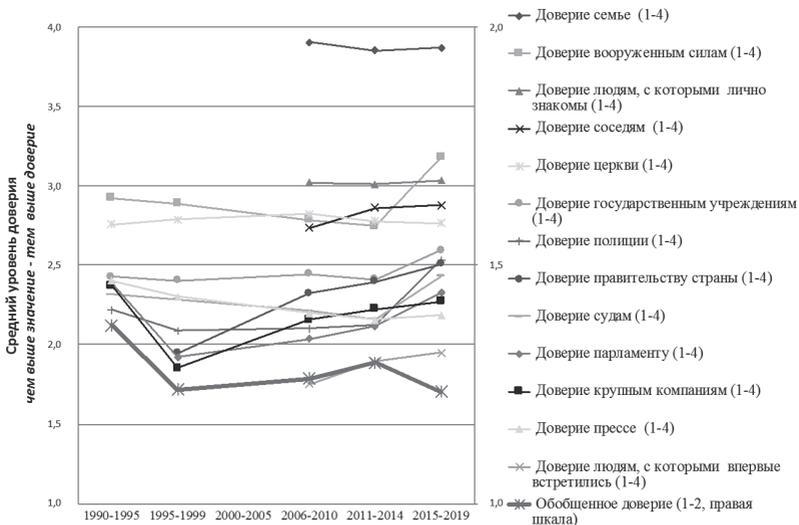


Рис. 3. Динамика изменения показателей доверия в России, WVS

Источник: WVS. URL: <http://www.worldvaluessurvey.org/WVSDocumentationWVL.jsp>;
EVS. URL: <https://dbk.gesis.org/dbksearch/sdesc2.asp?no=7500&db=e&doi=10.4232/1.13090>

Доверие и механизмы обеспечения достоверности обязательств

Успех шеринговых компаний, основанных на цифровых платформах, при отсутствии скачков в институциональном или межличностном доверии заставляет предположить появление нового типа доверия или новых способов обеспечения достоверности обязательств, повышающих готовность малознакомых людей взаимодействовать между собой.

На протяжении истории происходила эволюция доверия [Botsman, 2017; Buggle, Durante, 2017; Greif, 1994; Seabright, 2010].

Исторически первый и основной тип доверия — межличностный. Именно от него в прошлом зависела возможность обмена внутри группы. Соблюдение договоренностей, поддерживающих доверие, обеспечивалось действием преимущественно неформальных институтов. Угроза санкций со стороны ближайшего окружения, потери репутации, сокращения взаимодействия или даже изгнания заставляла людей соблюдать правила, принятые в группе.

Необходимость взаимодействия с другими группами и сообществами требовала увеличения радиуса доверия и усложнения механизмов обеспечения достоверности обязательств, в частности, за счет использования залогов (в том числе на основе принципа «уродливой принцессы»¹), применения принципов коллективной ответственности и др. Достоверность санкций со стороны другого сообщества в случае нарушения правил взаимодействия, ограничивала склонность сторон к оппортунистическому поведению.

По мере усложнения отношений возникала потребность в специализированном гаранте — третьей стороне (судебном механизме, государственном регулировании и т.д.), — который бы следил за достоверностью взаимных обязательств и наказывал нарушителя даже в том случае, когда доверие между двумя сторонами отсутствует, а возможности наказать нарушителя своими силами нет. Так, *институциональное доверие* — доверие судам, полиции, правительству и т.д. — компенсировало низкое доверие между незнакомыми людьми, обеспечивало возможность экономических обменов.

Наконец, по мере развития цифровой экономики и появления шеринговых платформ модифицируются способы обеспечения достоверности обязательств и генерирования доверия. Действия контрагентов становятся наблюдаемыми друг для друга. Недобросовестное поведение человека по отношению к одному из контрагентов может привести к потере

¹ Залог, являющийся ценным для залогодателя, но не залогодержателя. Такой тип залога снижает риски оппортунистического поведения со стороны залогодержателя [Williamson, 1983].

репутации, снижению его рейтинга, что будет уменьшать возможность взаимовыгодного взаимодействия в дальнейшем. То есть достоверность обязательств обеспечивается уже не угрозой потери репутации или санкций со стороны ближайшего окружения (как в простейших экономических взаимодействиях) или угрозой наказания третьей стороной, а боязнью потери репутации и санкций со стороны незнакомых людей. Это значительно снижает привлекательность даже единоразового оппортунистического поведения индивида.

Р. Ботсман полагает даже, что можно говорить о появлении нового типа доверия — децентрализованного и распределенного [Botsman, 2017]. По мнению Р. Ботсман, в данном случае доверие между людьми является уже не следствием доверия государственным институтам, наличия судебной системы, верховенства закона и т.д., а следствием прозрачных отношений в обществе. Появление шеринговых платформ, использующих рейтинговую систему оценки, при которой и покупатель, и продавец после совершения сделки выставляют друг другу оценку, стимулирует каждую из сторон вести себя добросовестно [Botsman, 2017].

Таким образом, шеринговые компании, основанные на цифровых платформах, могут быть эффективными не только в силу того, что сокращают издержки получения услуги (в том числе за счет сокращения числа звеньев между поставщиком и покупателем), но и за счет того, что несут в себе специфический механизм обеспечения достоверности обязательств, снижающий транзакционные издержки и позволяющий незнакомым людям осуществлять взаимовыгодное взаимодействие.

Связь между доверием и шеринговой экономикой

На сегодняшний день исследований, посвященных связи между разными типами доверия и шеринговой экономикой, сравнительно немного и их результаты достаточно противоречивы. Во многом это обусловлено отсутствием полноценных источников данных, позволяющих проводить такого рода исследования.

А. Берг, А. Функе и Й. Вернберг показали, что, несмотря на положительную корреляционную связь между доверием и индексом шеринговой экономики, эта связь становится незначимой при контроле на доступ к широкополосному интернету [Bergh et al., 2018]. В другом исследовании А. Берга и А. Функе, напротив, было выявлено, что проникновение шеринговой экономики (Airbnb, Flipkey) отрицательно коррелирует с уровнем доверия [Bergh, Funcke, 2016], что можно интерпретировать как то, что платформа компенсирует нехватку доверия в обществе. Кс. Ву и Дж. Шен на данных пользования услугами Airbnb показали, что для стимулирования развития шеринговой экономики необходимо одновременно повышать институциональное доверие, межличностное

доверие и доверие к продукту [Wu, Shen, 2018]. В работе К. Миттендорфа показано, что именно доверие платформе UBER, а не водителям играет принципиальную роль в готовности пользоваться услугами компании [Mittendorf, 2017].

В данном исследовании тестировалось предположение, что шеринговая платформа является субститутом для институционального доверия. Чем ниже институциональное доверие, тем больше спрос на альтернативные механизмы, которые помогают людям верить в то, что их контрагент окажется добросовестным. При этом чем выше доверие окружающим людям — и как следствие, доверие их отзывам и оценкам, — тем выше готовность пользоваться соответствующей услугой. Для проверки данного предположения были сформулированы следующие гипотезы:

Гипотеза 1. Индекс шеринговой экономики отрицательно связан с уровнем институционального доверия.

Гипотезе 2. Индекс шеринговой экономики положительно связан с уровнем обобщенного доверия.

Гипотеза 3. Готовность пользоваться шеринговыми платформами отрицательно связана с институциональным доверием и положительно — с обобщенным доверием.

Эконометрическая проверка гипотез проводилась на основе данных Индекса шеринговой экономики (Timbro sharing economy index, 2018) (гипотезы 1–2), а также опросных данных о доле пользователей шеринговыми платформами и доле пользователей, рекомендующих знакомым пользование шеринговыми¹ платформами (Flash Eurobarometer 467, 2018) (гипотеза 3). В качестве переменной интереса выступали показатели обобщенного и институционального доверия. В качестве контрольных переменных для проверки гипотез 1 и 2 использовались данные о ВВП на душу населения (PPP, World Bank, 2017), доля населения, пользующаяся интернетом (World Bank, 2016), а также верховенство закона и качество государственного регулирования (WGI, 2017); для проверки гипотезы 3 — доля респондентов, пользующихся интернетом и платформами (Flash Eurobarometer 467, 2018).

В условиях малого количества данных проверка этого предположения на разных типах данных позволяет повысить точность получаемых результатов.

Результаты расчетов² представлены в табл. 1–2.

¹ Во избежание терминологической путаницы здесь и далее термин collaborative platform из исследования Евробарометра будет переводиться как шеринговая платформа, поскольку используется авторами опроса как синоним.

² Использовалась регрессия МНК с робастными ошибками.

Связь разных типов доверия с индексом шеринговой экономики (TSEI)

Доверие судам (низкое)	4,39140**	3,73842**	3,44039**	3,42466**	4,19395**	3,64021*
Log ВВП на душу населения, ППС	-0,975231	-0,221466	-0,539608	-1,20989	-1,98858	-1,26474
Верховенство закона	4,01281***	3,94685***	4,03407***	3,75967***	5,52636***	6,08955***
Доверие знакомым (низкое)	-5,39499*					
Доверие людям, которых встретил в первый раз (низкое)		-2,68780				
Доверие представителям другой религии (низкое)			-1,56293			
Доверие представителям другой национальности (низкое)				-3,73508		
Обобщенное доверие (низкое)					-8,03532	
Доля пользователей интернета, 2016						-0,0123618
Const	yes	yes	yes	yes	yes	yes
N	57	57	57	57	57	57
R ²	0,42	0,39	0,39	0,41	0,36	0,348719

Примечание: *** $p < 0,01$, ** $p < 0,05$, * $p < 0,1$.

Источник: расчеты автора.

¹ Здесь и далее три звездочки напротив коэффициента означают значимость на 1%-ном уровне, две звездочки — на 5%-ном уровне, одна звездочка — на 10%-ном уровне.

Расчеты, проведенные на данных по 57 странам, позволили выявить положительную связь индекса шеринговой экономики с верховенством закона в стране и низким доверием судам (аналогичный результат был получен при замене показателя верховенства закона на качество государственного регулирования) (*гипотеза 1 подтвердилась*).

Такой результат можно объяснить следующим образом: качество институциональной среды (верховенство закона и качество государственного регулирования) влияют на уровень неопределенности и транзакционные издержки, с которыми сталкиваются поставщики услуг. Чем выше качество институциональной среды, тем при прочих равных условиях более предсказуемы экономические обмены. Вместе с тем в условиях низкого доверия судебной системе шеринговые платформы становятся (прежде всего для потребителей) субститутами институционального доверия. Это позволяет объяснить отрицательную связь между доверием судам и индексом развития шеринговой экономики.

При этом не обнаружено устойчивой статистически значимой связи между показателями межличностного доверия и индексом шеринговой экономики (*гипотеза 2 не подтвердилась*)¹, что позволяет предполагать, что низкое (или высокое) доверие не является препятствием для развития шеринговой экономики².

Наглядная иллюстрация роли институтов и избыточного государственного регулирования в развитии компаний, предполагающих совместное потребление, — история джитни (jitney) (первых маршрутных такси) в США в начале XX в. Джитни — прообраз нынешних Uber и BlaBlaCar — появились в Лос-Анджелесе в 1914 г. Типичное джитни — «Форд» модели T, водитель которого за небольшую (часто фиксированную) плату подвозит от одного до нескольких пассажиров на небольшие расстояния. Джитни стали альтернативой поездкам на трамвае (переполненным и работающим с перебоями из-за частых забастовок) и недоступным большинству поездкам на частном автомобиле. Популярность внезапно появившихся джитни стремительно росла. К 1915 г. в США насчитывалось порядка 62 тыс. джитни [Возьянов и др., 2017].

Однако недовольство трамвайных компаний (значимых налогоплательщиков в государстве), почувствовавших конкуренцию и угрозу своему монопольному положению на рынке перевозок, привело к тому, что государством был принят ряд законов, направленных против джитни и регулирующих

¹ Получение статистически значимой на 10%-ном уровне связи между низким доверием знакомым и индексом шеринговой экономики не позволяет интерпретировать ее в силу статистической слабости результата.

² При этом важно отметить, что для получения достоверного ответа на этот вопрос, в том числе, связанный с определением направления причинно-следственной связи, требуется проведение дополнительных исследований на большем массиве данных.

их деятельность. Среди прочего, вводилось лицензирование деятельности, ограничение улиц, по которым могли ездить джитни, обязательство водителей работать от 6 до 12 часов в день, необходимость фиксирования расписания и маршрутов, ужесточались требования к безопасности перевозок и даже вводилось требование на установление специального фонаря.

В результате столь успешно развивавшиеся в 1914–1915 гг. джитни проиграла конкуренцию трамвайным компаниям и ушли с рынка.

(По [Возьянов и др., 2017; Eckert, Hilton, 1972])

Аналогичный результат был получен на опросных данных Евробарометра по 27 странам. В ходе проверки гипотезы 3 была выявлена отрицательная связь между доверием судам и полиции и долей пользователей шеринговыми платформами (табл. 2).

Таблица 2

Связь разных типов доверия с долей пользователей шеринговыми платформами

Log ВВП	–0,11					
Обобщенное доверие		–0,17*				
Доверие судам			–0,17**			
Доверие полиции				–0,24**		
Доверие местным властям						–0,14
Доверие правительству					–0,11	
Доля пользователей интернетом (каждый день)	0,24	0,35**	0,35**	0,37***	0,25	0,28*
R ²	0,07	0,12	0,15	0,17	0,27	0,09

Примечание: ***p < 0,01, **p < 0,05, *p < 0,1.

Источник: расчеты автора.

Существенным ограничением полученных результатов является малое число наблюдений, которое возможно использовать при построении регрессий при проверке гипотез 1–2 и 3 (в первом случае — только 57 наблюдений на страновом уровне, во втором случае — 27), и как следствие — ограниченный набор контрольных переменных и методов, которые можно использовать при анализе. Вместе с тем устойчивость результата, полученного на альтернативных наборах данных, позволяет предполагать, что шеринговые платформы могут выступать в качестве субститута институционального доверия.

Выводы

Цифровизация экономики и развитие шеринговых платформ способствуют появлению нового механизма обеспечения достоверности обязательств, основанного на взаимном рейтинговании потребителей и поставщиков товаров и услуг и использовании механизма репутации. В случае недобросовестности одной стороны другая сторона может без существенных издержек для себя «наказать» контрагента низкой оценкой или плохим отзывом, который будет виден всем остальным участникам рынка. При жесткой связи между рейтингом и доступом к выгодным обменам недобросовестное поведение игрока оказывается неэффективным.

Результаты проверки гипотез позволяют предположить, что при прочих равных условиях успех шеринговых платформ связан не с высоким, а, напротив, низким институциональным доверием, отсутствие которого компенсирует платформа. При этом качество государственного регулирования может являться важным фактором успеха развития шеринговой экономики.

На практике это означает особенную перспективность развития в России платформенных решений как альтернативного способа обеспечения достоверности обязательств в условиях низкого межличностного и институционального доверия и способа стимулирования взаимовыгодного взаимодействия между незнакомыми людьми. При этом принципиально важно обеспечить адекватное государственное регулирование, снижающее, а не увеличивающее транзакционные издержки для участников обменов и обеспечивающее доверие населения к платформе (в том числе в части защиты персональных данных).

В качестве перспективных направлений исследований можно выделить дальнейшее тестирование гипотез о связи (в том числе причинно-следственной) между доверием и развитием шеринговых компаний, опирающееся на принципиально большие массивы данных и — как следствие — более точные методы проверки гипотез.

Список литературы

1. *Аузан А. А., Вебер Ш. и др.* Социокультурные факторы инновационного развития и успешной имплементации реформ. — М.: Центр стратегических разработок, 2017. URL: <http://csr.ru/wp-content/uploads/2017/10/report-sf-2017-10-12.pdf>
2. *Возьянов А. Г., Кузнецов А. Г., Лактюхина Е. Г.* Субмобильности, или О множественности режимов движения в городе // Этнографическое обозрение. — 2017. — № 6. — С. 30–43.
3. *Algan Y., Cahuc P.* Trust, growth, and well-being: New evidence and policy implications // Handbook of economic growth. — Elsevier, 2014. — Vol. 2. — P. 49–120.

4. *Bergh A., Funcke A.* Does country level social trust predict the size of the sharing economy? // IFN Working Paper, 2016. — No. 1130.
5. *Bergh A., Funcke A., Wernberg J.* Timbro sharing economy index. 2018. URL: <https://timbro.se/allmant/timbro-sharing-economy-index/>
6. *Botsman R.* Who can you trust?: how technology brought us together—and why it could drive us apart. — Penguin UK, 2017.
7. *Buggle J., Durante R.* Climate risk, cooperation, and the co-evolution of culture and institutions, 2017.
8. *Eckert R. D., Hilton G. W.* The jitneys // The Journal of Law and Economics. — 1972. — Vol. 15. — No. 2. — P. 293–325.
9. EVS. European Values Study 2017: Integrated Dataset (EVS 2017). 2019.
10. Flash Eurobarometer 467: The use of the collaborative economy. 2018. URL: http://data.europa.eu/88u/dataset/S2184_467_ENG
11. GESIS Data Archive, Cologne. ZA7500 Data file Version 2.0.0. URL: <https://doi.org/10.4232/1.13314>
12. *Greif A.* Cultural beliefs and the organization of society: A historical and theoretical reflection on collectivist and individualist societies // Journal of political economy. — 1994. — T. 102. — No. 5. — P. 912–950.
13. *Guiso L., Sapienza P., Zingales L.* Civic capital as the missing link // Handbook of social economics. — North-Holland, 2011. — Vol. 1. — P. 417–480.
14. *Hawlitschek F., Notheisen B., Teubner T.* The limits of trust-free systems: A literature review on blockchain technology and trust in the sharing economy // Electronic commerce research and applications. — 2018. — Vol. 29. — P. 50–63.
15. *Inglehart R., Haerpfjer C., Moreno A., Welzel C., Kizilova K., Diez-Medrano J., Lagos M., Norris P., Ponarin E. & Puranen B. et al.* (eds.). 2014. World Values Survey: Round Six — Country-Pooled Datafile Version. URL: <http://www.worldvaluessurvey.org/WVSDocumentationWV6.jsp>. Madrid: JD Systems Institute.
16. *Inglehart R., Haerpfjer C., Moreno A., Welzel C., Kizilova K., Diez-Medrano J., Lagos M., Norris P., Ponarin E. & Puranen B. et al.* (eds.). 2014. World Values Survey: All Rounds — Country-Pooled Datafile Version. URL: <http://www.worldvaluessurvey.org/WVSDocumentationWVL.jsp>. — Madrid: JD Systems Institute.
17. *Knack S., Keefer P.* Does social capital have an economic payoff? A cross-country investigation // The Quarterly journal of economics. — 1997. — Vol. 112. — No. 4. — P. 1251–1288.
18. *Mittendorf C.* The implications of trust in the sharing economy—an empirical analysis of Uber // Proceedings of the 50th Hawaii International Conference on System Sciences, 2017.
19. *Putnam R. D.* Bowling alone: America’s declining social capital // Culture and politics. — Palgrave Macmillan, New York, 2000. — P. 223–234.
20. *Seabright P.* The Company of Strangers: A Natural History of Economic Life-Revised Edition. — Princeton University Press, 2010.
21. *Williamson O. E.* Credible commitments: Using hostages to support exchange // The American Economic Review. — 1983. — Vol. 73. — No. 4. — P. 519–540.
22. World Bank Open Data. URL: <https://data.worldbank.org/>.
23. World Governance Indicators. URL: <https://info.worldbank.org/governance/wgi/>.
24. *Wu X., Shen J.* A study on Airbnb’s trust mechanism and the effects of cultural values—Based on a survey of Chinese consumers // Sustainability. — 2018. — Vol. 10. — No. 9 (341). — P. 1–22.

The List of References in Cyrillic Transliterated into Latin Alphabet

1. *Auzan A. A., Veber Sh. i dr.* Sociokul'turnye faktory innovacionnogo razvitija i uspešnoj implementacii reform. — M.: Centr strategičeskikh razrabotok, 2017. URL: <http://csr.ru/wp-content/uploads/2017/10/report-sf-2017-10-12.pdf>
2. *Voz'janov A. G., Kuznecov A. G., Laktjuhina E. G.* Submobil'nosti, ili o mnozhestvennosti rezhimov dvizhenija v gorode // Jetnograficheskoe obozrenie. — 2017. — № 6. — P. 30–43.

ОТРАСЛЕВАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

О. В. Забелина¹

независимый исследователь (Ростов-на-Дону, Россия)

Д. В. Забелин²

Донской государственный технический университет
(Ростов-на-Дону, Россия)

УДК: 330.117

РОЛЬ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА В УСТОЙЧИВОМ РАЗВИТИИ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА³

Непрерывный поиск устойчивых практик в индустрии туризма открывает перспективы применения альтернативных подходов к развитию отрасли. Туристам нужен качественный продукт, местным жителям — рабочие места, а бизнесу необходима прибыль. Чтобы достичь этих целей, а также сохранить результаты для будущих поколений, важно учитывать экономические, социальные, экологические и этические факторы при планировании туристской деятельности. Все эти задачи можно решить в рамках концепции устойчивого развития туризма. Цель данного исследования — устранить пробел в знаниях, представив концепцию устойчивого развития туризма как более целостную экономическую стратегию для отрасли через призму анализа социального капитала. В работе изложены основные исследовательские подходы к роли социального капитала в туризме с учетом их достоинств и недостатков, а также специфики применения к индустрии туризма России. В заключение обозначены направления для дальнейших исследований.

Ключевые слова: устойчивое развитие, туризм, социальный капитал, социальные сети, политика, механизм координации, государственное регулирование.

Цитировать статью: Забелина О. В., Забелин Д. В. Роль социального капитала в устойчивом развитии индустрии туризма // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. — 2020. — № 4. — С. 84–108.

¹ Забелина Оксана Викторовна — к.э.н., магистр общественной политики и администрирования, независимый исследователь, e-mail: ksenz2001@mail.ru, ORCID: 0000-0003-1982-9583.

² Забелин Денис Викторович — к.э.н., доцент, Донской государственный технический университет, e-mail: dzabelin@yahoo.com, ORCID: 0000-0002-5642-2400.

³ Авторы выражают признательность уважаемым анонимным рецензентам за замечания, высказанные в ходе подготовки работы, позволившие существенно улучшить первоначальный вариант.

O. V. Zabelina

Independent researcher (Rostov-on-Don, Russia)

D. V. Zabelin

Don State Technical University (Rostov-on-Don, Russia)

JEL: Z38, Q01, D7

SOCIAL CAPITAL IN THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE TOURISM INDUSTRY

The continuous search for responsible and sustainable practices in the tourism industry paves the way for alternative approaches to tourism development. Tourists need a quality product, local communities need jobs, and business needs profit. To achieve these goals, as well as preserve the results for future generations, it is necessary to consider economic, social, environmental and ethical factors in a tourism planning. All these tasks can be met within the sustainable tourism development concept. The purpose of this study is to address a gap in knowledge by conceptualizing sustainable tourism development as a more holistic economic strategy. Using social capital as a theoretical lens, this paper explores the ways which facilitate sustainable tourism planning. The basic research approaches of social capital in tourism are described with respect to their advantages and disadvantages, as well as the specifics of use for the Russian tourism industry. The future research directions were suggested at the conclusion.

Keywords: sustainable development, tourism, social capital, social networks, policy, governance, state regulation.

To cite this document: *Zabelina O. V., Zabelin D. V. (2020) Social capital in the sustainable development of the tourism industry. Moscow University Economic Bulletin, (4), 84–108.*

Постановка проблемы и структура исследования

Путешествия с целью отдыха, развлечений и развития являются неотъемлемой частью культуры и повседневной жизни современного человека. Мировая индустрия туризма растет и эволюционирует, открывая все новые горизонты достижений и стандарты экономической деятельности, которые для многих участников российского рынка туризма остаются пока за гранью возможностей. Выездной туризм в России стабильно опережает въездной. Так, в 2019 г. зафиксирован рекордный показатель за последние пять лет — превышение почти в два раза. Несовременная методология подсчетов Росстата не позволяет достоверно оценить уровень внутреннего туризма, но предпочтения россиян можно определить по косвенным показателям.

По данным Ростуризма, после девальвации рубля в 2014 г. и увеличения рублевой стоимости услуг в сфере зарубежного туризма на 37% следующий, 2015 г. показал падение выездного турпотока на 20%, а рост за-

грузки российских средств размещения составил лишь 9% [Бюллетень, 2016]. Российские туристы предпочли внутреннему туризму другие виды досуга. Кроме того, опросы туристов демонстрируют явный выбор россиян в пользу зарубежных средств размещения. По данным опроса портала «Турпром», 71% респондентов считают, что уровень сервиса на зарубежных курортах превосходит российский [Опрос Турпром, 2019].

Вопросы развития, стратегий и тактик не являются в экономической науке преходящими и постоянно обсуждаются специалистами в тех или иных аспектах и переменных, заданных временем. В туристской отрасли наиболее важные цели и задачи развития также видоизменяются. Эволюция данной проблематики отчетливо прослеживается и в новейшей экономической истории российского туризма.

В начале 1990-х гг. прошлого века в России остро стояли вопросы становления туристской отрасли как сферы частной предпринимательской деятельности; распределения и установления прав собственности на объекты туризма; формирования новых экономических связей как внутри страны, так и за рубежом. С наступлением «тучных нулевых», когда экономическая конъюнктура способствовала росту доходов населения, а значит, и росту расходов, связанных с туризмом, туристская сфера в России уже была сформирована, и начали подниматься вопросы качества. Затем в процесс развития внесли свои коррективы вопросы внешней политики, и в 2010-х гг. для туристской индустрии вновь стала актуальна категория «невъездных» туристов, появились санкционные запреты и произошло закрытие целых стран по причине их небезопасности для россиян. Казалось бы, российская туристская индустрия уже адаптировалась к постоянно меняющимся условиям игры и состояниям рынка, но начало 2020-х гг. ознаменовалось новой глобальной проблемой — пандемией вируса COVID-19.

Сейчас еще рано проводить комплексную оценку последствий удара пандемии по туротрасли, но даже та ситуация, которую мы наблюдаем, свидетельствует о неустойчивости действующей бизнес-модели в туризме и ее неспособности противостоять глобальным угрозам. Не все страховые механизмы сработали, не все оказалось возможно застраховать от подобного рода форс-мажора. Ситуация полной остановки целой группы отраслей вряд ли могла быть кем-либо предусмотрена. В этой связи еще более остро встал вопрос о совместных действиях участников туристской индустрии для выживания отрасли и устойчивого развития в будущем.

Основными показателями той или иной туристской деятельности до сих пор являются исключительно экономические индикаторы: количество туристов и поездок, прибыль, темпы наращивания средств размещения и т.д., при этом и государство, и общественность предъявляют все больше требований социального и экологического характера. В условиях пандемии список этих требований значительно расширился, что должно привести

к еще более существенному пересмотру параметров деятельности турфирм. И если изначально не учитывать общественно значимые вопросы при формировании стратегии развития туризма, то не стоит требовать социальной или экологической ответственности от бизнеса.

Концепция устойчивого развития позволяет решать эти задачи и осуществлять ответственное целеполагание, которое, в свою очередь, требует формулировки таких разнообразных целей, как, например, энергосбережение, высокий уровень обслуживания туристов и повышение качества жизни местных жителей. Такой масштаб согласования целей может быть основан только на механизмах отлаженного общественного диалога. Именно поэтому проблема развития социального капитала носит столь актуальный характер при обсуждении методов достижения устойчивого развития туризма.

Следует отметить, что концепция устойчивого развития является чрезвычайно сложной для рассмотрения именно в силу ее междисциплинарности и пересечения большого количества методологических подходов. Мингалева и Оборин справедливо отмечают важность всеобщего (философского) метода познания, который определяет мировоззренческую платформу исследователя, на основе которой формируется совокупность конкретных методов и понятий [Мингалева, Оборин, 2017]. Принимая во внимание практическое отсутствие единой методологии в данном направлении исследования, мы в своей работе основывались прежде всего на историческом и холистическом методах анализа, для того чтобы максимально полно осветить подходы к исследуемому вопросу, а также отразить изменение взглядов во времени.

Структура исследования основана на принципе «от общего к частному». В начале будет рассмотрено понятие устойчивого развития, его эволюция и современная трактовка. После этого будет обозначена специфика устойчивого развития для индустрии туризма. Затем в рассмотрение вводится понятие социального капитала и через его призму анализируются пути реализации концепции устойчивого развития в туризме. В заключении работы будут подведены итоги и обозначены направления будущих исследований.

Концепция устойчивого развития и ее использование в туризме

Термин «*устойчивое развитие (sustainable development)*» появился в экономической теории относительно недавно, но довольно широко используется в различных направлениях науки, являясь собирательным обозначением бережного и гуманистичного роста. Устойчивое развитие очень часто путают с развитием постоянным или стабильным (*steady-state growth*), понимая под таким развитием непрерывный количественный рост, как пра-

вило, исключительно показателей экономической деятельности. В то же время в экономической теории, социологии и ряде наук о развитии территорий и природоохранной деятельности термин «устойчивое развитие» имеет четкое определение.

В начале 1970-х гг. прошлого века обсуждение в рамках ООН и Римского клуба вопросов развития человечества и сохранения планеты для будущих поколений привело к появлению первых деклараций по расширенному пониманию роста. Наиболее известным из этих программных документов стал доклад «Пределы роста», посвященный вопросам загрязнения окружающей среды и ограниченности природных ресурсов. Проблемы экологии, экономики и социального развития были впервые связаны в рамках единой концепции развития.

Непосредственно сочетание *sustainable development* впервые встречается в качестве термина в широко известном докладе Г. Х. Брундтланд в 1987 г., созданного в рамках работы комиссии ООН по окружающей среде и развитию: «Человечество способно сделать развитие устойчивым — обеспечить нужды настоящего поколения, не подвергая риску способность будущих поколений удовлетворять свои потребности». Там же была впервые представлена триединая концепция устойчивого развития с обозначением трех сфер развития, которые обеспечивают устойчивость: экономическая, социальная и экологическая [Доклад, 1987]. Концепция развивалась в ходе многочисленных обсуждений, и уже с 2003 г. это объединенное понимание полноценного развития становится одним из ключевых терминов в стратегиях ООН, а в 2015 г. были сформулированы 17 целей устойчивого развития (ЦУР) на период до 2030 г., которые уравновешивают экономическое, социальное и экологичное развитие общества [ООН ЦУР, 2019].

Устойчивое развитие определяется как развитие, отвечающее потребностям нынешнего поколения без ущерба для возможностей будущих поколений удовлетворять их собственные потребности. Устойчивое развитие предусматривает согласованные усилия по созданию инклюзивного, устойчивого и жизнеспособного будущего для людей и планеты. Для достижения устойчивого развития крайне важно согласовать три основных элемента: экономический рост, социальную интеграцию и охрану окружающей среды.

Следует отметить, что в ходе отраслевых исследований устойчивое развитие неизменно приобретает свою специфику, связанную непосредственно с видом деятельности, и туризм не является исключением.

ООН определяет устойчивый туризм в своей программе по защите окружающей среды UNEP как «туризм, который в полной мере учитывает свои нынешние и будущие экономические, социальные и экологические последствия, удовлетворяя потребности посетителей, промышленности, окружающей среды и принимающих сообществ» [UNEP, 2013]. Здесь

важно подчеркнуть, что устойчивость — это сбалансированный взгляд на развитие индустрии и на все последствия такого развития, как позитивные, так и негативные [Nunkoo, 2017]. Хотя некоторые исследователи делают акцент именно на положительном балансе экономических, экологических, социально-культурных воздействий туризма, а также интересов туристов и местного населения между собой [Береза, 2009].

На рис. 1 представлена схема формирования триединой концепции устойчивого развития туризма. Главным здесь является не состав или обязательность конкретных целей, которые могут различаться в зависимости от региона, масштаба и времени планирования, а именно возможность учета всех трех сфер жизнедеятельности одновременно. В частности, в данной интерпретации схемы нами были взяты за основу системы агрегированных индикаторов развития устойчивого туризма и дополнены в соответствии с рекомендациями по статистическому измерению ЦУР Всемирной туристской организации при ООН [Lozano-Oyola et al., 2019; Asmelash and Kumar, 2019; Kester UNWTO, 2017].



Рис. 1. Схема формирования триединой концепции устойчивого развития туризма

Источник: составлено авторами.

При беспорядочной важности всех семнадцати ЦУР в рамках решения тех или иных проблем имеет смысл стремиться к достижению одной-трех целей одновременно, иначе неизбежно возникают сложности в реализации. Так, в устойчивом туризме, если сразу поставить цели сниже-

ния бедности принимающих регионов, защиты экосистем и сохранения исторических ценностей, то едва ли удастся достичь успехов даже на пути к одной из них, поскольку такие цели не только масштабны, но и слишком разнонаправленны по охвату участников. Вопрос выявления наиболее важных целей, расставления приоритетов и утверждения стратегии устойчивого развития требует участия представителей бизнеса, государства и местного сообщества.

Для формирования политики устойчивого развития туризма важна координация действий и управление стратегией. При этом не следует понимать координацию и управление исключительно как процесс государственного регулирования. Б. Джессоп дает следующее определение механизмам координации (*governance*) применительно к концепции устойчивого развития туризма: «Рефлексивная самоорганизация субъектов, вовлеченных в сложные отношения взаимозависимости, где самоорганизация основана на продолжающемся диалоге и совместном использовании ресурсов для разработки взаимовыгодных совместных проектов, а также управления противоречиями и дилеммами, неизбежно возникающими в таких ситуациях» [Jessop, 2003]. Данное определение включает в себя сразу несколько элементов, присущих феномену «социального капитала», а именно: сложные отношения, взаимозависимость, совместное использование ресурсов, взаимовыгодность проектов.

Кроме того, нельзя не учитывать необходимость доверия между участниками туристского сообщества, которое также является одним из условий формирования благоприятной основы для устойчивого развития. Согласно результатам исследования группы ученых из Франции и США государственное регулирование имеет сильную отрицательную корреляцию с различными показателями уровня доверия в обществе. В результате сравнения группы стран с переходной экономикой с группой стран ОЭСР был сделан вывод о наличии двух разнонаправленных тенденций, когда в странах с высоким уровнем доверия наблюдается низкий общественный спрос на государственное регулирование, и наоборот [Aghion et al., 2010]. И хотя авторы напрямую не используют термин «социальный капитал», а оперируют такими понятиями, как «убеждения», «доверие», «цивилизованность», прослеживается тесная взаимосвязь между социальным капиталом и устойчивым экономическим и социальным развитием.

Социальный капитал в концепции устойчивого развития туризма

Рассматривая роль социального капитала в устойчивом развитии туризма, необходимо принимать во внимание тот факт, что в научном сообществе существуют различные теоретические подходы к определению как содержания феномена социального капитала, так и задач по его ис-

следованию. Из всего многообразия взглядов на социальный капитал следует выделить по крайней мере четыре основных подхода к его исследованию: социоантропологический (психологический), социологический, экономико-институциональный, политологический [Стрельникова, 2003].

В рамках данной работы нас в наибольшей мере интересуют отношения между субъектами туризма, формирующиеся с целью устойчивого социально-экономического развития. Поэтому в вопросах определения социального капитала мы будем придерживаться его социологических трактовок и ряда экономико-институциональных расширений, тем более что во многих аспектах эти исследовательские подходы пересекаются.

Согласно исследованиям американского социолога А. Портеса, идея социального капитала заимствована из основ социологии XIX в., где данная концепция так или иначе подразумевается в работах Э. Дюркгейма и К. Маркса [Портес, 1998]. Французский социолог П. Бурдьё был первым, кто последовательно проанализировал понятие социального капитала в его современном понимании. Бурдьё определяет социальный капитал как совокупность реальных или потенциальных ресурсов, связанных с обладанием устойчивой сетью более или менее институционализованных отношений взаимного знакомства и признания, — иными словами, с членством в группе [Бурдьё, 1986]. Он ставит объем социального капитала в зависимость от размера сети связей агента, которые тот может эффективно мобилизовать, и от объема капитала (экономического, культурного или символического), которым, в свою очередь, обладает каждый из тех, кто с ним связан. Кроме того, он подчеркивает роль прибыли, приносимой членством в группе, которая лежит в основе солидарности групп.

В экономических исследованиях широко используется определение социального капитала, данное американским социологом Дж. Коулманом, который использовал экономические принципы рационального поведения в анализе социальных систем, не ограничиваясь рассмотрением экономических систем и проводя анализ таким образом, чтобы не выпадала социальная организация. Определяя социальный капитал как нечто нейтральное, Коулман делает акцент на его функциях, составляющих и возможностях использования [Coleman, 1988]. Коулман отмечает, что продуктивность социального капитала заключается в том, что с его помощью могут быть достигнуты соответствующие цели, добиться которых при его отсутствии невозможно. Это полностью укладывается в концепцию устойчивого развития, которая требует участия индивидов, групп и организаций из различных сфер, которых весьма сложно даже собрать вместе, а тем более привести к консенсусу.

По мнению Коулмана, различные формы социального капитала имеют свою ценность для упрощения некоторых действий, но в то же время эта ценность является потенциальной и может оказаться бесполезной. Применяя данный тезис к индустрии туризма, можем определить соци-

альный капитал по факту наличия в отрасли различного рода объединений, форумов, союзов и т.д. В то же время наличие тех или иных форм ассоциаций в сфере туризма вовсе не гарантирует, что в рамках их деятельности будут приниматься решения, способствующие развитию, и что такие объединения вообще будут проявлять продуктивную активность.

Более того, инициаторы подобного рода ассоциаций, являясь создателями социального капитала и, как следствие, общественного блага, обычно получают лишь малую часть этого самого блага [там же, с. 116]. Это свойство социального капитала, а также понимание того, что гражданские инициативы обычно носят волонтерский характер со стороны активистов, приводят нас к необходимости включения в рассмотрение таких категорий, как доверие, ответственность, честность. В этой связи интересно развитие идеи социального капитала американским политологом Р. Д. Патнэмом, который понимает его как всеохватывающую концепцию для норм и социальных сетей, регулирующих взаимодействие между индивидами и группами индивидов. Патнэм рассматривает социальный капитал и гражданское общество как основные предпосылки для общественного благосостояния, «когда доверие и социальные сети хорошо развиты, индивиды, фирмы, районы и даже нации процветают» [Putnam, 1993].

Значительный вклад в экономическое понимание социального капитала внесли С. Нек и Ф. Кифер, которые в начале 1990-х гг. провели масштабные эмпирические исследования степени воздействия социального капитала на экономику развитых и развивающихся стран. Полученные результаты позволили авторам утверждать, что социальный капитал не следует рассматривать как однородную субстанцию, и влияние его различных составляющих на экономику и общество во многом зависит от контекста, но в целом страны с более высоким ВВП на душу населения и темпами экономического роста имеют также и высокий уровень социального/гражданского капитала и доверия в обществе [Knack, Keefer, 1997]. Позже Л. Гуизо, П. Сапиенза и Л. Зингалес предложили скорректированное определение социального капитала как «постоянные и общие убеждения и ценности, которые помогают группе преодолеть проблему безбилетников в осуществлении социально значимых видов деятельности» [Guiso et al., 2010], таким образом прямо обозначая наличие экономического воздействия данного капитала на общественную жизнь.

Важно отметить, что многообразие и мультидисциплинарность исследований социального капитала породили проблему отсутствия единства в понимании терминов «форма», «тип», «вид», «элемент», «компонент» по отношению к социальному капиталу. Не предполагая введения новых определений или структурирования уже имеющихся, обозначим наше понимание ряда ключевых терминов, которые использованы в настоящей работе.

Понятия *формы, элемента и компонента* отнесем к категории, упорядочивающей внутреннее содержание, т.е. всегда включаемой в определение социального капитала вне зависимости от исследовательского подхода. Жесткое ядро в определениях социального капитала составляют три элемента так называемой триады социального капитала: нормы, доверие и социальные сети [Полищук, Меняшев, 2001, с. 48]. В свою очередь, наиболее близким к целям данного исследования является определение Мирового банка, основанное на указанных элементах: «Социальный капитал означает сети контактов и взаимоотношения между людьми, способствующие доверию и формирующие качество и количество социальных взаимодействий в обществе» [World Bank, 1999, с. 18].

Понятия *тип и вид* обозначают группу, содержащую характерные, обобщенные черты социального капитала. Каждая подобная типологизация в той или иной мере происходит в определенном исследовательском контексте и соотносится с характеристиками какого-либо компонента социального капитала.

В настоящий момент существует большое количество классификаций и типологий социального капитала, но основным и наиболее часто упоминаемым в литературе является разделение по следующим признакам:

- 1) масштаб анализа: микро-, мезо- и макроуровень;
- 2) уровень обобществления: групповой и индивидуальный; внешний, внутренний и смешанный;
- 3) институционализированность: формальный и неформальный;
- 4) характеристики сети: объединяющий и связывающий, открытый и закрытый, по силе связи и/или плотности сети и т.д.;
- 5) историко-организационный контекст: семейный, общинный, артельный, самоуправляющихся бригад, организаций, предприятий, отделов, клубов и т.п.;
- 6) агрегированные формы: структурный, когнитивный и отношенческий 1 и 2-го типов.

Для устойчивого развития туризма важны все формы и типы социального капитала именно потому, что это позволяет наилучшим образом добиться учета разноплановых интересов. Тем не менее одной из наиболее приоритетных исследовательских задач видится выявление специфики социального капитала, задействованного в ходе формирования политики устойчивого развития. Формирование политики — процесс более инклюзивный и динамичный в сравнении с разработкой стратегии и в большей степени соответствует принципам устойчивого развития. В свою очередь, политический процесс основан на различных механизмах координации, действующих в обществе.

Определим модель устойчивого развития туризма, обеспечивающую наиболее полную представленность интересов, через механизмы координации. За основу мы приняли типологию механизмов организационного контроля У. Ооти, которая была модифицирована Г. Томпсоном и соав-

торами, а именно структурирована по оси взаимоотношений (*ось x* от конкуренции к координации) и организационных форм (*ось y* от иерархичных организационных форм к независимым) и дополнена концепцией сетей [Ouchi, 1979; Frances et al., 1991, p. 244]. Полученную структуру мы адаптировали под специфику применения в туризме, наполнив координационные механизмы акторами — субъектами туристской деятельности. Вывод о природе формирования политики устойчивого туризма на пересечении квадрантов был получен на основе работ А. Аморе и М. Холла, которые после анализа и систематизации современных механизмов координации обнаружили, что партисипативные, совещательные и рефлексивные механизмы находятся в области, близкой к пересечению четырех «идеальных типов» механизмов координации [Amore, Hall, 2016]. Для устойчивого развития туризма нам интересны наиболее партисипативные сочетания механизмов координации.

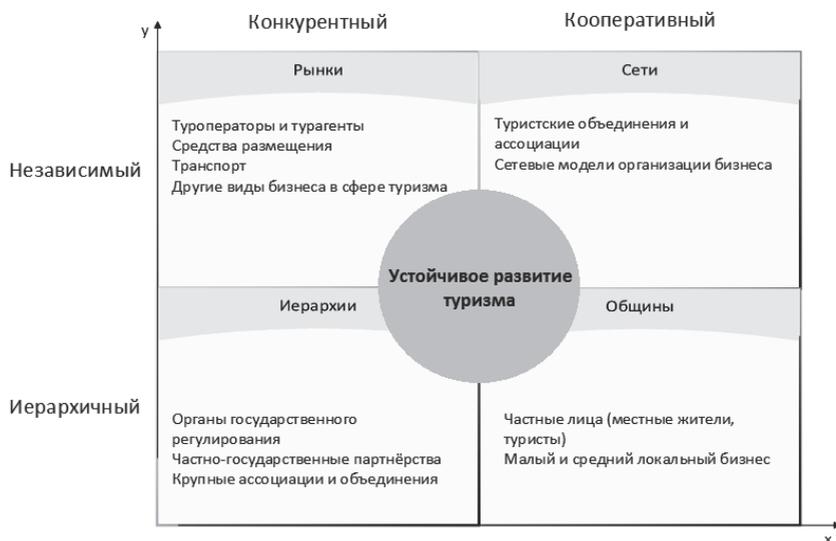


Рис. 2. Модель устойчивого развития туризма на основе типов механизмов координации
 Источник: составлено авторами.

Квадранты модели представляют механизмы координации, которые различны по сути организации и внутренних взаимоотношений. В упрощенном виде они характеризуются следующим образом: Иерархия — идеализированная модель демократической координации и общественного администрирования; Рынок — механизм координации, при котором аллокация ресурсов с помощью закона спроса и предложения рассматривается как единственно эффективная; Сеть — управляемая координация частных-государственных интересов и ресурсов множеством акторов-участ-

ников посредством создания социальных структур; Община¹ — механизм координации, в котором первостепенная роль при решении проблем отводится местным сообществам с минимальным уровнем государственного вмешательства [Hall, 2011, p. 444]. Акторы в данном случае — это субъекты туристской деятельности, их объединения и органы государственного регулирования.

Среди субъектов туристской деятельности Федеральным законом от 24.11.1996 № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (с дополнениями и изменениями) выделяются: туристы, туроператоры и турагенты, экскурсанты и экскурсоводы, гиды-переводчики, инструкторы-проводники. Кроме того, в туристскую индустрию законодательно включены гостиницы и иные средства размещения, транспорт, средства развлечения и операторы информационных систем, следовательно, все субъекты этой деятельности также могут считаться субъектами туризма.

Определив модель устойчивого развития через основные механизмы координации и акторов, принимающих участие в формировании политики развития туризма, обозначим роль социального капитала в данном процессе. Основываясь на том, что каждый механизм координации характеризуется специфичной организацией и взаимоотношениями, предположим, что актерам потребуются различные типы социального капитала для действия внутри одного механизма координации или взаимодействия между ними. При таком условии наиболее интересным инструментом видится систематизация исследовательских подходов к социальному капиталу в их взаимосвязи с координацией и воздействием на общественную политику, разработанная М. Вулкоком и Д. Нараяном, которые объединили формы социального капитала в группы на основе политэкономических теорий разделения общества и новой институциональной экономики [Woolcock, Narayan, 2000]. Четыре группы подходов — общинный, сетевой, институциональный и синергетический — во многих аспектах совпадают с четырьмя «идеальными типами» механизмов координации, представленных в модели устойчивого туризма. В табл. 1 мы произвели сопоставление вышеназванных подходов и механизмов координации, а также обозначили позитивные и негативные эффекты при использовании каждого подхода в исследовании социального капитала в туризме на основе работ Р. Нанку и М. Холла, которые проанализировали воздействие различных элементов социального капитала на политику развития туризма [Nunkoo, 2017; Hall, 2011].

¹ В современном русском языке все переводы англоязычного слова «community» уже ассоциируются с ранее использовавшимися значениями. В данной работе мы переводим «community» как «община», понимая под этим термином небольшое географически ограниченное сообщество людей с какими-либо общими характеристиками, без привязки к историко-культурному контексту, существовавшему ранее.

Исследовательские подходы к роли социального капитала в устойчивом развитии туризма

Исследовательские подходы	Механизмы координации	Акторы	Эффекты использования в туризме	
			Позитивные	Негативные
Общинный	Общинный	Частные лица (туристы и местные жители), малый и средний локальный бизнес	Учитываются интересы местных сообществ, развиваются нормы взаимовыручки и поддержки, снижается бедность	Относительно низкий масштаб охвата, ограниченная вовлеченность, негативное восприятие туризма, неравенство и дискриминация; высокая вероятность развития негативных форм социального капитала; возможность быстрой реализации плохих идей
Сетевой, институциональный	Сетевой, рыночный	Туроператоры и турагенты, средства размещения, транспорт, другие виды бизнеса в сфере туризма, туристские объединения и ассоциации, сетевые модели организации бизнеса	Децентрализация программ развития, создание туристских кластеров, развитие вертикальных и горизонтальных связей	Изоляция отдельных участников, преследование узких интересов, ограниченные информации в рамках замкнутых групп, «провалы рынка»; выбор неправомерных целей и индикаторов развития
Синергетический	Иерархический	Органы государственного регулирования, частно-государственные партнерства, крупные ассоциации и объединения	Укрепление гражданских свобод, развитие прозрачности и доверия в сфере регулирования туризма	Недостаточная представленность микроруровня, «навязанное сверху» планирование, игнорирование интересов местных сообществ

Источник: составлено авторами на основе [Woolcock, Narayan, 2000; Hall, 2011; Nunkoo, 2017].

Первый подход к изучению социального капитала в туризме — *общинный, или уровень местного сообщества*, характеризуется степенью и интенсивностью участия местных жителей в работе локальных объединений, таких как: советы, клубы, ассоциации, кооперативы, местные НКО. Такой капитал создают и накапливают люди, которые ведут туристскую деятельность непосредственно в местах размещения туристов и дестинациях. Участие во взаимосвязях подобного рода позволяет выявить проблемы и интересы местных жителей, связанные не только с туристской деятельностью, но и с экономико-социальной ситуацией региона в целом. На данном уровне анализируются виды участия в управлении, причины такого участия, интенсивность деятельности местного сообщества [Wondirad, Ewnetu, 2019]. Кроме того, рассматриваются такие управленческие механизмы, как оптимизация местных туристских объединений или моделей туристского планирования [Moscardo et al., 2017].

В большинстве случаев различного рода взаимодействия на общинном уровне рассматриваются как исключительно позитивное явление, поскольку зачастую только этот регулятивный канал доступен местным жителям для решения своих проблем. Тем не менее негативные стороны при анализе на данном уровне также нужно учитывать. В первую очередь это небольшой масштаб деятельности и неспособность (или нежелание) ее расширять. В туризме это чаще всего проявляется в низком уровне качества. Например, если крупные сетевые гостиницы находятся в процессе постоянного совершенствования сервиса, внедряя новые стандарты деятельности, разработанные централизованно, то небольшие частные гостиницы работают «по старинке». То же относится к возможности аккумуляции капитала для расширения деятельности. У местных сообществ доступ к инвестиционным ресурсам значительно меньше, чем у крупных участников туррынка.

Кроме того, еще одним минусом социального капитала общинного уровня является его относительная однородность и закрытость, что порождает различные виды дискриминации и развитие негативных форм социального капитала. Устойчивое развитие туризма требует справедливого участия и вознаграждения всех работников отрасли, в то время как местные сообщества далеко не всегда открыты для всех групп населения. Национальные и гендерные вопросы наиболее остро встают именно на локальном уровне, куда менее всего проникают правила корпоративной культуры, основанные на недискриминационных нормах международного права.

При рассмотрении *сетевого и институционального* подходов мы сохранили их оригинальное разделение по версии Вулкока и Нараяна, однако с учетом современного состояния сетевого анализа граница между данными подходами становится все более размытой. Новая институциональная теория оказала существенное влияние на развитие методологии

исследования сетевых форм организации бизнеса [Шерешева, 2014]. Понятия ограниченной рациональности, оппортунистического поведения, специфичности активов, транзакционных издержек, контрактного подхода в качестве методологического принципа анализа позволяют сравнивать экономическую эффективность разных механизмов координации [Баджо, Шерешева, 2014]. Таким образом, разделение указанных подходов можно наблюдать только в ряде «технических» аспектов, на которых остановимся подробнее.

В основе *сетевого* подхода лежит принцип анализа связей социальных позиций внутри социальной структуры [Frances et al., 1991, p. 173]. При анализе социальных сетей принимается во внимание не только тип участников (индивид, группа, организация и т.д.), но и вид образуемых связей, их плотность, количество, наличие посредника и т.д. В отличие от общинного сетевого подход позволяет проследить процесс формирования социального капитала у участников туриндустрии различного уровня и различных географических локаций. Если в случае общины мы наблюдаем в основном горизонтальные связи, например между владельцами гостиниц в одном регионе, то сетевой подход позволяет анализировать крупные сети, участники которых могут иметь связи как по горизонтали, так и по вертикали, не ограничиваясь при этом территорией региона или рамками специализации.

Примером такой сети является Российский союз туриндустрии (РСТ), куда входит более 1000 организаций, среди которых туроператоры, турагентства, гостиницы, санаторно-курортные учреждения, транспортные, страховые, консалтинговые, IT-компании, учебные заведения, СМИ, общественные и иные организации в сфере туризма. Все эти организации обладают социальным капиталом, который имеет форму возможности совместной деятельности и выражения интересов при формировании политики развития туризма. Кроме того, существуют сетевые бизнес-модели, участники которых также способны оказать значительное влияние на формирование политики туризма. Так, М. Оборин и М. Шерешева выделяют в туристско-рекреационной сфере России три основные сетевые модели организации бизнеса с различным составом участников, различающихся по профилю деятельности [Оборин, Шерешева, 2017].

При всей перспективности сетевого подхода нельзя не отметить его недостатки, во многом обусловленные «провалами рынка». В случае нарушения деятельности конкурентных механизмов существует вероятность сговора и отстранения (изоляции) отдельных игроков. Дж. Солард описывает ситуацию дисбаланса объединяющего и связывающего социального капитала при реализации стратегии развития туризма в США, приведшего к появлению региональных анклавов, участники которых бойкотировали внедрение стратегии [Soulard et al., 2018]. Кроме того, участники сети не всегда выбирают наиболее оптимальные цели с точки зрения концеп-

ции устойчивого развития туризма. О. Эркус-Озтюрк и А. Эрайдин приводят опыт развития сетей в дестинациях Турции, где сети формируются с экономическими целями в ущерб экологическим и социальным [Erkus-Ozturk, Eraydin, 2010].

С точки зрения *институционального* подхода (технически определяя данный подход только формальными ограничениями и правилами игры по Д. Норт) к пониманию социального капитала главная роль отводится государству как основному источнику формирования организационно-правовой среды, в которой взаимодействуют участники туристской индустрии. Главное отличие институционального подхода от общинного и сетевого заключается в том, что социальный капитал здесь является величиной зависимой. В первых двух подходах участники взаимодействуют самостоятельно и результат этих взаимодействий зависит исключительно от их усилий. В случае же институционального подхода к анализу социального капитала уровень его развития зависит от условий, созданных государством.

Доверие к действующим институтам обуславливает доверие к новым государственным инициативам и вовлечению людей в регулирование, т.е. способствует развитию социального капитала [Nunkoo, Smith, 2013]. Среди институтов, способствующих развитию социального капитала, М. Фрейтаг и М. Булман обозначили: универсализирующие, институты разделения властей, а также институты, ограничивающие некооперационное поведение [Freitag, Buhlmann, 2009]. В случае же их слабой развитости участники политического процесса ограничены в своих возможностях влиять на институциональные условия, и, следовательно, их усилия по созданию и использованию социального капитала также ограничены. Так, Б. Нутебум отмечает, что недостаток институтов, с одной стороны, предполагает бóльшую ориентацию на социальный капитал, а с другой — требует дополнительных усилий и затрат на его развитие, что в результате ограничивает его генерацию [Nooteboom, 2007].

В то же время при анализе социального капитала в рамках институционального подхода нельзя ограничиваться только формальными институтами. Так, Л. Полищук отмечает, что «формальные институты и социальный капитал, решая близкие задачи, взаимно заменяют друг друга, и при достаточном запасе социального капитала потребность в государственном присутствии в экономике и в обществе снижается», и социальный капитал правомерно рассматривать как институт особого рода, имеющий неформальное происхождение [Полищук, Меняшев, 2001, с. 49]. Таким образом, влияние неформальных институтов на формирование социального капитала также имеет смысл исследовать в рамках *институционального* подхода, пересмотрев монопольную роль государства в данном процессе. Более того, в направлении изучения неформальных институтов происходит и развитие новой институциональной экономической теории

[Аузан, Никишина, 2013], что также указывает на необходимость поиска негосударственных форм.

Как следует из описания институционального подхода, его реализация во многом устраняет недостатки подхода сетевого. Однако такая позиция противоречит концепции свободного рынка, которая отвергает государственное вмешательство. Последний подход — *синергетический* — объединяет в себе элементы всех перечисленных выше подходов к пониманию социального капитала. Взаимовыгодное объединение по типу «государство — общество — бизнес» должно в итоге сформировать стратегию развития туризма, учитывающую интересы максимального количества участников. При этом принимаются во внимание интересы местного сообщества, цели развития бизнеса, а государство обеспечивает институциональную среду для взаимодействия и реализации поставленных задач.

Однако основной предпосылкой для критики как институционального, так и синергетического подходов является их ориентация на макроуровень акторов. Если принять за аксиому, что формулирование политики — прерогатива исключительно государства или крупных участников рынка, то неизбежно возникает проблема недостаточного внимания к местным реалиям и методам воздействия на стратегию устойчивого развития. Более мелкие участники процесса не имеют возможности отстаивать свои интересы, поэтому даже формирование институциональной среды, которая должна обеспечивать общественный диалог, будет изначально ориентировано на тех, кто смог пролоббировать свои интересы на высшем уровне. Там же, где государство относительно слабо представлено и доминирует традиционное местное сообщество, в менее выгодном положении окажется бизнес. Другими словами, синергетический подход требует баланса в разделении власти между участниками, чего достигнуть в реальной ситуации практически невозможно.

Устойчивое развитие, государство и социальный капитал — возможность сосуществования в России

На сегодняшний день нет единого мнения ни о возможности стимулирования развития социального капитала, ни о существовании эффективных форм такого развития. Дискуссия разворачивается между двух полярных мнений: социальный капитал формируется только самим обществом (снизу) — и государство может стимулировать развитие социального капитала (сверху). Дж. Льюис, рассуждая о неоднозначности роли государства в развитии социального капитала, отмечает, что само по себе государственное вмешательство в процесс формирования социального капитала означает, что государство нам предписывает, с кем общаться, как интенсивно и насколько доверительно, что противоречит либеральным ценностям и ставит под сомнение необходимость такого социального капитала

[Lewis, 2010]. В то же время реализация таких сложных и общественно значимых стратегий, как устойчивое развитие туризма, при котором пересекаются разнонаправленные интересы множества участников, невозможно без внешней координации. Так, в Гиде Всемирной туристской организации при ООН для участников формирования политики устойчивого туризма красной нитью проходит мысль о центральной роли государства в данном процессе [UNEP/UNWTO, 2005].

Именно исходя из невозможности осуществления в настоящий момент политики устойчивого туризма без вмешательства государства, мы включили в данное исследование раздел, посвященный проблемам воздействия государства на процесс формирования социального капитала в России. Среди существующих политических проблем наиболее значимыми для развития социального капитала с точки зрения всех описанных ранее подходов нам видятся три фундаментальных ограничения со стороны государства: монополизация власти, коррупция и консервация действующей системы управления.

Монополизация власти — проблема, которую нельзя однозначно списать на авторитарность режима и узурпацию механизмов координации. Это и слабость гражданского общества. Россияне проявляют весьма низкую гражданскую активность, которую можно оценить по степени участия в различных объединениях и ассоциациях. Согласно данным базы Всемирного исследования ценностей (WVS), только процент участия в тех или иных инициативах колеблется от 0,1 до 2,4%, и первые по популярности организации — это спортивные и религиозные [Inglehart et al., 2011]. Если государственная власть не уравновешивается властью гражданской (а это и есть деятельность гражданских объединений вокруг общественно-политической проблематики), то со временем происходит монополизация власти и становление автократических режимов, при которых оказать влияние на стратегическое развитие практически невозможно.

Тенденция государственной монополизации власти уже четко прослеживается в России. Так, по данным опросов Левада-Центра, 58% респондентов считают себя совершенно неспособными повлиять на происходящее в стране, а 46% никак не могут повлиять на принятие государственных решений, 42% респондентов считают, что интересы власти и общества не совпадают. Среди причин нежелания активно участвовать в политике россияне указывают: занятость повседневными делами — 28%, уверенность в невозможности что-либо изменить — 24%, убеждение в том, что «политика не для рядовых граждан, политикой занимаются власти» — 22% [Левада-Центр, 2020]. Это самые популярные ответы на вышеобозначенные вопросы. Таким образом, вопросы формирования политики всех уровней воспринимаются гражданами как нечто, лежащее вне сферы их возможностей. При таком поведенческом паттерне очень сложно пы-

таться формировать социальный капитал на общинном и сетевом уровне, а институциональный и синергетический вообще остаются чисто теоретическими концептами.

Второй чрезвычайно важной проблемой в вопросе использования социального капитала является коррупция. Как уже отмечалось, вмешательство государства в процесс формирования социального капитала не всегда оценивается экспертами как благоприятное, а если это происходит с корыстными намерениями, то возникает прямо противоположный эффект. Так, Дж. Филд, подчеркивая роль государства в процессе развития социального капитала, отмечает, что чиновники, непреднамеренно подрывая существующие и налаженные связи, создают новые связи, которые потом могут иметь негативные эффекты [Field, 2016]. Негативные эффекты — это как минимум непродуктивное взаимодействие, но, к сожалению, чаще всего они принимают форму коррупционных схем.

Согласно Индексу восприятия коррупции, рассчитываемому международной организацией Transparency International, в 2019 г. Россия заняла 137-е место из 180 по уровню коррупции. Большая часть опрошенных россиян — 41% — главными характеристиками современной российской власти считают криминальность и коррумпированность [Левада-Центр, 2020, с. 41]. Ситуация усугубляется историчностью коррупционного развития (*path-dependence*), когда неэффективность начального набора институтов привела к тому, что система продолжает воспроизводить неэффективные состояния и коррупционные схемы регулирования, что особенно актуально для постсоветских экономик, существенно деформировавшихся в переходный период [Забелин, 2007]. В ситуации, когда закон и порядок не относятся к прерогативам государственной власти, возникает вопрос, является ли вмешательство такого государства благом в принципе или участникам туристской отрасли выгоднее вернуться к таким не институционализированным государством нормам, как доверие.

И третья проблема, связанная с государственной функцией в сфере формирования социального капитала, логично вытекает из первых двух и заключается в попытке консервации существующей системы управления. Очевидно, что монополистов устраивает монополия, а коррупционеров безнаказанность, поэтому любые попытки изменения сложившихся схем управления выдаются за дестабилизацию экономической и политической ситуации. Понятие устойчивого развития подменяется понятием устойчивости, которая упорно сводится к задачам стабилизации макроэкономики, опирающейся на приоритет экономического роста для накопления капитала в ущерб окружающей среде, как природной, так и социальной. Такой подход не отражает ни сути, ни целей устойчивого развития, заложенных в концепции ООН. Более того, это говорит о развитии «анти-устойчивых» тенденций в экономике, связанных с истощением природного и человеческого капитала.

Безусловно, при формировании и использовании социального капитала возникают проблемы не только со стороны государства, но и на всех остальных уровнях, начиная с поведенческих установок индивидов, ограничивающих социальные коммуникации, и заканчивая сложностями межотраслевого взаимодействия. Однако обозначенные проблемы государственной сферы видятся наиболее сложными для решения и требующими масштабных реформ.

Выводы и направления будущих исследований

Улучшение качественных характеристик туристской деятельности, переход к социально ответственному и экологичным методам хозяйствования делают необходимым активное внедрение концепции устойчивого развития в планирование стратегий развития туризма. За почти полувековую историю существования концепция устойчивого развития была конкретизирована на уровне ООН до четко сформулированных целей и задач для реализации. Принципы устойчивого развития были детализированы и адаптированы на уровне отраслей, в том числе и в туризме.

В ходе проведенного исследования была обозначена необходимость учета разноплановых интересов для формулирования стратегий устойчивого развития туризма, выражающаяся в самоорганизации, общественном диалоге и активности участников всех уровней. Большое количество участников политического процесса требует установления тесных доверительных отношений в рамках обсуждения и планирования развития. Вопросы создания и реализации таких отношений относятся к сфере формирования социального капитала.

Понимая социальный капитал с точки зрения его социологических трактовок как сети контактов и взаимоотношения между людьми, способствующие доверию и формирующие качество и количество социальных взаимодействий в обществе, мы провели анализ подходов к изучению его роли в устойчивом развитии туризма. Определив модель устойчивого развития туризма, обеспечивающую наиболее полную представленность интересов, через четыре «идеальных типа» механизмов координации, мы сопоставили их с группами подходов к изучению социального капитала, а также обозначили позитивные и негативные эффекты при использовании каждого подхода в исследовании социального капитала в туризме.

При всей важности самоорганизации и личной активности участников туристской индустрии нельзя недооценивать роль государства в процессе генерации социального капитала и интенсификации его использования. Учитывая важность институциональной основы и общей регулятивной деятельности, мы отдельно обозначили проблемы, которые возникают именно на государственном уровне: монополизация власти, коррупция

и консервация сложившихся практик управления. Понятие устойчивого развития подменяется понятиями устойчивости и стабильности, а попытки вовлечения общественности в планирование развития сводятся к политическим вопросам борьбы за власть.

Полученные результаты позволяют не только обобщить имеющиеся данные и уточнить роль социального капитала в устойчивом развитии, но и выявить перспективные направления для будущих исследований:

- 1) социальная структура и ее специфика в приложении к отраслевому взаимодействию в России [Uzzi, 1997; Martin, 2011];
- 2) межфирменное взаимодействие при формировании общих конкурентных преимуществ, передаче технологий и устойчивом развитии [Ahuja, 2000; Wike et al., 2019; Martínez-Pérez et al., 2019];
- 3) сетевые модели разработки политики устойчивого развития туризма при участии игроков различного уровня [Laumann, Knoke, 1987; Bai et al., 2019];
- 4) использование социального капитала для развития адаптивной способности и социального обучения как ответной меры пандемическому кризису в туриндустрии [Musavengane, Kloppers, 2020; Dressel et al., 2020; Hall et al., 2020].

Необходимо также исследовать культурологические и поведенческие аспекты формирования гражданских инициатив и объединений для решения вопросов устойчивого развития. Кроме того, крайне важным является проведение междисциплинарных конференций для специалистов в сфере экономики, социологии и экологии, что послужит толчком для проведения совместных исследований по вопросам устойчивого развития. Вовлечение большого количества участников в подобные исследования уже само по себе способствует генерации социального капитала и развитию гражданского общества.

Список литературы

1. Аузан А. А., Никишина Е. Н. Долгосрочная экономическая динамика: роль неформальных институтов // Журнал экономической теории. — 2013. — № 4. — С. 48–57.
2. Баджо Р., Шерешева М. Ю. Сетевой подход в экономике и управлении: междисциплинарный характер // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. — 2014. — № 2. — С. 3–21.
3. Береза О. А. Подходы к исследованию устойчивого развития туристско-рекреационной отрасли на региональном уровне // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). — 2009. — № 3(29). — С. 97–104.
4. Бюллетень о текущих тенденциях российской экономики. Ноябрь 2016. — М.: Аналитический центр при правительстве Российской Федерации. URL: <https://ac.gov.ru/files/publication/a/11063.pdf> (дата обращения: 14.05.2020).

5. Доклад Всемирной комиссии по вопросам окружающей среды и развития «Наше общее будущее» // ООН: официальный сайт. URL: <https://www.un.org/ru/ga/pdf/brundtland.pdf> (дата обращения: 02.11.2019).
6. *Забелин Д. В.* Условия устойчивого развития туризма в отраслевой структуре стран с посткризисной экономикой // Экономический вестник Ростовского государственного университета. — 2007. — Том 5. — № 2. — Часть 2. — С. 95–99.
7. Методология исследования сетевых форм организации бизнеса: коллект. моногр. / М. А. Бек, Н. Н. Бек, Е. В. Бузулукова и др.; под науч. ред. М. Ю. Шерешевой; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. — 446 с.
8. *Мингалева Ж. А., Оборин М. С.* Формирование методологии исследования устойчивого развития территорий // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. — 2017. — № 3. — С. 3–24.
9. *Оборин М. С., Шерешева М. Ю.* Специфика сетевых бизнес-моделей в туристско-рекреационной сфере // Управленец. — 2017. — № 4(68). — С. 24–31.
10. Общественное мнение — 2019. — М.: Левада-Центр, 2020 — 188 с.
11. Опрос «Где лучше сервис?». Туристский портал Турпром — 2019. URL: <https://www.tourprom.ru/polls/127/> (дата обращения 22.04.2020).
12. *Полищук Л., Меняшев П.* Экономическое значение социального капитала // Вопросы экономики. — 2001. — № 12. — С. 46–65.
13. *Стрельникова Л. В.* Социальный капитал: типология зарубежных подходов // Общественные науки и современность. — 2003. — № 2. — С. 33–41.
14. Цели в области устойчивого развития // ООН: официальный сайт. URL: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/> (дата обращения: 06.11.2019).
15. *Aghion P., Algan Y., Cahuc P., Shleifer A.* Regulation and Distrust // Quarterly Journal of Economics. — 2010. — Vol. 125(3). — P. 1015–1049.
16. *Ahuja G.* The duality of collaboration: inducements and opportunities in the formation of inter-firm linkages // Strategic Management Journal. — 2000. — Vol. 21. — P. 317–343.
17. *Amore A., Hall C. M.* From governance to meta-governance in tourism? Re-incorporating politics, interests and values in the analysis of tourism governance // Tourism Recreation Research. — 2016. — Vol. 41(2). — P. 109–122.
18. *Asmelash A. G., Kumar S.* Assessing progress of tourism sustainability: Developing and validating sustainability indicators // Tourism Management. — 2019. — Vol. 71. — P. 67–83.
19. *Bai X., Colbert M., McPhearson T., Roberts D., Siri J., Walsh B., Webb B.* Networking urban science, policy and practice for sustainability // Current Opinion in Environmental Sustainability. — 2019. — Vol. 39. — P. 114–122.
20. *Bourdieu P.* The Forms of Capital // In: *John G. Richardson* (ed.): Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education. — New York: Greenwood Press, 1986. — P. 280–291.
21. *Coleman J. S.* Social Capital in the Creation of Human Capital // The American Journal of Sociology. — 1988. — Vol. 94. — P. S95–S120.
22. *Dressel S., Johansson M., Ericsson G., Sandström C.* Perceived adaptive capacity within a multi-level governance setting: The role of bonding, bridging, and linking social capital // Environmental Science & Policy. — 2020. — Vol. 104. — P. 88–97.

23. Entering the 21st Century. World Development Report 1999/2000. — Published for the World Bank by Oxford University Press, 1999.
24. *Erkuş-Öztürk H., Eraydın A.* Environmental governance for sustainable tourism development: Collaborative networks and organization building in the Antalya tourism region // Tourism Management. — 2010. — Vol. 31(1). — P.113–124.
25. *Field J.* Social Capital (Key Ideas). 3rd Edition. — Routledge, 2016.
26. *Frances J., Levačič R., Mitchell J., Thompson G.* Introduction. In G. Thompson, J. Frances, R. Levačič, & J. Mitchell (Eds.), Markets, hierarchies and networks: Comparison between models (pp. 243–245). — London: Sage, 1991.
27. *Freitag M., Buhlmann M.* Crafting trust: the role of political institutions in a comparative perspective // Comparative Political Studies. — 2009. — Vol. 42. — P. 1537–1566.
28. *Guiso L., Sapienza P., Zingales L.* Civic Capital as the Missing Link // Chicago Booth Research Paper. — 2010. — No. 10–16.
29. *Hall C.M.* A typology of governance and its implications for tourism policy analysis // Journal of Sustainable Tourism. — 2011. — Vol. 19(4-5). — P. 437–457.
30. *Hall M. C., Scott D., Gössling S.* Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for // Tourism Geographies. — 2020.
31. *Inglehart R., Haerpfer C., Moreno A., Welzel C., Kizilova K., Diez-Medrano J., Lagos M., Norris P., Ponarin E., Puranen P. et al.* (eds.). World Values Survey: Round Six — Country-Pooled Datafile Version: Madrid: JD Systems Institute, 2014. URL: <http://www.worldvaluessurvey.org/WVSDocumentationWV6.jsp> (дата обращения: 24.04.2020).
32. *Jessop B.* Governance and meta-governance: On reflexivity, requisite variety and requisite irony // H.P. Bang (Ed.). Governance as social and political communication. — Manchester: University Press, 2003.
33. *Kester J.* Measuring Sustainable Tourism and the SDGs. 6th Meeting of the IAEG-SDG Manama, Kingdom of Bahrain, World Tourism Organization (UNWTO). URL: <https://unstats.un.org/sdgs/files/meetings/iaeg-sdgs-meeting-06/5.%20UNWTO%20Tourism%20Indicators.pdf> (дата обращения: 04.04.2020).
34. *Knack S., Keefer P.* Does Social Capital have an Economic Payoff? A Cross country Investigation // Quarterly Journal of Economics. — 1997. — Vol. 112 — No. 4. — P. 1251–1288.
35. *Laumann E. O., Knobe D.* The organizational state: social choice in national policy domains. — The University of Wisconsin Press, 1987.
36. *Lewis J. M.,* Connecting and Cooperating: Social Capital and Public Policy. — UNSW Press, Sydney, 2010.
37. *Lozano-Oyola M., Blancas F.J., González M., Caballero R.* Sustainable tourism tags to reward destination management // Journal of Environmental Management. — 2019. — Vol. 250.
38. *Martin J. L.* Social Structures. — Princeton University Press, 2011.
39. *Martínez-Pérez Á., Elche D., García-Villaverde P.M.* From diversity of interorganizational relationships to radical innovation in tourism destination: The role of knowledge exploration // Journal of Destination Marketing & Management. — 2019. — Vol. 11. — P. 80–88.
40. *Moscardo G., Konovalov E., Murphy L., McGehee N. G., Schurmann A.* Linking tourism to social capital in destination communities // Journal of Destination Marketing & Management. — 2017. — Vol. 6(4). — P. 286–295.

41. *Musavengane R., Kloppers R.* Social capital: An investment towards community resilience in the collaborative natural resources management of community-based tourism schemes // *Tourism Management Perspectives*. — 2020. — Vol. 34.
42. *Nooteboom B.* Social capital, institutions and trust // *Review of Social Economy*. — 2007. — Vol. 65(1). — P. 29–53.
43. *Nunkoo R.* Governance and sustainable tourism: What is the role of trust, power and social capital? // *Journal of Destination Marketing & Management*. — 2017. — Vol. 6(4). — P. 1–9.
44. *Nunkoo R., Smith S. L. J.* Political economy of tourism: Trust in government actors, political support, and their determinants // *Tourism Management*. — 2013. — Vol. 36. — P. 120–132.
45. *Ouchi W. G.* A Conceptual Framework for the Design of Organizational Control // *Mechanisms. Management Science*. — 1979. — Vol. 25(9). — P. 833–848.
46. *Portes A.* Social capital: its origins and applications in modern sociology // *Annual Review of Sociology*. — 1998. — P. 24:1–24.
47. *Putnam R. D.* *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*. — Princeton University Press, 1993.
48. *Soulard J., Knollenberg W., Boley B. B., Perdue R. R., McGehee N. G.* Social capital and destination strategic planning // *Tourism Management*. — 2018. — Vol. 69. — P. 189–200.
49. UNEP 2013. *Green Economy and Trade — Trends, Challenges and Opportunities* // UNEP: официальный сайт. URL: <http://www.unep.org/greeneconomy/GreenEconomyandTrade> (дата обращения: 06.11.2019).
50. UNEP/UNWTO 2005, *Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers*. URL: http://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/8741/-Making%20Tourism%20More%20Sustainable_%20A%20Guide%20for%20Policy%20Makers-2005445.pdf?sequence=3&isAllowed=y (дата обращения: 29.04.2020).
51. *Uzzi B.* Social structure and competition in interfirm networks: the paradox of embeddedness // *Administrative Science Quarterly*. — 1997. — Vol. 42(1). — P. 35–67.
52. *Wilke E. P., Costa B. K., Freire O. B. D. L., Ferreira M. P.* Interorganizational cooperation in tourist destination: Building performance in the hotel industry // *Tourism Management*. — 2019. — Vol. 72. — P. 340–351.
53. *Wondirad A., Ewnetu B.* Community participation in tourism development as a tool to foster sustainable land and resource use practices in a national park Milieu // *Land Use Policy*. — 2019. — Vol. 88, 104155. — P. 1–13.
54. *Woolcock M., Narayan D.* Social capital: Implications for development theory, research, and policy // *The World Bank Research Observer*. — 2000. — Vol. 15(2). — P. 225–244.

The List of References in Cyrillic Transliterated into Latin Alphabet

1. *Auzan A. A., Nikishina E. N.* Dolgosrochnaja jekonomicheskaja dinamika: rol' neformal'nyh institutov // *Zhurnal jekonomicheskoy teorii*. — 2013. — № 4. — S. 48–57.

2. *Badzho R., Sheresheva M.*Ju. Setevoy podhod v jekonomike i upravlennii: mezhdisciplinarnyj harakter // Vestnik Moskovskogo universiteta. Serija 6. Jekonomika. — 2014. — № 2. — S. 3–21.
3. *Bereza O. A.* Podhody k issledovaniju ustojchivogo razvitija turistsko-rekreativnoj otrasli na regional'nom urovne // Vestnik Rostovskogo gosudarstvennogo jekonomicheskogo universiteta (RINH). — 2009. — № 3(29). — S. 97–104.
4. Bjulleten' o tekushchih tendencijah rossijskoj jekonomiki. Nojabr' 2016. — M.: Analiticheskij centr pri pravitel'stve Rossijskoj Federacii. URL: <https://ac.gov.ru/files/publication/a/11063.pdf> (data obrashhenija: 14.05.2020).
5. Doklad Vsemirnoj komissii po voprosam okružhajushhej sredy i razvitija «Nashe obshhee budushhee» // OON: oficial'nyj sajt. URL: <https://www.un.org/ru/ga/pdf/brundtland.pdf> (data obrashhenija: 02.11.2019).
6. *Zabelin D. V.* Uslovija ustojchivogo razvitija turizma v otraslevoj strukture stran s postkriksnoj jekonomikoj // Jekonomicheskij vestnik Rostovskogo gosudarstvennogo universiteta. — 2007. — Tom 5. — № 2. — Chast' 2. — S. 95–99.
7. Metodologija issledovanija setevyh form organizacii biznisa: kollekt. monogr. / M. A. Bek, N. N. Bek, E. V. Buzulukova i dr.; pod nauch.red. M. Ju. Shereshevoj; *Nac. issled. un-t «Vysshaja shkola jekonomiki»*. — M.: Izd. dom Vyshej shkoly jekonomiki, 2014. — 446 s.
8. *Mingaleva Zh. A., Oborin M. S.* Formirovanie metodologii issledovanija ustojchivogo razvitija territorij // Vestnik Moskovskogo universiteta. Serija 6. Jekonomika. — 2017. — № 3. — S. 3–24.
9. *Oborin M. S., Sheresheva M.*Ju. Specifika setevyh biznes-modelej v turistsko-rekreativnoj sfere // Upravlenec. — 2017. — № 4(68). — S. 24–31.
10. Obshhestvennoe mnenie — 2019. — M.: Levada-Centr, 2020. — 188 s.
11. Opros «Gde luchshe servis?». Turistskij portal Turprom — 2019. URL: <https://www.tourprom.ru/polls/127/> (data obrashhenija: 22.04.2020).
12. *Polishhuk L., Menjashev R.* Jekonomicheskoe znachenie social'nogo kapitala // Voprosy jekonomiki. — 2001. — № 12. — S. 46–65.
13. *Strel'nikova L. V.* Social'nyj kapital: tipologija zarubežnyh podhodov // Obshhestvennye nauki i sovremennost'. — 2003. — № 2. — S. 33–41.
14. Celi v oblasti ustojchivogo razvitija // OON: oficial'nyj sajt. URL: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/> (data obrashhenija: 06.11.2019).

ОТРАСЛЕВАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

М. В. Кравцова¹

НИУ «Высшая школа экономики» (Москва, Россия)

УДК: 338.46

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ЗАКУПКИ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ: РОЛЬ ПОСТАВЩИКОВ В РАБОТЕ БОЛЬНИЦ

Исследование посвящено изучению влияния поставщиков на работу больниц на примере закупок государственных медицинских учреждений здравоохранения города Москвы. Построена агентская модель, в которой определены этапы взаимодействия больницы с поставщиками. Методом описательных статистик и графическим анализом данных проанализированы медицинские госзакупки больницы города Москвы за 2011–2019 гг. по данным авторской базы данных, включающей 512 681 контракт на общую сумму 1,2 трлн руб. Выделены основные стратегии поведения поставщиков, и обозначено их влияние на качество оказываемых услуг. Сформированы критерии, которыми должен обладать поставщик для исполнения контрактных обязательств. В статье проверена гипотеза о том, что поставщики, выбранные конкурентным способом, обеспечивают эффективные закупки больницам. Эмпирический анализ показал, что медицинские закупки, заключенные на электронных аукционах, характеризуются наличием конкуренции на торгах и экономией бюджетных средств. Полученные результаты свидетельствуют о способности поставщиков по-разному влиять на работу больниц. Выявлена наиболее благоприятная ситуация для заказчиков, оказывающих качественные услуги: поставка закупок поставщиками надлежащего качества по рыночным ценам, требуемого объема и в регламентированные сроки.

Ключевые слова: государственные закупки, заказчик, поставщик, больница, качество, эффективность.

Цитировать статью: *Кравцова М. В.* Государственные закупки здравоохранения: роль поставщиков в работе больниц // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. — 2020. — № 4. — С. 109–131.

¹ Кравцова Маргарита Владиславовна — аспирант, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»; главный специалист-эксперт отдела регионального развития здравоохранения, Минздрав России; e-mail: mkravcova@hse.ru, ORCID: 0000-0002-5888-3817.

M. V. Kravtsova
NRU Higher School of Economics (Moscow, Russia)
JEL: H57, I18

PUBLIC PROCUREMENT OF THE HEALTHCARE: THE SUPPLIER'S ROLE IN THE HOSPITAL WORK

The research is devoted to the suppliers influence on hospital work on the example of Moscow public procurement in hospitals. An agency model defining the hospital interaction stages with suppliers were constructed. Using the descriptive statistics method and graphical data analysis, procurement was considered with the author's database including 512 681 contracts of 1,2 trillion rubles for 2011–2019. The supplier's work strategies and their fallouts for the services were emphasized. The criteria the suppliers must have to the contract execution were developed. The hypothesis was tested that suppliers selected in a competitive way ensure the effective procurement for hospitals. The empirical analysis showed that drug procurement had a strong competition at auctions and budget savings. The findings concluded that the suppliers play various roles in hospital work. The favourable situation is that the supplier fulfills the contract delivering quality procurement at an affordable price, in full and due time.

Keywords: public procurement, customer, supplier, hospital, quality, efficiency.

To cite this document: *Kravtsova M. V. (2020) Public procurement of the healthcare: the supplier's role in the hospital work. Moscow University Economic Bulletin, (4), 109–131.*

В настоящее время развитие сферы здравоохранения Российской Федерации как социально значимого сектора стоит на первом месте для государства. Доля выделяемых бюджетных средств на поддержание работы государственных медицинских учреждений (далее — больницы) увеличивается ежегодно [Майский Указ Президента, 2018]. В данном исследовании государственные закупки (далее — госзакупки) рассматриваются как необходимые ресурсы, обеспечивающие непрерывную работу больниц. В связи с этим расходы на госзакупки здравоохранения растут и на конец 2018 г. составляют 460,3 млрд руб. из средств федерального бюджет [Министерство финансов, 2017]. Несмотря на координирующую деятельность и поддержку со стороны государства, не все больницы способны оказывать качественную медицинскую помощь, согласно представленным результатам независимой оценки государственных учреждений [Федеральное казначейство России, 2020]. Деятельность больниц, оказывающих услуги низкого качества, в большей степени характеризуется отсутствием ряда медицинского оборудования и нехваткой лекарственных препаратов, поступающих на баланс в виде закупок от поставщиков.

Учитывая обстоятельство, что способность больниц оказывать своевременную и качественную медицинскую помощь пациентам зависит от имеющихся ресурсов, а закупочная деятельность заказчика, регули-

рующаяся Федеральным законом от 05.04.2013 «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» (44-ФЗ), осуществляется по алгоритмично установленным правилам, мы акцентируем внимание на втором участнике закупочного процесса — поставщике.

Цель исследования — оценить влияние поставщиков на работу больниц на примере закупок государственных медицинских учреждений здравоохранения города Москвы.

Объект исследования — госзакупки больниц, а предметом исследования — влияние выбранных поставщиков на оказание медицинской помощи.

Задачами работы являются:

- рассмотреть контрактную систему госзакупок здравоохранения;
- определить эффективность госзакупок больниц города Москвы;
- провести эмпирический анализ госзакупок больниц города Москвы.

Первая часть посвящена рассмотрению контрактной системы в сфере госзакупок здравоохранения, где определяются основные этапы взаимодействия больниц с поставщиками в агентской модели. Во второй части проводится анализ медицинских госзакупок и определяется их эффективность. В третьей части измеряется конкуренция поставщиков на торгах. В четвертой части сравниваются задержки контрактов по их видам. В пятой части выделяются основные стратегии поставщиков и описывается их влияние на работу больниц. В шестой части приводятся результаты эмпирического анализа: поставщики, выбранные конкурентным способом, обеспечивают эффективные закупки больницам.

Контрактная система в сфере здравоохранения

Госзакупки — это покупка товаров, выполнение работ или оказание услуг, осуществляемых в установленном федеральным законом порядке для обеспечения государственных или муниципальных нужд за счет государственных бюджетных средств.

Минздрав России входит в пятерку крупнейших заказчиков, заключив контракты на общую сумму 84 223,4 млн руб. за I–III кварталы 2018 г. [Минфин России, 2019]. В конъюнктуре рынка объемы медицинских закупок отличаются ежегодным ростом пропорционально росту потребностей в данном виде услуг. В 2018 г. на здравоохранение было выделено 1994,1 млрд руб., а на 2019 и 2020 гг. свыше 2 млрд руб. Отметим, что основным источником финансирования является Фонд обязательного медицинского страхования, в системе которого насчитывается порядка 8869 больниц с финансовым обеспечением одного застрахованного работающего жителя в 8,9 тыс. руб. Непосредственно за счет средств фе-

дерального бюджета осуществляются закупки лекарственных препаратов (ЛП). Для оказания высокотехнологической медицинской помощи дополнительно на 2020 г. предусмотрены межбюджетные трансферты в размере 77,1 млрд руб., что увеличит долю закупок медицинского оборудования (МО) [Бюджет для граждан, 2017].

Большое количество исследований анализирует поведение заказчиков в закупочном процессе, объясняя возникающие проблемы в закупках некомпетентностью управления, проявляющейся в разработке неполных технических заданий (ТЗ), в неточном определении начальной (максимальной) цены контракта (НМЦК), в неумении проводить переговоры и производить оплату [Kumar et al., 2005; Decarolis et al., 2018; Bandiera et al., 2009]. На работу больниц влияет ряд внешних и внутренних факторов, поэтому в нашем исследовании мы выделяем поставщика как участника агентских отношений, поставляющего необходимые закупки, и оцениваем его влияние через призму агентской модели.

Агентские отношения — это договор, в соответствии с которым принципал привлекает агента для выполнения конкретных задач, делегируя права на принятие решений [Chrisidu-Budnik et al., 2017]. В контрактной системе выделяют принципала-заказчика (больница) и агента-поставщика, которые взаимодействуют между собой на рынке госзакупок для удовлетворения государственных и муниципальных нужд.

На рис. 1 представлено описание основных этапов осуществления закупок в контрактной системе, начиная с формирования заявки заказчиком и завершая исполнением контракта поставщиком.

Больницы должны обладать полным функционалом для того, чтобы оказывать качественные услуги, поэтому проводятся плановые закупки согласно сформированным и утвержденным планам-графикам на финансовый год. Задача контрактного отдела больницы на этапе формирования заявки — разработка ТЗ и НМЦК с последующим ее обоснованием согласно Приказу Минздрава России от 19.12.2019 № 1064н «Об утверждении Порядка определения начальной (максимальной) цены контракта...» [Приказ Минздрава России, 2019]. Заявка на закупку необходимых медицинских товаров или услуг размещается больницей или уполномоченным органом на выбранной электронной площадке в единой информационной системе (ЕИС) в зависимости от типа закупки и выбранного способа торгов: аукцион, конкурс, запрос котировок, запрос предложений или закупка у единственного поставщика. После размещения заявки аккредитованные фирмы принимают решение об участии на торгах. Предпосылками к подаче заявки на участие служит НМЦК, которая способствует росту конкуренции в случае возможности получения потенциальной прибыли победившим поставщиком. Обратим внимание, что определенная НМЦК по заниженной стоимости может приводит к тому, что ни один потенциальный поставщик не выходит на торги, в результате чего больница оста-

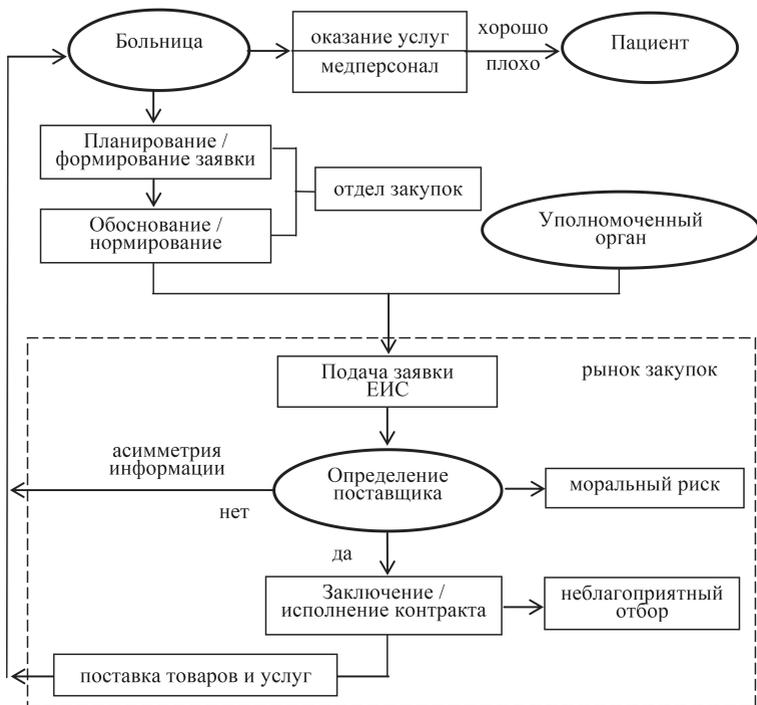


Рис. 1. Модель взаимодействия принципала-агента в контрактной системе
 Источник: составлено автором на основе данных сайта zakupki.gov.ru

ется без медицинских товаров и вынуждена размещать повторную заявку, в то время как происходит рост числа поступающих пациентов.

Рассмотрим более подробно процедуру закупок на этапе определения поставщика. Организатор проверяет участников на соответствие нормам законодательства, после чего допускает их к участию. В процессе ранжирования комиссия определяет победителя, способного лучше всего удовлетворить требования заказчика согласно ценовым предложениям или с учетом критериев участников в зависимости от типа закупочной процедуры. Поставщик становится ответственным лицом, на которого возлагаются обязанности по исполнению контрактных условий. Распространен случай подачи одной заявки, где возможен риск закупки по завышенной цене или поставки товара ненадлежащего качества из-за отсутствия альтернативных вариантов. Худший исход проявляется в несостоявшихся торгах по причине отсутствия поданных заявок на участие, в результате чего больница становится неспособной продолжать свою работу.

Как правило, поставщик, исполняющий контракт, владеет большей информацией о поставляемой закупке, чем заказчик, и действует в своих

интересах. Между заказчиком и поставщиком может возникать оппортунистическое поведение как следствие асимметрии информации, что приводит к поставке закупок и оказанию медицинских услуг низкого качества [Asker et al., 2010]. Неблагоприятный отбор — это оппортунистическое поведение поставщика до заключения контракта, в результате которого путем манипулирования частной информацией поставщик добивается заключения контракта на наиболее выгодных для себя условиях. Из-за отсутствия информации заказчик не может судить о компетенции поставщика и о качестве товара до того, как обе стороны заключат договор [Akerloff, 1970]. В этом случае заказчик может выбрать поставщика, который действует против его интересов. Моральный риск — это оппортунистическое поведение поставщика, наступающее после заключения контракта. Для предотвращения неблагоприятного исхода, проявляющегося в искажении информации, долгосрочном исполнении контракта и в технологически-структурной перестройке фирмы, заказчику следует предусмотреть условия стимулирования действий поставщика для поставки более качественных закупок, так как он не может проконтролировать все действия поставщика [Arrow, 1986].

Уровень выполнения контрактных условий поставщиком зависит от стимулов, что делает такое сотрудничество выгодным [Ross, 1973]. Для того чтобы поставщик действовал в интересах заказчика, следует разрабатывать договор вознаграждения с указанием условий и альтернативной суммы выплат. Принятие поставщиком требуемых условий договора определяется ожидаемой полезностью [Arrow, 1986]. [MacDonald, 1984] отмечает, что контракт должен иметь возможность максимизировать полезность заказчика и поставщика, при этом максимизация полезности заказчика должна быть совместима с достижением минимально приемлемого уровня ожидаемой полезности поставщика. Следует отметить, что максимизация дохода и минимизация усилий — два главных аргумента в функции полезности поставщика. Для организации взаимовыгодных условий заказчику следует запрашивать информацию о действиях поставщика, чтобы включить его усилия в договор вознаграждения [Holsmstrom, 1979].

В сфере медицинских закупок особенно важен аспект надлежащего исполнения контракта поставщиком. Качественные закупки являются растущей тенденцией в мире, которая способствует росту качества оказания медицинских услуг [Waters et al., 2004]. В данном процессе результатом является способность больницы оказывать «хорошо» или «плохо» медицинские услуги своим пациентам. По причине того, что стремления в агентских отношениях между заказчиком и поставщиком расходятся, заказчику следует разрабатывать совместимый договор. Ведь то, как формулируется договор и в какой степени открыта информация о закупке, влияет на способность поставщика управлять качеством [Camen, 2010].

Эффективные закупки со стороны поставщиков

Исследование проводится на собранных автором данных по 338 государственным бюджетным учреждениям здравоохранения города Москвы из единой информационной системы (ЕИС) в сфере закупок на <http://zakupki.gov.ru/>.

Мы основываемся на предпосылке теории агентства [Dixit, 2002], предполагая, что схема мотивации сотрудников схожа во всех больницах и обеспечивает одинаковое стремление к качественному выполнению работы. В настоящее время управление больниц ориентировано на соблюдение стандартов системы менеджмента и качества с выполнением запланированных медико-статистических показателей [Зинчук, 2009]. С другой стороны, мы опираемся на концепцию добавленной стоимости и рассматриваем товары и услуги, полученные в рамках государственных контрактов, как ресурсы, необходимые для оказания медицинской помощи, считая, что чем выше качество ресурсов, тем выше качество самих услуг.

Несмотря на законодательно установленные регламенты работы, на практике больницы по-разному оказывают услуги и выполняют оптимизацию закупочной деятельности, особенно когда конечная цена контракта и его качество обусловлены поведением другого участника — поставщика. В связи с этим мы оцениваем влияние поставщиков на работу больниц через измерение эффективности закупок. Предполагается, что если поставщик поставляет эффективные закупки в больницы, то они, имея все необходимые ресурсы для работы, обладают способностью своевременно и качественно оказывать медицинскую помощь пациентам, как результат — снижение заболеваемости и числа смертей.

Традиционно в литературе под эффективными закупками понимаются закупки, характеризующиеся высокой конкуренцией и снижением цены в ходе проведения торгов [Ivaldi et al., 2003; Бальсевич и др., 2014]. Мы дополняем классическое определение «эффективность закупок» дополнительными критериями эффективности — качество и задержки в поставках (рис. 2).

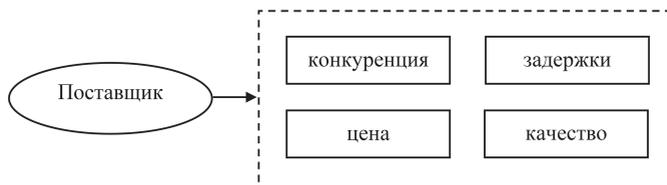


Рис. 2. Критерии эффективности медицинских закупок

Источник: составлено автором на основе данных сайта zakupki.gov.ru

Подчеркнем, что достаточно сложно измерить качество закупок по сравнению с остальными критериями эффективности. В большин-

стве случаев качество товаров определяется медицинским персоналом в процессе его эксплуатации, а удовлетворенность пациентов оказываемыми медицинскими услугами имеет субъективный характер [Kestenbaum et al., 1995]. В больницах организованы комиссии, которые при приемке поставляемого товара осматривают его визуальные признаки, полагаясь на технологическое соблюдение норм при производстве товара и его соответствии ГОСТам и стандартам качества. Таким образом, ответственность за качество закупок возложена на поставщика.

Применяя анализ описательных статистик и графический анализ данных, проанализируем госзакупки больниц города Москвы, используя авторскую базу данных (БД) с 512 681 заключенным контрактом за 2011–2019 гг. Далее на рис. 3 и 4 представлена динамика заключения контрактов с поставщиками за последние 10 лет. В процессе было выявлено, что больницы закупают товары медицинского назначения по следующим группам: ЛП, жизненно необходимые и важнейшие лекарственные препараты (ЖНВЛП), МО, сопутствующие товары и услуги (СТУ), прочие товары и услуги (ПТУ), требуемые для непрерывного функционирования отделений больниц.

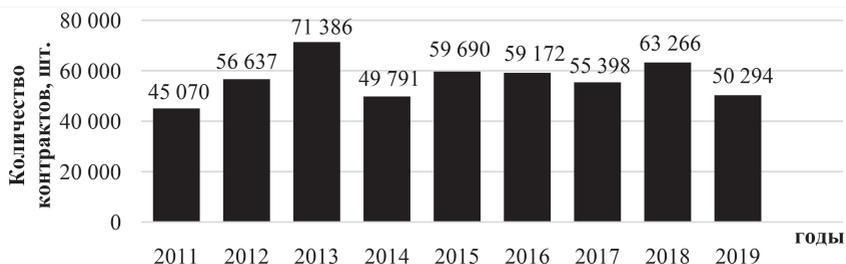


Рис. 3. Общее количество заключенных контрактов больницами города Москвы за 2011–2019 гг.

Источник: составлено автором на основе собранной информации с сайта zakupki.gov.ru

Анализируя количество контрактов по годам, видим, что больше всего контрактов было заключено в 2013 г. в количестве 71 386 штук. Замечено падение динамики объемов в 2014 г. — заключен 49 791 контракт по сравнению с другими периодами времени, что обусловлено вступлением в действие 44-ФЗ, впоследствии упростившего проведение закупочных процедур. В свою очередь, с ростом количества контрактов увеличивается частота взаимодействия с поставщиками. Общей проблемой для больниц в 2019 г. были несостоявшиеся торги на закупку ЛП. С одной стороны, фирмы не подавали заявки на участие по причине низкой резервной цены, не желая продавать товар по себестоимости. В таких обстоятельствах больницы были вынуждены подавать повторно заявки и использовать остаточные медицинские ресурсы, что влияло на качество оказываемых медицинских

услуг. С другой стороны, заявка одного участника впоследствии привела к его выбору, что создавало риск получения некачественной закупки по причине отсутствия альтернативных вариантов. Безусловно, качество поставляемых закупок зависит от способности поставщиков удовлетворить требования заказчиков.

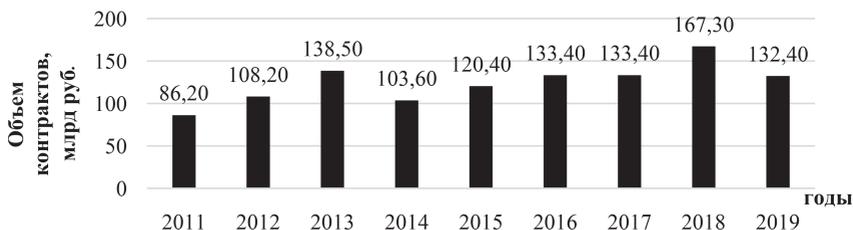


Рис. 4. Общий объем заключенных контрактов больницами города Москвы за 2011–2019 гг.

Источник: составлено автором на основе собранной информации с сайта zakupki.gov.ru

Динамика заключенных контрактов показывает, что потребность в медицинских закупках у больниц города Москвы ежегодно высокая, где доля расходов денежных средств составляет свыше 100 млрд руб. Такая тенденция отражает рост доли числа пациентов, нуждающихся в оказании бесплатной медицинской помощи.

Следует заметить, что, согласно независимому рейтингу качества оказания услуг, больницы, которые расположены на позиции «хорошее оказание услуг», имеют в наличии все необходимые ресурсы медицинского назначения, в отличие от больниц, стоящих на позиции «плохое оказание услуг» [Федеральное казначейство России, 2020]. Мы полагаем, что одной из причин плохого оказания услуг является поставка неэффективных закупок, приводящая к перебоям в работе таких больниц по вине поставщиков, исполняющих контракты с нарушениями.

Пациенты, получившие некачественные услуги, будут предпочитать обращаться в другие больницы. Отток пациентов дает такой обратный эффект, как снижение поступления денежных средств, уменьшение нагрузки на медицинский персонал, сокращение койко-мест, отсутствие потребности в закупках для последующего оказания медицинских услуг, и приводит к реорганизации учреждения.

Конкурентные закупки больниц

Цена как главный мотиватор в решении поставщиков о сотрудничестве с заказчиками чувствительна к изменениям числа участников торгов. Общеизвестный факт — высокая конкурентная среда может значительно снижать НМЦК, получая экономию денежных средств и влияя на качество

закупок [Onur et al., 2012]. Достигаемая экономия по госзакупкам будет разной в зависимости от выбранной процедуры закупок [Baldia et al., 2017].

Обратим внимание на предлагаемую стоимость исполнения контракта поставщиком. Одной из причин в расхождении цен на стандартизированные товары является функциональный признак: поставщик-производитель и поставщик-посредник. У поставщика-производителя цены, как правило, ниже, чем у поставщика-посредника, поставляющего товар с дополнительными надбавками и наценками. В то же время имеет значение организация производства, территориальная расположенность и форма собственности фирмы, что в конечном итоге сказывается на желаемом размере прибыли и понесенных издержках, отражаемых в конечных ценах контрактов.

На рис. 5 представлена доля заключенных контрактов по способу размещения заказа на закупку товаров, выполнение работ и оказание услуг.

В 2019 г. у больниц преобладают контракты, заключенные конкурентным способом через электронный аукцион (75,66 % от общего объема контрактов). Электронные закупки сокращают транзакционные издержки участников и привлекают большее число фирм [Sean et al., 2016]. Предпочтение в аукционе объясняется его условиями, способствующими заключению эффективных закупок. По правилам в аукционе побеждает участник, предложивший наименьшую цену. Открытость и прозрачность аукциона увеличивают шансы на победу новой фирмы в отличие от конкурса, где при выборе поставщика дополнительно оцениваются его характеристики.



Рис. 5. Распределение заключенных контрактов больниц города Москвы в разрезе способов определения поставщиков в 2019 г., %

Источник: составлено автором на основе собранной информации с сайта zakupki.gov.ru

Замечено, что запрос котировок и конкурс больницами выбираются реже. Весомая доля закупок (13,24 %) поставляется единственным постав-

щиком, когда выбор процедуры обусловлен монопольным рынком закупок или наличием одного участника на конкурентных торгах.

Задержки в исполнении контрактов

Больницы закупают различные виды товаров и услуг для удовлетворения своих нужд, поэтому сотрудничают с поставщиками из разных секторов рынка. Несмотря на своевременное размещение заявок и заключение контрактов, заказчики сталкиваются с задержками в госзакупках, происходящими по вине поставщиков (см. табл. 1). Отметим, что мы формируем уникальные данные по объемам и задержкам контрактов, разделяя их на виды закупок, в отличие от данных АНО «Левада-Центр», измеряющего количество задержек по ЛП при помощи проведения опросов пациентов [Левада-Центр, 2020].

Наряду с основными товарами медицинского назначения большая часть контрактов заключается на предмет ПТУ, исполнение которых отличается задержками. К закупкам такого вида относятся: ремонтные работы, коммунальные услуги, сопровождение информационных систем и др. Задержки вызваны долгосрочным исполнением контрактов с поэтапными сроками сдачи работ. Преобладает весомая доля закупок ЛП как незаменимых средств для оказания медицинской помощи. Рост числа задержек с 2016 г. может быть вызван вводом референтных цен, когда поставки отгружались поставщиками по себестоимости и имелись перебои в их оплате. Начиная с 2014 г. увеличиваются объемы ЖНВЛП, справочный перечень которых расширяется ежегодно. Задержки объясняются неспособностью поставщиков производить требуемый объем продукции в заданный срок. Если поставщик поставил качественные ЛП, отвечающих ГОСТам, продолжительного срока годности, в установленный срок и требуемого объема, то такая закупка будет эффективна для больницы.

К СТУ относятся такие вспомогательные медицинские средства, как растворы, инструменты и расходные материалы. Основываясь на собственных наблюдениях, в данном виде закупок отмечается расхождение в конечных ценах среди поставщиков на однородные товары. Как правило, цена таких закупок не соответствует ожидаемому заказчиком качеству. Хирургическое и диагностическое МО закупается в меньшем количестве по сравнению с остальными видами закупок, так как срок эксплуатации выше, чем у ЛП. МО — один из самых дорогостоящих видов закупок,купаемых в рамках реализации национальных проектов.

К поставщикам, нарушающим контрактные обязательства, следует применять законодательные меры, обратившись в Федеральную антимонопольную службу с целью наложения санкций за недобросовестное поведение. Данные меры приводят к ответственному исполнению контрактов со стороны поставщиков.

Распределение контрактов больниц города Москвы по видам закупок и их задержки за 2011—2019 г.

Виды закупок	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Количество заключенных контрактов, шт.									
ЛП	10 477	11 711	15 319	15 601	23 560	19 285	17 704	19 215	17 099
ЖНВЛП*	138	129	193	781	1 808	11 282	12 389	14 473	14 193
медоборудование	1 915	3 968	4 324	2 607	2 666	2 490	2 834	3 137	1 939
сопутствующие товары и услуги	7 165	8 534	10 804	11 897	13 130	14 459	15 764	19 552	17 590
прочие товары и услуги	21 259	28 847	40 651	22 834	23 895	24 187	25 887	29 941	34 973
Количество исполненных с задержками контрактов, шт.									
ЛП	3 210	3 362	1 160	990	617	654	682	1 293	410
ЖНВЛП*	18	20	30	78	88	378	441	945	336
медоборудование	441	690	314	200	47	54	97	147	51
сопутствующие товары и услуги	1 476	2 066	904	778	359	392	568	1 163	453
прочие товары и услуги	3 490	4 547	3 658	1 944	1 217	1 500	1 738	2 402	764
Среднее число задержек, дней									
ЛП	79	57	106	90	106	78	105	176	117
ЖНВЛП*	497	51	140	62	121	71	102	166	116
медоборудование	60	66	94	66	196	93	103	146	67
сопутствующие товары и услуги	73	59	100	77	135	108	110	162	79
прочие товары и услуги	110	91	86	94	140	109	96	179	94

Примечание*: ЖНВЛП входит в состав ЛП.

Источник: составлено автором на основе собранной информации с сайта zakurki.gov.ru

Стратегии поведения поставщиков в закупочном процессе

В контрактной системе поставщики осуществляют свою деятельность по установленным закупочным правилам, но их отличительный признак — стратегия поведения, которая у каждого участника торгов своя.

Выделим основные стратегии работы поставщика с заказчиками:

- профессиональное исполнение контракта;
- формальное выполнение требований;
- фаворитизм.

Обозначенные стратегии выделены на основе работ, посвященных закупкам больниц [Малаев, 2014; Шавылина, 2016] и исследующих поведение участников на этапе исполнения контрактов [Guccio et al., 2014; Nuutinen et al., 2006].

В стратегии «профессиональное исполнение контракта» поставщик нацелен исполнять контракт с соблюдением договорных условий с заказчиком, а именно осуществлять поставку эффективных закупок, т.е. полного объема, надлежащего качества и в регламентированные сроки. Применение такой стратегии является благоприятной ситуацией для больниц, желающих оказывать плановую медицинскую помощь качественно и в непрерывном процессе. В другом случае поставщики могут «формально выполнять требования», не нарушая договор, но при этом поставлять закупки заранее непроверяемого низкого качества, желая экономить на издержках. Распространенный случай, когда при получении товара больницы принимают закупку, о качестве которой узнают позже в процессе эксплуатации. В результате чего больницам приходится использовать имеющийся товар или закупать повторно, а период лечения и реабилитации для пациентов увеличивается. Наихудшая стратегия в закупочном процессе — «фаворитизм», который негативно влияет на качество исполнения контракта и приводит к негативным последствиям. В этом случае поставщики преследуют извлечение личной выгоды, для этого на аукционах участниками предлагаются агрессивные ставки в желании победить, несмотря на неспособность выполнить контрактные условия.

Определив ранее, что больницы города Москвы предпочитают закупать товары и услуги у поставщиков конкурентным способом: через электронный аукцион на сумму 147 трлн руб., через запрос котировок на сумму 1 трлн руб., через открытый конкурс на сумму 11 трлн руб. за 2011–2019 гг., сопоставим эффекты стратегий поставщиков на торгах. Далее в табл. 2 проанализируем контракты электронных аукционов.

Больницы размещают заявки через электронный аукцион как самый гарантированный способ нахождения поставщика [Ancarani, 2009]. Если заказчику удастся получить экономию денежных средств на торгах, то у него есть возможность осуществить дополнительные закупки на оставшиеся средства. Выявлено, что в аукционах преобладает большая доля заку-

Распределение контрактов больницы города Москвы по количеству поставщиков и уровню конкуренции на аукционе за 2011–2019 гг.

Показатели	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Количество поставщиков	8 541	10 640	11 981	7 253	7 444	7 543	7 624	8 385	8 240
Количество заключенных контрактов через аукцион, шт.									
ЛП	5 107	6 459	11 204	14 180	22 192	17 806	16 309	17 012	15 391
ЖНВЛП	57	104	151	718	1 726	10 168	11 230	12 496	12 596
медоборудование	895	2 613	3 279	2 390	2 438	2 355	2 575	2 982	1 854
сопутствующие товары и услуги	3 405	4 497	6 684	10 458	11 918	13 586	14 796	18 145	16 592
прочие товары и услуги	7 874	10 950	16 804	14 564	15 455	17 117	18 761	21 451	27 872
Среднее число участников, ед.									
ЛП	2,5	2,1	1,9	1,4	2	2	2	1,9	1
ЖНВЛП	1,6	1,7	1,5	1,3	2	2,1	2,1	1,9	1
медоборудование	1,6	1,4	1,4	1,4	1,8	1,7	1,7	1,7	1
сопутствующие товары и услуги	1,7	1,8	1,7	1,4	2,1	2	2	2,1	1
прочие товары и услуги	1,9	2,1	2	1,7	2,4	2,5	2,6	2,6	1

Источник: составлено автором на основе собранной информации с сайта zakurki.gov.ru

пок ПТУ и ЛП. Количество поставщиков, сотрудничающих с больницами города Москвы, ежегодно меняется. Так, в совокупности выполнено сотрудничество более чем с 7 тыс. поставщиков, что связано с ростом потребностей в закупке товаров и услуг. Замечено, что в 2019 г. закупки характеризуются низкой конкуренцией, что могло быть вызвано происходящими изменениями в секторе здравоохранения.

Отметим, что долгосрочные контракты с поставщиками способствуют как развитию плодотворного сотрудничества, так и приводят к некачественному исполнению контрактов. Например, зарекомендовавший себя поставщик может изменить стратегию и со временем начать пренебрегать договорными условиями. Если на торгах отмечается частота победы одного и того же поставщика, то такой исход объясняется участием крупного поставщика, когда иные фирмы не способны исполнять контракты по ценам ниже конкурента.

Исследуя влияние поставщиков на работу больниц через госзакупки, акцентируем внимание на «хорошем» поставщике медицинских закупок. Сформируем критерии, которым должен соответствовать поставщик в сфере здравоохранения:

1. Финансовая устойчивость. Поставщик не имеет финансовых задолженностей и судебных разбирательств, способен предоставить банковскую гарантию;
2. Деловая репутация и информационная прозрачность. Опытный поставщик сотрудничает с разными заказчиками, формируя авторитет и накапливая навыки работы;
3. Обеспеченность трудовыми ресурсами. Наличие у фирм квалифицированных специалистов, ориентир на технологическое производство;
4. Качество объекта закупки. Проведение внутренних работ по организации этапов оказания услуг, в частности, соблюдение технологии выпуска продукции, ее хранения и транспортировки, мероприятия контроля качества используемых ресурсов;
5. Стоимость и надежность поставок. Исполнение контрактов по рыночной стоимости.

В исследуемой проблематике от того, какой будет выбран поставщик для исполнения контракта, зависит возможность больницы качественно оказывать услуги. Когда выбранный поставщик обладает всеми перечисленными критериями, то возможностей в оказании качественных услуг у больниц больше. Если же поставщик не способен соответствовать критериям, то вероятность исполнения всех договорных условий контракта снижается.

Эмпирический анализ данных

Мы дополняем литературу, анализирующую закупки медицинских товаров [Sorenson, 2011; Grennan, 2014; Buccioly, 2017], предоставляя эмпирические результаты для российских закупок в сфере здравоохранения, измеряя влияние поставщиков на критерии эффективности закупок больниц.

В исследовании проверяется гипотеза: «Поставщики, выбранные конкурентным способом, обеспечивают эффективные закупки больницам».

Причинно-следственная связь: конкурентные торги ориентированы на предоставление возможности принять участие всем потенциальным поставщикам за право исполнять контракт. Участники предлагают свою желаемую цену контракта, не превышающую НМЦК. В конкурентной среде выбранный поставщик должен поставлять закупки, соблюдая контрактные условия по срокам, объемам и качеству товара или услуги, тем самым обеспечивая предоставление эффективных закупок больницам. Безупречно исполненный поставщиком контракт укрепляет его деловую репутацию на рынке и увеличивает шансы на победу в следующих торгах, а заказчик получает возможность оказывать качественную медицинскую помощь пациентам в полном объеме.

Для проведения эмпирического анализа используются данные авторской базы данных, собранной на основе информации официального портала ЕИС в сфере закупок на zakupki.gov.ru. В выборку отобрано 358 574 заключенных контракта 338 больниц города Москвы по способу закупок «электронный аукцион» в период с 2011 по 2019 г. Выбор показателей эффективности закупок является самостоятельной задачей. С учетом характеристик имеющихся у нас эмпирических данных были выбраны следующие показатели закупок на основе работ о закупочной практике и эффективности закупок [Тараскина, 2015; De Silva et al., 2008; Ohashi, 2009]: количество наименований товаров, закупаемых в одной закупке; НМЦК; конечная цена контракта; закупка через электронный аукцион; конкуренция, измеряемая числом участников, делавших ставки на торгах; группа заказчиков с высоким рейтингом, оказывающих услуги хорошего качества (ЗВР); повторяющиеся поставщики; скидка, рассчитанная как разница между НМЦК и конечной ценой, полученной в ходе торгов; длительность исполнения контракта; задержки при исполнении контракта; категории закупок по видам ЛП, МО и СТУ.

На первом шаге для оценки параметров моделей применяем базовый метод наименьших квадратов (МНК) (см. табл. 3).

Уравнение МНК модели имеет вид: $y = Xb + \varepsilon$, где X — совокупность факторов, на которые производится контроль в моделях.

В модели (1) рассматривается влияние на скидку: чем больше участников, тем выше конкуренция, а значит, ниже НМЦК и выше получае-

мая экономия бюджетных средств. Для группы заказчиков, оказывающих услуги хорошего качества, скидка на торгах достигается меньшего размера, чем для группы заказчиков, оказывающих услуги низкого качества. Одним из объяснений может быть предпочтение ЗВР, беспокоившихся за качество поставляемых закупок, в умеренной конкуренции. У закупок ЛП на аукционе скидка больше по сравнению с остальными видами закупок. Данный факт может быть вызван агрессивными ставками участников, функционирующих в высококонкурентной фармацевтической индустрии, в отличие от монопольного рынка медицинского оборудования.

Таблица 3

Модели МНК

Переменные	(1) скидка	(2) конкуренция	(3) задержки
ЗВР	-0,020*	0,004	0,407***
количество наименований товаров	0,00***	0,002***	0,001***
участники торгов	0,079***		0,001
повторяющиеся поставщики * ЗВР			-0,038*
электронный аукцион	0,021*	-0,183	0,022
НМЦК	3,37e-08***	2,39e-07***	9,14e-09***
конечная цена	-3,54e-08***	-2,49e-07***	-8,96e-09***
длительность контракта	-0,001***	-0,0007***	-0,001***
ЛП	-0,009***	-0,294***	-0,006***
МО	-0,052***	-0,686***	-0,013***
СТУ	-0,046***	-0,339***	-0,028***
Число наблюдений	358,6	358,6	358,6

Standard errors in parentheses

*** p < 0,01, ** p < 0,05, * p < 0,1.

В модели (2) рассматривается влияние на уровень конкуренции: участники манипулируют количеством наименований товаров в закупках. Длительность контракта снижает конкуренцию, что говорит о предпочтении поставщиков к краткосрочным контрактам. Чем выше НМЦК, тем привлекательнее закупка, а значит, больше фирм подают заявок на участие, желая получить прибыль от исполнения контрактных условий. Однако такие жесткие условия, как короткие сроки исполнения контракта, заставляют фирмы отказаться от участия или же в процессе производства пренебречь качеством закупок.

В модели (3) рассматривается влияние на задержки: замечено, что для ЗВР характерны задержки, однако работа с одинаковыми поставщиками их снижает в повторяющихся закупках. Для поставки объемных разнород-

ных товаров в одной закупке поставщик должен иметь производственную мощьность, неустойчивость которой увеличивает риск неисполнения контракта в срок, в то время как долгосрочный контракт дает время на изготовление и отгрузку нужной партии закупок в больницы.

Учитывая обстоятельство, что в модели МНК есть факторы, которые не удовлетворяют условию экзогенности, на втором шаге применим метод инструментальных переменных (IV).

Уравнение модели IV имеет вид:

$$\text{скидка} = \alpha + \beta \overbrace{\text{конкуренция}} + \gamma X + \varepsilon,$$

где конкуренция = $\alpha_1 + \alpha_2$ количество товара + α_3 НМЦК + α_4 конечная цена + α_6 аукцион + α_{12} длительность контракта + α_{12} задержки + α_8 ЛП + α_9 МО + α_{10} СТУ + v ; X — вектор контрольных переменных.

Полученные результаты регрессионного анализа (см. табл. 4) робастны к изменениям спецификаций, а регрессионная инструментальная модель имеет состоятельные при гетероскедастичности стандартные ошибки и схожие значения коэффициентов, представленные в табл. 3.

Таблица 4

Модель IV

Переменные	(1) конкуренция	(2) скидка
участники торгов		0,079***
НМЦК	2,39e-07***	3,36e-08***
конечная цена	-2,49e-07***	-3,53e-08***
электронный аукцион	0,101*	0,021*
длительность контракта	-0,001***	-0,001***
количество наименований товаров	0,002***	
ЛП	-0,294***	
МО	-0,686***	
СТУ	-0,339***	
Число наблюдений	358,6	358,6

Standard errors in parentheses

*** p < 0,01, ** p < 0,05, * p < 0,1.

Электронный аукцион является предпочтительным способом закупок для поставщиков, где требования по закупкам заранее известны фирмам, проведение торгов осуществляется в короткие сроки с соблюдением принципов прозрачности и открытости, а победа отдается участнику, предложившему наименьшую цену исполнения контракта. Более мелкие фирмы на рынке имеют такие же права на участие, как и крупные поставщики,

что обеспечивает конкуренцию и стимулирует поставщиков к выполнению эффективных закупок. Вместе с тем заказчикам при определении НМЦК следует помнить о рыночном принципе «цена — качество», которому предпочитают следовать поставщики.

Заметим, что больницы не застрахованы от выбора недобросовестных поставщиков. Зачастую поставщики при предложении цены учитывают предстоящие затраты и планируемую прибыль, а при исполнении контракта — возможные пути для минимизации издержек и максимизации прибыли одновременно, что в конечном итоге влияет на качество закупок и, как следствие, на качество оказываемых больницами услуг. В таком случае поставщики, выбранные конкурентным способом, вероятнее будут стремиться обеспечить эффективные закупки, укрепляя деловую репутацию фирмы и желая продолжать сотрудничать с государственным сектором.

Заключение

Оценивая влияние поставщиков на работу больниц города Москвы через госзакупки, показано, что взаимодействие заказчиков с поставщиками осуществляется через контрактную систему, направленную на выбор надежного поставщика. Агентские отношения в секторе здравоохранения должны поддерживаться принципом открытости и системой стимулов, способствующей добросовестной работе участников закупочного процесса. Оппортунистическое поведение, возникающее по причине асимметрии информации, может приводить к поставке некачественных закупок, что влияет на уровень оказания медицинских услуг.

Объемы медицинских закупок отличаются ежегодным ростом, где качество поставляемых товаров имеет высокую социальную значимость. Исследуя влияние поставщиков на работу больниц, определено, что поставка эффективных закупок играет ключевую роль в возможности качественно оказывать услуги. Такие критерии эффективности, как уровень конкуренции, снижение цены на конкурентных торгах, задержки в поставках и качество закупок, напрямую зависят от поведения поставщиков, исполняющих контракты. Проанализировав госзакупки больниц города Москвы за 2011–2019 гг., выявлено, что больше всего предпочтений в закупках по виду «прочие товары и услуги», а также в лекарственных препаратах, закупаемых для обеспечения непрерывного функционирования учреждений конкурентным способом. Возникающие перебои в работе отделений больниц по причине задержек или поставок товаров ненадлежащего качества воздействуют на здоровье конечных потребителей — пациентов. Сотрудничество с ответственным поставщиком предоставляет больнице возможность получать эффективные закупки, обеспечивающие ее непрерывную работу.

Эмпирически оценивая влияние поставщиков на закупки сферы здравоохранения, определено, что медицинские закупки в электронных аукционах являются конкурентными и характеризуются экономией бюджетных средств, однако им свойственны задержки. Таким образом, в разные периоды времени поставщики способны по-разному влиять на работу больниц в зависимости от выбранной стратегии и внешних факторов. Наряду с этим необходимо отметить, что наиболее благоприятная ситуация для заказчиков, желающих оказывать качественные медицинские услуги, заключается в стремлении поставщиков исполнять контракты надлежащего качества.

Список литературы

1. Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» (принят ГД СФ РФ 27.03.2013, последняя редакция).
2. Майский Указ Президента РФ «О национальных целях и стратегических задачах развития РФ на период до 2024 года» от 07.05.2018 № 204 // Межрегиональная общественная организация: официальный сайт. URL: <http://майскийуказ.рф/> (дата обращения: 03.01.2019).
3. Приказ Минздрава России от 19.12.2019 № 1064н «Об утверждении Порядка определения начальной (максимальной) цены контракта, цены контракта, заключаемого с единственным поставщиком (подрядчиком, исполнителем), при осуществлении закупок лекарственных препаратов для медицинского применения».
4. *Бальсевич А. А., Подколзина Е. А.* Причины и последствия низкой конкуренции в государственных закупках в России // Экономический журнал ВШЭ. — 2014. — № 4. — С. 563–585.
5. Бюджет для граждан. К федеральному закону о федеральном бюджете на 2018 год и на плановый период 2019 и 2020 годов // Министерство финансов Российской Федерации. — 2017. — С. 42.
6. *Зинчук Ю. Ю.* Опыт управления качеством медицинской помощи и эффективностью лечебного процесса в муниципальной больнице // Здравоохранение Российской Федерации. — 2009. — № 4. — С. 3–9.
7. *Колосницына М. Г., Шейман И. М., Шишкина С. В.* Экономика здравоохранения: учебное пособие. — М.: ГУ ВШЭ, 2009. — С. 479.
8. Контрактная система. Мониторинг закупок // Минфин России: официальный сайт. URL: <https://www.minfin.ru/ru/performance/contracts/purchases/#> (дата обращения: 14.03.2019).
9. Левада-Центр. Условия жизни и лекарственное обеспечение больных с рассеянным склерозом // Аналитический отчет. — 2020. — С. 16.
10. *Малаев М. Г.* Анализ закупок лекарственных средств для обеспечения оказания медицинской помощи в условиях стационаров // Качественная клиническая практика. — 2014. — № 1. — Р. 83–86.
11. Результаты независимой оценки государственных (муниципальных) учреждений // Федеральное казначейство России: официальный сайт. URL: <http://bus.gov.ru/pub/top-organizations> (дата обращения: 02.01.2020).

12. *Тараскина А. В., Дубская Е. С.* Аудит в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд как метод оценки их эффективности // *Финансы и кредит.* — 2015. — Vol. 16. — P. 50–59.
13. *Шавылина Ю. А.* Особенности закупки лекарственных препаратов, включенных в перечень жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов // *Институт государственных и регламентированных закупок.* — 2015. — P. 358–382.
14. *Ancarani A.* Supplier evaluation in local public services: Application of a model of value for customer // *Journal of Purchasing and Supply Management.* — 2009. — Vol. 15. — No. 1. — P. 33–42.
15. *Arrow K. J.* Agency and the Market. In *Handbook of Mathematical Economics*, ed. K. J. Arrow and M.D // *Intriligator.* — Amsterdam: North-Holland 3, 1986.
16. *Asker J., Cantillon E.* Procurement when price and quality matter // *RAND Journal of Economics.* — 2010. — Vol. 41. — No. 1. — P. 1–34.
17. *Baldia S., Vannonib D.* The impact of centralization on pharmaceutical procurement prices: the role of institutional quality and corruption // *Regional studies.* — 2017. — Vol. 51. — No. 3. — P. 426–438.
18. *Bandiera O., Prat A., Valletti T.* Active and passive waste in government spending: evidence from a policy experiment // *American Economic Review.* — 2009. — Vol. 99. — No. 4. — P. 1278–1308.
19. *Buccioli A., Camboniz R., Valbonesi P.* Buyers' ability in public procurement: A structural analysis of Italian medical devices. Available at SSRN. — 2017. — No. 38.
20. *Chrisidu-Budnik A., Przedanska J.* The agency theory approach to the public procurement system // *Wroclaw Review of Law, Administration & Economics.* — 2017. — P. 154–165.
21. *Decarolis F., Giuffrida L., Iossa E., Mollisi V., Spagnolo G.* Bureaucratic Competence and Procurement Outcomes // *National Bureau of Economic Research, Working Paper. I. No. 24201.*
22. *De Silva D. G., Dunne T., Kankanamge A., Kosmopoulou G.* The Impact of Public Information on Bidding in Highway Procurement Auctions // *European Economic Review.* — 2008. — Vol. 52. — No. 1. — P. 150–181.
23. *Dixit A.* Incentives and Organizations in the Public Sector: An Interpretative Review // *Journal of Human Resources.* — 2002. — Vol. 37. — No. 4. — P. 696–727.
24. *Grennan M.* Bargaining Ability and Competitive Advantage: Empirical Evidence from Medical Devices // *Management Science.* — 2014. — Vol. 60. — No. 12. — P. 3011–3025.
25. *Guccio C., Pignataro G., Rizzo I.* Do Local Governments Do It Better? Analysis of Time Performance in the Execution of Public Works // *European Journal of Political Economy.* — 2014. — Vol. 34. — P. 237–252.
26. *Hyttinen A., Lundberg S., Toivanen O.* Favoritism in public procurement: evidence from Sweden // *CiteSeer.* — 2006.
27. *Ivaldi M., Jullien B., Rey P., Seabright P., Tirole J.* The Economics of Tacit Collusion. Final Report for DG Competition, European Commission // *IDEI, Toulouse.* — 2003. — P. 75.
28. *Kestenbaum M. I., Straight R. L.* Procurement Performance: Measuring Quality, Effectiveness, and Efficiency // *Public Productivity and Management Review.* — 1995. — Vol. 19. — No. 2. — P. 200–215.

29. *Kumar A., Ozdamar L.* Procurement performance measurement system in the health care industry // *International Journal of Health Care Quality Assurance*. — 2005. — Vol. 18. — No. 2. — P. 152–166.
30. *Ohashi H.* Effects of Transparency in Procurement Practices on Government Expenditure: A Case Study of Municipal Public Works. Review of Industrial Organization. — 2009. — Vol. 34. — No. 3. — P. 267–285.
31. *Onur I., Özcan R., Onur Tas B. K.* Public Procurement Auctions and Competition in Turkey // *Rev Ind Orga*. — 2012. — Vol. 40. — No. 3. — P. 207–223.
32. *Sean L. F., Neggers Y., Olken B. A., Pande R.* Can Electronic Procurement Improve Infrastructure Provision? Evidence from Public Works in India and Indonesia // *American Economic Journal: Economic Policy*. — 2016. — Vol. 8. — No. 3. — P. 258–83.
33. *Sorenson C., Kanavos P.* Medical technology procurement in Europe: A cross-country comparison of current practice and policy // *Health policy*. — 2011. — Vol. 100. — No. 1. — P. 43–50.
34. *Waters H. R., Morlock L. L., Hatt L.* Quality-based purchasing in health care // *International journal of health planning and management*. — 2004. — No. 19. — P. 365–381.

The List of References in Cyrillic Transliterated into Latin Alphabet

1. Federal'nyy zakon ot 05.04.2013 № 44-FZ «O kontraktnoy sisteme v sfere zakupok tovarov, rabot, uslug dlya obespecheniya gosudarstvennykh i munitsipal'nykh nu-zhd» (prinyat GD SF RF 27.03.2013, poslednyaya redaktsiya).
2. Mayskiy Ukaz Prezidenta RF “O natsional'nykh tselyakh i strategicheskikh zadachakh razvitiya RF na period do 2024 goda” ot 07.05.2018 № 204 // *Mezhregion-al'naya obshchestvennaya organizatsiya: ofitsial'nyy sayt*. URL: <http://mayskiyukaz.rf/> (data obrashcheniya: 03.01.2019).
3. Prikaz Minzdrava Rossii ot 19.12.2019 № 1064n «Ob utverzhenii Poryadka opredeleniya nachal'noy (maksimal'noy) tseny kontrakta, tseny kontrakta, zaklyuchae-mogo s edinstvennym postavshchikom (podryadchikom, ispolnitelem), pri osushchestvlenii zakupok lekarstvennykh preparatov dlya meditsinskogo primeneniya».
4. *Bal'sevich A. A., Podkolkzina E. A.* Prichiny i posledstviya nizkoj konkurencii v gosudarstvennykh zakupkah v Rossii // *Jekonomicheskij zhurnal VShJe*. — 2014. — № 4. — S. 563–585.
5. Byudzhet dlya grazhdan. K federal'nomu zakonu o federal'nom byudzhete na 2018 god i na planovyy period 2019 i 2020 godov // *Ministerstvo finansov Rossiyskoy Federatsii*. — 2017. — S. 42.
6. *Zinchuk Yu. Yu.* Opyt upravleniya kachestvom meditsinskoy pomoshchi i effektivnost'yu lechebnogo protsessa v munitsipal'noy bol'nitse // *Zdravookhraneniye Rossiyskoy Federatsii*. — 2009. — № 4. — S. 3–9.
7. *Kolosnitsyna M. G., Sheyman I. M., Shishkina S. V.* *Ekonomika zdravookhraneniya: uchebnoe posobie*. — M.: GU VShE, 2009. — S. 479.
8. Kontrakt'naya sistema. Monitoring zakupok // *Minfin Rossii: ofitsial'nyy sayt*. URL: <https://www.minfin.ru/ru/performance/contracts/purchases/#> (data obrashcheniya: 14.03.2019).

9. Levada-tsentr. Usloviya zhizni i lekarstvennoe obespechenie bol'nykh s rasseyannym sklerozom // Analiticheskiy otchet. — 2020. — S. 16.
10. *Malaev M. G.* Analiz zakupok lekarstvennykh sredstv dlya obespecheniya okazaniya meditsinskoj pomoshchi v usloviyakh stacionarov // Kachestvennaya klinicheskaya praktika. — 2014. — № 1. — S. 83–86.
11. Rezul'taty nezavisimoy otsenki gosudarstvennykh (munitsipal'nykh) uchrezhdeniy // Federal'noe kaznacheystvo Rossii: ofitsial'nyy sayt. URL: <http://bus.gov.ru/pub/top-organizations> (data obrashcheniya: 02.01.2020).
12. *Taraskina A. V., Dubskaya E. S.* Audit v sfere zakupok tovarov, rabot, uslug dlya obespecheniya gosudarstvennykh i munitsipal'nykh nuzhd kak metod otsenki ikh effektivnosti // Finansy i kredit. — 2015. — Vol. 16. — S. 50–59.
13. *Shavylina Yu. A.* Osobennosti zakupki lekarstvennykh preparatov, vklyuchennykh v perechen' zhiznenno neobkhodimykh i vazhneyshikh lekarstvennykh preparatov // Institut gosudarstvennykh i reglamentirovannykh zakupok. — 2015. — S. 358–382.

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ

О. В. Обухова¹

ФГБУ «ЦНИИОИЗ» Минздрава России,
МГУ имени М. В. Ломоносова (Москва, Россия)

И. Н. Базарова²

ФГБУ «ЦНИИОИЗ» Минздрава России (Москва, Россия)

О. Ю. Гавриленко³

ФГБУ «ЦНИИОИЗ» Минздрава России (Москва, Россия)

УДК: 331.215.7

ПОДХОДЫ К ОБОСНОВАНИЮ РАЗМЕРА ДОЛЖНОСТНОГО ОКЛАДА МЕДИЦИНСКИХ РАБОТНИКОВ

Одним из основных факторов формирования мотивации к повышению качества и результативности работников учреждений здравоохранения является качественно и логически выстроенная система оплаты труда в медицинской организации. Основой расчета заработной платы работника является размер должностного оклада, исходя из величины которого устанавливаются другие ее элементы — компенсационные и стимулирующие выплаты, иные начисления. Данная статья посвящена исследованию проблем, существующих в системе оплаты труда медицинских работников, а также нормативно-законодательного регулирования вопросов, связанных с установлением должностного оклада в сфере здравоохранения.

Объект исследования — система оплаты труда работников медицинских организаций Российской Федерации. Предмет исследования — размер должностного оклада работников медицинских организаций. Цель исследования — оценка действующей системы оплаты труда в здравоохранении и предложения по минимизации негативных последствий высокой дифференциации уровня должностного оклада.

Основные теоретические положения статьи — размер заработной платы медицинских работников имеет высокую дифференциацию даже между субъектами одного федерального округа. Федеральное законодательство в отношении подходов к системе оплаты труда носит рекомендательный характер. Поэтому размер должностного

¹ Обухова Ольга Валерьевна — к. полит. н., доцент кафедры многопрофильной клинической подготовки факультета фундаментальной медицины МГУ имени М. В. Ломоносова, заведующая отделением экономики и ресурсного обеспечения здравоохранения ФГБУ «ЦНИИОИЗ» Минздрава России, e-mail: obuhova@mednet.ru, ORCID: 0000-0002-2745-8383.

² Базарова Ирина Николаевна — научный сотрудник отделения экономики и ресурсного обеспечения здравоохранения ФГБУ «ЦНИИОИЗ» Минздрава России, e-mail: bazarova@mednet.ru.

³ Гавриленко Ольга Юрьевна — научный сотрудник ФГБУ «ЦНИИОИЗ» Минздрава России, e-mail: gavrilenko@mednet.ru.

оклада врачей одного квалификационного уровня, утверждаемый на уровне каждого субъекта Российской Федерации, может отличаться в 5 раз. Это приводит к снижению эффективности и прозрачности системы вознаграждения работников, снижению производительности и мотивации к труду, проблемам трудовой миграции.

Обосновано, что для снижения дифференциации размеров заработной платы медицинских работников необходимо устанавливать единые на всей территории Российской Федерации основные параметры, в том числе размеры должностных окладов работников медицинских организаций. В качестве минимального размера должностного оклада целесообразно использовать значение минимального размера оплаты труда, ежегодно утверждаемого Правительством Российской Федерации в размере не ниже прожиточного минимума.

Область применения результатов исследования: полученные результаты могут быть положены в основу политики совершенствования системы оплаты труда работников медицинских организаций федерального уровня.

Ключевые слова: должностной оклад, эффективный контракт, новая система оплаты труда, работники медицинских организаций, здравоохранение.

Цитировать статью: *Обухова О. В., Базарова И. Н., Гавриленко О. Ю.* Подходы к обоснованию размера должностного оклада медицинских работников // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. — 2020. — № 4. — С. 132–145.

O. V. Obukhova

Central Research Institute of Public Health of the Ministry of Health of Russia,
Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia)

I. N. Bazarova

Central Research Institute of Public Health of the Ministry of Health of Russia (Moscow, Russia)

O.Yu. Gavrilenko

Central Research Institute of Public Health of the Ministry of Health of Russia (Moscow, Russia)

JEL: J31

APPROACHES TO JUSTIFYING THE SIZE OF THE OFFICIAL WAGES OF MEDICAL WORKERS

One of the main factors in the formation of motivation to improve the quality and performance of employees of health care providers is a qualitatively and logically built wage system in a medical organization. The basis for calculating an employee's salary is the amount of the salary, on the basis of which its other elements are established — compensation and incentive payments, other charges. This article is devoted to the study of regulatory issues related to the determination of the salary of employees of medical organizations.

Object of study. The system of remuneration of employees of medical organizations. Subject of study. The salary of employees of medical organizations. Purpose of the study. The article discusses the problems of the current system of remuneration in health care, as well as the

regulations governing the determination of the size of the official salary of employees of medical organizations.

The main theoretical position of the article. The salary of medical workers has a high differentiation even between the subjects of one federal district. Federal legislation regarding the approaches to the wage system is advisory in nature. Therefore, the official salary of doctors of one qualification level, approved at the level of each subject of the Russian Federation, may differ by 5 times.

It is substantiated that in order to reduce the differentiation in the size of salaries for medical workers, it is necessary to establish the basic parameters that are uniform throughout the Russian Federation, including the sizes of official salaries of employees of medical organizations. It is advisable to use the value of the minimum wage, annually approved by the Government of the Russian Federation in an amount not lower than the living wage, as the minimum size of the official salary.

Scope of the research results. The results can be used as the basis for the policy of improving the remuneration system for employees of federal medical organizations.

Keywords: official salary, effective contract, new wage system, unified tariff schedule, employees of medical organizations, Public Health.

To cite this document: *Obukhova O. V., Bazarova I. N., Gavrilenko O. Yu.* (2020) Approaches to justifying the size of the official wages of medical workers. *Moscow University Economic Bulletin*, (4), 132–145.

Введение

Несмотря на особое внимание к уровню заработной платы со стороны Правительства Российской Федерации, которое выразилось в принятии в 2012 г. и дальнейшей реализации федеральной программы поэтапного совершенствования системы оплаты труда работников бюджетной сферы, остается актуальной проблема ее высокой дифференциации между субъектами Российской Федерации. Исследователем Е. А. Чистяковой в работе «Оплата труда в медицинских учреждениях: состояние и перспективы» [Чистякова, 2016] сделан вывод, что действующая система оплаты труда в медицинских организациях имеет недостатки, выраженные прежде всего в низком уровне заработной платы среднего медицинского персонала. Работа Н. М. Сергеевой [Сергеева, 2018] «Сравнительная оценка уровня оплаты труда в системе здравоохранения федеральных округов РФ» посвящена выявлению сложившихся тенденций и территориальных причин низкого уровня и значительной дифференциации уровня оплаты труда как основной причины крайне низкой мотивации медицинских работников к выполнению своих должностных обязанностей качественно и в полном объеме.

Особое внимание заслуживает вопрос о размере должностного оклада и его доле в структуре заработной платы. Исследователями Н. Т. Вишневской, О. В. Куликовым [Вишневская, Куликов, 2009] приведены факты о том, что в качестве минимального оклада заработной платы (должност-

ного оклада) отраслевыми соглашениями, являющимися основой формирования положения об оплате труда работников конкретной отрасли экономики, использовались разные показатели как на федеральном уровне, так и на уровне субъектов Российской Федерации, а также для организаций разного уровня ведомственной и бюджетной подчиненности: чаще всего использовался минимальный размер оплаты труда, далее по распространенности использования — размер прожиточного минимума, в том числе с учетом или без учета территориального коэффициента.

Автором С. А. Ховалыгом в статье «Проблема высокой дифференциации заработной платы медицинских работников учреждений здравоохранения» [Ховалыг, 2015] рассмотрены вопросы дифференциации заработной платы медицинских работников из-за дисбаланса в структуре оплаты труда и предлагается система по установлению единого уровня базового оклада на всей территории РФ с учетом коэффициентов территориальной дифференциации.

Изучению механизмов, определяющих размер должностного оклада в субъектах Российской Федерации, посвящена работа Н. В. Желомеевой [Желомеева, 2017]. Автор делает вывод о наличии значительных расхождений в используемых подходах к установлению размеров должностных окладов некоторых субъектов Российской Федерации с положениями законодательства Российской Федерации по вопросам организации системы оплаты труда работников государственных и муниципальных учреждений.

До 2008 г. в федеральных, а до 2011 г. во всех других организациях бюджетной сферы РФ размеры базовых окладов (должностных окладов), ставок заработной платы работников определялись исходя из тарифных разрядов оплаты труда по единой тарифной сетке (далее — ЕТС), введенной Постановлением Правительства РФ от 14.10.1992 № 785 «О дифференциации в уровнях оплаты труда бюджетной сферы на основе Единой тарифной сетки». Размер тарифной ставки первого разряда, утверждаемый Правительством Российской Федерации, по размеру был приравнен к минимальному размеру оплаты труда (МРОТ). За срок действия ЕТС коэффициенты между 1 и 18-м разрядами сократили с 10,07 до 4,5.

Проблемы, которые сопровождали отрасль в условиях ЕТС [Гамов, 1997; Гребенщикова, 2003; Кадыров, 2007; Колосницына, Владимирская, 2010], привели к необходимости перехода на новую систему оплаты труда (далее — НСОТ).

Одной из важных особенностей новой системы оплаты труда стал ее децентрализованный характер, при котором каждое ведомство получило право разрабатывать законы и иные нормативные правовые акты по оплате труда с учетом единых рекомендаций Российской трехсторонней комиссии по регулированию социально-трудовых отношений по установлению на федеральном, региональном и местном уровнях систем оплаты труда работников государственных и муниципальных учреждений на соответствующий год.

В соответствии со ст. 129 Трудового кодекса Российской Федерации базовый оклад (должностной оклад) — это фиксированный размер оплаты труда работника за исполнение трудовых (должностных) обязанностей определенной сложности за календарный месяц без учета компенсационных, стимулирующих и социальных выплат.

Таким образом, размеры окладов должны дифференцироваться исключительно в зависимости от сложности трудовой функции, при этом необходимо обеспечивать зависимость заработной платы каждого работника от его квалификации, сложности выполняемой работы, количества и качества затраченного труда.

В НСОТ размеры базовых окладов работников системы здравоохранения рекомендовано устанавливать на основе отнесения занимаемых ими должностей к соответствующим профессиональным квалификационным группам (далее — ПКГ). Рекомендуемые размеры повышающих коэффициентов к должностным окладам по соответствующим ПКГ рассчитывались на основе дифференциации типовых должностей, включаемых в штатное расписание и содержащихся в соответствующих разделах Единого тарифно-квалификационного справочника работ и профессий рабочих и Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих. Дифференциация типовых должностей осуществлялась на основе оценки сложности трудовых функций, выполнение которых предусмотрено при занятии соответствующей должности, по соответствующей профессии или специальности.

Заработная плата работников (без учета премий и иных выплат стимулирующего характера), по задумке разработчиков НСОТ, не должна была быть меньше заработной платы (без учета премий и иных выплат стимулирующего характера), выплачиваемой по системе оплаты труда, действующей до перехода на НСОТ, при условии сохранения объема должностных обязанностей работников и выполнения ими работ той же квалификации. Размеры же основных элементов заработной платы — должностного оклада, стимулирующих и компенсационных выплат — могут устанавливаться как едиными на конкретной территории для конкретной отрасли, так и на уровне отдельной организации.

Такое положение дел привело к высокой дифференциации размеров должностных окладов медицинских работников, входящих в одну ПКГ и попадающих в один квалификационный уровень, даже в границах одного субъекта Российской Федерации.

Данные статистического исследования

На рис. 1. представлено значение среднемесячной заработной платы врачей по субъектам Российской Федерации по данным Росстата за 2018 г.



Рис. 1. Значение среднемесячной заработной платы врачей по субъектам Российской Федерации в 2018 г.

Источник: [Росстат, 2018].

Разница значений среднемесячной заработной платы между субъектами Российской Федерации, по данным Федеральной службы государственной статистики (далее — ФСГС), за январь-сентябрь 2019 г. составила до 4 раз, наиболее однородным по уровню заработной платы является Северо-Кавказский федеральный округ, наиболее дифференцированными — Центральный и Северо-Западный федеральные округа (табл. 1).

Таблица 1

**Минимальные и максимальные значения
среднемесячной заработной платы по федеральным округам
по данным ФСГС за январь-сентябрь 2019 г.**

Федеральный округ	Средняя заработная плата, руб.	
	min	max
Центральный федеральный округ	47 954	142 447
Северо-Кавказский федеральный округ	43 468	53 340
Южный федеральный округ	46 300	61 379
Приволжский федеральный округ	49 531	65 168
Сибирский федеральный округ	52 270	81 816
Северо-Западный федеральный округ	52 707	166 728
Уральский федеральный округ	63 585	182 791
Дальневосточный федеральный округ	66 108	187 917

Источник: [Росстат, 2018].

Проведенный нами анализ размера должностного оклада врача-терапевта участкового по отдельным субъектам Российской Федерации продемонстрировал значительную его разницу даже в рамках одного субъекта Российской Федерации. Например, в Брянской области в разных медицинских организациях размер оклада врачей 2-го квалификационного уровня варьирует от 7 до 21 тыс. руб., а в учреждениях г. Москвы от 30 до 85 тыс. руб.

Еще значительней дифференциация выражена при сопоставлении данных между субъектами одного федерального округа. Так, в соответствии с действующими нормативными документами, в Москве минимальный должностной оклад врача-терапевта участкового, относящегося к 3-му квалификационному уровню, установлен в размере 30 тыс. руб., в Московской области — от 24,7 тыс. руб., во Владимирской области — от 13,9 тыс. руб., в Курской области — 12,9 тыс. руб., в Ивановской области — 7,1 тыс. руб.

Межрегиональная дифференциация отмечена и при исследовании оплаты труда медицинских работников в следующих трех субъектах Российской Федерации: Белгородской и Ярославской областях, Красноярском крае (табл. 2.). Для анализа были взяты нормативные документы субъектов Российской Федерации об оплате труда работников государственных учреждений по профессиональной квалификационной группе «Врачи и провизоры».

Таблица 2

**Размер должностного оклада по выборочным субъектам
Российской Федерации**

Федеральный округ	Субъект РФ	Должностной оклад, руб.			
		1-й квалификационный уровень	2-й квалификационный уровень	3-й квалификационный уровень	4-й квалификационный уровень
ЦФО	Белгородская область	15 500	17 000	17 500	18 000
	Ярославская область	10 900	11 200	12 100	12 700
СФО	Красноярский край	9 840	11 316	11 808	12 300
	Республика Алтай	3769	4311	4687	5078

Источник: составлено авторами на основании исследования нормативно-законодательных документов субъектов Российской Федерации.

Как видно из таблицы, разница в размере минимального должностного оклада между территориями Центрального федерального

округа может составлять в среднем 5 тыс. руб., а размер минимального должностного оклада территории Сибирского федерального округа, для которого установлены повышенные территориальные коэффициенты к заработной плате в связи со сложными климатическими условиями (от 1,3 до 1,8), по 1-му квалификационному уровню ниже, чем в территориях ЦФО.

Одной из особо острых проблем современной организации здравоохранения является дефицит медицинских работников. Естественно, что система оплаты труда, размер заработной платы, установленный в субъекте Российской Федерации, оказывают значительное влияние на трудовую миграцию квалифицированного персонала. На рис. 2 показана обеспеченность врачами на 10 тыс. населения по субъектам Российской Федерации в 2018 г.



Рис. 2. Обеспеченность врачами на 10 тыс. населения по субъектам Российской Федерации в 2018 г.

Источник: [Росстат, 2018].

При проведении корреляционного анализа между показателями заработной платы и обеспеченностью врачами было получено, что корреляционная зависимость между показателями (0,65) появляется при уровне заработной платы 57,4 тыс. руб. и выше. Менее указанного значения заработной платы показатели демонстрируют отсутствие какой-либо значимой корреляционной зависимости. Такая ситуация может свидетельствовать о том, что привлечь квалифицированные кадры возможно на те территории, в которых уровень заработной платы превышает среднероссийское значение (54 тыс. руб.), т.е. в полтора раза выше показателя среднедушевого дохода населения страны.

Результаты исследования

Представленные результаты исследования продемонстрировали весьма высокий уровень дифференциации основы заработной платы — размера должного оклада по сопоставимым квалификационным уровням внутри субъектов Российской Федерации, между субъектами и между федеральными округами. Основной причиной такой ситуации является отсутствие единых подходов к минимальному размеру должностного оклада системы оплаты труда работников медицинских организаций.

В Российской Федерации в качестве гарантийного минимума заработной платы, равно как и во многих других странах мира, используется минимальный размер оплаты труда (с 01.01.2020 — 12 130 руб.¹). Если исходить из того, что в размер МРОТ не включаются компенсационные и стимулирующие выплаты², вполне логичным представляется установление в качестве размера минимального должностного оклада по первой профессиональной квалификационной группе «Медицинский и фармацевтический персонал первого уровня» значение минимального размера оплаты труда, утвержденного Правительством Российской Федерации.

Выбор МРОТ в качестве минимального значения обоснован и тем, что в соответствии со ст. 133 Трудового кодекса Российской Федерации минимальный размер оплаты труда не может быть ниже величины прожиточного минимума трудоспособного населения, а устанавливаемый в субъектах Российской Федерации размер МРОТ не может быть ниже федерального значения. Другими словами, МРОТ обеспечивает две важные задачи: с одной стороны, обеспечивает минимальный набор продуктов питания, товаров и услуг, необходимый для сохранения здоровья человека и обеспечения его жизнедеятельности, а с другой стороны, обеспечивает единый для всех субъектов Российской Федерации базовый (минимальный) уровень заработной платы.

На сегодняшний день в рамках официальной статистики информация о структуре заработной платы не собирается. По данным, полученным нами при сопоставлении среднего размера заработной платы медицинских работников соответствующей квалификационной группы и установленного нормативными документами в субъектах Российской Федерации размера должностного оклада, было получено, что доля должностного оклада в заработной плате врачей может варьировать от 7,1% (Республика Алтай) до 51,2% (Республика Ингушетия), среднего медицинского

¹ Федеральный закон от 27.12.2019 № 463-ФЗ «О внесении изменений в статью 1 Федерального закона «О минимальном размере оплаты труда».

² Письмо Минтруда России от 05.06.2018 № 14-0/10/В-4085 «О направлении информации по вопросам, связанным с повышением минимального размера оплаты труда», «Единые рекомендации по установлению на федеральном, региональном и местном уровнях систем оплаты труда работников государственных и муниципальных учреждений на 2018 год».

персонала — от 8,7% (Республика Алтай) до 52,8% (Тамбовская область) и младшего медицинского персонала — от 6% (Республика Алтай) до 51% (Карачаево-Черкесская Республика). Размер доли должностного оклада в заработной плате демонстрирует наличие финансовой зависимости работников от условий оплаты труда, которые установлены в медицинской организации, от объективности и справедливости при распределении стимулирующих выплат, а также от многих других факторов, которые устанавливаются в отдельной медицинской организации. Именно такая ситуация, отмеченная Минздравом России, обозначила необходимость регламентации размеров структурных элементов заработной платы работников государственных и муниципальных учреждений здравоохранения через установление размеров структуры заработной платы: 55% — должностной оклад, 10–15 — компенсационные выплаты и доля стимулирующих выплат до 30%¹.

Кроме очевидных причин наблюдаемых различий в уровне заработной платы работников, относящихся к одной профессионально-квалификационной группе и одному уровню квалификации, между субъектами Российской Федерации (например, работа в местностях с особыми климатическими условиями), есть и те, которые могут быть объяснены финансовыми проблемами субъектов и/или приоритетностью решения задачи кадровой обеспеченности населения субъекта Российской Федерации его руководством.

Выводы

Проведенное исследование продемонстрировало отсутствие единых подходов к установлению размера должностного оклада, что объясняет высокий уровень дифференциации заработной платы работников одной профессиональной квалификационной группы в рамках одного субъекта, между субъектами одного федерального округа и между федеральными округами.

Представляется обоснованным в качестве размера минимального должностного оклада по первой профессиональной квалификационной группе «Медицинский и фармацевтический персонал первого уровня» установить значение минимального размера оплаты труда, ежегодно утверждаемого Правительством Российской Федерации. Такой подход обеспечит единообразие в размере минимального должностного оклада на всей территории Российской Федерации и создаст предпосылки к про-

¹ Письмо Минтруда России от 05.06.2018 № 14-0/10/В-4085 «О направлении информации по вопросам, связанным с повышением минимального размера оплаты труда», «Единые рекомендации по установлению на федеральном, региональном и местном уровнях систем оплаты труда работников государственных и муниципальных учреждений на 2018 год».

работке всех элементов системы оплаты труда работников сферы здравоохранения.

При разработке локальных нормативных актов медицинские учреждения используют единые рекомендации по установлению систем оплаты труда работников государственных и муниципальных учреждений, утверждаемые Российской трехсторонней комиссией по регулированию социально-трудовых отношений. Однако данный документ носит рекомендательный характер и может использоваться лишь в качестве ориентиров для установления на уровне медицинских учреждений фиксированных размеров окладов (должностных окладов), ставок заработной платы по должностям работников учреждения, но не влияет на снижение внутререгиональной дифференциации в оплате труда.

Обнаруженная значительная дифференциация в размере заработной платы влияет на показатель обеспеченности населения медицинскими работниками. Причем достоверную зависимость можно наблюдать при уровне заработной платы 57,4 тыс. руб. и выше.

Список литературы

1. Федеральный закон от 19.06.2000 № 82-ФЗ (ред. от 25.12.2018) «О минимальном размере оплаты труда». URL: <http://base.garant.ru/12119913/> (дата обращения: 05.04.2020).
2. Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2012 № 597 «О мероприятиях по реализации государственной социальной политики». URL: <https://mintrud.gov.ru/zarplata/legislation> (дата обращения: 05.04.2020).
3. Постановление Правительства РФ от 05.08.2008 № 583 «О введении новых систем оплаты труда работников федеральных бюджетных, автономных и казенных учреждений и федеральных государственных органов, а также гражданского персонала воинских частей, учреждений и подразделений федеральных органов исполнительной власти, в которых законом предусмотрена военная и приравненная к ней служба, оплата труда которых осуществляется на основе Единой тарифной сетки по оплате труда работников федеральных государственных учреждений». URL: <https://mintrud.gov.ru/zarplata/legislation> (дата обращения: 05.04.2020).
4. Распоряжение Правительства РФ от 26.11.2012 № 2190-р «Об утверждении Программы поэтапного совершенствования системы оплаты труда в государственных (муниципальных) учреждениях на 2012–2018 годы». URL: <https://mintrud.gov.ru/zarplata/legislation> (дата обращения: 05.04.2020).
5. Постановление Правительства Московской области от 03.07.2007 № 483/23 «Об оплате труда работников государственных учреждений здравоохранения Московской области». URL: <http://docs.cntd.ru/document/819008253> (дата обращения: 05.04.2020).
6. Постановление администрации Владимирской области от 04.04.2016 № 277 «Об оплате труда работников государственных учреждений, подведомственных департаменту здравоохранения администрации Владимирской области,

- и медицинских работников в иных государственных учреждениях Владимирской области». URL: <http://base.garant.ru/19432626/> (дата обращения: 04.04.2020).
7. Постановление администрации Курской области от 30.12.2015 № 955-па «Об оплате труда работников областных учреждений, подведомственных комитету здравоохранения Курской области». URL: <http://docs.cntd.ru/document/432839931> (дата обращения: 04.04.2020).
 8. Приказ Правительства Москвы от 09.06.2012 № 531 «О мероприятиях по переходу медицинских организаций государственной системы здравоохранения города Москвы на систему оплаты труда, отличную от тарифной системы оплаты труда работников государственных учреждений города Москвы». URL: <http://docs.cntd.ru/document/456040578> (дата обращения: 01.03.2020).
 9. Приказ Минздравсоцразвития России от 14.08.2008 № 425н «Об утверждении Рекомендаций по разработке федеральными государственными органами и учреждениями — главными распорядителями средств федерального бюджета примерных положений об оплате труда работников подведомственных федеральных бюджетных учреждений». URL: http://www.przrf.ru/docs/full/oplata_truda1_ob_utverzhdenii_rekomendacii_po_razrabotke_federalnymi/ (дата обращения: 01.03.2020).
 10. Письмо Министерства здравоохранения РФ от 04.09.2014 № 16-3/10/2-6752 «О совершенствовании региональных и муниципальных систем оплаты труда медицинских работников». URL: <https://ppt.ru/docs/pismo/minzdrav/n-16-3-10-2-6752-102133> (дата обращения: 03.04.2020).
 11. Вишневская Н. Т., Куликов О. В. // Вопросы экономики. — № 4. — Апрель 2009. — С. 91–103.
 12. Гамов В. Н. Совершенствование системы оплаты труда работников бюджетной сферы: дис. ... канд. экон. наук. — Санкт-Петербург, 1997.
 13. Гребенщикова Н. И. Проблемы функционирования и совершенствования экономического механизма оплаты труда в здравоохранении: дис. ... канд. экон. наук. — Саратов, 2003.
 14. Данные Росстата. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/healthcare (дата обращения: 03.02.2019).
 15. Желомеева Н. В. Оклад (должностной оклад) медицинского работника бюджетного лечебного учреждения как объект правового регулирования // Электронное приложение к Российскому юридическому журналу. — 2017. — № 2. — С. 102–120.
 16. Кадыров Ф. Н. Изменения в оплате труда работников бюджетной сферы: отказ от единой тарифной сетки // Менеджер здравоохранения. — 2007. — № 11. — С. 53–57.
 17. Колосницына М. Г., Владимирская Е. Н. Реформирование оплаты труда в государственном секторе // Вопросы статистики. — 2010. — № 11. — С. 38–46.
 18. Сергеева Н. М. Сравнительная оценка уровня оплаты труда в системе здравоохранения федеральных округов РФ // Азимут научных исследований: экономика и управление. — 2018. — Т. 7. — № 4 (25). — С. 283–286.
 19. Федеральная служба государственной статистики // ФСГС: официальный сайт. URL: https://www.gks.ru/labor_market_employment_salaries (дата обращения: 01.11.2019).
 20. Ховалыг С. А. Проблема высокой дифференциации заработной платы медицинских работников учреждений здравоохранения // Актуальные пробле-

мы исследования этноэкологических и этнокультурных традиций народов Саяно-Алтая. Материалы III международной научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов и студентов, посвященной 20-летию юбилею Тувинского государственного университета, Году народных традиций в Республике Тыва. — Тувинский государственный университет, 2015. — С. 197–199.

21. *Чистякова Е. А.* Оплата труда в медицинских учреждениях: состояние и перспективы // Бюллетень медицинских интернет-конференций. — 2016. — Т. 6. — № 1. — С. 193.

The List of References in Cyrillic Transliterated into Latin Alphabet

1. Federal'nyj zakon ot 19.06.2000 № 82-FZ (red. ot 25.12.2018) «O minimal'nom razmere oplaty truda». URL: <http://base.garant.ru/12119913/> (data obrashhenija: 05.04.2020).
2. Ukaz Prezidenta Rossijskoj Federacii ot 07.05.2012 № 597 «O meroprijatijah po realizacii gosudarstvennoj social'noj politiki» URL: <https://mintrud.gov.ru/zarplata/legislation> (data obrashhenija: 05.04.2020).
3. Postanovlenie Pravitel'stva RF ot 05.08.2008 № 583 «O vvedenii novyh sistem oplaty truda rabotnikov federal'nyh bjudzhetnyh, avtonomnyh i kazennyh uchrezhdenij i federal'nyh gosudarstvennyh organov, a takzhe grazhdanskogo personala voinskih chastej, uchrezhdenij i podrazdelenij federal'nyh organov ispolnitel'noj vlasti, v kotoryh zakonom predusmotrena voennaja i priravennaja k nej sluzhba, oplata truda kotoryh osushhestvljaetsja na osnove Edinoj tarifnoj setki po oplate truda rabotnikov federal'nyh gosudarstvennyh uchrezhdenij». URL: <https://mintrud.gov.ru/zarplata/legislation> (data obrashhenija: 05.04.2020).
4. Rasporjazhenie Pravitel'stva RF ot 26.11.2012 № 2190-r «Ob utverzhdenii Programmy pojetapnogo sovershenstvovanija sistemy oplaty truda v gosudarstvennyh (municipal'nyh) uchrezhdenijah na 2012–2018 gody». URL: <https://mintrud.gov.ru/zarplata/legislation> (data obrashhenija: 05.04.2020).
5. Postanovlenie Pravitel'stva Moskovskoj oblasti ot 03.07.2007 № 483/23 «Ob oplate truda rabotnikov gosudarstvennyh uchrezhdenij zdavoohranenija Moskovskoj oblasti». URL: <http://docs.cntd.ru/document/819008253> (data obrashhenija: 05.04.2020).
6. Postanovlenie administracii Vladimirskoj oblasti ot 04.04.2016 № 277 «Ob oplate truda rabotnikov gosudarstvennyh uchrezhdenij, podvedomstvennyh departamentu zdavoohranenija administracii Vladimirskoj oblasti, i medicinskih rabotnikov inyh gosudarstvennyh uchrezhdenij Vladimirskoj oblasti». URL: <http://base.garant.ru/19432626/> (data obrashhenija: 04.04.2020).
7. Postanovlenie administracija Kurskoj oblasti ot 30.12.2015 № 955-pa «Ob oplate truda rabotnikov oblastnyh uchrezhdenij, podvedomstvennyh komitetu zdavoohranenija Kurskoj oblasti» URL: <http://docs.cntd.ru/document/432839931> (data obrashhenija: 04.04.2020).
8. Prikaz Pravitel'stva Moskvy № 531 ot 9.06.2012 «O meroprijatijah po perehodu medicinskih organizacij gosudarstvennoj sistemy zdavoohranenija goroda Moskvy na sistemu oplaty truda, otlichnuju ot tarifnoj sistemy oplaty truda rabotnikov go-

- sudarstvennyh uchrezhdenij goroda Moskvy». URL: <http://docs.cntd.ru/document/456040578> (data obrashhenija: 01.03.2020).
9. Prikaz Minzdravsocrazvitija Rossii ot 14.08.2008 № 425n «Ob utverzhdenii Rekomendacij po razrabotke federal'nymi gosudarstvennymi organami i uchrezhdenijami — glavnymi rasporjaditeljami sredstv federal'nogo bjudzheta primernyh polozhenij ob oplate truda rabotnikov podvedomstvennyh federal'nyh bjudzhetnyh uchrezhdenij». URL: http://www.przrf.ru/docs/full/oplata_truda1/ob_utverzhdenii_rekomendacij_po_razrabotke_federalnymi/ (data obrashhenija: 01.03.2020).
 10. Pis'mo Ministerstva zdravoohranjenja RF ot 04.09.2014 № 16-3/10/2-6752 «O sovershenstvovanii regional'nyh i municipal'nyh sistem oplaty truda medicinskih rabotnikov». URL: <https://ppt.ru/docs/pismo/minzdrav/n-16-3-10-2-6752-102133> (data obrashhenija: 03.04.2020).
 11. *Vishnevskaja N. T., Kulikov O. V.* // Voprosy jekonomiki. — № 4. — Aprel' 2009. — С. 91–103.
 12. *Gamov V. N.* Sovershenstvovanie sistemy oplaty truda rabotnikov bjudzhetnoj sfery: dis. ... kand. jek. nauk. — Sankt-Peterburg, 1997.
 13. *Grebenshhikova N. I.* Problemy funkcionirovanija i sovershenstvovanija jekonomicheskogo mehanizma oplaty truda v zdravoohranenii: dis. ... kand. jek. nauk. — Saratov, 2003.
 14. Dannye Rosstata. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rossstat/ru/statistics/population/healthcare. (data obrashhenija: 03.02.2019).
 15. *Zhelomeeva N. V.* Oklad (dolzhnostnoj oklad) medicinskogo rabotnika bjudzhetnogo lechnogo uchrezhdenija kak ob'ekt pravovogo regulirovanija. // Jelektronnoe prilozhenie k Rossijskomu juridicheskomu zhurnalu. — 2017. — № 2. — С. 102–120.
 16. *Kadyrov F. N.* Izmenenija v oplate truda rabotnikov bjudzhetnoj sfery: otkaz ot edinoj tarifnoj setki // Menedzher zdravoohranjenja. — 2007. — № 11. — С. 53–57.
 17. *Kolosnicyna M. G., Vladimirskaia E. N.* Reformirovanie oplaty truda v gosudarstvennom sektore // Voprosy statistiki. — 2010. — № 11. — С. 38–46.
 18. *Sergeeva N. M.* Sravnitel'naja ocenka urovnja oplaty truda v sisteme zdravoohranjenja federal'nyh okrugov RF // Azimut nauchnyh issledovanij: jekonomika i upravlenie. — 2018. — T. 7. — № 4 (25). — С. 283–286.
 19. Federal'naja sluzhba gosudarstvennoj statistiki // FSGS: oficial'nyj sajt. URL: https://www.gks.ru/labor_market_employment_salaries (data obrashhenija: 01.11.2019).
 20. *Chistjakova E. A.* Oplata truda v medicinskih uchrezhdenijah: sostojanie i perspektivy // Bjulleten' medicinskih internet-konferencij. — 2016. — T. 6. — № 1. — С. 193.
 21. *Hovalyg S. A.* Problema vysokoj differenciacii zarabotnoj platy medicinskih rabotnikov uchrezhdenij zdravoohranjenja // Aktual'nye problemy issledovanija jetnojekologicheskij i jetnokul'turnyh tradicij narodov Sajano-Altaja Materialy III mezhnarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii molodyh uchenyh, aspirantov i studentov, posvjashhennoj 20-letnemu jubileju Tuvinskogo gosudarstvennogo universiteta, Godu narodnyh tradicij v Respublike Tyva. — Tuvinskij gosudarstvennyj universitet, 2015. — С. 197–199.

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ

Н. Г. Антонова¹

НИУ «Высшая школа экономики» (Москва, Россия)

В. А. Ребязина²

НИУ «Высшая школа экономики» (Москва, Россия)

Э. О. Тункевичус³

НИУ «Высшая школа экономики» (Москва, Россия)

П. А. Дворянкин⁴

НИУ Высшая школа экономики (Москва, Россия)

УДК: 330.567.2 / .4; 330.59; 330.12

ВЫЯВЛЕНИЕ ПОКОЛЕНЧЕСКИХ РАЗЛИЧИЙ В РЕШЕНИИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ИСПОЛЬЗОВАТЬ ШЕРИНГОВЫЕ СЕРВИСЫ В РОССИИ⁵

Цифровая трансформация и стремительное развитие интернет-технологий в последнее десятилетие способствовали появлению инновационной бизнес-модели коллаборативного потребления [Шерешева, Кацони, 2019] и распространению сервисов совместного потребления (ССП). Данное исследование посвящено выявлению факторов использования СПП с учетом различий между поколениями, сформулированных на основе теории поколений. Целью статьи является выявление поколенческих различий в решении российских потребителей использовать СПП. Выделенные в результате

¹ Антонова Надежда Геннадьевна — аспирант, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», e-mail: nzbandut@hse.ru, ORCID: 0000-0002-4486-2249.

² Ребязина Вера Александровна — к.э.н., доцент, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», e-mail: rebiazina@hse.ru, ORCID: 0000-0002-0150-947X.

³ Тункевичус Эдуард Олегович — студент, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», e-mail: tunkevichus@mail.ru, ORCID: 0000-0002-1110-9840.

⁴ Дворянкин Петр Алексеевич — аспирант, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», e-mail: pdvoryankin@hse.ru, ORCID: 0000-0002-5669-4529.

⁵ Публикация подготовлена по результатам исследований, выполненных в рамках группового прикладного проекта «Разработка многофакторной модели повышения конкурентоспособности российских инновационно-активных компаний в условиях цифровой трансформации бизнеса» в рамках научных исследований факультета бизнеса и менеджмента НИУ ВШЭ в 2020–2021 гг., проект утвержден решением научной комиссии факультета бизнеса и менеджмента от 19.06.2020, протокол № 5.

систематизации существующих исследований факторы протестированы на данных количественного исследования, проведенного в форме онлайн-опроса с выборкой 3635 российских пользователей ССП. В результате проведения объясняющего факторного анализа (EFA) выявлена структура факторов использования ССП представителями трех поколений потребителей (X, Y и Z). В результате дисперсионного анализа результатов эмпирического исследования выявлены поколенческие различия в поведении потребителей при использовании ССП. Выявленные поколенческие различия имеют как теоретическую значимость, выступая основой для дальнейших исследований, так и практическое значение для бизнеса, снижая риски при выведении на рынок новых ССП с учетом потребностей различных поколений пользователей.

Ключевые слова: коллективное потребление, услуги коллективного потребления, потребительское поведение, поколенческие различия, поколенческая теория.

Цитировать статью: Антонова Н. Г., Ребязина В. А., Тункевичус Э. О., Дворянкин П. А. Выявление поколенческих различий в решении потребителей использовать шеринговые сервисы в России // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. — 2020. — № 4. — С. 146–180.

N. G. Antonova

NRU Higher School of Economics (Moscow, Russia)

V. A. Rebiazina

NRU Higher School of Economics (Moscow, Russia)

E. O. Tunkevichus

NRU Higher School of Economics (Moscow, Russia)

P. A. Dvoryankin

NRU Higher School of Economics (Moscow, Russia)

JEL: O33, M21, M31

IDENTIFYING GENERATIONAL DIFFERENCES IN CONSUMERS' DECISION TO USE SHARED SERVICES IN RUSSIA

Digital transformation and rapid development of Internet technologies in the past decade have contributed to the emergence of an innovative business model of collaborative consumption [Sheresheva, Katsoni, 2019] and the spread of collaborative consumption services (CCS). This study attempts to identify the factors that influence consumers' decision to use CCS, drawing on generation differences formulated on the basis of generation theory, with a particular focus on Russian consumers. The factors highlighted as a result of systematization of existing studies have been tested on the data of a quantitative study conducted in the form of an online survey with a sample of 3635 Russian users of CCS. An explanatory factor analysis (EFA) helps the authors construct the framework of factors that influence the decision of three generations of consumers (X, Y, and Z) to use CCS. The analysis of variance between the groups (ANOVA) highlights the generation differences that affect the decision to use the CCS by representatives of three generations. The identified

generation features are of both theoretical significance, serving as a basis for further research, and practical value for business, mitigating the risks of introducing new CCS to the market, allowing for the needs of various generations of users.

Keywords: collaborative consumption, collaborative consumption services, consumer behavior, generational differences, generational theory.

To cite this document: Antonova N. G., Rebiazina V. A., Tunkevichus E. O., Dvoryankin P. A. (2020) Identifying generational differences in consumers' decision to use shared services in Russia. Moscow University Economic Bulletin, (4), 146–180.

Введение

Развитие интернета и мобильных технологий на фоне экономического спада создали предпосылки для появления сервисов совместного потребления (далее — ССП), функционирующих в рамках новой бизнес-модели, называемой «коллаборативное потребление». Базовые принципы коллаборативного потребления существуют уже достаточно давно, поэтому фактическая новизна ССП как отдельного социально-экономического феномена весьма относительна, так как о существовании таких форм коллаборативного потребления, как общественные библиотеки, коммиссионные магазины, такси, сервисы по аренде спортивного инвентаря, было известно еще в начале XX столетия. Развитие информационно-коммуникационных технологий позволило бизнес-модели коллаборативного потребления вырасти до целого ряда широко известных ССП, капитализация которых оценивается миллиардами долларов. Экономические кризисы в различных странах послужили акселератором экономии средств и получения дополнительного дохода для потребителей путем перепродажи вещей, передачи их во временное пользование за вознаграждение, покупки подержанных вещей [Belk, 2014].

ССП покрывают множество сфер повседневной жизни потребителей по всему миру, меняя методы транспортировки (Uber, BlaBlaCar, «Делимобиль»), влияя на комфорт в путешествиях (Airbnb), расширяя сферу развлечений (Netflix, Youtube), выполнения задач (TaskRabbit), инвестирования (Kickstarter). Так, согласно отчету РАЭК, объем российского рынка интернет-сервисов совместного потребления в 2018 г. превысил 500 млрд руб., показав рост на 30% в сравнении с предыдущим периодом [РАЭК, 2018]. В результате опроса регионального центра интернет-технологий [Шеринговые онлайн-сервисы, 2017] удалось выявить, что каждый четвертый житель страны регулярно пользуется ССП, к наиболее популярным сервисам относятся Uber, Airbnb, Blablacar, YouDo, «Делимобиль».

Ключевым участником бизнес-модели коллаборативного потребления является потребитель, который может выступать как арендатором, так и арендодателем в рамках использования ССП. Поскольку расширение экономики коллаборативного потребления возможно за счет уве-

личения использования ССП уже существующими потребителями и путем привлечения новых участников, изучение факторов участия потребителей в коллаборативном потреблении является залогом успешного развития бизнес-модели. На данный момент изучение факторов участия потребителей в коллаборативном потреблении ограничивается лишь незначительным количеством релевантных исследований, знаний о причинах, по которым потребители принимают решение использовать ССП, все еще недостаточно [Möhlmann, 2015]. Результаты большинства существующих работ характеризуются фокусированием исключительно на одном секторе ССП (например, каршеринге или краткосрочной аренде жилья) [Bardhi, Eckhardt, 2012; Кацони, Шерешева, 2019; Тищенко и др., 2019], фрагментарностью исследований и нерепрезентативностью выборки эмпирической части исследования. Кроме того, отсутствуют эмпирические исследования факторов использования потребителями ССП [Namari et al., 2016].

Поскольку в данный момент представители поколений X и Y вовлечены в активную трудовую деятельность и сосредоточили в своих руках финансовые и коммуникационные ресурсы, с экономической точки зрения они представляют оправданный интерес для изучения. Представители поколения Z следуют современным тенденциям и стилю жизни, бережно относятся к природе и личным ресурсам, естественным образом проявляют склонность к использованию ССП [Singh, Dangmei, 2016]. Стоит отметить, что поколенческие различия в восприятии ценностей и в факторах участия в коллаборативном потреблении представителей различных поколений все еще мало изучены как на развитых, так и на развивающихся рынках. Таким образом, целью данного исследования является выявление поколенческих различий в факторах использования ССП российскими потребителями.

Структура статьи выстроена следующим образом: в первой части изучены и систематизированы существующие подходы к пониманию поколенческих особенностей при использовании ССП; вторая часть исследования посвящена выявлению особенностей поведения потребителей различных поколений при использовании ССП; в третьей части статьи проведен эмпирический анализ по выявлению факторов участия представителей поколений X, Y, Z в коллаборативном потреблении.

Теоретические основы поколенческих различий при использовании ССП

Становление и развитие теории поколений, основные характеристики поколений. Основоположителем теории поколений считается Карл Мангейм, который определил поколение как «группу лиц одинакового возраста, члены которой пережили определенное историческое событие в течение

установленного периода времени» [Mannheim, 1928]. Согласно теории Мангейма, общественное сознание и развитие поколения в определенном месте («местоположение поколений») в значительной степени зависят от основных исторических событий, так как происходящие события определенным образом влияют на жизнь людей, находящихся в этот момент в молодом возрасте. Тем не менее родиться в определенные годы недостаточно, чтобы показать принадлежность к определенному поколению. Подчеркивается, что оригинальное самовыражение имеет не каждое поколение — в значительной степени это зависит от темпов социальных изменений и научно-технического прогресса.

Дальнейшее развитие теория поколений получила в работе Уильяма Штрауса и Нила Хоу [Strauss, Howe, 1997], согласно которой ее определяющим аспектом являются события, происходящие в стране и в мире, а также социальный настрой населения. В теории поколений Штрауса—Хоу утверждается, что по мере того, как поколение переходит из молодости в юность, оно старается решить «проблему», с которой сталкивается предыдущее поколение молодых людей, поэтому многие исследователи интерпретировали теорию Штрауса—Хоу как механизм формирования подхода к прогнозированию ключевых характеристик будущих поколений.

Основой теории поколений Штрауса—Хоу [Strauss, Howe, 1997] является понимание социальных циклов и групповых реакций. Конечная ценность теории поколений Штрауса—Хоу заключается в том, что она позволяет формировать метод изучения взаимодействия между группами людей, функционирующих в более широких социальных условиях, что особенно важно в контексте изучения потребителей. В настоящее время теория поколений не теряет своей актуальности и является источником новых знаний о потребителях, ведь каждые 10–20 лет одно поколение сменяет другое. Кроме того, внимание к теории поколений на фоне роста числа публикаций поднимает вопрос о формировании единого подхода к интерпретации данных и терминов, в особенности границ поколений и их основных характеристик.

В силу того, что в крупных городах цифровизация населения происходила быстрее, на стыке этапов стали формироваться переходные поколения, которые в научной литературе получили название «эхо-поколения». Представители поколений, рожденные в переходные периоды, сохраняют отличительные признаки сразу двух поколений. При этом значительную роль в формировании ценностей играют такие показатели, как размер населенного пункта, удаленность его от центра, а также уровень социального и технологического развития страны в целом [Курочкин, Гришакова, 2014; Think with google, 2019].

Таким образом, общепринятых границ поколений не существует, каждый автор старается придерживаться самостоятельно выработанной по-

зиции. Поскольку поколенческая теория Штрауса—Хоу является универсальным инструментом и может быть применена не только к США, где была разработана, но и к другим странам, например, к России, именно она использована для определения границ поколений для данного исследования [Савидов, 2019]. На основании изученной литературы составлена таблица, отражающая особенности интерпретации информации о поколениях (табл. 1). При этом для более точного изложения показатель «эхо поколений» исключен из анализа [Howe, Strauss, 2007].

Таблица 1

Подходы к определению поколений X, Y, Z

Критерий	Ссылка	Поколение Z	Поколение Y	Поколение X
Варианты названия в научной литературе	[Howe, Strauss, 1991, 2000; Асташова, 2014; Deloitte, 2019]	Цифровое поколение, поколение next, хоумлендеры	Миллениалы, сетевое поколение, поколение миллениума	Gen bust, постбумеры, тринадцатое поколение, поколение MTV
События в мире, оказавшие влияние на поколения	[Попов, 2018]	Война в Ираке, мировой финансовый кризис, цифровизация, появление мобильных гаджетов	Распад СССР, окончание холодной войны, лидерство США в мире, террористические акты 11 сентября 2001 г.	Спад рождаемости после беби-бумеров, застой, запуск интернета на новую орбиту, запуск ракет, появление YouTube
Годы рождения представителей поколений по У. Штраусу и Н. Хоу	[Howe, Strauss, 1991, 2001]	С 2003	1983–2002	1965–1982
Годы рождения представителей поколений по Ю. Асташковой	[Асташова, 2014]	С 2000	1984–2000	—
Годы рождения представителей поколений, принятые авторами статьи	[Deloitte, 2019; Think with Google, 2019; Singh, Dangmei, 2016]	1995–2002 18–25 лет	1985–1994 26–35 лет	1965–1984 36–55 лет

Источник: составлено авторами на основе [Howe, Strauss, 1991, 2001; Асташова, 2014; Singh, Dangmei, 2016; Deloitte, 2019; Think with Google, 2019].

Как видно из таблицы, формирование каждого поколения происходит в контексте определенных социально-экономических событий. Именно происходящие перемены создают предпосылки, формирующие поколенческие различия. Более подробно они будут рассмотрены ниже.

Поколение X характеризуется переходом к родительско-центричному обществу, где фокус внимания в семье отводился родителям, а детям уделяется меньше внимания [Howe, Strauss, 1993]. Представители поколения X стремятся найти баланс между работой и личной жизнью, мотивированы востребованностью на работе [Lancaster, Stillman, 2005; Stuenkel, de la Cuesta, Cohen, 2005]. Выросшие в эпоху развития компьютерных технологий, представители поколения X владеют навыками поиска и обмена информацией с целью получения новых знаний [Stuenkel, Cohen, 2005].

Представители поколения X — это независимые, ищущие эмоциональную безопасность люди, они предпочитают неформальность [Howe, Strauss, 2007], ценят баланс между работой и личной жизнью, рассчитывают на рост возможностей в профессиональной сфере и позитивные рабочие отношения в большей степени, чем представители предыдущего поколения (беби-бумеры) или последующего поколения (Y), любят свободу и ищут новые возможности для развития [Eisner, 2005; Beutell, Wittig-Berman, 2008].

Представители поколения Y росли с родителями, настроенными создать для детей идеальную жизнь, защитить их от опасностей и помочь найти увлечения с раннего возраста [Rainer, Rainer, 2011]. Представители поколения Y привыкли быть центром внимания и имеют уверенный, целеустремленный подход к жизни.

Представители поколения Y преданы своим родителям и семье, ценят принадлежность к сообществам и волонтерство, комфортно чувствуют себя в больших социальных группах.

Представители поколения Y могут быть наиболее социально-ориентированным поколением со времен Второй мировой войны [Strauss, Howe, 2000]. Исследования показывают, что представители поколения Y, как правило, обеспокоены неравенством, проблемами окружающей среды и другими политическими и социальными проблемами, более терпимы и ценят разнообразие расы, пола и сексуальности, чем любое предыдущее поколение [Stafford, Griffis, 2008]. Существует мнение, что в соответствии с теорией Штрауса—Хоу представители поколения Y должны стать лидерами в решении глобальных проблем.

Поколение Y также часто называется поколением миллениалов. Технологии оказали существенное влияние на развитие поколения миллениалов, так как многие из них имели доступ к компьютерам и онлайн-материалам с раннего возраста. Для миллениалов столкновение с разнообразием и большим пулом информации является нормой. Что касается профессионального развития, представители поколения Y высоко ценят

заработную плату, но также ищут другие стимулы, такие как возможность обучения, получение пенсии, здравоохранение и другие льготы, возможность быстрого роста и признание их вклада [Калинина, 2010].

Представители поколения Z выросли, окруженные технологиями и интернетом, мобильными телефонами, смартфонами, планшетами, КПК, социальными сетями и другими медиатехнологиями [Kapil, Roy, 2014]. Поколение Z является более уверенным в себе, счастливым, обладающим командным духом, склонным к инновациям и творчеству и более заинтересованным в общественной деятельности, чем предыдущие поколения [Ozkan, Solmaz, 2015]. Представители данного поколения больше заинтересованы в работе в компании, которая им нравится, причем даже за меньшую заработную плату. Несмотря на то что они свободно общаются в мире социальных сетей, текстовых сообщений и по электронной почте, они готовы отдавать предпочтение живым разговорам. Кроме того, представители поколения Z ориентированы на работу в проектном формате, при этом высоко ценят обратную связь от руководителей или старшего поколения. В течение следующих пяти лет поколение Z будет составлять пятую часть трудовых ресурсов.

В своем исследовании Уэст (2014) дает поколению Z следующую характеристику:

- 1) хорошо интегрированы с технологиями;
- 2) обладают достаточно развитыми навыками коммуникации в социальных сетях;
- 3) готовы к многозадачности;
- 4) заботятся об окружающей среде;
- 5) под влиянием своих друзей быстро узнают о продуктах и брендах;
- 6) обладают высоким интеллектом с возможностью быстро обрабатывать большие объемы информации.

Альфа-поколение. В разных исследованиях даты рождения представителей данного поколения варьируются между 2010 и 2025 гг., т.е. они являются или будут детьми представителей поколения X, Y и Z [Fourtane, 2018; Nagy, Kolcsey, 2017]. На сегодняшний день для поколения Альфа было сделано пять прогнозов [Schawbel, 2014]:

- 1) они будут самым предпринимательским поколением за всю историю;
- 2) они будут самым технически подкованным поколением и никогда не узнают мир без социальных сетей;
- 3) они будут в основном делать покупки в интернете и иметь меньше контактов с людьми, чем предыдущие поколения;
- 4) они будут сильно избалованными и находиться под влиянием родителей;
- 5) они будут более самодостаточными, лучше образованными и подготовленными к большим испытаниям.

Таким образом, на основании проведенного анализа были выделены основные характеристики поколений X, Y, Z и Альфа, связанные с их воспитанием, институтом семьи и формированием личностных интересов. При этом общей чертой поколений является активное использование цифровых технологий, в том числе на базе интернета, которые с каждым поколением становятся все более неотъемлемой частью повседневной жизни.

Особенности поведения потребителей поколений X, Y, Z при использовании ССП. В свете продолжающейся цифровой трансформации важно отметить, что смена поколений является одним из определяющих факторов поведения потребителей на рынке. Модификация модели покупательского поведения в результате развития новых технологий и все более широкого доступа в интернет характерна, в частности, для поколений Y и Z. Поэтому, принимая на себя активную роль в процессе совершения покупок, молодые люди являются более восприимчивыми к новым потребительским тенденциям, включая коллаборативное потребление [Zalega, 2018].

Термин «коллаборативное потребление» впервые введен в статье, связанной с арендой автомобилей для других пользователей [Felson, Spaeth, 1978], при этом распространение данное понятие получило благодаря труду британского консультанта по управлению [Algar, 2007]. Ожидалось, что ССП смогут решить такие социальные проблемы, как гиперпотребление, загрязнение окружающей среды и бедность населения [Hamari et al., 2016]. Тем не менее, несмотря на преимущества новой экономической модели, не все потребители активно используют ССП. Представители поколений X, Y и Z готовы пользоваться ССП в разной степени, что обусловлено целым рядом факторов, и прежде всего поколенческими различиями, формирование которых происходило в определенных экономических и социальных условиях [Zalega, 2018].

Представители поколения X достаточно прагматичны и уверены в себе, именно поэтому главную роль для них играет удобство — сервис должен быстро удовлетворить потребность клиента, быть понятным и легким в использовании. Представители поколения X — консерваторы, привыкшие иметь вещи в собственности. Коллаборативное потребление для данного поколения является чем-то выходящим за рамки привычного, они мало доверяют новым сервисам и предпочитают использовать проверенные товары [Privrelová, 2018]. Поколение X в текущих реалиях является самым многочисленным работающим поколением, в связи с чем обладает значительными финансовыми средствами. Тот факт, что у поколения Y меньше средств, чем у представителей поколения X, и дал толчок к развитию ССП. Вместе с этим важно понимать, что, несмотря на более широкие возможности, как финансовые, так и коммуникационные, представители старших поколений также включаются в коллаборативное потребление. Статусная позиция представителей поколения X и возможность концентрации дорогой недвижимости ставит это поколение по другую сторону взаимоотно-

шений арендатор — арендодатель, позволяя выступать поставителями услуг, получая от этого дополнительный доход и удовлетворяя стремление к рациональности [Strauss, Howe, 1991; Булавкина, 2014]. Следует отметить, что существует лишь небольшое количество исследований, посвященных отношению представителей поколения X к ССП.

Поколение Y (миллениалы) — мобильное поколение. Они хотят получить максимум из имеющихся возможностей, идут к цели и постоянно находятся в поиске средств на ее осуществление. Если на какую-то вещь им не хватает денег, они возьмут ее у знакомых или разместят пост с просьбой одолжить эту вещь в соцсетях. Они не готовы вкладываться в недвижимость и чувствуют себя вполне комфортно в удобной съемной квартире рядом с работой. Представители поколения Y готовы пользоваться ССП и считают, что бессмысленно покупать вещи, которые могут пригодиться лишь раз [Булавкина, 2014]. Еще одним важным фактором, влияющим на выбор миллениалов, выступает комфорт. Этот фактор является важной составляющей чувства гармонии и олицетворением современного стиля жизни.

Родоначалником современных трендов в диджитал-среде стало именно поколение Y [Deal et al., 2010]. Интернет открыл доступ к большому массиву информации, в том числе использованию онлайн-сервисов и платформ. Отдельно стоит отметить повышение скорости мобильного интернета до 4G, что положило начало развитию таких сервисов, как, например, Uber. Согласно исследованию, проведенному компанией Uber, более 10% миллениалов, пользующихся сервисом в России и США, не собираются получать водительское удостоверение и соответственно иметь свой автомобиль [Гущина, 2017]. Пользователям не важно, обладают ли они транспортным средством, для них необходимо комфортно добраться из одного пункта в другой. Вдохновленное мобильностью, возможностью сохранить свой бюджет и желанием соответствовать современности, поколение Y стало использовать ССП, благодаря чему потребление стало умереннее, статус уступил место удобству и экономии ресурсов, так как содержание личного автомобиля обходится достаточно дорого с учетом страховки, налога, ремонта и иных факторов.

Именно ориентация на функциональность, а не на обладание имуществом соотносится с установкой, что опыт важнее обладания, а также превозносит аспект экологичности. Согласно данным, представленным в исследовательском отчете компании Nielsen, более 73% потребителей, относящихся к поколению миллениалов, готовы доплатить за тот или иной товар, если его производитель заботится об окружающей среде и следует принципам КСО [Nielsen, 2015]. Эти данные подтверждаются исследованиями компаний Cone Communications и Deloitte (2017), согласно результатам которых 90% покупателей готовы сменить привычный бренд

на продукт, выпускаемый более экологически ориентированной компанией. При этом полученные данные являются актуальными как для других стран, так и для России. Эту информацию охотно используют западные компании из списка ТОП-250, ежегодно публикуя данные отчетов о деятельности в сфере экологической ответственности [Патараая, 2018; Tandberg, 2007].

«Зеленое» потребление — это тренд, охотно поддерживаемый представителями поколения Z — молодыми, хорошо образованными людьми, заботящимися об окружающей среде и ориентированными на семью. Поскольку представители поколения Z выросли в эпоху социальных сетей и киберпространства [Deal et al., 2010], для них является естественным использовать ССП [Godelnik, 2017]. Используя ССП, они получают максимум пользы, затрачивая минимум ресурсов [Bardhi, Eckhardt, 2012]. Основной мотивацией к использованию ССП для них является цена и возможность сохранить свои ресурсы [Buda et al., 2020]. Финансовые выгоды являются необходимым условием использования ССП, поскольку помогают поддерживать основу доверия между участниками обмена. Но одних лишь финансовых выгод, вероятно, недостаточно для принятия решения использовать ССП [Belk, 2014; Bucher et al., 2016]. Несмотря на то что в данный момент представители молодого поколения имеют невысокий доход, они хотят получить вещь/услугу надлежащего качества.

В сочетании с развитием интернета и технологий поколение Z дает старт для изменения поведения потребителей более старших поколений. Следуя за поколением Z, представители поколений X и Y стараются адаптироваться к изменению экономической среды [Privrelová, 2018]. Именно поэтому определение факторов, влияющих на решение представителей поколений X, Y, Z использовать ССП, является важной задачей, решение которой позволит сократить влияние барьеров на решение потребителей участвовать в коллаборативном потреблении.

Факторы участия представителей поколений X, Y, Z в коллаборативном потреблении. Согласно Брентону [2017], представители поколения Y больше всего ценят мнения и рекомендации семьи и ближайшего окружения, а также опыт других потребителей. Они предпочитают цифровые покупки и стремятся сэкономить свое время, особенно это характерно для жителей крупных городов. Для представителей поколения X рекомендации являются нейтральным фактором, они отдают предпочтение офлайн-покупкам и считают верным сначала проверить товар в магазине. Представители поколения Y скорее найдут онлайн-обзоры перед тем, как принять окончательное решение о покупке. Согласно исследованию Брентона [2017], для представителей поколения Y чрезвычайно важно, как происходит коммуникация с потребителем в социальных сетях. С другой стороны, этот аспект важен и для представителей поколения X, пусть и не

в такой степени. Сохраняя определенную степень открытости, представители поколений X и Y тем не менее не настолько быстро адаптируются к изменениям: часть потребителей по-прежнему больше доверяет офлайн-покупкам [Privrelová, 2018]. Таким образом, коллаборативное потребление для миллениалов связано с приобретенным ранее опытом, в то время как поколение Z стремится к самовыражению и открыто новому опыту потребления [Privrelová, 2018].

Глобальное исследование компании Accenture, фокус которого направлен на представителей поколения Z, определило конкретные драйверы и барьеры использования ССП. В результате опроса 10 тыс. респондентов в 13 странах, включая такие государства с развивающейся экономикой, как Бразилия, Китай, ЮАР, выделены следующие драйверы использования ССП [Accenture, 2017]: быстрота доступа, простота использования, экономия денег, одобрение референтной группы и доверие, основанное на положительных отзывах.

В отличие от миллениалов представители поколения Z активнее пользуются интернет-покупками (более 40%), они открыты для новых видов ССП и продуктовых концепций (70%), демонстрируют готовность платить за временное пользование товарами и услугами, брать в аренду личные вещи и электронику, ценят прежде всего высокое качество и оперативность [Botsman, Rogers, 2011]. Представители молодого поколения нацелены на использование вещей «по необходимости», а не «во владении» [Francis, Hoefel, 2018].

В результате опроса, посвященного влиянию представителей поколения Z на развитие ССП на развивающемся рынке Бразилии, проведенного агентством, специализирующемся на потребительских тенденциях, выявлено значительное влияние этической составляющей на принятие решения о приобретении товара. Около 80% потребителей отказались покупать товар в случае, если компания является неэкологичной, не соблюдает этику ведения бизнеса или была замешана в скандале. Для представителей молодого поколения важны такие аспекты, как этичность, экологичность и рациональный подход [Francis, Hoefel, 2018].

Исследование причин использования ССП молодым поколением на рынке Польши продемонстрировало, что ключевой причиной участия в коллаборативном потреблении являются финансовые выгоды и доступ к широкому спектру товаров и услуг. С другой стороны, основными недостатками ССП являются недоверие и возможные мошеннические операции со стороны незнакомцев. Молодые люди в Польше недоверчиво относятся к незнакомцам, следовательно, гораздо охотнее участвуют в коллаборативном потреблении, когда знают людей, с которыми совершается сделка. Кроме того, исследования показывают, что чем выше стоимость товаров (например, дома, квартиры, автомобиля), тем меньше вероятность того, что молодые люди будут ими делиться. Респонденты

чаще всего делятся товарами, такими как книги, одежда и игры. Большинство из них используют интернет-порталы, позволяющие участвовать в коллаборативном потреблении, что значительно облегчает обмен товарами и услугами. Согласно исследованию, располагаемый доход является решающим фактором, влияющим на заинтересованность потребителей использовать ССП [Činjarević et al., 2019]. Молодые потребители считают, что экономия средств и беспрепятственный доступ к широкому спектру товаров и услуг являются важными преимуществами коллаборативного потребления. Существенными недостатками пользования ССП для молодого поколения являются недоверие между участниками обмена, риск мошенничества со стороны незнакомцев и неопределенное происхождение приобретенных продуктов или услуг [Činjarević et al., 2019]. Согласно исследованию, проведенному в Венгрии, для представителей старших поколений такие барьеры, как, например, риск мошенничества со стороны незнакомцев, являются более критичными, чем для молодого поколения [Buda et al., 2020]. Несмотря на то что количество барьеров для участия более старших поколений в использовании ССП на порядок выше, чем у поколения Z, развитие коллаборативного потребления как новой бизнес-модели продолжает активно развиваться.

Несмотря на то что отношение к потреблению в последние годы изменилось, наблюдается рост обеспокоенности по поводу состояния окружающей среды. Растущая обеспокоенность по поводу изменения климата сделала коллаборативное потребление привлекательной альтернативой для потребителей. Существующие исследования показывают, что потребители перестали следовать нормам социально ответственного потребления по экономическим и институциональным причинам, но с развитием коллаборативного потребления данные проблемы решаются и потенциально могут быть преодолены [Gray et al., 2011].

Таким образом, решение об использовании ССП продиктовано целым рядом факторов (драйверов и барьеров) использования ССП:

- экономия ресурсов за счет использования ССП [Hamari et al., 2016; Hawlitschek et al., 2016];
- инновационность ССП [Davis, 1989; Horton et al., 2001];
- сложность использования ССП [Venkatesh et al., 2012; Hawlitschek et al., 2016];
- влияние социального окружения на решение использовать ССП [Ajzen, 1991; Roos, Hahn, 2016];
- боязнь риска при использовании ССП [Hawlitschek et al., 2016; Lamberton, Rose, 2012];
- восприятие собственности как символа статуса [Venkatesh et al., 2008; Hawlitschek et al., 2016];
- безразличность при использовании ССП [Bardhi, Eckhardt, 2012].

Эмпирическое исследование по выявлению поколенческих различий в решении потребителей использовать ССП в России

Методология и дизайн исследования. Цель эмпирической части исследования — выявить различия в факторах использования ССП потребителями разных поколений (X, Y и Z). В рамках количественного исследования проведен онлайн-опрос. Для размещения анкеты использован специализированный сервис для проведения опросов — SurveyMonkey. В рамках проведения количественного исследования анкета была выслана всем участникам онлайн-курса «Маркетинг» на Национальной платформе открытого образования (около 20 000 человек), в результате было получено 3635 заполненных анкет, таким образом, отклик на анкету составил 18,2%. Использование данной платформы для проведения исследования обусловлено рядом причин. Во-первых, использование онлайн-курса позволяет охватить не только респондентов из близлежащих регионов, но и провести исследование по всей России. Во-вторых, участников курса можно охарактеризовать как активных пользователей интернета, что является весьма важным параметром при использовании ССП. Исследование проводилось на добровольной основе, вознаграждение за участие предусмотрено не было.

Для проведения количественного исследования разработана онлайн-анкета, операционализация вопросов которой основана на результатах анализа существующих исследований по выявлению факторов участия потребителей в коллаборативном потреблении. Анкета включает 23 индикатора, характеризующих отношение пользователей различного возраста к использованию ССП, а также восемь вопросов, характеризующих социально-демографические характеристики респондента.

Измерение согласия или несогласия с конкретными суждениями осуществлялось по 7-балльной шкале Лайкерта от 1 «полностью не согласен» до 7 «полностью согласен». Все вопросы протестированы на нейтральность для получения максимально корректных ответов от респондентов.

Описание выборки эмпирической части исследования. В процессе подготовки базы данных к проведению факторного анализа анкеты респондентов, у которых пропуски в ответах составляют более 20%, были удалены (размер выборки уменьшился до 3570 респондентов). Кроме того, с помощью скрининговых вопросов были отфильтрованы респонденты, которые никогда не пользовались ССП (скрининговым вопросом в данном случае выступил вопрос: «Как часто Вы пользуетесь ССП?») или не подходят для исследования по параметру возраста (отобраны респонденты, которые относятся к поколениям X, Y и Z). Таким образом, размер выборки для проведения непосредственно анализа составил 3415 респондентов.

Как следует из таблицы, в рамках исследования респонденты разделены на три группы: поколение X, поколение Y и поколение Z. Стоит, однако, отметить, что неравномерное распределение по возрасту в выборке данного исследования во многом соответствует распределению в исследовании РАЭК (2018), где представители старшего поколения имеют наименьшую долю среди респондентов. Также есть основания полагать, что представители старшего поколения менее активно пользуются ССП, так как, в частности, для использования ССП необходимо иметь доступ к сети Интернет (Mediascope, 2019).

Таблица 2

Описание выборки исследования (N = 3415)

		Частота	Проценты
Пол	Мужской	869	25,4
	Женский	2535	74,2
Поколение	Поколение Z (от 18 до 25 лет)	1506	44,1
	Поколение Y (от 26 до 35 лет)	1324	38,8
	Поколение X (от 36 до 55 лет)	583	17,1
Образование	Неполное среднее образование	5	,1
	Среднее общее образование	105	3,1
	Среднее специальное образование	93	2,7
	Незаконченное высшее образование	903	26,4
	Высшее образование	1889	55,3
	Два и более высших	340	10,0
	Наличие ученой степени кандидата/доктора наук	81	2,4
Доход	Денег не хватает даже на приобретение продуктов питания	22	,6
	Денег хватает только на приобретение продуктов питания	119	3,5
	Денег достаточно для приобретения необходимых продуктов и одежды, на более крупные покупки приходится откладывать	1503	44,0
	Покупка большинства товаров длительного пользования (холодильник, телевизор) не вызывает трудностей, однако купить автомобиль мы не можем	1040	30,4
	Мы можем позволить себе купить автомобиль, однако купить квартиру мы не можем	564	16,5
	Денег достаточно, чтобы вообще ни в чем себе не отказывать	147	4,3

		Частота	Проценты
Семейный статус	Женат/замужем/гражданский брак	1444	42,3
	Разведен/разведена	185	5,4
	Не женат/не замужем	1779	52,1
Дети	Есть дети	956	28,0
	Нет детей	2438	71,4
Город проживания	Москва	1360	39,8
	Санкт-Петербург	383	11,2
	Другой город	1507	,2
Размер города	Больше 1 млн	2266	66,3
	500 тыс. — 1 млн	430	12,6
	Более 100 тыс.	416	12,2
	Более 50 тыс.	109	3,2
	До 50 тыс.	91	2,7
	Затрудняюсь ответить	94	2,8

Источник: составлено авторами.

Распределение респондентов по полу несколько отличается от распределения в других исследованиях (РАЭК, 2018), однако стоит отметить, что в зависимости от исследования распределение выборки может отличаться (GFK 2017; РАЭК, 2018). Распределение респондентов в некоторой степени смещено в сторону женского пола ввиду ограничений выборки участниками онлайн-курса.

Результаты анализа эмпирического исследования по выявлению поколенческих различий в решении потребителей поколений X, Y и Z использовать ССП в России

Результаты факторного анализа по трем поколениям (Z, Y, X). Для проведения анализа данных количественного исследования использован статистический пакет SPSS. В ходе исследования осуществлен объясняющий факторный анализ (Exploratory factor analysis, EFA) для выявления структуры факторов, касающихся решений пользователей использовать ССП. В ходе анализа использован метод главных компонент, метод вращения — варимакс. Для проведения факторного анализа использована анкета, состоящая из 23 индикаторов, описывающих факторы участия разных групп потребителей в коллаборативной экономике.

Результаты факторного анализа по потребителям поколения Z (N = 1506)

Название фактора	Индикаторы анкеты (вопросы анкеты)	Компоненты моделей						
		1	2	3	4	5	6	7
Сложность пользования ССП	Требуется много времени, чтобы начать пользоваться ССП	0,843						
	Необходимо большое количество информации, чтобы начать пользоваться ССП	0,811						
	Для меня сложно начать пользоваться ССП	0,800						
	Участвовать в совместном потреблении обременительно	0,658						
Нематериальные выгоды от пользования ССП	Тенденция, которая позволяет вам идти в ногу со временем		0,781					
	В целом ССП можно доверять		0,713					
	Пример современного стиля жизни		0,685					
	Я считаю, что другим пользователям ССП можно доверять		0,645					
Боязнь мошенничества	В сообществах совместного потребления есть мошенники			0,777				
	Люди могут сдавать в аренду плохо работающие вещи			0,730				
	Совместное потребление предполагает риск того, что я не смогу получить необходимый товар/услугу в нужный момент			0,697				
	Если я буду участвовать в совместном потреблении, принадлежащую мне вещь могут украсть			0,691				
Экономия ресурсов	Позволяет сберечь природные ресурсы (например, аренда, мы покупаем меньше вещей)				0,890			

Название фактора	Индикаторы анкеты (вопросы анкеты)	Компоненты моделей						
		1	2	3	4	5	6	7
	Сохраняет окружающую среду (например, когда автомобиль используется совместно)				0,878			
	Позволяет снижать затраты				0,639			
Брезгливость	Мне неприятно пользоваться вещами, которыми пользовались незнакомые люди					0,807		
	Использовать арендованные товары не совсем гигиенично					0,756		
	Для меня неудобно организовывать доступ к своим вещам для других людей					0,520		
Собственность как символ статуса	Люди с большим количеством собственности имеют более высокий статус						0,925	
	Иметь блага в собственности — это символ статуса						0,923	
Влияние референтных групп	Мои семья, друзья и знакомые считают, что мне следует участвовать в совместном потреблении							0,888
	Мои семья, друзья и знакомые поддерживают мое решение участвовать в совместном потреблении							0,877
Извлеченная средняя дисперсия (Average variance extracted, AVE), %		22,828	12,876	9,570	7,657	6,315	4,890	4,709
Альфа Кронбаха (Cronbach's Alpha)		0,821	0,768	0,738	0,797	0,728	0,856	0,822

Источник: составлено авторами.

В результате проведения факторного анализа на выборке потребителей поколения Z получены семь факторов, в совокупности описывающие 68,8% дисперсии. По всем факторам значение Альфа Кронбаха выше необходимого минимума — 0,7, что говорит о высокой надежности шкалы. Первый фактор описывает сложность пользования ССП для молодого поколения. Второй фактор описывает выгоды от использования сервисов

ССП. Третий фактор описывает боязнь мошенничества при использовании сервисов ССП. Что является весьма необычной деталью проведенного по молодому поколению анализа, так это то, что фактор «экономия ресурсов» объясняет лишь 7% от дисперсии. Стоит отметить, что индикатор «экономия времени» был исключен в процессе факторного анализа ввиду перекрестных нагрузок. Остальные факторы описывают такие аспекты, как безразличность респондентов (фактор 5), восприятие наличия собственности как символа статуса (фактор 6) и важность влияния референтных групп в виде семьи и друзей (фактор 7). В целом результаты факторного анализа можно поделить на драйверы: нематериальные выгоды от пользования ССП, экономия ресурсов, влияние референтных групп и барьеры: сложность пользования ССП, боязнь мошенничества, безразличность, восприятие респондентами собственности как символа статуса.

Таблица 4

Результаты факторного анализа по потребителям поколения Y (N = 1324)

Название фактора	Индикаторы анкеты (вопросы анкеты)	Компоненты моделей						
		1	2	3	4	5	6	7
Сложность пользования в ССП	Требуется много времени, чтобы начать пользоваться ССП	0,846						
	Необходимо большое количество информации, чтобы начать пользоваться ССП	0,822						
	Для меня сложно начать пользоваться ССП	0,816						
	Участвовать в совместном потреблении обременительно	0,685						
Экономия ресурсов	Позволяет сберечь природные ресурсы (например, аренда, мы покупаем меньше вещей)		0,888					
	Сохраняет окружающую среду (например, когда автомобиль используется совместно)		0,859					
	Позволяет снижать затраты		0,715					
	Экономит время		0,530					

Название фактора	Индикаторы анкеты (вопросы анкеты)	Компоненты моделей						
		1	2	3	4	5	6	7
Боязнь мошенничества	В сообществах совместного потребления есть мошенники			0,790				
	Совместное потребление предполагает риск того, что я не смогу получить необходимый товар/услугу в нужный момент			0,733				
	Если я буду участвовать в совместном потреблении, принадлежащую мне вещь могут украсть			0,731				
	Люди могут сдавать в аренду плохо работающие вещи			0,703				
Нематериальные выгоды от пользования ССП	Тенденция, которая позволяет вам идти в ногу со временем				0,859			
	Пример современного стиля жизни				0,818			
	В целом ССП можно доверять				0,539			
	Я считаю, что другим пользователям ССП можно доверять				0,520			
Брезгливость	Мне неприятно пользоваться вещами, которыми пользовались незнакомые люди					0,843		
	Использовать арендованные товары не совсем гигиенично					0,807		
Собственность как символ статуса	Иметь блага в собственности — это символ статуса						0,942	
	Люди с бóльшим количеством собственности имеют более высокий статус						0,940	
Влияние референтных групп	Мои семья, друзья и знакомые считают, что мне следует участвовать в совместном потреблении							0,898

Название фактора	Индикаторы анкеты (вопросы анкеты)	Компоненты моделей						
		1	2	3	4	5	6	7
	Мои семья, друзья и знакомые поддерживают мое решение участвовать в совместном потреблении							0,884
	Извлеченная средняя дисперсия (Average variance extracted, AVE), %	23,684	12,516	9,350	8,025	7,201	4,835	4,784
	Альфа Кронбаха (Cronbach's Alpha)	0,838	0,793	0,756	0,766	0,811	0,878	0,825

Источник: составлено авторами.

В результате проведения факторного анализа на выборке потребителей поколения Y получены семь факторов, в совокупности описывающие 70,4% дисперсии. По всем факторам значение Альфа Кронбаха выше необходимого минимума — 0,7, что говорит о высокой надежности шкалы. Первый фактор описывает сложность пользования ССП для молодого поколения. Второй фактор описывает такой драйвер, как экономия ресурсов в результате использования ССП. Третьим фактором является такой барьер, как боязнь мошенничества при использовании ССП. Оставшиеся факторы описывают нематериальные выгоды от использования ССП (фактор 4), брезгливость (фактор 5), восприятие наличия собственности как символа статуса (фактор 6) и важность влияния референтных групп в виде семьи и друзей (фактор 7). В целом результаты факторного анализа можно поделить на драйверы: экономия ресурсов, нематериальные выгоды от пользования ССП, влияние референтных групп — и барьеры: сложность пользования в ССП, боязнь мошенничества, брезгливость, восприятие наличия собственности как символа статуса.

Таблица 5

Результаты факторного анализа по потребителям поколения X (N = 583)

Название фактора	Индикаторы анкеты (вопросы анкеты)	Компоненты моделей					
		1	2	3	4	5	6
Преимущества пользования ССП	Позволяет сберечь природные ресурсы (например, арендуя, мы покупаем меньше вещей)	0,862					
	Сохраняет окружающую среду (например, когда автомобиль используется совместно)	0,848					
	Позволяет снижать затраты	0,712					
	Тенденция, которая позволяет вам идти в ногу со временем	0,656					
	Экономит время	0,642					

Название фактора	Индикаторы анкеты (вопросы анкеты)	Компоненты моделей					
		1	2	3	4	5	6
Сложность использования ССП	Требуется много времени, чтобы начать пользоваться ССП		0,839				
	Необходимо большое количество информации, чтобы начать пользоваться ССП		0,800				
	Для меня сложно начать пользоваться ССП		0,800				
	Участвовать в совместном потреблении обременительно		0,741				
Боязнь мошенничества	Если я буду участвовать в совместном потреблении, принадлежащую мне вещь могут украсть			0,786			
	В сообществах совместного потребления есть мошенники			0,748			
	Совместное потребление предполагает риск того, что я не смогу получить необходимый товар/услугу в нужный момент			0,732			
	Люди могут сдавать в аренду плохо работающие вещи			0,717			
Барьеры использования ССП	Мне неприятно пользоваться вещами, которыми пользовались незнакомые люди				0,867		
	Использовать арендованные товары не совсем гигиенично				0,805		
	Для меня неудобно организовывать доступ к своим вещам для других людей				0,509		
Влияние референтных групп	Мои семья, друзья и знакомые поддерживают мое решение участвовать в совместном потреблении					0,897	
	Мои семья, друзья и знакомые считают, что мне следует участвовать в совместном потреблении					0,894	
Собственность как символ статуса	Иметь блага в собственности –это символ статуса						0,920
	Люди с ббльшим количеством собственности имеют более высокий статус						0,916
Извлеченная средняя дисперсия (Average variance extracted, AVE), %		24,659	14,279	9,185	7,949	5,857	5,053
Альфа Кронбаха (Cronbach's Alpha)		0,897	0,838	0,78	0,766	0,883	0,857

Источник: составлено авторами.

В то время как факторный анализ по поколениям X и Z выявил не столь большое количество различий между факторами, влияющими на решение использовать ССП, факторный анализ, проведенный на выборке потребителей более старшего возраста (поколение X), показывает не только меньшее количество факторов (6 факторов вместо 7), но и иную их структуру. Несмотря на то что и у более молодого поколения, и у более старшего в результате проведения факторного анализа, включая удаление индикаторов с малыми и перекрестными нагрузками, осталось 22 индикатора, имеются различия в составе этих индикаторов. Так, в факторной структуре, выявленной для поколения X, отсутствует индикатор: «Насколько Вы согласны, что ССП — это пример современного стиля жизни» (данный индикатор был удален в ходе процедуры проведения факторного анализа из-за его низкой факторной нагрузки). В то же время появляется индикатор: «Для меня неудобно организовывать доступ к своим вещам для других людей», который был удален при проведении факторного анализа для более молодых групп потребителей.

В результате факторного анализа по выборке, состоящей из представителей поколения X, выделено шесть факторов, описывающих в совокупности 66,9% дисперсии. Первым и особенным именно для данной возрастной группы фактором стал фактор «преимущества от использования ССП» (фактор включает в себя как материальные, так и нематериальные преимущества). Вторым фактор — «сложность использования ССП». Третьим фактором является «боязнь мошенников при использовании ССП». Четвертым фактором являются «барьеры использования ССП», данный фактор характеризует вопросы, которые описывают недоверие респондентов к другим пользователям и к ССП в целом. Последние два фактора — это «влияние референтных групп» (фактор 5) и «восприятие собственности как символа статуса» (фактор 6).

Как следует из результатов проведенного факторного анализа, значение усредненной извлеченной дисперсии (Average Variance Extracted, AVE) выше 50%, это значит, что дисперсия, объясняемая факторами, выше, чем ошибка измерения [Fornell, Larcker, 1981]. После проведения факторного анализа можно прийти к выводу, что у изучаемых поколений существуют как общие факторы, характеризующие использование ССП, так и различающиеся. Так, для поколений Y и Z существует ряд драйверов, которые влияют именно на данные группы (нематериальные выгоды от пользования ССП, экономия ресурсов, брезгливость). Для поколения X выделены отдельные преимущества и недостатки использования сервисов ССП, не характерные для иных возрастных групп. Среди факторов участия потребителей в коллаборативном потреблении, общих для всех поколений, можно выделить: сложность пользования ССП, боязнь мошенничества, собственность как символ статуса, влияние референтных групп. Для того чтобы проанализировать степень влияния общих факторов на респондентов и определить, имеются ли различия в том, на-

сколько каждый фактор объясняет совокупную дисперсию в зависимости от поколения, по результатам извлеченной средней дисперсии построен график (рис. 1).

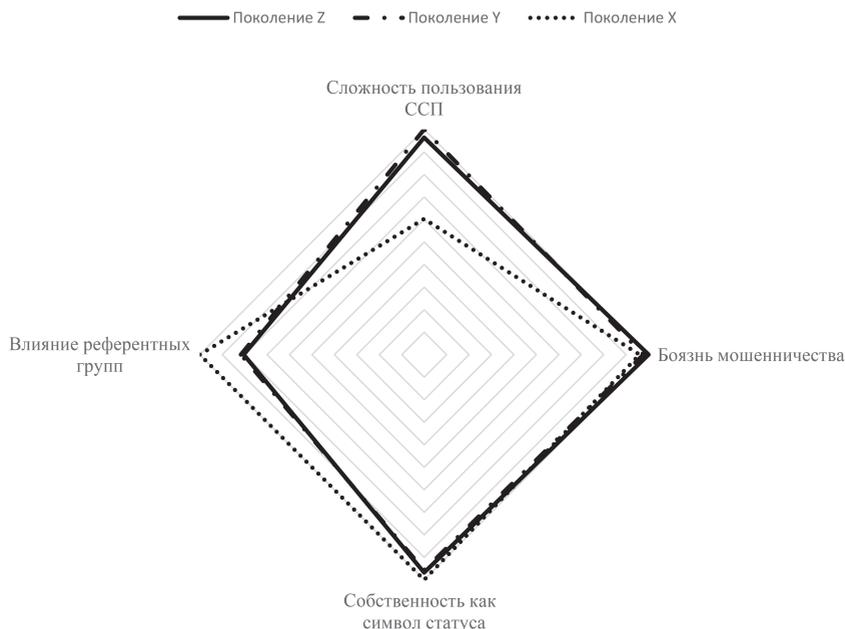


Рис. 1. Доля объясненной совокупной дисперсии по общим факторам для поколений X, Y, Z

Источник: составлено авторами.

Как видно из рисунка, представители более молодых поколений (Y и Z) имеют весьма схожую структуру факторов участия в коллаборативном потреблении. В то же время поколение X явно отличается по двум из факторов: сложность использования ССП и влияние референтных групп на решение об использовании ССП. Возможно, это связано с различием в уровне цифровой грамотности возрастных групп. Стоит отметить, что данный график описывает лишь долю объясненной совокупной дисперсии каждого фактора по поколениям, т.е. говорит о наличии различий в структуре факторов, однако не описывает конкретные различия между поколениями. Для того чтобы выявить статистически значимые поколенческие различия в решении использовать ССП, в рамках второго шага анализа проведен дисперсионный анализ различий между группами (ANalysis Of VAriance, ANOVA).

Результаты анализа различий между поколениями X, Y, Z. В ходе исследования выявлены значимые различия в решении использовать

ССП у представителей разных возрастных групп российских потребителей. Для анализа различий между группами респондентов в зависимости от их поколения использован метод ONE-WAY ANOVA. Для применения дисперсионного анализа ANOVA выборка должна соответствовать целому ряду критериев:

- независимые между собой выборки (в данном исследовании все три выборки являются независимыми между собой, так как прохождение опроса одним респондентом никоим образом не влияет на прохождение опроса другим);
- независимые наблюдения в каждой из выборок — все наблюдения являются независимыми, респонденты в большинстве не знакомы и никак не могут повлиять на ответы других респондентов;
- равенство дисперсий изучаемого признака в статистических совокупностях, из которых извлечены выборки, — для определения равенства дисперсий каждый из индикаторов, который должен был быть включен в анализ, был проверен по критерию Ливиня. Все индикаторы, которые показали уровень значимости ниже 0,05 ($p < 0,05$), были удалены из анализа.

Для проведения анализа анализа использованы все 23 индикатора, которые включены в факторный анализ. В рамках проведения дисперсионного анализа ANOVA большая часть индикаторов выявила статистическую значимость различий между возрастными группами (так как исследование проводится в сфере маркетинга, пороговым выбран уровень значимости различий $p < 0,1$). Индикаторы, характеризующие влияние референтных групп на респондента, риск отсутствия товара в нужный момент, возможность кражи при участии в ССП и необходимость наличия большого количества времени для начала участия в ССП, исключены из дальнейшего анализа, так как имели уровень значимости $p > 0,1$. Недостаток дисперсионного анализа ANOVA в том, что данный метод не позволяет показать различие между конкретными группами. Для выявления различий между конкретными группами и их описания использован критерий подлинной значимости Тьюки. Все индикаторы, которые имеют уровень значимости выше, чем 0,1, удалены из таблицы, в результате чего отобрано 17 индикаторов. Подробно ознакомиться с различиями между группами можно в табл. 6.

Таблица 6

Результаты анализа по критерию подлинной значимости Тьюки

Зависимая переменная	Разность	Стандартная ошибка	Значимость	Различия между поколениями	95% доверительный интервал	
					Нижняя граница	Верхняя граница
Позволяет снижать затраты	-,1126	,0484	,052	Z и Y	-,226	,001

Продолжение табл. 6

Зависимая переменная	Разность	Стандартная ошибка	Значимость	Различия между поколениями	95% доверительный интервал	
					Нижняя граница	Верхняя граница
Экономит время	,1712	,0703	,040	Y и X	,006	,336
Позволяет сберечь природные ресурсы (например, арендуя, мы покупаем меньше вещей)	-,1541	,0551	,014	Z и Y	-,283	-,025
Сохраняет окружающую среду (например, когда автомобиль используется совместно)	-,1230	,0576	,083	Z и Y	-,258	,012
Пример современного стиля жизни	,2215	,0680	,003	Y и X	,062	,381
Тенденция, которая позволяет вам идти в ногу со временем	,1912	,0667	,012	Y и X	,035	,348
Я считаю, что другим пользователям ССП можно доверять	-,0920	,0393	,050	Z и Y	-,184	,000
В целом ССП можно доверять	-,0947	,0392	,041	Z и Y	-,187	-,003
	,1768	,0517	,002	Y и X	,056	,298
В сообществах совместного потребления есть мошенники	,2884	,0543	,000	Z и X	,161	,416
	,2109	,0554	,000	Y и X	,081	,341
Люди могут сдавать в аренду плохо работающие вещи	,1255	,0419	,008	Z и Y	,027	,224
	,2487	,0543	,000	Z и X	,121	,376
	,1232	,0553	,067	Y и X	-,007	,253
Использовать арендованные товары не совсем гигиенично	,1210	,0488	,035	Z и Y	,006	,235
Мне неприятно пользоваться вещами, которыми пользовались незнакомые люди	,2331	,0559	,000	Z и Y	,102	,364
	-,1832	,0737	,035	Y и X	-,356	-,010
Необходимо большое количество информации, чтобы начать пользоваться ССП	-,1822	,0718	,030	Z и X	-,350	-,014
	-,2744	,0731	,001	Y и X	-,446	-,103

Зависимая переменная	Разность	Стандартная ошибка	Значимость	Различия между поколениями	95% доверительный интервал	
					Нижняя граница	Верхняя граница
Для меня сложно начать пользоваться ССП	-,1717	,0723	,047	Z и X	-,341	-,002
	-,2767	,0737	,001	Y и X	-,450	-,104
Участвовать в совместном потреблении обременительно	,2518	,0481	,000	Z и Y	,139	,365
	-,2234	,0636	,001	Y и X	-,373	-,074
Для меня неудобно организовывать доступ к своим вещам для других людей	-,2309	,0710	,003	Z и X	-,397	-,064
	-,2024	,0723	,014	Y и X	-,372	-,033
Люди с большим количеством собственности имеют более высокий статус	,1545	,0543	,012	Z и Y	,027	,282
	-,2000	,0717	,015	Y и X	-,368	-,032

Источник: составлено авторами.

Таблица результатов апостериорного анализа Тьюки предоставляет весьма подробную информацию о различиях между поколениями в рамках использования ССП. В целом у поколения Z более скептическое отношение к ССП, чем у поколения Y. Так, проанализировав разницу средних, можно прийти к выводу, что представители поколения Z в меньшей степени, чем поколение Y, согласны, что использование ССП позволяет экономить ресурсы (как природные, так и финансовые). Представители поколения Z меньше доверяют другим пользователям ССП, кроме того, по сравнению с поколением Y они более брезгливы по отношению к уже использованным другими пользователями вещам, причиной чего может выступать относительно благоприятная экономическая ситуация в последние десятилетия и отсутствие необходимости пользоваться чужими вещами (например, донашивать вещи старших братьев или сестер). Несмотря на то что поколение Z лидирует по уровню недоверия, им легче начать пользоваться ССП, чем представителям поколений X и Y. Представители поколения Z являются наиболее активными пользователями интернета, в связи с чем они могут быть менее доверчивыми и более требовательными по отношению к ССП.

Респонденты поколения Y, в свою очередь, показывают наиболее благосклонное отношение к использованию ССП. Помимо параметров, перечисленных в сравнении с поколением Z, можно выделить, что они в большей степени, чем поколение X, уверены, что ССП позволяет экономить время, и считают ССП проявлением современного стиля жизни. Уровень

доверия по отношению к ССП у поколения Y наиболее высок по сравнению с остальными группами. Несмотря на то что они в большей степени доверяют ССП в целом, у данной категории также выражен наибольший страх по отношению к мошенникам. Также представители данной категории являются наименее брезгливыми, менее привязанными к собственности, чем другие поколения, и в большей степени готовы сдать личные вещи в аренду.

Самой старшей категории респондентов в рамках исследования (для поколения X) сложнее всего начать пользоваться ССП. Представители данного поколения не считают, что ССП позволяет сэкономить время, а также не согласны, что коллаборативное потребление является современной тенденцией. Представители поколения X недоверчиво относятся к ССП и в меньшей степени, чем другие поколения, боятся мошенников, являются наиболее выраженными приверженцами собственности, чем представители других поколений.

Заключение

Коллаборативное потребление является инновационной стремительно развивающейся и перспективной бизнес-моделью. Развитие информационно-коммуникационных технологий позволило бизнес-модели коллаборативного потребления вырасти до целого ряда широко известных ССП, при этом экономические кризисы в различных странах послужили акселератором развития коллаборативного потребления. Коллаборативное потребление способствует борьбе с такими глобальными вызовами, как избыточное потребление, ухудшение экологической обстановки и бедность населения, с помощью снижения издержек координации между онлайн-сервисами различных сообществ [Namatani et al., 2015].

В теоретической части данной статьи изучены основные подходы к определению поколений X, Y, Z, предложены возрастные рамки поколений с учетом российской специфики, выявлены ключевые особенности поколений. В результате систематизации подходов к определению границ поколений авторами обозначены возрастные рамки для поколения Z (18–25 лет), Y (26–35 лет), X (36–55 лет) непосредственно для российского рынка.

В эмпирической части исследователями выявлены поколенческие различия в решении трех поколений (X, Y, Z) использовать ССП. Поколения Y и Z в разрезе факторного анализа не показывают существенных различий, но стоит отметить, что структура факторов для данных поколений незначительно отличается, чего нельзя сказать о поколении X, на представителей которого оказывают влияние шесть факторов (в то время как на представителей других двух поколений влияет семь факторов). Стоит отметить, что у всех трех исследуемых поколений совпа-

дают четыре фактора: «сложность пользования ССП», «боязнь мошенничества», «собственность как символ статуса», «влияние референтных групп», — в остальном факторы участия представителей различных поколений в коллаборативной экономике различаются. Таким образом, интенсивное использование ССП со стороны молодого поколения объясняется высокой степенью погружения в интернет-пространство. Представители поколения Z наиболее часто используют интернет для обмена опытом и мнениями, тем самым выступая наиболее открытым к использованию ССП поколением.

После проведения дисперсионного анализа индикаторы, показавшие необходимый уровень значимости, проанализированы с помощью апостериорного теста Тьюки, который позволил выявить направленность различий между конкретными группами. Из результатов данного исследования можно сделать выводы о том, что:

- 1) поколение Z наиболее скептически относится к ССП;
- 2) наиболее позитивно к использованию ССП относятся представители поколения Y: представители данного поколения имеют наибольший уровень доверия к ССП и весьма положительно относятся к преимуществам от использования ССП;
- 3) у поколения X ярко выражено восприятие собственности как символа статуса, а также им сложно начать использовать ССП.

Данное исследование ограничено возрастными рамками и предполагает опрос только тех респондентов, которые достигли 18 лет. Поскольку большая часть представителей поколения Z еще не достигла совершеннолетия, достаточно сложно говорить о полной репрезентативности. Поскольку в настоящий момент единый подход к трактовке временных рамок поколений не определен, данные, полученные в настоящем исследовании, могут отличаться от тех, что основаны на других принципах разделения респондентов на поколения.

Для крупных компаний изучение особенностей восприятия потребителями ССП является одной из главных задач стратегического развития. Исследованием поколенческих особенностей занимались такие исследовательские и консалтинговые компании, как Nielsen, GfK, KPMG, Deloitte, Cone Communications, PwC [Демидов, 2017]. Такое количество исследований говорит о нарастающем интересе к теории поколений. Данные, полученные в ходе исследований, подтверждают, что выявленные поколенческие особенности выступают необходимой составляющей маркетинговой стратегии глобальных корпораций, для которых важно иметь актуальный портрет пользователя ССП (Deloitte 2017; PWC 2019). Отдельно стоит отметить практическое значение проведенного анализа для бизнеса, которое состоит в возможности снизить риски при запуске новых проектов, тем самым оценить эффективность внедрения новых ССП, дополнить портрет потребителя и сделать процесс коммуникации с представителями

различных поколений более клиентоориентированным. Анализ, проведенный в рамках данной статьи, может стать основой для дальнейшего изучения поколений, в особенности поколений Z и Альфа.

Список литературы

1. *Асташова Ю. В.* Теория поколений в маркетинге // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. — 2014. — Т. 8. — № 1.
2. Аудитория медиа в России. Mediascope, 2019. URL: https://adindex.ru/specprojects/city-2019/presentations/272320_add_mediascope.pdf
3. *Булавкина Л. В.* Маркетинг для поколения Y. Как заставить его покупать? // Маркетинговые коммуникации. — 2014. — № 4. — С. 246–255.
4. *Гуцина И.* Исследование Uber: жители больших городов уже не хотят получать права. URL: <https://rb.ru/opinion/kak-i-na-chem-po-gorodu/> (дата обращения: 17.01.2020).
5. *Демидов А.* Глобальные тренды и российский потребитель 2017 // По результатам международного исследования «GfK Consumer Life». — М.: GfK Consumer Life, 2017.
6. *Калинина Ю.* Поколение Y // Бизнес-журнал. — 2010. — № 9 (174).
7. *Кацони В., Шерешева М. Ю.* Экономика совместного потребления в индустрии гостеприимства и туризма // Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика. — 2019. — № 1. — С. 71–89.
8. *Курочкин А. С., Гришакова Н. А.* Эффективное управление разными поколениями: что нужно знать руководителю? // Управление развитием персонала. — 2014. — Т. 4. — С. 258–266.
9. Настало время сделать потребителя центром компании. Глобальное исследование потребительского поведения за 2019 год. PWC, 2019. URL: https://www.pwc.ru/ru/retail-consumer/publications/gcis-2019-ru.pdf?fbclid=IwAR0Ubu99kPT-XWgRHR3MeqMsuzsGhSolL93W80oqZiNJZ3ovVNH_Cnu6_dE (дата обращения: 07.05.2020).
10. *Патарая Г.* Охота на клиента. Как бренды превращают покупку в захватывающее приключение // Forbes. — 2018. URL: <http://www.forbes.ru/biznes/364169-ohota-na-klienta-kak-brendy-prevrashchayut-pokupku-v-zahvatyvayushchee-priklyuchenie> (дата обращения: 12.01.2020).
11. *Попов Н. П.* Российские и американские поколения XX века: откуда пришли миллениалы? // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. — 2018. — № 4 (146).
12. *Савидов М. А.* Карта ценностей миллениалов: потребительское поведение и работа // Реклама: теория и практика. — 2019. — № 1. — С. 42–57.
13. *Тищенко Н. Ю., Тищенко О. Э., Ребязина В. А., Слободчук Ю. А.* Факторы потребительского поведения в сфере экономики совместного потребления в России на примере компании Airbnb // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. — 2019. — № 2. — С. 43–63.
14. Чем отличаются поколения Y и Z — и о чем брендам с ними разговаривать. Think With Google, 2019. URL: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/ru/ru/insights-trends/user-insights/z-y/> (дата обращения: 12.01.2020).

15. Чем российские миллениалы отличаются от зарубежных // Deloitte. — 2019. URL: <https://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/about-deloitte/deloitte-in-press/2019/chem-rossiyskie-millennialy-otlichautsya.html> (дата обращения: 17.01.2020).
16. Шеринговые онлайн-сервисы. РОЦИТ, 2017. URL: <https://rocit.ru/uploads/0aefe83a9e6d70e06f938c7492996e59a036b53c.pdf?t=1501493510> (дата обращения: 12.01.2020).
17. Экономика совместного потребления в России 2018. РАЭК, 2018. URL: <https://гаec.ru/upload/files/riw18-sharing-gubnitsyn-ru.pdf> (дата обращения: 15.12.2019).
18. 2017 Cone Communications CSR Study. CONE, 2017. URL: <https://www.conecomm.com/research-blog/2017-csr-study#download-the-research> (дата обращения: 12.01.2020).
19. *Ajzen I. et al.* The theory of planned behavior // *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. — 1991. — V. 50. — No. 2. — P. 179–211.
20. *Algar R.* Collaborative consumption, Leisure Report, 16–17 // *Disponible en*. — 2007.
21. *Bardhi F., Eckhardt G. M.* Access-based consumption: The case of car sharing // *Journal of Consumer*.
22. *Belk R.* You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online // *Journal of Business Research*. — 2014. — V. 67. — No. 8. — P. 1595–1600.
23. *Beutell N. J., Wittig-Berman U.* Work-family conflict and work-family synergy for generation X, baby boomers, and matures // *Journal of Managerial Psychology*. — 2008. — V. 23. — No. 5. — P. 507.
24. *Botsman R., Rogers R.* What's mine is yours. — NY: Collins, New York, 2011.
25. *Bray J., Johns N., Kilburn D.* An exploratory study into the factors impeding ethical consumption // *Journal of Business Ethics*. — 2011. — V. 98. — No. 4. — P. 597–608.
26. *Brenton L.* Social Media Marketing For a Millennial Audience. Online Marketing Institute. — 2017. URL: <https://www.onlinemarketinginstitute.org/blog/2017/11/social-media-marketing-millennial-audience/> (дата обращения: 10.01.2020).
27. *Bucher E., Fieseler C., Lutz C.* What's mine is yours (for a nominal fee) — Exploring the spectrum of utilitarian to altruistic motives for Internet-mediated sharing // *Computers in Human Behavior*. — 2016. — V. 62. — P. 316–326.
28. *Buda G., Pethes B., Lehota J.* Dominant Consumer Attitudes in the Sharing Economy — A Representative Study in Hungary // *Resources*. — 2020. — V. 9. — No. 1. — P. 1.
29. *Činjarević M., Kožo A., Berberović D.* Sharing is Caring, and Millennials Do Care: Collaborative Consumption through the Eyes of Internet Generation // *South East European Journal of Economics and Business*. — 2019. — V. 14. — No. 1. — P. 49–60.
30. *Davis F. D.* Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology // *MIS Quarterly*. — 1989. — P. 319–340.
31. *Deal J. J., Altman D. G., Rogelberg S. G.* Millennials at work: What we know and what we need to do (if anything) // *Journal of Business and Psychology*. — 2010. — V. 25. — No. 2. — P. 191–199.
32. EC—European Commission et al. Exploratory study of consumer issues in online peer-to-peer platform markets // *Final Report*. — 2017.
33. *Eisner S. P.* Managing generation Y // *SAM Advanced Management Journal*. — 2005. — V. 70. — No. 4. — P. 4.

34. *Felson M., Spaeth J.L.* Community structure and collaborative consumption: A routine activity approach // *American Behavioral Scientist*. — 1978. — V. 21. — No. 4. — P. 614–624.
35. *Fornell C., Larcker D.F.* Structural equation models with unobservable variables and measurement error: *Algebra and Statistics*, 1981.
36. *Fourtane S.* Generation Alpha: The Children of the Millennial // *Interesting Engineering*. UK. Saatavilla: <https://interestingengineering.com/generation-alpha-the-children-of-the-millennial>. Viitattu. — 2018. — V. 8. — P. 2020 (дата обращения: 07.05.2020).
37. *Francis T., Hoefel F.* “True Gen”: Generation Z and its implications for companies. McKinsey & Company, 2018. URL: <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/Consumer%20Packaged%20Goods/Our%20Insights/True%20Gen%20Generation%20Z%20and%20its%20implications%20for%20companies/Generation-Z-and-its-implication-for-companies.ashx> (дата обращения: 12.01.2020).
38. Gen Z and Millennials leaving older shoppers and many retailers in their digital dust. Accenture, 2017. URL: https://www.accenture.com/_acnmedia/PDF-44/Accenture-Retail-Customer-Research-Executive-Summary-2017.pdf#zoom=50 (дата обращения: 12.01.2020).
39. Global trends and Russian consumer 2017. GfK, 2017. URL: https://www.gfk.com/fileadmin/user_upload/dyna_content/RU/Documents/Press_Releases/2017/Gfk-Global-Russian-Trends-Sep_2017_Report.pdf (дата обращения: 10.01.2020).
40. *Godelnik R.* Millennials and the sharing economy: Lessons from a ‘buy nothing new, share everything month’ project // *Environmental Innovation and Societal Transitions*. — 2017. — V. 23. — P. 40–52.
41. *Hamari J., Sjöklint M., Ukkonen A.* The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption // *Journal of the Association for Information Science and Technology*. — 2016. — V. 67. — No. 9. — P. 2047–2059.
42. *Hawlitschek F., Teubner T., Gimpel H.* Understanding the sharing economy — Drivers and impediments for participation in peer-to-peer rental // 2016 49th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS). — IEEE, 2016. — P. 4782–4791.
43. *Horton R. P. et al.* Explaining intranet use with the technology acceptance model // *Journal of Information Technology*. — 2001. — V. 16. — No. 4. — P. 237–249.
44. *Howe I., Howe N., Strauss W.* 13th Gen: Abort, retry, ignore, fail? — Vintage, 1993.
45. *Howe N., Strauss W.* Millennials rising: The next great generation. — Vintage, 2000.
46. *Howe N., Strauss W.* The next 20 years: how customer and workforce attitudes will evolve // *Harvard business review*. — 2007. — V. 85. — No. 7–8. — P. 41–52, 191.
47. *Kapil Y., Roy A.* Critical evaluation of generation Z at workplaces // *International Journal of Social Relevance & Concern*. — 2014. — P. 2. — No. 1. — P. 10–14.
48. *Lamberton C.P., Rose R.L.* When is ours better than mine? A framework for understanding and altering participation in commercial sharing systems // *Journal of Marketing*. — 2012. — V. 76. — No. 4. — P. 109–125.
49. *Lancaster L. C., Stillman D.* If I pass the baton, who will grab it? Creating bench strength in public management // *Public Management-Lawrence Then Washington-*. — 2005. — V. 87. — No. 8. — P. 8.

50. *Mannheim K.* 1993. «The Problem of Generations.» // From Karl Mannheim. — 1928. — P. 351–98.
51. *Möhlmann M.* Collaborative consumption: Determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again // Journal of Consumer Behaviour. — 2015. — V. 14. — No. 3. — P. 193–207.
52. *Nagy Á., Kölcsény A.* Generation Alpha: Marketing or Science // Acta Technologica Dubnicae. — 2017. — V. 7. — No. 1. — P. 107–115.
53. *Ozkan M., Solmaz B.* The changing face of the employees—generation Z and their perceptions of work (a study applied to university students) // Procedia Economics and Finance. — 2015. — V. 26. — P. 476–483.
54. *Privrelová V.* A Change in Buying Habits among Generation X and Y in the Age of the Sharing Economy, 2017.
55. *Rainer T. S., Rainer J.* The millennials // B&H Publishing Group, 2011. Research. — 2012. — V. 39. — No. 4. — P. 881–898.
56. *Roos D., Hahn R.* Understanding Collaborative Consumption to Make Collaboration-Based Organizations Meaningful // Academy of Management Proceedings. — Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management, 2016. — V. 2016. — No. 1. — P. 14072.
57. *Schawbel D.* The multi-generational job search study 2014 // Retrieved September. — 2014. — V. 16. — P. 2015.
58. *Singh A. P., Dangmei J.* Understanding the generation Z: the future workforce // South-Asian Journal of Multidisciplinary Studies. — 2016. — V. 3. — No. 3. — P. 1–5.
59. *Stafford D. E., Griffis H. S.* A review of millennial generation characteristics and military workforce implications // Center for Naval Analysis, <http://www.cna.org/documents> D. — 2008. — V. 18211.
60. *Strauss W., Howe N.* An American prophecy, the fourth turning, what the cycles of history tell us about America's next rendezvous with destiny, 1997.
61. *Strauss W., Howe N.* Generations: The history of America's future, 1584 to 2069. — William Morrow & Co, 1991.
62. *Stuenkel D. L., Cohen J., de la Cuesta K.* The multigenerational nursing work force: essential differences in perception of work environment // JONA: The Journal of Nursing Administration. — 2005. — V. 35. — No. 6. — P. 283–285.
63. Sustainable selections: How socially responsible companies are turning a profit. Nielsen. — 2015. URL: <https://www.nielsen.com/us/en/insights/article/2015/sustainable-selections-how-socially-responsible-companies-are-turning-a-profit/> (дата обращения: 10.01.2020).
64. Tandberg. Corporate environmental behavior and the impact on brand values, 2007.
65. The 2017 Deloitte Millennial Survey. Apprehensive millennials: Seeking stability and opportunities in an uncertain world // Deloitte, 2017. URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ie/Documents/Audit/ie-cons-millsurvey-2017.pdf> (дата обращения 6.05.2020).
66. *Venkatesh V., Thong J. Y. L., Xu X.* Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology // MIS Quarterly. — 2012. — P. 157–178.
67. *West M.* What manufacturers need to know about generation Z // Manufacturing Engineering. — 2014. — V. 153. — No. 01. — P. 168–168.

68. *Zalega T.* Collaborative consumption in consumer behavior of Polish young people // *Journal of Economics & Management.* — 2018. — V. 33. — P. 136–163.

The List of References in Cyrillic Transliterated into Latin Alphabet

1. *Astashova Ju. V.* Teorija pokolenij v marketinge // *Vestnik Juzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta.* Serija: Jekonomika i menedzhment. — 2014. — T. 8. — № 1.
2. Auditorija media v Rossii. Mediascope, 2019. URL: https://adindex.ru/specprojects/city-2019/presentations/272320_add_mediascope.pdf
3. *Bulavkina L. V.* Marketing dlja pokolenija Y. Kak zastavit' ego pokupat'? // *Marketingovyje kommunikacii.* — 2014. — № 4. — P. 246–255.
4. *Gushhina I.* Issledovanie Uber: zhiteli bol'shih gorodov uzhe ne hotjat poluchat' prava. URL: <https://rb.ru/opinion/kak-i-na-chem-po-gorodu/> (data obrashhenija: 17.01.2020).
5. *Demidov A.* Global'nye trendy i rossijskij potrebitel' 2017 // *Po rezul'tatam mezhdunarodnogo issledovanija «GfK Consumer Life».* — M.: GfK Consumer Life, 2017.
6. *Kalinina Ju.* Pokolenie Y // *Biznes-zhurnal.* — 2010. — № 9 (174).
7. *Kaconi V., Sheresheva M. Ju.* Jekonomika sovместnogo potreblenija v industrii gostepriimstva i turizma // *Vestnik Moskovskogo universiteta.* Serija 6: Jekonomika. — 2019. — № 1. — S. 71–89.
8. *Kurochkin A. S., Grishakova N. A.* Jefferektivnoe upravlenie raznymi pokolenijami: chto nuzhno znat' rukovoditelju? // *Upravlenie razvitiem personala.* — 2014. — T. 4. — S. 258–266.
9. Nastalo vremja sdelat' potrebitelja centrom kompanii. Global'noe issledovanie potrebitel'skogo povedenija za 2019 god. PWC, 2019. URL: https://www.pwc.ru/retail-consumer/publications/gcis-2019-ru.pdf?fbclid=IwAR0Ubu_99kPT-XW-gRHR3MeqMsuzsGhSol93W80oqZiNJZ3ovVNH_Cnu6_dE (data obrashhenija: 07.05.2020).
10. *Pataraja G.* Ohota na klienta. Kak brendy prevrashhajut pokupku v zahvatyvajushhee prikljuchenie // *Forbes.* — 2018. URL: <http://www.forbes.ru/biznes/364169-ohota-na-klienta-kak-brendy-prevrashchajut-pokupku-v-zahvatyvajushchee-prikljuchenie> (data obrashhenija: 12.01.2020).
11. *Popov N. P.* Rossijskie i amerikanske pokolenija XX veka: otkuda prishli millenialy? // *Monitoring obshhestvennogo mnenija: Jekonomicheskie i social'nye perezmeny.* — 2018. — № 4 (146).
12. *Savidov M. A.* Karta cennostej millenialov: potrebitel'skoe povedenie i rabota // *Reklama: teorija i praktika.* — 2019. — № 1. — S. 42–57.
13. *Tishhenko N. Ju., Tishhenko O. Je., Rebiazina V. A., Slobodchuk Ju. A.* Faktory potrebitel'skogo povedenija v sfere jekonomiki sovместnogo potreblenija v Rossii na primere kompanii Airbnb // *Vestnik Moskovskogo universiteta.* Serija 6. Jekonomika. — 2019. — № 2. — S. 43–63.
14. Chem otlichajutsja pokolenija Y i Z — i o chem brendam s nimi razgovarivat'. Think With Google, 2019. URL: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/ru/ru/insights-trends/user-insights/z-y/> (data obrashhenija: 12.01.2020).

15. Chem rossijskie millenialy otlichajutsja ot zarubezhnyh. Deloitte, 2019. URL: <https://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/about-deloitte/deloitte-in-press/2019/chem-rossiyskie-millenialy-otlichautsya.html> (data obrashhenija: 17.01.2020).
16. Sheringovye onlajn-servisy. ROCIT, 2017. URL: <https://rocit.ru/uploads/0ae-fe83a9e6d70e06f938c7492996e59a036b53c.pdf?t=1501493510> (data obrashhenija: 12.01.2020).
17. Jekonomika sovместnogo potreblenija v Rossii 2018. RAJeK, 2018. URL: <https://raec.ru/upload/files/riw18-sharing-gubnitsyn-ru.pdf> (data obrashhenija: 15.12.2019).

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ

С. В. Александровский¹

Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики» (Москва, Россия)

Е. В. Зинчак²

Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики» (Москва, Россия)

Д. С. Козырева³

Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики» (Москва, Россия)

Е. Н. Софонова⁴

Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики» (Москва, Россия)

УДК: 334.75

ОТНОШЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ К МЕМАМ В ВИДЕОРЕКЛАМЕ

Компании используют юмор и мемы в рекламе, чтобы говорить с потребителем на одном языке и повысить эффективность коммуникации. Мем — как удачная шутка: его понимает каждый. Авторы провели исследование 448 российских потребителей и выявили степень влияния факторов развлекательности, информативности и раздражения от просмотра видеорекламы с мемами на восприятие ценности рекламы потребителями. Все три фактора влияют на восприятие ценности рекламы. Сильнее всего влияет информативность рекламы. Набор факторов и степень влияния зависят от готовности потребителей к принятию инноваций. У инноваторов влияют два фактора из трех (информативность и развлекательность). Сильнее всего влияет развлекательность, а раздражение от рекламы не влияет на восприятие ценности рекламы. Создатели рекламных роликов и рекламодатели могут использовать полу-

¹ Александровский Сергей Владимирович — к.э.н., доцент кафедры маркетинга, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», e-mail: saleksandrovskiy@hse.ru, ORCID: 0000-0002-0378-7967.

² Зинчак Елена Владимировна — старший преподаватель, кафедра общего и стратегического менеджмента, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», e-mail: ezinchak@hse.ru, ORCID: 0000-0003-2893-1272.

³ Козырева Дарья Сергеевна — исследователь, кафедра маркетинга, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», e-mail: kozyreva.daryu@gmail.com.

⁴ Софонова Екатерина Николаевна — исследователь, кафедра маркетинга, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», e-mail: sofonova.e.n@gmail.com.

ченные выводы для прогноза изменения ценности рекламного ролика на основе изменения факторов восприятия рекламы, влияющих на ценность.

Ключевые слова: мем, интернет-мем, видеореклама, оценка рекламы, ценность рекламы, развлекательность, информативность, раздражение.

Цитировать статью: Александровский С. В., Зинчак Е. В., Козырева Д. С., Софонова Е. Н. Отношение потребителей к мемам в видеорекламе // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. — 2020. — № 4. — С. 181–195.

S. V. Alexandrovskiy

National Research University Higher School of Economics
(Moscow, Russia)

E. V. Zinchak

National Research University Higher School of Economics
(Moscow, Russia)

D. S. Kozyreva

National Research University Higher School of Economics
(Moscow, Russia)

E. N. Sofonova

National Research University Higher School of Economics
(Moscow, Russia)

JEL: D12, M37

CONSUMERS ATTITUDE TOWARD VIDEO ADVERTISING WITH MEMES

Companies use humor and memes in advertising to speak the same language with consumers and improve communication. The meme is like a good joke: everyone understands it. Drawing on the study of 448 Russian consumers, the authors reveal the degrees of influence of such factors as entertainment, informativeness and irritation on the value of video advertising with memes. All the three factors influence the advertising value, with informativeness of advertising being of highest influence. The set of factors and degrees of influence depend on consumer's readiness to accept innovations. The innovators are influenced by two factors out of three - informativeness and entertainment, where the latter influences the innovators most. Irritation has no influence on advertising value altogether. Advertising designers and companies can use the findings to predict the changes in advertising value based on the changes in the factors of advertising perception.

Keywords: meme, internet meme, video advertising, advertising evaluation, advertising value, entertainment, informativeness, irritation.

To cite this document: Alexandrovskiy S. V., Zinchak E. V., Kozyreva D. S., Sofonova E. N. (2020) Consumers attitude toward video advertising with memes. Moscow University Economic Bulletin, (4), 181–195.

Введение

Рынок рекламы растет [АКАР, 2019]. Видеореклама в интернете растет быстрее, чем другие форматы медиарекламы. Это связано с увеличением аудитории интернета, времени просмотра видео в интернете и развитием инструментов измерения рекламы [Google, 2019]. С развитием рынка появляются новые визуальные средства и способы передачи информации, среди которых авторы данной статьи выделяют мемы.

Компании используют юмор и мемы в рекламе, чтобы говорить с потребителем на одном языке и повысить эффективность коммуникации. Мем — как удачная шутка: его понимает каждый. Мем обладает рядом характеристик, интересных рекламодателю: вирусность, юмористическая направленность, эмоциональность. Вирусность выражается через быстрое, спонтанное и неконтролируемое распространение мемов в интернет-среде и тиражирование большого количества копий среди пользователей. С помощью мема пользователи делятся друг с другом эмоцией (эмоциональность). С помощью мемов пользователи реагируют на комичную, юмористическую ситуацию, что делает мем инструментом сетевого юмора. Основной средой распространения и репликации мемов является интернет. Это обеспечивает доступность интернет-мемов и упрощает их потребление.

Компании используют мемы в коммуникации, поэтому оценка рекламы с мемами — это важный этап реализации коммуникационной стратегии.

Потребитель воспринимает визуальные образы быстрее и точнее, чем рекламный текст, так как образы напрямую обращены к чувствам. В процессе коммуникации 80% информации потребитель получает посредством невербальных средств, 20% с помощью вербальных [Кошета-рова, 2011]. Вся культурная информация состоит из базовых единиц — мемов, точно так же как биологическая информация состоит из генов [Dawkins, 1990]. Мемы сочетают вербальные и невербальные средства передачи информации и апеллируют к эмоциональному и рациональному восприятию потребителей.

Интернет-мем — это единица информации в интернете и средство коммуникации [Börzsei, 2013; Марченко, 2013; Мигранова и др., 2015]. Использование мемов в рекламе помогает компаниям обратиться к эмоциям потребителя и достигать маркетинговых целей [Vaughan, 2018].

Чувства играют важную роль в принятии решения о покупке, поэтому компании выбирают инструменты визуализации, вызывающие у потребителя чувства симпатии и доверия к продукту и компании. К инструментам визуализации относят цвет, звук, текст, визуальный образ и креолизованный текст. Креолизованные тексты сочетают вербальные и невербальные средства передачи информации и апеллируют к эмоциональному и рациональному восприятию потребителей. Креолизованные тексты

привлекают больше внимания, чем другие инструменты, побуждая потребителя делиться информацией. Мем — это вид креолизованного текста [Валгина, 2003].

Российские исследователи выделяют несколько типов интернет-мемов [Щурина, 2012]: текст (слово или фраза), изображение, видео и креолизованный мем, состоящий из текстовой и визуальной части.

Мемы привлекают внимание больше, чем другие средства визуализации, побуждая потребителя делиться информацией, т.е. увеличивать охват рекламного сообщения без дополнительных расходов на рекламу. Потребители воспринимают мемы несерьезно, что также способствует распространению мемов.

Исследователи относят использование мемов в рекламе к инновациям [Шибут и др., 2017]. Вероятно, потребители из разных сегментов по-разному будут реагировать на использование инноваций в рекламе. Мем как средство коммуникации мало изучен, поэтому компании сталкиваются с проблемой оценки эффективности использования мемов в рекламе. Данное исследование поможет восполнить пробел знаний об оценке использования мемов в рекламе и влиянии мемов на потребителей из разных сегментов.

Измерение ценности рекламы

Оценить эффективность рекламы можно с помощью автоматизированных инструментов (например, системы веб-аналитики), которые собирают данные о поведении пользователей, и с помощью опросов потребителей [Google, 2018]. Опрос помогает компаниям лучше понять потребителя, чем анализ поведения только с помощью автоматизированных инструментов. Поэтому в данной работе авторы используют опрос для сбора данных о потребителе.

Для оценки рекламы через опрос авторы выбрали модель Р. Дюкоффе [Ducoffe, 1995, 1996]. Эта модель ценности рекламы одна из наиболее распространенных теорий, объясняющих отношение пользователей к интернет-рекламе. С помощью модели Р. Дюкоффе зарубежные авторы изучали онлайн-баннеры [Brackett et al., 2001; Ducoffe, 1996; Sun et al., 2010], контекстную рекламу [Lin et al., 2009], рекламу в Facebook [Dix et al., 2012], рекламу на онлайн-телевидении [Logan, 2013], SMS-рассылки [Blanco et al., 2010; Haghirian et al., 2008; Liu et al., 2012], рекламу, основанную на местоположении пользователя [Xu et al., 2009], и отношение потребителей к рекламе в Twitter [Murillo et al., 2016].

В оригинальной модели зарубежные авторы оценивали информативность, развлекательность и раздражение от рекламы как предпосылки рекламной ценности [Ducoffe, 1995]. Ценность рекламы — это субъективная оценка полезности рекламы для потребителей. С помощью модели

Р. Дюкоффе исследователи могут измерить воспринимаемую потребителями ценность рекламы и влияние элементов модели (развлекательность, информативность, раздражение) на ценность рекламы.

Оценка эффективности рекламных видеороликов и рекламных видеороликов с интегрированными в них мемами осуществляется с помощью одних и тех же методов. Показатели эффективности видеорекламы демонстрируют, выполнил ли ролик свою задачу. Для достижения разных целей создаются ролики разного формата и содержания, что влияет на выбор параметров для оценки эффективности этих роликов.

Для использования модели ценности рекламы на практике исследователи проводят опрос потребителей по анкете, состоящей из блоков: информативность, развлекательность, раздражение и рекламная ценность. Каждый блок содержит вопросы, направленные на оценку восприятия потребителем соответствующего элемента модели.

В опубликованных исследованиях по модели Дюкоффе не участвовали российские пользователи сети Интернет. Возможно, восприятие рекламы с мемами у российских пользователей в общем совпадает с восприятием зарубежных пользователей, но возможны отличия в восприятии у отдельных сегментов пользователей. Недостаток информации о восприятии рекламы с мемами у российских пользователей — основная проблема, которую хотели решить авторы статьи. Поэтому российские авторы проверили собственное эмпирическое исследование по модели Дюкоффе, чтобы проверить выводы зарубежных исследований в российских условиях и выявить особенности в восприятии рекламы с мемами у отдельных сегментов пользователей. Авторы российского исследования адаптировали анкету для оценки восприятия видеорекламы с мемами в интернете среди российских пользователей.

В результате исследования авторы ответили на вопрос, как влияют факторы восприятия рекламы с мемами на ценность рекламы для российских интернет-пользователей.

Методология эмпирического исследования

Объект эмпирического исследования — пользователи социальной сети «ВКонтакте». В 2019 г. ежемесячно в России интернетом пользовались 96 млн человек. Это 78,3% населения страны старше двенадцати лет [Mediascope WEB-Index, 2019]. Наиболее благоприятная среда для распространения мемов — это социальные сети. В 2019 г. самая популярная социальная сеть среди российских пользователей — «ВКонтакте» [Brand Analytics, 2019], поэтому в выборку исследования включены пользователи этой сети.

Внимание авторов сосредоточено на активной аудитории, пишущей и публикующей публичный контент ежемесячно. В выборку включены два наиболее активных сегмента аудитории «ВКонтакте» в возрасте от 18

до 24 лет и от 25 до 34 лет. Вместе они охватывают больше половины всех пользователей социальной сети (53,7%). Мужчин и женщин среди них примерно поровну. Рассчитанный необходимый размер выборки 384 человека.

Центральный и Приволжский федеральные округа показали наиболее высокую динамику по уровню проникновения интернета в городах [ФОМ, 2018]. Для исследования авторы выбрали города-миллионники в этих округах: Москва, Казань и Нижний Новгород. Выборка сформирована по географии проживания пользователей методом «снежного кома».

Эмпирическое исследование проведено в формате качественно-количественного исследования. На качественном этапе авторы выявили переменные, оказывающие влияние на отношение потребителей к рекламе. На количественном этапе эмпирического исследования авторы выявили связи между ценностью рекламного ролика и переменными, описывающими восприятие рекламы. На этом этапе авторы провели онлайн-опрос, результаты которого обработаны с помощью методов моделирования структурными уравнениями, факторного и регрессионного анализа. В анкету включены только закрытые вопросы.

Результаты эмпирического исследования

В выборку количественного этапа исследования отобраны респонденты в возрасте от 18 до 34 лет, мужчины и женщины (примерно поровну), активные в социальной сети «ВКонтакте». Число респондентов количественного этапа исследования (онлайн-опроса), заполнивших анкету, 448 человек (табл. 1 и 2). Это больше, чем рассчитанный необходимый объем выборки.

Таблица 1

Описание выборки количественного исследования

		Респонденты в возрасте от 18 до 34		
		18–24	25–34	Всего
Пол	Женский	149	81	230
	Мужской	144	74	218
	Всего	293	155	448

Таблица 2

Описание выборки количественного исследования

		Частота	Проценты
Город	Казань	124	27,7
	Москва	175	39,0
	Нижний Новгород	149	33,3
	Всего	448	100,0

В российском исследовании авторы использовали вопросы из зарубежных опросов восприятия рекламы, в которых для анализа применяли факторы (комбинации скоррелированных переменных): развлекательность, информативность, раздражение, ценность рекламы. Замена большого числа исходных скоррелированных переменных меньшим числом производных нескоррелированных компонент (факторов) упрощает анализ [Stewart, 1981]. Зарубежные авторы считают ценность рекламы фактором более высокого порядка и рассматривают ценность в модели оценки рекламы как зависимую переменную от трех других факторов.

Для оценки надежности шкалы зарубежного опроса в российских условиях российские авторы рассчитали коэффициент Альфа Кронбаха. Значение коэффициента выше 0,8 для всех факторов, что свидетельствует о высоком уровне надежности шкалы оценки рекламы и согласованности переменных, входящих в факторы [Malhotra et al., 2012]. Для практического применения можно упростить дальнейший анализ и принять значения каждого фактора равными среднему арифметическому значений входящих в него переменных.

Для описания модели (связей между факторами) авторы использовали метод моделирования структурными уравнениями (Structural Equation Modelling, сокращенно SEM), который применяли в зарубежных исследованиях по данной теме [Ducoffe, 1996; Ducoffe et al., 2000]. Метод SEM представляет комбинацию многомерного анализа, конфирматорного факторного анализа (Confirmatory Factor Analysis, CFA) и регрессионного анализа. Метод SEM позволяет проверять одновременно несколько гипотез о существовании связей между переменными и факторами и оценивать связи между ними.

Российские авторы использовали CFA для более надежной оценки структуры факторов в исследовании. На начальном этапе рекомендуется проводить предварительную проверку структуры факторов с помощью эксплораторного факторного анализа (Exploratory Factor Analysis, сокращенно EFA). EFA не используется для оценки модели в отличие от CFA. EFA проверяет, что данные подходят для последующего анализа.

Для проведения факторного анализа объем выборки должен превышать число переменных в пять раз и более [Bartholomew et al., 2011]. В российском исследовании для факторного анализа использовано 13 переменных, т.е. необходимо не менее 65 наблюдений. Получено 448 наблюдений (анкет), т.е. условие выполняется и можно проводить факторный анализ.

В результате EFA авторы получили три фактора. Определили число факторов по критерию Кайзера—Харриса (Kaiser—Harris). У трех первых факторов собственные значения больше единицы. Первый фактор учитывает 32% общей дисперсии. Вместе четыре фактора объясняют 74% дисперсии всех ответов. Для упрощения интерпретации факторов авторы

применили метод варимакс-вращения, который минимизирует количество переменных с высоким значением факторных нагрузок [Aaker, 1997]. Вращение — это набор математических приемов трансформации матрицы нагрузок компонент в другую, более легко интерпретируемую. В результате вращения авторы получили повернутую матрицу факторов, где у всех переменных факторные нагрузки больше 0,5 (табл. 3). Для дальнейшего анализа использовали три фактора.

Таблица 3

Матрица повернутых компонент

Вопрос	Формулировка	Факторы		
		1	2	3
q4	Рекламный ролик с мемом является ценным источником информации о товаре.		0,77	
q5	Рекламный ролик с мемом демонстрирует, обладает ли бренд важными для меня характеристиками.		0,88	
q6	Рекламный ролик с мемом дает мне актуальную информацию о продуктах или услугах, доступных на рынке.		0,78	
q7	Рекламные ролики с мемами развлекают.	0,85		
q8	Рекламные ролики с мемами приятны.	0,82		
q9	Рекламные ролики с мемами приносят наслаждение.	0,70		
q10	Рекламные ролики с мемами веселые.	0,85		
q11	Рекламные ролики с мемами увлекательные.	0,78		
q12	Рекламные ролики с мемами оскорбляют интеллектуальные способности людей.			0,70
q13	Рекламные ролики с мемами надоедливые.			0,65
q14	Рекламные ролики с мемами вызывают раздражение, злят, нервируют.			0,64
q15	Рекламные ролики с мемами обманчивы, вводят в заблуждение.			0,79
q16	Рекламные ролики с мемами противоречивые.			0,76

Источник: составлено авторами.

В российском исследовании авторы выделили три фактора, совпадающие по структуре с факторами зарубежного исследования. Это значит, что результаты российского исследования подтверждают результаты зарубежного исследования. В российском исследовании авторы назвали факторы так же, как в зарубежном (табл. 4).

На основе зарубежных исследований российские авторы предположили, что модель ценности рекламного ролика с мемами состоит из трех факторов (рис. 1): развлекательность, информативность и раздражение.

Таблица 4

Факторы

Номер фактора	Название фактора	Вопросы анкеты
1	Развлекательность	Рекламные ролики с мемами развлекают.
		Рекламные ролики с мемами приятны.
		Рекламные ролики с мемами приносят наслаждение.
		Рекламные ролики с мемами веселые.
		Рекламные ролики с мемами увлекательные.
2	Информативность	Рекламный ролик с мемом является ценным источником информации о товаре.
		Рекламный ролик с мемом демонстрирует, обладает ли бренд важными для меня характеристиками.
		Рекламный ролик с мемом дает мне актуальную информацию о продуктах или услугах, доступных на рынке.
3	Раздражение	Рекламные ролики с мемами оскорбляют интеллектуальные способности людей.
		Рекламные ролики с мемами надоедливые.
		Рекламные ролики с мемами вызывают раздражение, злят, нервируют.
		Рекламные ролики с мемами обманчивы, вводят в заблуждение.
		Рекламные ролики с мемами противоречивые.

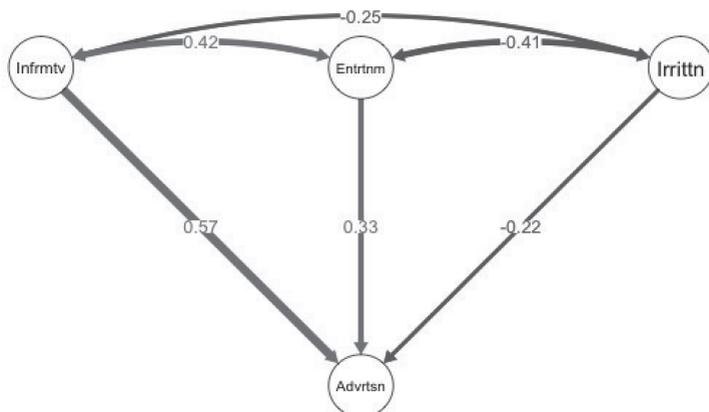
Источник: составлено авторами.

Авторы проверили модель ценности рекламы на российских данных с помощью метода SEM. Для проверки модели авторы использовали метод CFA, входящий в SEM. В CFA авторы подтвердили число наблюдаемых переменных для нескольких факторов и проанализировали, насколько хорошо наблюдаемые переменные описывают факторы.

CFA показывает, что факторная модель соответствует российским данным. Индексы качества модели (например, CFI = 0,94) высокие, а остатки низкие (RMSEA = 0,08). Параметры модели для связей между факторами и переменными, и между факторами статистически значимы ($P(>|z|) = 0$), близки по величине (в диапазоне 0,92–1,49) и не сильно отклоняются от 1,0. Поскольку факторные нагрузки близки к 1, то рекомендуется считать факторы как среднее от переменных, входящих в фак-

тор, вместо использования взвешенных оценок. Для дальнейшего анализа в работе авторы использовали три фактора.

Модель, построенная для российских потребителей с помощью метода SEM, близка к модели для зарубежных потребителей. Направление связей между факторами в модели совпадает. Выявлены отличия в коэффициентах, описывающих связи. В российском исследовании факторы «развлекательность», «информативность» и «раздражение» менее скоррелированы между собой, а связи между этими факторами и ценностью рекламы схожи с зарубежным исследованием.



Обозначения на рисунке:
Infrmty — Информативность,
Entrtm — Развлекательность,
Irritm — Раздражение,
Advrtsn — Ценность рекламного ролика

Рис. 1. Российская модель ценности онлайн рекламного ролика с мемом
Источник: составлено авторами.

Модель зарубежного исследования построена для оценки воспринимаемой ценности онлайн-рекламы в середине 90-х и повторяет более раннюю модель ценности для офлайн-рекламы на зарубежном рынке [Discoffe, 1996]. В российском исследовании для оценки восприятия ценности рекламных роликов среди пользователей социальных сетей получена схожая модель, т.е. факторы, влияющие на воспринимаемую ценность рекламы, похожи на разных географических рынках.

Для дальнейшего использования выводов на практике авторы построили регрессионную модель ценности рекламы, которая поможет создателям рекламных роликов и компаниям-рекламодателям предсказывать изменения ценности рекламных роликов на основе изменения факторов, влияющих на ценность.

Российские авторы использовали множественную линейную регрессию на основе метода наименьших квадратов, чтобы описать причинно-следственные связи между ценностью рекламы и значениями независимых факторов. Этот же метод используют и зарубежные авторы в исследовании по данной теме [Ling et al., 2010]. Российские авторы выбрали параметры модели (свободный член и регрессионные коэффициенты), которые минимизируют отличия между фактическими и предсказанными значениями ценности рекламы.

Для правильной интерпретации коэффициентов данные должны удовлетворять требованиям: нормальность, независимость, линейность, гомоскедастичность. По результатам статистических тестов данные удовлетворяют всем требованиям.

Модель (1) для всей выборки (448 человек):

$$\text{Ценность рекламы} = 0,95 + 0,32 \times \text{Развлекательность} + \\ + 0,45 \times \text{Информативность} - 0,15 \times \text{Раздражение}.$$

Регрессионные коэффициенты факторов «развлекательность» и «информативность» в модели положительные и статистически значимо отличаются от нуля. Коэффициент фактора «раздражение» отрицательный и статистически значимо отличается от нуля. С ростом информативности рекламного ролика на 1% ценность ролика увеличивается на 0,44%. С ростом раздражения от рекламного ролика на 1% ценность ролика уменьшается на 0,18%. Скорректированный коэффициент детерминации для модели (1) равен 0,55.

Существует сильная положительная связь между информативностью и ценностью рекламы. Потребители положительно реагируют на рекламу, несущую в себе информацию как о продукте, так и о самой компании.

Существует сильная положительная связь между развлекательностью и ценностью рекламы. Потребители положительно реагируют на рекламу, которая развлекает.

Зарубежные исследования также показали значимую положительную связь между информативностью и ценностью, развлекательностью и ценностью.

Существует отрицательная связь между раздражением и ценностью рекламы. Потребители отрицательно реагируют на рекламу, которая раздражает, обижает, оскорбляет или чрезмерно манипулирует. Такие рекламные ролики потребители воспринимают как нежелательные. Зарубежные исследования также показали значимую отрицательную связь между раздражением и ценностью рекламы.

При переходе от инноваторов к опоздавшим уменьшается степень готовности потребителей принимать в свою жизнь инновации, в том числе воспринимать мемы в рекламе. Авторы российского исследования предположили, что восприятие рекламных роликов с мемами отличается у по-

требителей с разным уровнем склонности к принятию инноваций. Будут ли факторы «развлекательность», «информативность» и «раздражение» значимыми и сильными предикторами того, как потребители, склонные к принятию новшеств, оценивают рекламу?

Для проверки гипотезы российские авторы разделили выборку на сегменты по уровню предрасположенности респондентов к восприятию инноваций в жизни [Hurt et al., 1977]. Авторы выбрали такое деление, поскольку использование мемов в рекламных роликах считается новаторским (инновационным) решением.

Вопросы для оценки индивидуальной предрасположенности к восприятию инноваций в жизни взяты из работы [Hurt et al., 1977], где авторы определяют инновационность как «готовность к изменениям». Авторы российского исследования выбрали эту методику, поскольку она измеряет «жизненную инновационность» респондентов. Методика не концентрируется на стремлении покупать новые товары или на принятии конкретных категорий товаров, а измеряет общую склонность потребителей к принятию инноваций в жизни [Roehrich, 2004].

В традиционном подходе к сегментированию потребителей по уровню инновационности среди всех потребителей 2,5% — это инноваторы (новаторы), 13,5% — ранние последователи, 34% из раннего большинства, 34% из позднего большинства и 16% опоздавших [Rogers, 1976]. В российском исследовании структура выборки отличается, так как в опросе о восприятии мемов в видеорекламе участвовали в основном респонденты в возрасте от 18 до 34 лет. Структура выборки по уровню предрасположенности к восприятию инноваций отличается от традиционной, что обусловлено спецификой выборки: она очень молодая.

Модель (2) для инноваторов (74 человека):

$$\text{Ценность рекламы} = -0,29 + 0,60 \times \text{Развлекательность} + 0,38 \times \text{Информативность}.$$

Для сегмента инноваторов коэффициент фактора «раздражение» статистически не отличается от нуля. Это значит, что для данной группы пользователей раздражение от рекламы и ценность рекламных роликов с мемами не связаны между собой линейно при неизменных значениях остальных факторов. Рекламные ролики с мемами могут раздражать или не раздражать инноваторов, но это не влияет на ценность роликов как рекламных средств для данного сегмента. Если рекламный ролик с мемом развлекает и информирует, то ценность рекламы возрастает независимо от раздражения зрителей при просмотре. Скорректированный коэффициент детерминации для модели (2) равен 0,52.

Этот вывод отличается от общей модели для российских и зарубежных пользователей. В российском исследовании авторы предположили, что модель отличается для сегмента инноваторов, и подтвердили эту гипотезу. Для остальных сегментов потребителей в российском исследова-

нии коэффициент фактора «раздражение» отрицательный и статистически отличается от нуля, как и в общей модели для всей выборки.

Заключение

В ходе исследования российские авторы выяснили, что с помощью оценки факторов «информативность», «развлекательность» и «раздражение» от просмотра рекламного ролика с мемами можно прогнозировать воспринимаемую ценность ролика, т.е. управлять ценностью рекламы, воздействуя на факторы. Эти выводы можно использовать для разработки рекламных видеороликов с мемами в социальных сетях. Создатели рекламных роликов и рекламодатели могут использовать модель для прогноза изменения ценности от просмотра ролика на основе изменения факторов, влияющих на ценность.

В российском исследовании для оценки восприятия ценности рекламных роликов среди пользователей социальных сетей получена схожая модель, т.е. факторы, влияющие на воспринимаемую ценность рекламы, похожи на разных географических рынках. В дальнейшем исследовании рекомендуется включить в модель новые факторы (например, доверие рекламе [Brackett et al., 2001]), чтобы увеличить объясняющую способность модели.

Российские авторы определили, что для российских потребителей, склонных к принятию новшеств в жизни, раздражение от просмотра ролика не влияет на воспринимаемую ценность рекламы. Этот новый вывод, который показывает отличие сегмента инноваторов в восприятии рекламы. В дальнейшем исследовании рекомендуется построить модель для отдельных сегментов потребителей на зарубежных рынках и сравнить с российскими результатами.

Список литературы

1. АКАР. Объем рекламы в средствах ее распространения в январе-сентябре 2019 года // АКАР [Электронный ресурс]. URL: http://www.akarussia.ru/knowledge/market_size/id9034 (дата обращения: 09.03.2020).
2. *Валгина Н. С.* Теория текста: учебное пособие. — М., 2003. 280 с.
3. *Коштарова Л. Н.* Реклама как феномен эстетической культуры. — Воронеж, 2011.
4. *Марченко Н. Г.* Интернет-мем как хранилище культурных кодов сетевого общества // Казанская наука. — 2013. — № 1. — С. 113–115.
5. *Мигранова Л. Ш., Кромина Е. И.* Интернет-мем как особое средство коммуникации / под ред. В. С. Артемова, 2015.
6. ФОМ. Интернет в России: динамика проникновения. Зима 2017–2018 гг. [Электронный ресурс]. URL: <https://fom.ru/SMI-i-internet/13999> (дата обращения: 10.09.2019).

7. *Шибут И. П., Царева А.* Инновационные методы конструирования коммуникативного сообщения в медиасфере. — Минск, 2017.
8. *Шурина Ю. В.* Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации // Научный диалог. — 2012. — № 3. — С. 160–171.
9. *Aaker J. L.* Dimensions of Brand Personality // Journal of Marketing Research. — 1997. — No. 3 (34). — С. 347.
10. *Bartholomew D. J., Knott M., Moustaki I.* Latent Variable Models and Factor Analysis: A Unified Approach / 3 edition. — Wiley, 2011. — 294 с.
11. *Blanco C., Blasco M., Azorin I.* Entertainment and Informativeness as Precursory Factors of Successful Mobile Advertising Messages // Communications of the IBIMA. — 2010.
12. *Börzsei L. K.* Makes a Meme Instead: A Concise History of Internet Memes // New Media Studies Magazine. — 2013.
13. *Brackett L. K., Carr B. N.* Cyberspace advertising vs. other media: Consumer vs. mature student attitudes // Journal of Advertising Research. — 2001.
14. Brand Analytics Социальные сети в России: Цифры и тренды, осень 2019 [Электронный ресурс]. URL: <https://br-analytics.ru/blog/social-media-russia-2019/> (дата обращения: 09.03.2020).
15. *Dawkins R.* The selfish gene. — Oxford: Oxford univ. press, 1990. — 352 p.
16. *Dix S.* [и др.]. Facebook versus television: Advertising value perceptions among females // Journal of Research in Interactive Marketing. — 2012.
17. *Ducoffe R. H.* How consumers assess the value of advertising // Journal of Current Issues and Research in Advertising. — 1995.
18. *Ducoffe R. H.* Advertising value and advertising on the web // Journal of Advertising Research. — 1996.
19. *Ducoffe R. H., Curlo E.* Advertising value and advertising processing // Journal of Marketing Communications. — 2000.
20. Google. Как измерить эффективность видеорекламы на YouTube // Google [Электронный ресурс]. URL: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/ru-ru/ad-solutions/video/measure-video-ads-effectiveness/> (дата обращения: 29.09.2019).
21. Google. Как видео повышает продажи: материалы конференции YouTube Inspire Action // Google [Электронный ресурс]. URL: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/ru-ru/ad-solutions/video/youtube-inspire-action-2019/> (дата обращения: 29.09.2019).
22. *Haghirian P., Madlberger M., Inoue A.* Mobile advertising in different stages of development: A cross-country comparison of consumer attitudes 2008.
23. *Hurt H. T., Joseph K., Cook C. D.* Scales for the measurement of innovativeness // Human Communication Research. — 1977.
24. *Lin F.-H., Hung Y.-F.* The Value of and Attitude toward Sponsored Links for Internet Information Searchers // Journal of Electronic Commerce Research. — 2009.
25. *Ling K. C., Piew T. H., Chai L. T.* The Determinants of Consumers' Attitude Towards Advertising // Canadian Social Science. — 2010.
26. *Liu C. L. E.* [и др.]. Determinants of Consumer Perceptions toward Mobile Advertising — A Comparison between Japan and Austria // Journal of Interactive Marketing. — 2012.
27. *Logan K.* And now a word from our sponsor: Do consumers perceive advertising on traditional television and online streaming video differently? // Journal of Marketing Communications. — 2013.

28. *Malhotra N. K., Birks D. F., Wills P.* Marketing Research: An Applied Approach, 2012.
29. Mediascope WEB-Index Аудитория интернета в России [Электронный ресурс]. URL: <https://webindex.mediascope.net/> (дата обращения: 09.03.2020).
30. *Murillo E., Merino M., Núñez A.* The advertising value of Twitter Ads: a study among Mexican Millennials // Review of Business Management. — 2016.
31. *Roehrich G.* Consumer innovativeness — Concepts and measurements // Journal of Business Research. — 2004.
32. *Rogers E. M.* New Product Adoption and Diffusion // Journal of Consumer Research. — 1976.
33. *Stewart D. W.* The Application and Misapplication of Factor Analysis in Marketing Research // Journal of Marketing Research. — 1981.
34. *Sun Y.* [и др.]. Do males and females think in the same way? An empirical investigation on the gender differences in Web advertising evaluation // Computers in Human Behavior. — 2010.
35. *Vaughan P.* How to Make a Meme That Will Make People Cry (With Laughter) // Hubspot [Электронный ресурс]. URL: https://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/33363/memejacking-the-complete-guide-to-creating-memes-for-marketing.aspx#sm.0019i33fiqtqf5i10nc209_zsq3o47 (дата обращения: 29.09.2019).
36. *Xu H., Oh L. Bin, Teo H. H.* Perceived effectiveness of text vs. multimedia Location-Based Advertising messaging // International Journal of Mobile Communications. — 2009.

The List of References in Cyrillic Transliterated into Latin Alphabet

1. AKAR. Ob'em reklamy v sredstvah ee rasprostraneniya v janvare-sentjabre 2019 goda // AKAR [Elektronnyj resurs]. URL: http://www.akarussia.ru/knowledge/market_size/id9034 (data obrashheniya: 09.03.2020).
2. *Valgina N. S.* Teorija teksta: uchebnoe posobie. — M., 2003. — 280 s.
3. *Koshetarova L. N.* Reklama kak fenomen jesteticheskoi kul'tury. — Voronezh, 2011.
4. *Marchenko N. G.* Internet-mem kak hranilishhe kul'turnyh kodov setevogo soobshhestva // Kazanskaja nauka. — 2013. — № 1. — С. 113–115.
5. *Migranova L. Sh., Kromina E. I.* Internet-mem kak osoboe sredstvo kommunikacii / pod red. V. S. Artemovoa, 2015.
6. FOM. Internet v Rossii: dinamika proniknoveniya. Zima 2017–2018 gg. [Elektronnyj resurs]. URL: <https://fom.ru/SMI-i-internet/13999> (data obrashheniya: 10.09.2019).
7. *Shibut I. P., Careva A.* Innovacionnye metody konstruirovaniya kommunikativnogo soobshheniya v mediasfere. — Minsk, 2017.
8. *Shhurina Ju. V.* Internet-memy kak fenomen internet-kommunikacii // Nauchnyj dialog. — 2012. — № 3. — С. 160–171.

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ

С. Н. Богатырева¹

Псковский государственный университет (Псков, Россия)

Н. Д. Козленко²

ООО «Газпром межрегионгаз инжиниринг» (Мурино, Россия)

УДК: 349.2; 331.07

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ КОНТРОЛЯ СОБЛЮДЕНИЯ ТРУДОВОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СУБЪЕКТАМИ В РФ

Целью статьи является определение путей решения проблем, возникающих в работе органов Федеральной инспекции труда, для повышения эффективности ее контрольно-надзорной деятельности. В статье изучаются законодательные и нормативные документы, наиболее актуальные нарушения в сфере трудового законодательства, оценивается риск-ориентированный подход к определению подконтрольных субъектов. На основе оценки содержания правовых актов, которые регламентируют порядок осуществления проверок, вносятся предложения по изменению отдельных положений действующего законодательства в исследуемой области. В статье предложен дополнительный признак классификации работодателей для назначения плановой проверки по вероятности неформального оформления работников и выплаты неофициальной заработной платы.

Ключевые слова: Федеральная инспекция труда, нарушения трудового законодательства, риск-ориентированный подход в контроле, «серая» зарплата, электронные договоры.

Цитировать статью: *Богатырева С. Н., Козленко Н. Д.* Актуальные проблемы контроля соблюдения трудового законодательства экономическими субъектами в РФ // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. — 2020. — №4. — С. 196–223.

¹ Богатырева Светлана Николаевна — к.э.н., доцент, Псковский государственный университет, e-mail: niko72@bk.ru, ORCID: 0000-0001-5366-2778.

² Козленко Никита Дмитриевич — главный экономист ООО «Газпром межрегионгаз инжиниринг», e-mail: nikitos0496@mail.ru.

S. N. Bogatyreva
Pskov state University (Pskov, Russia)

N. D. Kozlenko
LLC “Gazprom Mezhregiongaz engineering” (Murino, Russia)
JEL: J81; K31

CURRENT PROBLEMS IN MONITORING COMPLIANCE WITH LABOR LAWS BY ECONOMIC ENTITIES IN THE RUSSIAN FEDERATION

The purpose of the paper is to find the ways to solve problems that arise in the work of the Federal Labor Inspectorate to improve the effectiveness of its monitoring and supervisory activities. The article examines the legislative and regulatory documents, treats most urgent violations in the field of labor legislation, assesses the risk-oriented approach to determining the entities controlled. Drawing on the assessment of legal acts that regulate the procedure for carrying out inspections, the authors make proposals to amend certain provisions of the current legislation in the area under study. The article proposes an additional determinant of employers' classification for the appointment of a scheduled inspection based on the likelihood of informal registration of workers and informal payments.

Keywords: Federal Labor Inspectorate, violations of labor legislation, risk-oriented approach to control, “gray” salary, informal payments, electronic contracts.

To cite this document: *Bogatyreva S. N., Kozlenko N. D.* (2020) Current problems in monitoring compliance with labor laws by economic entities in the Russian Federation. Moscow University Economic Bulletin, (4), 196–223.

Введение

Трудовые отношения представляют собой важную часть социально-экономической жизни общества. Их регламентация позволяет трудоспособному человеку применить свои способности в определенной профессиональной области через осуществление трудовой деятельности либо как индивидуальный предприниматель, либо как наемный работник. В последнем случае человек вступает в трудовые отношения с работодателем. Это неизбежно приводит к возникновению двусторонних противоположных интересов. С одной стороны, работник желает получать оплату за свой труд, размер которой позволял бы ему удовлетворять разные виды потребностей. С другой стороны, работодатель-бизнесмен в условиях ограниченных ресурсов и под влиянием других факторов осуществляет в области оплаты труда, организации его охраны, отдыха работников политику минимизации расходов на использование трудовых ресурсов. Нередко это происходит незаконными способами, что снижает возможность

работнику реализовать свои права, установленные нормами трудового права. Негативные последствия нарушения требований трудового законодательства работодателями увеличивают «социальную нагрузку» государства по обеспечению нормального уровня жизни и безопасности трудоспособного населения страны.

Одним из способов обеспечения конституционных гарантий в области трудовых отношений является осуществление контроля со стороны государства за исполнением работодателями установленных Трудовым кодексом, другими нормативными документами как федерального, регионального, так и локального уровня норм.

Поэтому исследование вопросов организации проверок соблюдения норм трудового права участниками трудовых отношений является на любом этапе развития государства актуальным. Это позволяет выявить проблемы в действующем регулировании прав и обязанностей работников и работодателей, а также найти современные инструменты для предотвращения возможности нарушать установленные нормы трудового законодательства экономическими субъектами.

Органы контроля в сфере труда и виды нарушений трудового законодательства

Проведение мониторинга за исполнением законодательства в области трудовых отношений экономическими субъектами со стороны государства в соответствии со ст. 352 ТК РФ представляет собой одно из главных направлений его деятельности, которое обеспечивает защиту трудовых прав и свобод сотрудников [Трудовой кодекс..., 2001].

На рис. 1 представлен перечень органов власти, осуществляющих контрольную функцию в рамках трудового законодательства по объему их полномочий. Кратко представим те вопросы, которые уполномочены решать указанные на рис. 1 контролирующие органы власти.

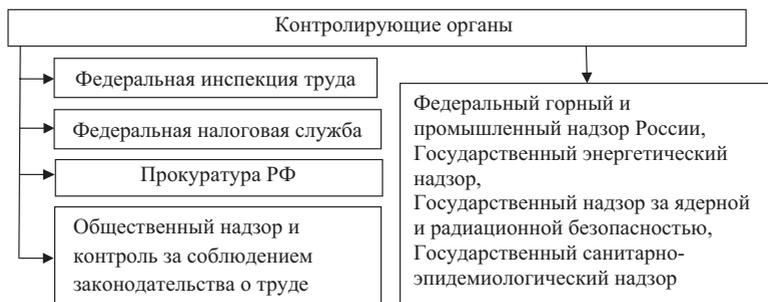


Рис. 1. Органы власти, осуществляющие государственный надзор за соблюдением трудового законодательства

Источник: составлено авторами по [Трудовой кодекс..., 2001, гл. 57].

В соответствии со ст. 353 ТК РФ [Трудовой кодекс..., 2001] «федеральный государственный надзор за соблюдением законодательства о труде и иных нормативных правовых актов, содержащих нормы трудового права, осуществляется федеральной инспекцией труда в порядке, установленном Правительством РФ».

В настоящее время согласно ст. 354 ТК РФ [Трудовой кодекс..., 2001] «федеральная инспекция труда — единая централизованная система, состоящая из федерального органа исполнительной власти, уполномоченного на проведение федерального государственного надзора за соблюдением трудового законодательства и иных нормативных правовых актов, содержащих нормы трудового права, и его территориальных органов (государственных инспекций труда)». Конкретная структура этой системы органов власти приведена на рис. 2.

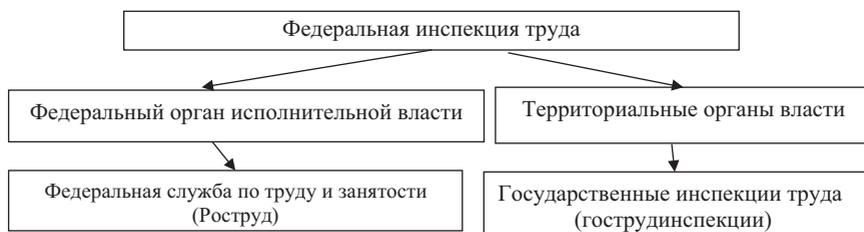


Рис. 2. Структура органов Федеральной инспекции труда
Источник: составлено авторами по [Трудовой кодекс..., 2001, ст. 354].

Федеральная инспекция труда выполняет много задач и имеет значительный объем полномочий при осуществлении контрольно-надзорной деятельности в сфере труда. Порядок осуществления федерального государственного надзора в сфере труда регламентируется «Положением о федеральном государственном надзоре за соблюдением трудового законодательства и иных нормативных правовых актов, содержащих нормы трудового права», утвержденным постановлением Правительства РФ от 01.09.2012 № 875 (в ред. от 27.12.2019) (далее Постановление № 875). В соответствии с п. 4 этого документа инспекторы труда проверяют «соблюдение требований трудового законодательства... в том числе полноты и своевременности выплаты заработной платы» [Положение..., 2012], а также организацию охраны труда, специальных рабочих мест и создание требуемых условий труда. Инспекторы труда проводят последующий контроль устранения работодателями замечаний, сделанных проверяющими.

Федеральная налоговая служба (далее ФНС) и ее территориальные налоговые инспекции осуществляют косвенный контроль соблюдения законодательства о труде в части правильного оформления трудовых отношений между сотрудниками и работодателем, установления оплаты труда работникам и контроль за ее «теневой» частью.

Контроль за выполнением установленных норм по безопасному осуществлению трудовых действий в определенных отраслях экономики вместе с Федеральной инспекцией труда проводят специальные федеральные органы исполнительной власти, например Федеральная служба по экологическому, технологическому и атомному надзору и др. Этот надзор и контроль в основном оценивают степень нарушений по охране и условиям труда работников.

Как видно из рис. 1, существует очень много служб, осуществляющих прямой или косвенный мониторинг за исполнением законодательства о труде, но большим спектром полномочий обладает Федеральная трудовая инспекция, которая проводит плановые и внеплановые проверки работодателей с целью выявления нарушений в сфере труда (рис. 3).



Рис. 3. Количество проведенных проверок и выявленных нарушений трудового законодательства органами Федеральной инспекции труда за 2013–2019 гг.

Источник: составлено авторами по данным Отчета о деятельности Федеральной службы по труду и занятости [Отчет..., 2013; Отчет..., 2014; Отчет..., 2015; Отчет..., 2016; Отчет..., 2017; Отчет..., 2018; Отчет..., 2019].

Из рис. 3 видно, что с 2013 по 2017 г. наблюдался рост количества проверок, а в 2018 и 2019 гг. произошло их снижение, достигнув значения 2013 г. — 131,2 тыс. проверок. При этом можно отметить, что при росте количества проверок за период с каждым годом количество выявленных нарушений снижается (в 2019 г. по сравнению с 2013 г. было выявлено нарушений в 2,1 раза меньше). Из этого можно заключить, что в целом работодатели стали более дисциплинированными в части выполнения требований трудового законодательства и смежных с ним сфер. Такой положительный эффект обусловлен в значительной степени работой органов Федеральной трудовой инспекции.

По данным Отчета о работе Федеральной службы труда и социальной защиты в 2013 г., объектами проверок были разные положения норм трудового права. Распределение проверок по видам проверяемых положений трудового законодательства представлено на рис. 4.



Рис. 4. Удельный вес проверок по видам проверяемых вопросов трудового законодательства в 2013 г., %

Источник: составлено авторами по Отчету о работе Федеральной службы труда и занятости в 2013 г. [Отчет..., 2013].

Из рис. 4 видно, что в большей степени инспекторы труда проверяют соблюдение требований по оплате труда (42,9%), по заключению и оформлению трудовых договоров (30%), а также организацию охраны труда на предприятиях и выполнение установленных норм объема рабочего времени и отдыха (16,9 и 13,8% соответственно).

Чтобы деятельность органов Федеральной инспекции труда была эффективной, необходимо знать, какие нарушения допускают работодатели, так как это позволяет определять причины таких действий руководителей организаций, а это дает возможность выработать меры по предотвращению подобных нарушений.

Вопросы совершения нарушений работодателями в сфере труда и их причины исследовали некоторые российские ученые.

Так, например, к распространенным нарушениям трудового законодательства Е. Л. Фарафонтова относит следующие:

- трудовой договор не оформляется в письменной форме;
- несвоевременная выплата зарплаты;
- несвоевременное предоставление данных соответствующим надзорным органам о травмах с тяжелыми последствиями;
- отсутствие выполнения работодателем норм рабочего времени для сотрудников, осуществляющих работу по совместительству [Фарафонтова, 2016].

Исследуя ответственность работодателей за несоблюдение установленных требований трудового законодательства, Е. Н. Ефименко приводит самые распространенные нарушения в этой сфере, а именно нарушения «по вопросам трудового договора, оплаты и нормирования труда, охраны труда, а также соблюдения рабочего времени и времени отдыха...» [Ефименко, 2015].

Проанализировав подходы различных авторов, можно сделать вывод, что работодатели нарушают практически все права и гарантии работников, которые установлены Трудовым кодексом Российской Федерации и другими нормативными документами, однако частота и последствия их совершения различны. Все их можно разделить на три группы: нарушения при приеме на работу (например, в объявлениях или в устной форме заявляются условия, приводящие к дискриминации работников, неоднозначные формулировки об оплате труда и обязанностях в договоре), при выполнении работы сотрудниками (нарушается режим работы и отдыха, оплата труда и ее выплата), при увольнении работников (подмена причины увольнения, невыплата выходного пособия). Распределение выявленных нарушений по видам в 2016–2017 гг. приведено на рис. 5.

Данные рис. 5 наглядно показывают, что наиболее часто нарушения встречаются по семи сферам регулирования прав и гарантий работников. Наибольшее количество нарушений в 2016 и 2017 гг. было выявлено по вопросам оплаты труда и нормирования (23,2 и 22,9% от общего числа нарушений соответственно). При этом надо заметить, что в 2017 г. было выявлено таких нарушений на 5532 меньше, чем в 2016 г. На втором месте находятся нарушения, связанные с оформлением трудового договора (12,2 % в 2016 г. и 11,3% в 2017 г.). По значениям показателей видно снижение количества нарушений в содержании условий трудового договора. Это является результатом работы органов контроля. Также наблюдается снижение фактов выявления несоблюдения норм в области охраны труда и здоровья работников.

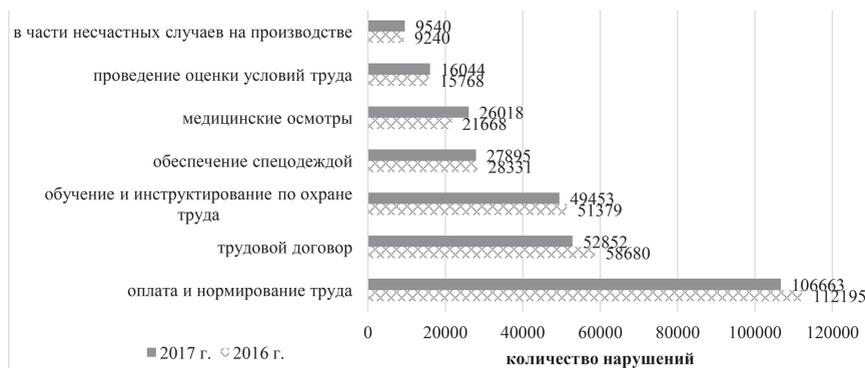


Рис. 5. Количество выявленных нарушений трудового законодательства по их видам в 2016–2017 гг., единиц

Источник: составлено авторами по данным [Программа..., 2018] и [Доклад..., 2016].

Количество нарушений в области оплаты труда и содержания трудового договора остается значительным и в 2019 г. Так, по данным сервиса Роструда «Сообщить о проблеме», из 50,5 тыс. обращений авторизован-

ных пользователей 10,89 тыс. обращений было по вопросу нарушения срока выплаты зарплаты, 2,33 тыс. — по вопросу установления меньшего размера зарплаты, чем предусмотрено законодательством, 2,3% обращений (1,16 тыс. обращений) связано с тем, что работодатель не заключает письменный договор с работником [Отчет..., 2019].

Приведенные данные свидетельствуют о том, что, несмотря на снижение количества нарушений в области трудового законодательства, доля нарушений прав работников, реализация которых является для них жизненно необходимой, все еще остается значительной. Это говорит о том, что причины возникновения этих нарушений исследованы недостаточно, а также отсутствует оценка инструментов и средств их выявления. Все это определяет необходимость более детального изучения нарушений в области оплаты труда и поиска путей их выявления и предупреждения в процессе осуществления контрольно-надзорной деятельности государственных органов и органов независимого контроля.

Нарушения в области оплаты труда

Наиболее значимыми для работника и для государства являются нарушения в части оплаты труда. Это объясняется тем, что, с одной стороны, заработная плата является основным видом дохода работника, а с другой стороны — она же является важным объектом налогообложения. От ее величины зависит объем НДФЛ и страховых взносов, которые являются главными источниками средств для выполнения государством социальной функции.

Одним из факторов, побуждающих работодателя к нарушению законодательства в области оплаты труда, является то, что заработная плата и начисленные страховые взносы от нее включаются в затраты производства, т.е. уменьшают прибыль от ведения деятельности. Неблагоприятные последствия еще больше увеличиваются при ухудшении экономической ситуации в стране, когда невозможно устанавливать более высокие цены на продукцию, чтобы компенсировать осуществленные затраты, куда входит и заработная плата, и страховые взносы. Как отмечают эксперты, в нашей стране установлена высокая социальная налоговая нагрузка на организации, что определяет желание работодателей минимизировать величину расходов на оплату труда, используя различные так называемые налоговые схемы.

Например, сегодня в Российской Федерации имеются такие термины, как «белая», «черная», «серая» заработная плата. «Белая» заработная плата является абсолютно официальной компенсацией за труд сотрудника. Это значит, что в договоре прописаны все его элементы, содержание которых соответствует положениям Трудового кодекса и другим документам. Начисления заработной платы в полной сумме отражаются в документах

бухгалтерского учета ежемесячно. Правильно исчисляется и своевременно уплачиваются НДФЛ и страховые взносы. Работодатель в этом случае выполняет социальную функцию надлежащим образом.

«Черная» зарплата имеет место тогда, когда с сотрудником официально не заключен трудовой договор. Любое начисление заработной платы и ее выплата осуществляются на основании устной договоренности между руководителем и работником. В этом случае возможность получения гарантий, установленных нормами трудового права, отсутствует.

«Серая» зарплата состоит из официальной и неофициальной частей, т.е. когда одну долю зарплаты сотруднику выдают в соответствии с требованиями законодательства, а другая выдается минуя официальный бухгалтерский учет, как правило наличными деньгами, «в конвертах» [Серая зарплата..., 2016].

Для сотрудников положительным в «серой» заработной плате является возможность получить несколько большую сумму, чем при «белой» заработной плате, из-за того, что нет необходимости выплат налога и иных удержаний, например алиментов.

Негативные стороны «серой» заработной платы заключаются в том, что ее величину, как правило, работодатели не учитывают при назначении пособия по временной нетрудоспособности, при расчете пособия по беременности и родам и по уходу за ребенком, кроме того, она не учитывается при расчете пенсии. Для работодателя выгода, полученная от нарушения требований по оплате труда, может быть меньше штрафных санкций, которые необходимо заплатить при выявлении нарушений. Причем с 2020 г. НДФЛ, доначисленный по итогам налоговой проверки, должен уплатить работодатель.

Для государства главным минусом распространения «серого» заработка является недополучение значительного объема НДФЛ и страховых взносов в бюджет.

Это отрицательно влияет на величину источников средств, необходимых для выплаты пенсий и социальных пособий разным категориям населения.

Несмотря на преобладание недостатков в использовании «серой» заработной платы, ее величина с каждым годом возрастает. Динамику такого явления демонстрирует рис. 6.

Из рис. 6 видно, что с каждым годом объем «серой» заработной платы растет, за 2014–2018 гг. ее сумма выросла на 23%. Рост неофициальной заработной платы обусловлен тем, что потенциальные работники находятся в таких условиях, которые вынуждают их соглашаться на тот способ оплаты труда, который предлагает работодатель, так как на рынке труда предложение превышает спрос на труд, что обусловлено низким уровнем развития экономики в стране. Работники предпочитают работу и «скрытый» доход сегодня, чем быть безработным.

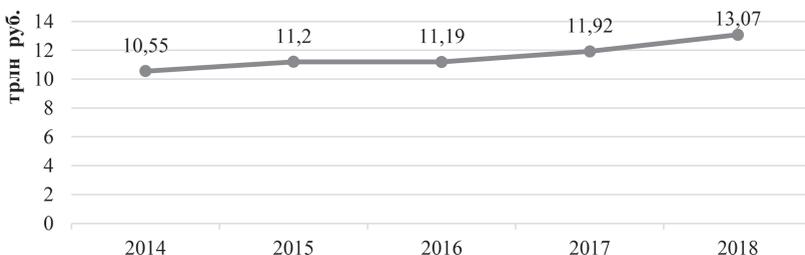


Рис. 6. Объем «серой» заработной платы в РФ в 2014–2018 гг., трлн руб.

Источник: составлено авторами по данным ежегодного статистического журнала «Национальные счета России» [Национальные..., 2019].

Но надо отметить также, что даже при нормальных условиях ведения деятельности отдельные работодатели имеют цель получить больший доход без осуществления расходов на оплату труда, основанных на соблюдении трудового законодательства, поэтому осуществление контроля условий заключения договоров, соблюдения условий работы и других положений трудового права должно осуществляться со стороны государства систематически.

Далее мы рассмотрим, все ли условия созданы для контролирующих органов в области трудового законодательства, чтобы их деятельность была эффективной.

Организация контроля за соблюдением трудового законодательства, проблемы и пути их решения

Росфинтруд и Гострудинспекции в своей работе руководствуются многими законодательными и нормативными документами. В результате исследования содержания основных правовых документов было определено, что имеются некоторые пробелы в регулировании порядка проведения контрольных мероприятий органами Федеральной инспекции труда.

Действительно, положения п. 1 ст. 12 Конвенции № 81 говорят о том, что «инспекторы труда, снабженные документами...», которые подтверждают их полномочия, «...имеют право беспрепятственного прохода без предварительного уведомления и в любое время суток на любое предприятие, охватываемое контролем инспекции...» [Конвенция..., 1947]. При этом в п. 16 ст. 10 ФЗ № 294 прописано, что подконтрольные субъекты «уведомляются органом», который будет проводить внеплановое контрольное мероприятие у работодателя, «не менее чем за двадцать четыре часа до начала ее проведения любым доступным способом...» [О защите..., 2008] за некоторым исключением. Из этого следует, что имеются расхождения в содержании документов, регулирующих одну и ту же сферу. Именно уведомление работодателя о выездной проверке, по нашему мнению, яв-

ляется одной из главных причин сложности выявления неоформленных трудовых договоров и выплаты заработной платы в «конвертах», так как по российскому законодательству отсутствует внезапность проведения проверки, которая не позволит работодателю переделать договоры, изменить документы о начисленной заработной плате.

В связи с этим нами предлагается отменить уведомительное информирование потенциальных нарушителей трудового законодательства о начале проведения выездной проверки, указанное в п. 16 ст. 10 ФЗ № 294, чтобы у них не было возможности подготовиться к ней.

К правовым проблемам достижения эффективности работы органов контроля трудового законодательства М. А. Кракова, В. С. Пересторонина относятся следующие неурегулированные положения:

- 1) «отсутствие правовых возможностей оперативного внесения дополнений в ежегодный план проведения плановых проверок,
- 2) отсутствие законодательно закрепленного механизма принудительного исполнения работодателями предписания Государственной инспекции по труду,
- 3) неэффективность установленных государством санкций за нарушение трудового законодательства» [Кракова, Пересторонина, 2018].

Что касается недопущения внесения изменений в план проверок на предстоящий год, то считаем, что разрешение этого действия приведет к некоторому сбою в работе надзорных органов и беспокойной работе подконтрольных субъектов. Оперативное выявление нарушений в настоящее время осуществляется через институт внезапных проверок, число которых с каждым годом растет. Справедливо авторы отмечают низкий уровень стимулирования работодателей к соблюдению требований трудового законодательства через штрафные санкции. В настоящее время контрольно-надзорная деятельность должна в значительной степени носить предупредительный характер. Действенным механизмом в этом ключе можно считать проведение самопроверки организациями на основе проверочных листов, разработанных Рострудом. На основе полученных результатов вносятся изменения в организацию труда и его оплаты, что будет способствовать снижению риска причинения вреда работникам.

Как показывают исследования ученых США Раймонда Дж. Берби и Роберта Дж. Патерсона по вопросу эффективности деятельности контрольных органов в сфере охраны труда, распространение информации и проведение консультаций являются более действенным инструментом в стимулировании соблюдения требований законодательства, чем штрафные санкции [Добролюбова, 2018]. С этим утверждением можно согласиться, так как консультация позволяет не допустить нарушения требований законодательства по причине недостаточных знаний в реализации установленных требований к организации оплаты труда на предприятии Трудовым

кодексом. При этом надо отметить, что в Отчете о работе Федеральной трудовой инспекции за 2019 г. указано, что одной из причин совершения нарушений трудового законодательства является «отсутствие информированности руководителей и специалистов организаций по вопросам трудового законодательства и иных нормативных правовых актов, содержащих нормы трудового права» [Отчет..., 2019].

В качестве одного из мероприятий по совершенствованию работы Роструда А. Н. Поздняков предлагает «принятие актов о порядке проведения мероприятий по контролю, осуществляемых без взаимодействия Роструда с юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями, а также о новых формах осуществления контрольно-надзорной деятельности, в том числе проведения мониторинга...» [Поздняков, 2018].

Многие исследователи причиной недостаточной реализации целей контрольно-надзорной деятельности органов Федеральной инспекции труда называют неэффективный подход к определению плановых проверок. Так, например, И. Н. Дехтярь отмечает, что «трудности возникают и в процессе осуществления плановых проверок» [Дехтярь, 2017].

При решении данного вопроса, по нашему мнению, необходимо учитывать два аспекта. С одной стороны, необходимо осуществить контроль как можно большего количества экономических субъектов, а с другой стороны — необходимо реализовать качество проверок, которое заключается в выявлении нарушений трудового законодательства и принятии мер работодателями по их исправлению и недопущению в будущем. Второй аспект определяет проблему отбора предприятий для проведения контрольных проверок трудовыми инспекциями, так как там, где нет нарушений, государство потратило денежные средства неэффективно, потому что нет реализации целей проверки (в это время можно было проверить предприятие, которое нарушает права работников и имеется угроза причинения им вреда). В этой связи необходимо выработать четкие критерии для отбора подконтрольных экономических субъектов для осуществления плановых проверок.

С 1 января 2018 г. в отношении федерального государственного надзора за соблюдением трудового законодательства используется риск-ориентированный подход (далее РОП). Основная цель РОП — оптимальное использование трудовых, материальных и финансовых ресурсов, задействованных при осуществлении государственного контроля (надзора), снижение издержек контролируемых лиц и повышение результативности деятельности органов контроля [О защите..., 2008]. Преимущество данного подхода заключается в том, что проведение контрольных мероприятий на предприятиях с высоким уровнем несоблюдения требований трудового законодательства позволяет прекратить нарушать права работников, возместить причиненный ущерб, а также избежать негативных последствий в будущем.

РОП при осуществлении контроля в сфере труда применяется почти во всех постсоветских государствах. Он предполагает «перемещение акцента в деятельности инспекций от наказаний к профилактике нарушений, что... можно назвать положительной тенденцией» [Лютов, 2018]. Применение РОП основано на соблюдении ряда принципов, приведенных в табл. 1.

Таблица 1

Принципы риск-ориентированного подхода

№	Принцип	Содержание
1	Распределение ресурсов	Ресурсы распределяются не равномерно, а с учетом размера риска (это касается как частоты, так и глубины проверки)
2	Соразмерность	Принимаемые контрольные меры адекватны рассчитанному риску
3	Гибкость	Регулярная переоценка риска исходя из новых факторов и угроз
4	Законность	Действие (бездействие) контроля основано на документально зафиксированной системе оценки риска (отсутствие субъективизма)
5	Открытость	Критерии оценки и классы риска открыты для подконтрольных лиц

Источник: [Благовестникова, 2018].

Все указанные принципы применения РОП являются важными, однако они не будут полезны, если неправильно будет установлен уровень риска. Поэтому предлагается добавить еще один принцип — **реальность степени риска**.

«Риск-ориентированный подход подразумевает разделение работодателей на группы риска (от высокого к низкому), как правило, касающегося безопасности и гигиены труда. В зависимости от категории риска устанавливается максимальная частота проверок за определенный календарный период» [Лютов, 2018].

Например, для работодателей Украины с высокой степенью риска проверка проводится «не чаще одного раза в год, со средней степенью — одного раза в три года, с незначительной степенью — одного раза в пять лет» [Лютов, 2018]. Работодатели Азербайджана для целей определения частоты проверок трудовыми инспекциями отнесены к группе предприятий с высокой степенью риска, средней степенью и низким уровнем риска. Частота проверок установлена соответственно: один раз в год, не чаще одного раза в два года и не более одного раза в три года [Лютов, 2018].

В соответствии с Постановлением № 875 в России вид риска зависит от показателя потенциального риска причинения вреда (ПРПВ) ценностям в сфере труда. По этому признаку все работодатели распределяются по пяти категориям риска на основе значения коэффициента ПРПВ. А от

вида риска зависит периодичность проведения плановых проверок подконтрольных субъектов. Коэффициенты ПРПВ приведены в табл. 2.

Таблица 2

**Периодичность проведения плановых проверок соблюдения
трудового законодательства в зависимости от значения ПРПВ
в сфере труда**

Показатель ПРПВ (Р)	Вид риска	Периодичность проведения плановых проверок
1 и более	высокий	1 раз в 2 года
0,99–0,75	значительный	1 раз в 3 года
0,74–0,5	средний	1 раз в 5 лет
0,49–0,25	умеренный	1 раз в 6 лет
менее 0,25	низкий	проверка не проводится

Источник: составлено по [Положение..., 2012].

Так, в 2018 г. был подготовлен план проверок работодателей Федеральной трудовой инспекцией на 2019 г. На основе риск-ориентированного подхода все работодатели (порядка 7,7 млн) были распределены на пять групп риска по значению ПРПВ (табл. 3).

Таблица 3

Распределение работодателей по категории риска в 2018 г.

Категория риска	Количество предприятий, единиц	Удельный вес, %	Частота проверок
высокий риск	6673	0,09	один раз в 2 года
значительный риск	5751	0,07	один раз в 3 года
средний риск	38 208	0,50	не чаще чем один раз в 5 лет
умеренный риск	2 134 949	27,73	не чаще чем один раз в 6 лет
низкий риск	5 514 000	71,61	проведение плановых проверок не осуществляется

Источник: составлено авторами по Отчету о работе Федеральной трудовой инспекции за 2018 г. [Отчет..., 2018].

Из табл. 3 видно, что 71,61% всех подконтрольных работодателей имеют низкий риск причинения вреда работникам по причине нарушений трудового законодательства. В них плановые проверки не предусмотрены. Почти каждый третий работодатель будет проверен 1 раз в 5 или 6 лет. Особый и значительно частый контроль (1 раз в 2 или 3 года) определен для 12,3 тыс. предприятий, что составляет менее 1%. При этом надо отметить, что категория риска для конкретного работодателя ежегодно «опре-

деляется с учетом индивидуального поведения...» [Отчет..., 2018] в части соблюдения требований трудового законодательства и других правовых актов, содержащих нормы трудового права. Такая «динамическая модель» определения категории риска причинения вреда работникам работодателем заставляет их соблюдать права и гарантии сотрудников, чтобы категория риска на следующий год не была увеличена, а даже наоборот — снижена. Тем самым риск-ориентированный подход на этапе планирования контрольно-надзорной деятельности уже выполняет свою функцию — заставить работодателей соблюдать требования законодательства в сфере труда и его оплаты.

Далее рассмотрим кратко, что лежит в основе определения ПРПВ охраняемым законом ценностям в сфере труда (жизнь и здоровье работников, трудовые права работников, связанные с невыплатой в установленный срок заработной платы и других выплат).

Оценка ПРПВ ценностям в сфере труда основывается на показателе тяжести потенциальных негативных последствий возможного несоблюдения работодателями обязательных требований в сфере труда (коэффициент Т). Его значение зависит от показателя потенциального вреда (ПВ), установленного государством по каждому виду деятельности.

К примеру, самый высокий уровень вреда определен для деятельности по добыче полезных ископаемых (ПВ = 1,49), значимый уровень риска (ПВ от 0,96 до 0,85) обозначен для таких отраслей, как обрабатывающие производства, строительство, водоснабжение, усредненное значение уровня риска установлено для сфер коммуникаций, образования и здравоохранения. Всем остальным видам экономической деятельности, в том числе торговле, предприятиям общественного питания, гостиничному бизнесу, присвоен коэффициент ПВ = 0,2, который означает низкий риск причинения вреда работникам в сфере труда. Значение ПВ по каждому работодателю корректируется на коэффициент (М) масштаба распространения потенциальных негативных последствий (зависит от численности работников и имеет границы от 0,5 до 1,5).

Дополнительно при расчете ПРПВ учитывается коэффициент добросовестного поведения работодателя (Ку), при определении которого учитываются сведения о задолженности по зарплате за предшествующий год, назначенные административные наказания и уровень причинения вреда по причине несчастных случаев на производстве.

Анализ порядка исчисления ПРПВ показал, что установленная методика имеет недостатки, которые были определены исходя из анализа количества выявленных нарушений по видам экономической деятельности. В табл. 4 приведена информация о проведенных проверках по видам экономической деятельности подконтрольных субъектов за 2013–2019 гг.

**Удельный вес всех проведенных проверок по видам деятельности
в 2013–2019 гг., %**

№ п/п	Вид экономической деятельности	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
1.	Оптовая и розничная торговля	17,0	15,5	17,6	15,8	16,8	15,6	16,4
2.	Строительство	13,7	12,6	12,1	11,4	11,3	9,4	9,6
3.	Обрабатывающие производства	13,2	12,3	10,6	9,2	10,0	9,8	9,3
4.	Образование	9,7	9,9	7,5	8,9	8,9	8,1	6,7
5	Транспорт и связь	8,9	5,4	5,9	5,3	7,9	4,9	5,4
6.	Здравоохранение и предоставление социальных услуг	7,3	7,1	6,0	6,5	6,9	6,2	7,4
7	Предоставление коммунальных и социальных услуг	7,7	6,5	7,1	6,7	7,3	6,2	6,2
8	Сельское хозяйство, охота	4,9	6,8	4,2	4,2	4,6	4,0	4,1
9.	Другие виды	17,7	23,9	29,0	32,0	26,3	35,5	35,4

Источник: составлено авторами по данным Отчета о деятельности Федеральной службы по труду и занятости [Отчет..., 2013; Отчет..., 2014; Отчет..., 2015; Отчет..., 2016; Отчет..., 2017; Отчет..., 2018; Отчет..., 2019].

Из табл. 4 видно, что преобладающая доля проверок приходится на предприятия, которые осуществляют восемь видов деятельности (в 2013 г. — 82,3%, а в 2019 г. — 64,6%). 1-е место занимает оптовая и розничная торговля — в среднем за период — 16,4%, причем доля контрольных мероприятий незначительно колеблется по годам, 2-е место — строительство — в среднем за период 11,7%; 3-е место — обрабатывающие производства — в среднем за период — 11,4%. В сфере образования было проведено в среднем 8,5%, а в сельском хозяйстве — 4,7%. Количество предприятий, осуществляющих другие виды деятельности, в которых были проведены проверки за период с 2013 по 2019 г., увеличилось (с 17,7% в 2013 г. до 35,4% в 2019 г.). Это говорит о расширении спектра контрольно-надзорной деятельности органов Федеральной трудовой инспекции в части видов экономической деятельности подконтрольных субъектов.

Интересной, по нашему мнению, является результативность проверок, осуществляемых на предприятиях разных видов деятельности. Удельный вес выявленных нарушений по видам деятельности подконтрольных субъектов за 2013–2019 гг. представлен на рис. 7.

Так, из данных рис. 7 видно, что наибольший процент нарушений законодательства в сфере трудовых отношений в 2013–2019 гг. наблюдается в организациях трех отраслей: сферы оптовой и розничной торговли (в 2019 г. — 12,3%), строительстве (в 2019 г. — 12,9%) и обрабатывающих производствах (в 2019 г. — 13%). При этом надо отметить, что в динамике

за шесть лет произошло снижение количества нарушений во всех отраслях экономики.

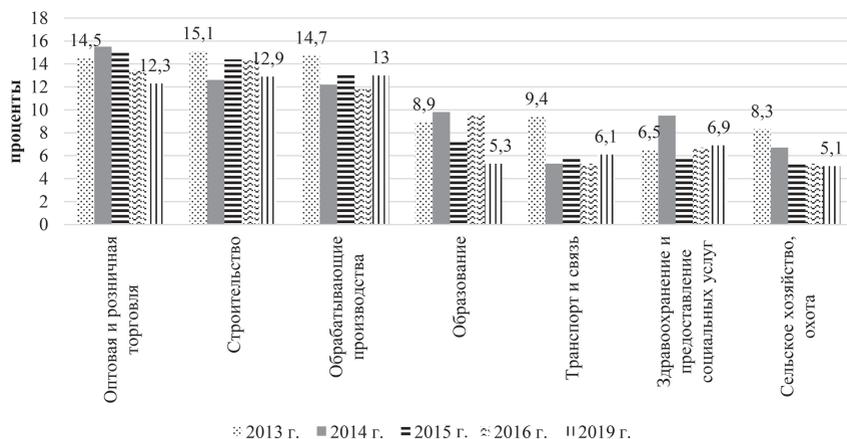


Рис. 7. Удельный вес количества выявленных нарушений на предприятиях по видам экономической деятельности в 2013–2019 гг., %

Источник: составлено авторами по данным Отчета о деятельности Федеральной службы по труду и занятости [Отчет..., 2013; Отчет..., 2014; Отчет..., 2015; Отчет..., 2016; Отчет..., 2019].

Таким образом, на основе этих данных можно заключить, что значение показателя ПВ, установленного для отраслей обрабатывающих производств (ПВ = 0,96) и строительства (ПВ = 0,87), соответствует фактическому уровню причинения ущерба, так как имеется значительный уровень выявленных нарушений в этих сферах деятельности. В части предприятий сферы торговли такого соответствия не наблюдается.

Исходя из методики расчета ПРПВ предприятия торговли в основном попадают в категорию с низким риском, который определяет, что проверки исполнения законодательства в сфере трудовых отношений в таких субъектах не проводятся. В основе расчета ПРПВ принят показатель, характеризующий уровень травматизма в отрасли (значение ПВ = 0,2). Конечно, количество несчастных случаев в торговле меньше, чем в обрабатывающей промышленности. С этой точки зрения можно согласиться с положениями законодательства. Однако количество нарушений обязательных требований по труду в сфере торговли, по данным рис. 7, практически совпадает с их количеством по вышеуказанным отраслям. Это означает, что фактически в сфере торговли уровень ПРПВ намного выше, чем он определен в Постановлении № 875, несмотря на то что уровень травматизма там действительно меньше, чем в строительстве и обрабатывающих производствах. Получается, что имеются еще и другие факторы, которые позволяют работодателям нарушать положения трудового законодатель-

ства, и они не учитываются по действующей методике определения ПРПВ ценностям в сфере труда, а значит, отдельные работодатели, как было доказано, **сферы торговли не рассматриваются** для включения их в план проведения плановых проверок органами Федеральной трудовой инспекции.

В связи с этим предлагается отнесение предприятий разных сфер деятельности к определенной категории риска осуществлять еще и по такому критерию, как **«степень вероятности наличия в организации неформальных трудовых отношений»**, т.е. критерию, по которому может иметь место выплата неофициальной заработной платы, или установление низкой заработной платы по сравнению с минимальным размером оплаты труда и со среднеотраслевой в регионе. Как было отмечено ранее, такие нарушения трудового законодательства приводят к негативным последствиям как для работника, так и для государства.

Степень вероятности наличия неформальных трудовых отношений имеет место в тех сферах, в которых совершаются сомнительные операции, выражающиеся в обналичивании денежных средств и сокрытии налогов, в том числе и с неофициальной заработной платы («черной» и «серой»). Такие отрасли экономики и официальные представители власти называют «теневыми» секторами экономики. Банк России в 2018 г. определил, что наибольшее число сомнительных операций совершается предприятиями торговли (32%), «строительства (29%) и сферы услуг (22%)» [Секторы экономики..., 2018]. Именно в этих отраслях имеются условия, обусловленные сущностью их деятельности, позволяющие получать наличные деньги нелегально и выплачивать ими «серую» зарплату.

На основе того, что 12,3% нарушений трудового законодательства совершается в сфере торговли (см. рис. 7) и в этой же отрасли имеют место 32% сомнительных операций, считаем, что предприятия торговли по уровню причинения ущерба работникам и государству от нарушения норм трудового права необходимо отнести к предприятиям с высоким уровнем риска. Более частый контроль таких работодателей будет заставлять их оформлять трудовые отношения официально и в соответствии с установленными нормами.

Так как нарушение в части установления заработной платы влияет на ее уровень, то распределение работодателей по категориям риска по дополнительному критерию можно осуществлять по разнице между фактическим размером оплаты труда в организации и установленным минимальным размером оплаты труда и ее средним уровнем по отрасли. В табл. 5 приведен действующий и предлагаемый порядок определения ПРПВ в сфере труда.

Обращаем внимание, что расшифровка отдельных показателей, используемых в формуле определения ПРПВ, была приведена ранее в статье. Авторы акцентируют внимание на совершенствовании подхода к определению потенциального риска причинения вреда работодателями работ-

никам в определенных сферах экономики. Формулу определения ПРПВ целесообразно дополнить двумя показателями (Вмрот и Воз), которые характеризуют уровень отклонения средней фактической заработной платы работников от минимального размера оплаты труда и средней по отрасли в регионе.

Применение дополнительных показателей не приведет к усложнению расчета значения ПРПВ в сфере труда, так как инспекторы труда не будут рассчитывать сумму средней фактической заработной платы работников за прошлый год. Эти сведения формируются в территориальных налоговых инспекциях, так как с 1 января 2020 г. они в соответствии с письмами ФНС от 17.10.2019 № БС-4-11/21381@ и № БС-4-11/21382@ контролируют доходы работников по данным налоговой отчетности по страховым взносам, по налогу на доходы физических лиц и справок о доходах каждого работника. В ходе контроля осуществляется сравнение зарплаты работников с МРОТ и среднеотраслевой зарплатой. Обработка налоговой отчетности по доходам осуществляется автоматически с использованием специальной программы.

Таблица 5

Совершенствование порядка определения потенциального риска причинения вреда работникам в сфере труда

Действующий порядок определения ПРПВ в сфере труда	Предлагаемый порядок определения ПРПВ в сфере труда										
$P = T + K_y$	$P = T + K_y + \text{Вмрот} + \text{Воз}$										
Т — показатель тяжести потенциальных негативных последствий возможного несоблюдения подконтрольными субъектами обязательных требований. Он определяется по формуле: $T = ПВ \times М$											
К _у — коэффициент устойчивости добросовестного поведения подконтрольных субъектов, связанного с исполнением обязательных требований. Он определяется по формуле: $K_y = K_t + K_z + \text{Кадм}$											
Вмрот — не предусмотрен	<p>Вмрот — показатель причинения вреда от несоответствия среднего фактического размера заработной платы работников минимальному размеру оплаты труда Он зависит от коэффициента соответствия МРОТ (Кмрот), который определяется по формуле: $K_{\text{мрот}} = ЗПф / \text{МРОТ}$</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Значение Кмрот</th> <th>Значение Вмрот</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>меньше 1,0999</td> <td>0,75</td> </tr> <tr> <td>от 1,1 до 1,1499</td> <td>0,5</td> </tr> <tr> <td>от 1,15 до 1,4999</td> <td>0,3</td> </tr> <tr> <td>больше 1,5</td> <td>0,2</td> </tr> </tbody> </table>	Значение Кмрот	Значение Вмрот	меньше 1,0999	0,75	от 1,1 до 1,1499	0,5	от 1,15 до 1,4999	0,3	больше 1,5	0,2
Значение Кмрот	Значение Вмрот										
меньше 1,0999	0,75										
от 1,1 до 1,1499	0,5										
от 1,15 до 1,4999	0,3										
больше 1,5	0,2										

Воз — не предусмотрен	Воз — показатель причинения вреда от несоответствия фактического размера заработной платы работников среднеотраслевой зарплате. Его величина зависит от значения коэффициента соответствия среднеотраслевой зарплате (Коз)	
	Значение Коз	Значение Вмрот
	меньше 1,099	0,75
	больше 1,1	0

Источник: составлено авторами по [Положение..., 2012] с изменениями.

Таким образом, сведения о средней фактической заработной плате каждого работника организации за прошлый год, а также в целом по организации могут быть переданы в полном объеме Федеральной инспекции в сфере труда. Кроме того, могут быть предоставлены сведения и о полученных отклонениях от МРОТ и средней зарплате по отрасли по предприятиям разных сфер деятельности. На основе полученных данных можно рассчитать предлагаемые коэффициенты причинения вреда работникам из-за нарушения требований Трудового кодекса в части установления размера заработной платы.

При применении дополнительных показателей **Вмрот** и **Воз** значение показателя ПРПВ (Р) в сфере труда по предприятиям сферы торговли, строительства, услуг повысится, а значит, они будут относиться к более высокому уровню риска причинения вреда охраняемым законом ценностям в сфере труда. Это позволит увеличить количество подконтрольных объектов, которые необходимо включить в план проверок на предстоящий год. Это будет способствовать восстановлению и защите прав работников в части установления официальной заработной платы на уровне среднеотраслевой.

Отметим, что периодичность плановых проверок для конкретного работодателя может измениться как в сторону увеличения, так и в сторону снижения. Это зависит от тенденций изменения размера причиняемого вреда охраняемым законом ценностям при нарушении трудового законодательства. При этом надо заметить, что в соответствии со ст. 16 Конвенции № 81 организация «инспектируется так часто и так тщательно, как это необходимо...» [Конвенция..., 1947] для правильной оценки соблюдения норм трудового права работодателем. Российским законодательством установлен более щадящий режим плановых проверок, хотя при внедрении риск-ориентированного подхода частота проверок для потенциальных нарушителей увеличивается. Данное расхождение с международными правилами проведения контроля компенсируется путем проведения внеплановых проверок (рис. 8).

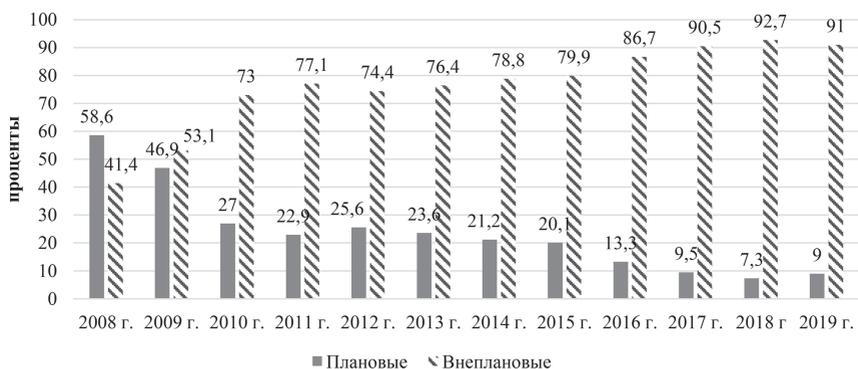


Рис. 8. Количество проведенных плановых и внеплановых проверок в 2008–2019 гг.

Источник: составлено авторами по данным Отчета о деятельности

Федеральной службы по труду и занятости [Отчет..., 2013; Отчет..., 2014; Отчет..., 2015; Отчет..., 2016; Отчет..., 2017; Отчет..., 2018; Отчет..., 2019].

Данные рис. 8 наглядно свидетельствуют о преобладании внеплановых проверок над плановыми. За 10 лет их доля в общем количестве проверок увеличилась более чем в 2 раза и в 2019 г. составила 91%. По данным Рос-труда, «рост внеплановых проверок связан с активностью граждан в защите своих трудовых прав...» (табл. 6).

Так, из табл. 6 видно, что в течение 2013–2019 гг. процент внеплановых проверок по причине обращения в инспекцию труда граждан составил от 60,9% в 2015 г. до 86,01% в 2019 г. В 2019 г. таких проверок было на 2687 или на 2,5 процентного пункта меньше, чем в 2018 г. По результатам проведенных проверок права работника, как правило, восстанавливаются. В этом реализуется адресный подход к проведению внеплановых проверок органов контроля в сфере труда.

Таблица 6

Удельный вес внеплановых проверок, проводимых по заявлениям (обращениям) граждан о нарушении работодателями их прав

Показатели	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Количество внеплановых проверок по заявлениям граждан, единиц	82 192	81 471	83 635	103 951	109 505	105 461	102 774
Удельный вес внеплановых проверок по заявлениям граждан в общем количестве внеплановых проверок, %	82,0	77,9	60,9	76,4	81,2	83,1	86,01

Источник: составлено авторами по данным Отчета о деятельности Федеральной службы по труду и занятости [Отчет..., 2013; Отчет..., 2014; Отчет..., 2015; Отчет..., 2016; Отчет..., 2017; Отчет..., 2018; Отчет..., 2019].

Вместе с тем надо отметить, что одной из проблем недостаточного уровня решения задач контрольно-надзорной деятельности в сфере труда является низкий охват проверочными мероприятиями подконтрольных субъектов. Это продемонстрировано на рис. 9.

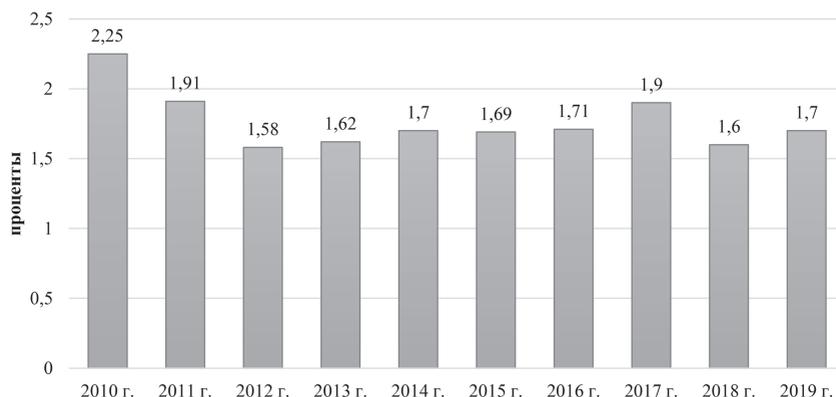


Рис. 9. Процент охвата проверками хозяйствующих субъектов, %
Источник: составлено автором по данным Отчета о деятельности
Федеральной службы по труду и занятости [Отчет..., 2013; Отчет..., 2014;
Отчет..., 2015; Отчет..., 2016; Отчет..., 2017; Отчет..., 2019].

Из рис. 9 видно, что в 2010 г. было проверено 2,25% хозяйствующих субъектов, которые подлежали государственному контролю инспекциями труда. В последующие годы этот показатель был в пределах 1,7% (в том числе и в 2019 г.), что ниже уровня 2010 г. Однако этого недостаточно, так как «согласно документам Международной организации труда необходимый охват подконтрольных субъектов проверками должен быть обеспечен на уровне 15–20%» [Порядок взаимодействия..., 2017].

Конкретным мероприятием по увеличению количества проверяемых субъектов может быть оформление трудовых договоров в электронном виде. Это позволит инспекторам труда оперативно реагировать на выявленные нарушения в части оформления трудовых отношений, т.е. инспекторы проверят форму оплаты труда, размер заработной платы, режим труда, наличие доплат и надбавок и другие данные. Особенно это будет действенным инструментом в борьбе с неофициальными заработками, так как информация об уровне зарплаты через данные трудового договора будет оперативно попадать в базу данных трудовой инспекции.

Изменить условия договора будет невозможно, так как уровень доходов будет контролировать налоговая инспекция. Таким образом, трудовая инспекция будет контролировать выполнение прав работника на этапе приема на работу, а налоговая — в ходе осуществления деятельности, при участии, конечно, и трудовой инспекции, если уровень риска при-

чинения вреда в сфере труда оказался высоким. Введение электронных трудовых договоров потребует наличия электронно-цифровой подписи для работника и работодателя. Приобретение ключа электронной подписи работниками в настоящее время является уже необходимым условием осуществления своих обязанностей, так как многие организации используют электронный документооборот.

Кроме того, действенным предупреждающим инструментом в снижении риска нарушения требований в области трудовых прав работников, на наш взгляд, может быть введение обязательного аудита достоверности учета расчетов с персоналом по оплате труда и денежных средств для субъектов малого предпринимательства (в настоящее время обязательный аудит проводится в отношении отдельных категорий таких экономических субъектов, например, если организационно-правовая форма «акционерное общество» или сумма выручки превышает 400 млн руб., или стоимость активов превышает 60 млн руб.). При этом среди субъектов малого предпринимательства основную долю занимают малые предприятия, к которым относятся предприятия, объем выручки в которых не превышает 800 млн руб. Исходя из норм законодательства об обязательном аудите, видно, что большая часть малых предприятий, которые работают в сфере торговли, услуг, строительства, «выпадают» из перечня субъектов контроля аудиторами.

При этом необходимо отметить, что в 2018 г. случаи задержки заработной платы были выявлены у 12 745 юридических лиц, в составе которых преобладали субъекты малого и среднего предпринимательства [Отчет..., 2018].

Введение проведения обязательной аудиторской проверки возможно, например, для предприятий численностью от 10 человек независимо от суммы выручки. Как известно, обязательный аудит проводится ежегодно, что позволит систематически оценивать ситуацию в организации в части соблюдения положений об оплате труда и его охране. О выявленных нарушениях аудиторы обязаны будут сообщать в Гострудинспекцию. Это будет более действенным механизмом в снижении желаний работодателей использовать незаконные способы оформления трудовых отношений по сравнению с проведением налоговых проверок, периодичность проведения которых установлена не чаще одного раза в три года. В целях реализации механизма поддержания субъектов малого предпринимательства государство должно установить предельную стоимость оказания аудиторских услуг (например, от 1000 до 3000 руб.), чтобы незначительно повлиять на финансовый результат организации.

Заключение

В ходе анализа действующего порядка проведения контроля соблюдения трудового законодательства экономическими субъектами и результа-

тов работы Федеральной инспекции труда были определены проблемы, которые не позволяют оперативно проводить проверки, определять потенциальных нарушителей трудового законодательства, решать другие задачи. В целях устранения выявленных проблем были определены пути их решения, которые обобщены и представлены ниже:

1. Отменить уведомительный характер информирования работодателя о внеплановой проверке по любым основаниям.

2. Классификацию работодателей для отнесения их к установленному уровню риска причинения ущерба охраняемых законом прав работников необходимо осуществлять с учетом дополнительного фактора (критерия) — степени вероятности наличия неформальных трудовых отношений с работниками. Его значение предлагается определять через отклонение фактической заработной платы от МРОТ и среднеотраслевого уровня по региону. По этому признаку предприятия торговли, услуг, строительства и других отраслей будут отнесены к высокому классу риска, что позволит расширить охват подконтрольных субъектов плановыми проверками. Контрольные мероприятия, в свою очередь, снизят процент нарушения прав работников таких организаций.

3. Законодательно закрепить обязательное оформление электронных трудовых договоров при приеме на работу сотрудников, которые должны храниться в виде базы данных, доступ к которой должны иметь территориальные государственные инспекции труда.

4. Ввести обязательный ежегодный аудит для субъектов малого предпринимательства в части проверки учета расчетов с персоналом по оплате труда и денежных средств (проверка источников поступления денежных средств позволит выявить сомнительные операции и неформальную занятость работников в организации).

Реализация указанных предложений позволит значительно увеличить количество предприятий, в которых будут проведены проверки, уменьшить количество нарушений трудового законодательства и повысить эффективность деятельности Федеральной инспекции труда.

Список литературы

1. Конвенция № 81 Международной организации труда «Об инспекции труда в промышленности и торговле» от 11.07.1947 (принята в г. Женеве на 30-й сессии Генеральной конференции МОТ).
2. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ (принят ГД от 21.12.2001, ред. от 27.12.2018).
3. Федеральный закон «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» от 26.12.2008 № 294-ФЗ (принят ГД от 19.12.2008, ред. от 27.12.2018 № 511-ФЗ).
4. Постановление Правительства РФ «Об утверждении Положения о федеральном государственном надзоре за соблюдением трудового законодательства

- и иных нормативных правовых актов, содержащих нормы трудового права» от 01.09.2012 № 875 (ред. от 30.04.2018).
5. Приказ Роструда от 19.07.2018 № 407 Об утверждении Программы комплексной профилактики рисков причинения вреда охраняемым законом ценностям в области трудовых отношений на 2018 год и плановый период до 2020 года. URL: <http://ppt.ru/docs/prikaz/rostrud/n-407-203174> (дата обращения: 20.03.2019).
 6. Отчет о деятельности Федеральной службы по труду и занятости за 2013 год. URL: <https://www.rostrud.ru/upload/Doc/Doc-rostrud/2313180yy.pdf> (дата обращения: 20.03.2019).
 7. Отчет о деятельности Федеральной службы по труду и занятости за 2014 год. URL: tps://www.rostrud.ru/upload/Doc/Doc-rostrud/Роструд_Отчет%20о%20деятельности%20ФСТи3%20за%202014.pdf (дата обращения: 20.03.2019).
 8. Отчет о деятельности Федеральной службы по труду и занятости за 2015 год. URL: https://www.rostrud.ru/upload/Doc/%D0%9E%D1%82%D1%87%D1%91%D1%82_%D1%81%D0%B2%D0%BE%D0%B4_2015.pdf
 9. Отчет о деятельности Федеральной службы по труду и занятости за 2016 год. URL: https://www.rostrud.ru/upload/Doc/report_2016.pdf_ (дата обращения: 20.03.2019).
 10. Отчет о деятельности Федеральной службы по труду и занятости за 2017 год. URL: https://www.rostrud.ru/press_center/doklady/otchety-o-deyatelnosti-federalnoy-sluzhby-po-trudu-i-zanyatosti/___ (дата обращения: 20.03.2019).
 11. Отчет о деятельности Федеральной службы по труду и занятости за 2018 год URL: <https://www.rostrud.ru/upload/Doc/Doc-rostrud/otch%202018.pdf>
 12. Отчет о деятельности Федеральной службы по труду и занятости за 2019 год. URL: https://www.rostrud.ru/upload/Doc/Doc-rostrud/otch_2019_3.pdf (дата обращения: 18.04.2020).
 13. Доклад по правоприменительной практике федерального государственного надзора в сфере труда. URL: <https://www.rostrud.ru/rostrud/deyatelnost/?ID=553223> (дата обращения: 20.03.2019).
 14. *Дехтярь И. Н.* Проблемные вопросы осуществления государственного контроля за соблюдением трудового законодательства // Вестник СГЮА. — 2017. — № 3 (116). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemnye-voprosy-osushchestvleniya-gosudarstvennogo-kontrolya-a-soblyudeniem-trudovogo-zakonodatelstva> (дата обращения: 14.02.2019).
 15. *Добролюбова Е. И.* Международный опыт оценки результативности и эффективности государственного контроля в сфере охраны труда и обеспечения безопасности на рабочем месте // Вопросы государственного и муниципального управления. — 2016. — № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhdunarodnyu-opyt-otsenki-rezultativnosti-i-effektivnosti-gosudarstvennogo-kontrolya-v-sfere-ohrany-truda-i-obespecheniya> (дата обращения: 24.02.2020).
 16. *Ефименко Е. Н.* Ответственность за несоблюдение трудового законодательства // Вестник Челябинского государственного университета. — 2015. — № 1 (356). Управление. — Вып. 10. — С. 53–55. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/otvetstvennost-za-nesoblyudenie-trudovogo-zakonodatelstva> (дата обращения: 20.03.2019).

17. *Лютюв Н. Л.* Трудовые инспекции в постсоветских государствах: деградация ради мифа об экономической эффективности? // Актуальные проблемы российского права. — 2019. — № 12 (109). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/trudovye-inspektzii-v-postsovetskih-gosudarstvah-degradatsiya-radi-mifa-ob-ekonomicheskoy-effektivnosti> (дата обращения: 24.02.2020).
18. *Поздняков А. Н.* Анализ эффективности надзорной деятельности в сфере охраны труда в Российской Федерации // Вестн. Том. гос. ун-та. Экономика. — 2018. — № 41. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-effektivnosti-nadzornoj-deyatelnosti-v-sfere-ohrany-truda-v-rossiyskoy-federatsii> (дата обращения: 24.02.2020).
19. Порядок взаимодействия налоговиков и представителей ГИТ. URL: <https://www.audit-it.ru/articles/account/court/a53/914643.html> (дата обращения: 16.02.2019).
20. Серая зарплата — куда жаловаться, ответственность работодателя, как доказать в суде. URL: <http://kadriruem.ru/seraja-zarplata/> (дата обращения: 10.02.2019).
21. Секторы экономики, формировавшие спрос на теневые финансовые услуги в 2018 году. URL: https://www.cbr.ru/Collection/Collection/File/16773/sectors_2018.pdf (дата обращения: 22.03.2019).
22. *Фарафонтова Е. Л.* Проблемы реализации гарантий прав работника при заключении трудового договора в аспекте изменений законодательства // Российский юридический журнал. — 2016. — № 4. — С. 193–198. URL <http://trudovye-dogovory.pf/article/1460>

The List of References in Cyrillic Transliterated into Latin Alphabet

1. Konvencija № 81 Mezhdunarodnoj organizacii truda «Ob inspekcii truda v promyshlennosti i trgovje» ot 11.07.1947 (prinjata v g. Zheneve na 30-j sessii General'noj konferencii MOT).
2. Trudovoj kodeks Rossijskoj Federacii ot 30.12.2001 № 197-FZ (prinjat GD ot 21.12.2001, red. ot 27.12.2018).
3. Federal'nyj zakon «O zashhite prav juridicheskich lic i individual'nyh predprinimatelej pri osushhestvlenii gosudarstvennogo kontrolja (nadzora) i municipal'-nogo kontrolja» ot 26.12.2008 № 294-FZ (prinjat GD ot 19.12.2008, red. ot 27.12.2018 № 511-FZ).
4. Postanovlenie Pravitel'stva RF «Ob utverzhdenii Polozhenija o federal'-nom gosudarstvennom nadzore za sobljudeniem trudovogo zakonodatel'stva i inyh normativnyh pravovyh aktov, sodержashhikh normy trudovogo prava» ot 01.09.2012 № 875 (red. ot 30.04.2018).
5. Prikaz Rostruda ot 19.07.2018 № 407 Ob utverzhdenii Programmy kompleksnoj profilaktiki riskov prichinenija vreda ohranjaemym zakonom cennostjam v oblasti trudovyh odnoszenij na 2018 god i planovyj period do 2020 goda. URL: <http://ppt.ru/docs/prikaz/rostrud/n-407-203174> (data obrashhenija: 20.03.2019).
6. Otchet o dejatel'nosti Federal'noj sluzhby po trudu i zanjatosti za 2013 god. URL: <https://shshshshh.rostrud.ru/upload/Doc/Doc-rostrud/2313180yy.pdf> (data obrashhenija: 20.03.2019).

7. Otchet o dejatel'nosti Federal'noj sluzhby po trudu i zanjatosti za 2014 god. URL: https://shshshshh.rostrud.ru/upload/Doc/Doc-rostrud/Rostrud_Otchet%20o%20dejatel'nosti%20FSTiZ%20za%202014.pdf (data obrashhenija: 20.03.2019).
8. Otchet o dejatel'nosti Federal'noj sluzhby po trudu i zanjatosti za 2015 god. URL: https://shshshshh.rostrud.ru/upload/Doc/%D0%9E%D1%82%D1%87%D1%91%D1%82_%D1%81%D0%B2%D0%BE%D0%B4_2015.pdf
9. Otchet o dejatel'nosti Federal'noj sluzhby po trudu i zanjatosti za 2016 god. URL: https://shshshshh.rostrud.ru/upload/Doc/report_2016.pdf (data obrashhenija: 20.03.2019).
10. Otchet o dejatel'nosti Federal'noj sluzhby po trudu i zanjatosti za 2017 god URL: https://shshshshh.rostrud.ru/press_center/doklady/otchety-o-dejatel'nosti-federal'noy-sluzhby-po-trudu-i-zanjatosti/ (data obrashhenija: 20.03.2019).
11. Otchet o dejatel'nosti Federal'noj sluzhby po trudu i zanjatosti za 2018 god. URL: <https://shshshshh.rostrud.ru/upload/Doc/Doc-rostrud/otch%202018.pdf>
12. Otchet o dejatel'nosti Federal'noj sluzhby po trudu i zanjatosti za 2019 god. URL: https://shshshshh.rostrud.ru/upload/Doc/Doc-rostrud/otch_2019_3.pdf (data obrashhenija 18.04.2020).
13. Doklad po pravoprimenitel'noj praktike federal'nogo gosudarstvennogo nadzora v sfere truda URL: <https://shshshshh.rostrud.ru/rostrud/dejatel'nost/?ID=553223> (data obrashhenija: 20.03.2019).
14. *Dehtjar' I. N.* Problemye voprosy osushhestvlenija gosudarstvennogo kontrolja za sobljudeniem trudovogo zakonodatel'stva // Vestnik SGJuA. — 2017. — № 3 (116). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemye-voprosy-osuschestvlenija-gosudarstvennogo-kontrolja-za-sobljudeniem-trudovogo-zakonodatelstva> (data obrashhenija: 14.02.2019).
15. *Dobroljubova E. I.* Mezhdunarodnyj opyt ocenki rezul'tativnosti i jeffek-tivnosti gosudarstvennogo kontrolja v sfere ohrany truda i obespechenija bezopasnosti na rabochem meste // Voprosy gosudarstvennogo i municipal'nogo upravlenija. — 2016. — № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhdunarodnyj-opyt-otsenki-rezultativnosti-i-effektivnosti-gosu-darstvennogo-kontrolja-v-sfere-ohrany-truda-i-obespechenija> (data obrashhenija: 24.02.2020).
16. *Efimenko E. N.* Otvetstvennost' za nesobljudenie trudovogo zakonodatel'stva // Vestnik Cheljabinskogo gosudarstvennogo universiteta. — 2015. — № 1 (356). Upravlenie. — Vyp. 10. — S. 53–55. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/otvetstvennost-za-nesobljudenie-trudovogo-zakonodatelstva> (data obrashhenija: 20.03.2019).
17. *Ljutov N. L.* Trudovye inspekcii v postsovetskih gosudarstvah: degradacija radi mifa ob jekonomicheskoj jeffektivnosti? // Aktual'nye problemy rossijskogo prava. — 2019. — № 12 (109). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/trudovye-inspektsii-v-postsovetskih-gosu-darstvah-degradatsija-radi-mifa-ob-ekonomicheskoy-effektivnosti> (data obrashhenija: 24.02.2020).
18. *Pozdnjakov A. N.* Analiz jeffektivnosti nadzornoj dejatel'nosti v sfere ohra-ny truda v Rossijskoj Federacii // Vestn. Tom. gos. un-ta. Jekonomika. — 2018. — № 41. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-jeffektivnosti-nadzornoj-dejatel'nosti-v-sfere-ohrany-truda-v-rossijskoj-federatsii> (data obrashhenija: 24.02.2020).
19. Porjadok vzaimodejstvija nalogovikov i predstavitelej GIT. URL: <https://shshshshh.audit-it.ru/articles/account/court/a53/914643.html> (data obrashhenija: 16.02.2019).

20. Seraja zarplata — kuda zhalovat'sja, otvetstvennost' rabotodatelja, kak dokazat' v sude. URL: <http://kadriruem.ru/seraja-zarplata/> (data obrashhenija: 10.02.2019)
21. Sektory jekonomiki, formirovavshie spros na tenevye finansovye uslugi v 2018 godu. URL: https://shhshhshh.cbr.ru/Collection/Collection/File/16773/sectors_2018.pdf (data ob-rashhenija: 22.03.2019).
22. *Farafontova E. L.* Problemy realizacii garantij prav rabotnika pri zaključenii trudovogo dogovora v aspekte izmenenij zakonodatel'stva// Rossijskij juridicheskij zhurnal. — 2016. — № 4. — S. 193–198. URL <http://trudovyedogovory.rf/article/1460>

ВОПРОСЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

В. В. Кузнецов¹

РЭУ имени Г. В. Плеханова (Москва, Россия)

УДК: 51(77): 336.647

КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛОГО БИЗНЕСА В РФ

Непрозрачность определяет недостаток частных инвестиций в малый бизнес. Бухгалтерская отчетность формирует единственный источник информации о деятельности предприятия. Такие данные не обеспечивают инвестора достаточным объемом данных. Поэтому существует необходимость создания набора ключевых показателей деятельности; он позволит оценить жизнеспособность предприятия и снизить риск вложений. Специфика малого бизнеса определяет необходимость использования минимального числа параметров. Для создания системы автором изучены две группы предприятий: с наличием заявления о признании банкротом и без него. Массив данных включает показатели бухгалтерской отчетности и производные финансовые показатели. Использование методов случайного леса и усиления градиента подтвердило наличие дифференцирующих параметров между успешными и неуспешными предприятиями. Полученная система включает краткосрочную кредиторскую задолженность, коэффициент рентабельности имущества, тенденцию изменения выручки, коэффициент финансовой автономии, коэффициент дебиторской задолженности, прибыль/убытки от продаж. Сформированная система обеспечивает высокоточное прогнозирование успешности/банкротства компании. Применение результатов исследования обеспечит рост прозрачности и инвестиционной привлекательности малого бизнеса.

Ключевые слова: обновление КРІ, малый бизнес, частные инвестиции, ключевые показатели, цифровизация экономики.

Цитировать статью: Кузнецов В. В. Ключевые показатели деятельности малого бизнеса в РФ // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. — 2020. — № 4. — С. 224–242.

¹ Кузнецов Василий Владимирович — соискатель, Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова, e-mail: kuznetsov_VV@rea.ru, ORCID: 0000-0003-4853-1698.

V. V. Kuznetsov

Plekhanov Russian University of Economics (Moscow, Russia)

JEL: D61, G17, G32, M21

KEY PERFORMANCE INDICATORS OF SMALL BUSINESS IN RUSSIA

Lack of transparency predetermines the shortage of private investment in small business. Financial statement presents the only source of information which reflects the performance of a company but does not provide the investor with sufficient data for proper decision making. Therefore, it is mandatory to develop a set of key performance indicators that will assess the viability of a company and reduce investment risks. Specific nature of small business determines the need to use a minimum number of parameters. To develop the system, the author examines two groups of enterprises: with a bankruptcy claim and without it. The data set consists of financial statement indicators and economic indicators. The use of random forest methods and gradient boosting confirmed the existence of differentiating parameters between successful and unsuccessful businesses: short-term accounts payable, profitability ratio, revenue trend, equity to total assets, receivables index, gain and loss on sale. The established system offers high accuracy for company's success/bankruptcy forecast. Applying the findings will ensure greater transparency and investment attractiveness of small businesses.

Keywords: small business, transparency, private investments, key performance indicators, economy digitalization.

To cite this document: Kuznetsov V. V. (2020) Key performance indicators of small business in Russia. Moscow University Economic Bulletin, (4), 224–242.

Введение

Масштаб деятельности малого бизнеса определяет уровень развития экономики страны [Плешакова, Широкая, 2011]. В наиболее развитых экономиках мира малый бизнес обеспечивает около 50% ВВП [Мурыгина, Дьякова, 2017]. Подобное внимание к малому предпринимательству обеспечивает создаваемые им преимущества для государства:

1. Развитие важных для государства областей народного хозяйства, в которые малые предприятия приносят быстрые изменения за счет их быстро совершенствующейся деятельности;
2. Увеличение гибкости экономики;
3. Оживление взаимодействий на рынках, денежных потоков и соответствующее увеличение объемов налогооблагаемых источников;
4. Создание базы для развития средних и крупных предприятий;
5. Создание новых рабочих мест;
6. Обустройство и осуществление улучшений условий жизни граждан за счет расширения многообразия производимых товаров и услуг,

отвечающих различным запросам и удовлетворяющих многообразные потребности;

7. За счет большей осмысленности действий и вовлеченности в достижение конечного продукта в малом предприятии возрастает возможность удовлетворения высших потребностей человека (гражданина) — саморазвития и самореализации.

Таким образом, малый бизнес может стать драйвером российской экономики [Калмыков, Кацаурова, 2017]. Необходимость его развития подтверждают в том числе Президент РФ и Правительство РФ [Перчян, 2018]. Это предопределяет наличие системы государственной поддержки малого бизнеса. Поэтому далее автор проанализировал существующие меры поддержки, результаты их применения и перспективы.

Действительность малого предпринимательства России

В настоящее время поддержку малого бизнеса регламентирует Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [Федеральный закон, 2007]. Этот нормативно-правовой акт определяет:

- отношения между различными представителями хозяйственных взаимодействий, в том числе физическими лицами;
- понятие субъектов малого предпринимательства;
- устройство, виды и строение поддержки малого предпринимательства.

Осуществленные с 2006 по 2016 г. мероприятия по развитию малого предпринимательства обеспечили рост:

- числа малых предприятий с 1032,8 тыс. субъектов [Основные экономические показатели..., 2007] до 2770,6 тыс. предприятий [Основные экономические показатели..., 2017] (на 168%);
- оборота предприятий с 12 099,2 млрд руб. до 38 877 млрд руб. (на 221%).

В 2016 г. разработана стратегия развития малого бизнеса. В соответствии с ней к 2030 г. должны быть увеличены:

- оборот малого и среднего предпринимательства в постоянных ценах — в 2,5 раза;
- производительность труда — в 2 раза;
- доля занятого населения до 35%;
- доля малого и среднего бизнеса в ВВП до 40% [Распоряжение Правительства..., 2016].

Требования к темпам развития малого бизнеса изменяются с течением времени. Так, в 2018 г. в Послании Президента РФ Федеральному собранию определена необходимость увеличения темпов роста вклада малого бизнеса, что выразилось в определении необходимости увеличения его доли в ВВП до 40% уже к 2025 г. и увеличения числа занятых до 25

млн человек, что на 6 млн человек больше нынешних значений [Путин заявил..., 2018].

Таким образом, в России, как и в мире, создается среда, способствующая развитию малого бизнеса. В результате численность малых предприятий в России возросла более чем в два раза. В то же время достижение поставленной цели по формированию источников роста жизнеспособных малых предприятий не обеспечивается [Оленева, 2016]; доля вложений малых предприятий в экономику на протяжении последних 15 лет находится на уровне 20% [Греф, 2017]. При этом в соответствии с исследованием «Пульс малого бизнеса» [Пульс малого бизнеса..., 2018] индекс настроений малого бизнеса в ноябре 2018 г. составил минус 32 пункта, индекс бизнес-ожиданий составил минус 54 пункта, что является минимумом за весь период наблюдений. Кроме этого экспертами Счетной палаты РФ [Перчян, 2018] в отчете об осуществлении мер господдержки малого и среднего бизнеса определено, что к 2024 г. может быть не достигнута цель по увеличению доли малого бизнеса в экономике до 40%. В дополнение к вышесказанному автор считает необходимым добавить, что пандемия в начале 2020 г. и возможное повторение режима самоизоляции ухудшили положение малого бизнеса во всем мире. Однако ограничения из-за распространения COVID-19 не снизили потребность российской экономики в развитом малом бизнесе и усилили потребность малых предприятий во вложениях. Все это определяет необходимость создания дополнительного инструмента для перевода потенциальной энергии малого бизнеса в кинетическую. Это определяет конечную цель представленного исследования.

Преодоление недостатка финансирования малого бизнеса стало основой предлагаемого решения. В качестве инструмента автор предлагает рассмотреть привлечение частных инвестиций [Кузнецов, 2018]. За рубежом этот источник широко используется и обладает большим числом положительных эффектов [How to Find Private Investors..., 2017]. Однако при большом числе положительных эффектов [Кузнецов, 2018] предлагаемый инструмент развития малого бизнеса не может широко применяться на практике в настоящее время [Подгорный, 2012]. В первую очередь это связано с низкой финансовой грамотностью населения, что определяет увеличенные риски для вложений [Бутенко, 2008].

Данные для исследования

Для снижения рисков вложений автор предлагает сформировать систему ключевых показателей эффективности деятельности малого предприятия. Предлагаемая система обеспечит своевременное формирование целостного видения деятельности малого предприятия. Это снизит риски потерь и требования к аналитическим способностям частных инвесто-

ров, так как число показателей для отслеживания минимизировано. Автор сформировал систему ключевых показателей в своем диссертационном исследовании.

В качестве объектов исследования автор определил малые строительные и животноводческие предприятия. Подобный выбор определен следующими обстоятельствами:

- воздействующие на деятельность предприятия внешние силы изменяются в зависимости от вида деятельности малого предприятия, что определяет разницу ключевых показателей деятельности. Эта гипотеза является базовой в последующем исследовании и представляется логически определенной. Поэтому автором выбраны отрасли со значительными различиями в характеристиках;
- изучение всего массива малых предприятий не представляется возможным из-за значительных объемов первичных данных;
- выбранные направления являются составляющими государственной программы поддержки инвестиционных проектов [Постановление..., 2014];
- наличие более высокого спроса на производимую продукцию у населения в рассматриваемых направлениях по отношению к иным, определенным в качестве приоритетных секторов экономики Программы проектного финансирования.

После определения объекта исследования автор осуществил сбор данных о малых животноводческих и строительных предприятиях.

Российское законодательство обязывает раскрывать информацию о собственной деятельности:

- некоторые энергетические компании;
- кредитные организации;
- акционерные общества;
- иные предприятия, ценные бумаги которых допущены к организованным торгам путем их включения в котировальный список, за исключением специализированных обществ и ипотечных агентов.

В то же время представители малого предпринимательства в основном не являются субъектами вышеописанных категорий. По этой причине база данных для проведения исследования ограничивается бухгалтерской отчетностью и отчетом о финансовых результатах, которые публикуются Росстатом [Росстат, 2019]. Однако для формирования базы данных автором использовался агрегатор отчетности «ТАСС-Бизнес» [ТАСС, 2019]. Это связано с наличием периодических сбоев при обработке запросов и отсутствием возможности массовой выгрузки информации на сервисе, предоставляемом Росстатом.

Как отмечалось выше, формируемая система должна обеспечить снижение рисков для частных инвесторов. Это означает, что малое предприятие должно быть успешным и способным вернуть вложенные в него средства

и премию за их использование. Таким образом, задача сводится к определению параметров, которые будут отличать успешные предприятия. В качестве показателя успешности предприятия автор рассматривает наличие принятого арбитражным судом требования о признании предприятия банкротом. При этом предполагается, что наличие или отсутствие такого требования определяет изменение значений некоторых показателей в созданной системе.

Таким образом, собраны данные бухгалтерских балансов и отчетов о финансовых результатах 9702 малых предприятий [ТАСС, 2019] за период с 2014 по 2016 г. Каждое предприятие также определяет двухвариантный показатель успешности (наличие/отсутствие заявления о признании должника несостоятельным/банкротом).

Показательность данных бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах может быть увеличена за счет рассмотрения дополнительных параметров, которые используются при определении финансовой устойчивости, платежеспособности, рентабельности, прогнозировании банкротства, возможности включения представителя малого предпринимательства в программу стимулирования кредитования [Программа..., 2020]. В результате обработки этих наборов показателей автором определены следующие дополнительные показатели: затратноотдача, коэффициент баланса нетто, коэффициент дебиторской задолженности, коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами с учетом и без учета долгосрочной кредиторской задолженности в качестве источника собственных средств, коэффициент прогноза банкротства, коэффициент текущей ликвидности, коэффициент финансового риска, коэффициент финансовой автономии, коэффициент финансовой зависимости, коэффициент финансовой устойчивости, оборачиваемость оборотных активов, общая рентабельность, относительный валовой доход, показатель соотношения мобильных и иммобилизованных активов, рентабельность внеоборотных активов, рентабельность имущества, рентабельность оборотных активов, рентабельность собственного капитала, рентабельность чистого оборотного капитала, собственные оборотные средства, средний срок погашения дебиторской задолженности, тенденция изменения выручки, чистая рентабельность продаж, чистый оборотный капитал, экономическая рентабельность.

Определение гипотезы

Целью последующего исследования является проверка гипотезы о наличии различий параметров деятельности в зависимости от показателя успешности (наличия принятых арбитражным судом заявлений о признании компании несостоятельной/банкротом) малых животноводческих и строительных предприятий. Подтверждение гипотезы будет означать,

что различающиеся показатели являются значимыми при оценке деятельности малого бизнеса.

Разработка набора ключевых показателей деятельности малого бизнеса

В основе выбора инструмента оценки собранного набора показателей находится опыт, который применяется в кредитных организациях при решении подобных задач. В этой сфере исследование показателей деятельности предприятий, соотношения их значений и изменений с успешностью компании (наличие просроченной кредиторской задолженности) является высоко значимой задачей. Эта процедура называется кредитным скорингом. В то же время из-за большого числа данных, которыми обладают кредитные организации, а также необходимости полуавтоматической обработки информации в настоящее время возрастает применимость машинного обучения [Воронцов, 2018].

Таким образом, выявление ключевых показателей деятельности является значимым и широко применяется кредитными предприятиями с использованием машинного обучения как высокоэффективного инструмента для решения этой задачи.

В связи с этим хочется отметить отличия, которые есть в осведомленности, методической оснащенности кредитных организаций и частного вкладчика. Задача работы заключается в обеспечении именно частных вкладчиков средствами анализа при принятии решения о вложениях именно в малые предприятия, когда они еще находятся в стадии становления или начинают расширяться. Это в совокупности с ранее сказанным подтверждает актуальность и новизну проводимого автором исследования. Машинное обучение при этом остается за скобками применяемых частным инвестором инструментов. С его помощью в ходе исследовательской работы автора будут выявлены ключевые показатели деятельности малого предприятия и их значения, опираясь на которые можно будет уменьшить риски потери средств.

Анализ собранных данных и решаемой задачи из алгоритмов машинного обучения определил применение трех алгоритмов машинного обучения логистическая регрессия, случайный лес (RandomForest), усиление градиента (GradientBoosting). Эти алгоритмы обеспечивают учет бинарности выходного показателя (успешности компании), а также обеспечивают наиболее точный результат.

В качестве инструмента машинного обучения использовалась программа Anaconda и подключаемый пакет данных JupyterNotebook.

Первым алгоритмом, который будет применяться в отношении импортированных массивов данных, является логистическая регрессия, которая в том числе используется при скоринге в кредитных учреждениях.

Таким образом, на основе обучающей выборки с помощью логистической регрессии была сформирована модель, которая затем была проверена при помощи контрольной выборки. В результате для 92,65% из контрольной выборки значения показателя успешности малых предприятий были определены верно.

Однако высокий процент верных прогнозов не является достоверным следствием применимости предлагаемой модели, так как необходимо значимой составляющей оценки модели является доля успешных предприятий в изначальной выборке. Так, общая доля строительных и животноводческих предприятий, которые в соответствии с собранной статистикой являются успешными, составляет 92,17%. Значение этого показателя сопоставимо с процентом верно предсказанных предприятий. Это означает, что выбранный алгоритм не обеспечивает достаточного уровня критики при оценке данных, т.е. полученное на основе машинного обучения уравнение прогнозирует успешность всех строительных и животноводческих предприятий из полученной выборки.

Таким образом, применение алгоритма логистической регрессии не обеспечивает достоверность прогноза. По этой причине оценка значимостей показателей при помощи этого алгоритма не будет использоваться в дальнейшем исследовании.

В качестве второго алгоритма, примененного в настоящем исследовании, был выбран случайный лес (RandomForest), который является наиболее универсальным инструментом для решения широкого набора задач.

Алгоритм случайного леса в настоящее время применяется в отношении большого числа прикладных задач, результатом которых могут быть как классификация, так и прогноз вещественного отклика для каждого объекта [Рыжков, 2015]. В том числе алгоритм случайного леса находит применение в алгоритме усиления градиента (GradientBoosting), который также применяется в настоящем исследовании.

В результате применения алгоритма случайного леса были получены следующие результаты:

- в 93,99% случаев алгоритм случайного леса (RandomForest) верно прогнозировал принадлежность предприятия рассматриваемых направлений деятельности к группе успешных организаций;
- среди предприятий, которые обанкротились, алгоритм верно определил неуспешные в 28,97% случаев.

Таким образом, алгоритм случайного леса обеспечил формирование модели, которая обеспечивает увеличение точности прогнозирования по сравнению с примененной ранее логистической регрессией. Также этот алгоритм является чувствительным по отношению к неуспешным предприятиям, что подтверждается вторым результатом исследования.

Важным итогом машинного обучения является формирование модели, введение новых данных в которую с вероятностью 94% верно прогнози-

рует успешность предприятия. В табл. 1 представлены 10 показателей, которые в наибольшей степени оказывают влияние на формирование оценки предприятия.

Таблица 1

**Рейтинг наиболее значимых показателей деятельности
малого строительного и животноводческого бизнеса,
сформированный на основе алгоритма случайного леса**

№	Наименование показателя	Значимость показателя
1	Капитал и резервы, 2016 г.	3,65%
2	Прибыль (убыток) до налогообложения, 2016 г.	3,20%
3	Чистая прибыль (убыток), 2016 г.	2,99%
4	Коэффициент финансовой зависимости, 2016 г.	2,37%
5	Коэффициент финансовой автономии, 2016 г.	2,31%
6	Коэффициент рентабельности имущества (совокупных активов), 2016 г.	2,03%
7	Коммерческая маржа (чистая рентабельность продаж), 2016 г.	2,03%
8	Кредиторская задолженность (краткосрочная), 2015 г.	1,93%
9	Кредиторская задолженность (краткосрочная), 2016 г.	1,93%
10	Рентабельность оборотных активов, 2016 г.	1,93%

Источник: составлено автором.

Для дополнения оценки, представленной в табл. 1, и понимания результатов применения алгоритма случайных деревьев сформулированы следующие выводы:

- низкая значимость каждого показателя в табл. 1 определяется большим числом оцениваемых параметров (113 в исследуемой выборке). То есть в среднем при условии равного распределения значимостей влияние каждого показателя должно было быть равно 0,88%;
- наибольшей значимостью обладают наиболее актуальные показатели деятельности предприятия (9 из 10 параметров являются данными 2016 г.);
- наименьшей значимостью обладает направление деятельности предприятия (0,05%).

Таким образом, на основе алгоритма случайного леса сформирована модель, которая прогнозирует успешность предприятия. При этом были определены наиболее значимые показатели при формировании прогноза.

В качестве третьего алгоритма прогнозирования успешности малого бизнеса выбрано усиление градиента (GradientBoosting) [Соколов, 2018].

В настоящее время этот способ обучения обеспечивает формирование наиболее точных прогнозов.

Результатом проведенных расчетов является формирование модели, которая с вероятностью 93,78% верно определяет успешность малого бизнеса. При этом необходимо отметить тот факт, что вероятность правильного прогнозирования с использованием алгоритма случайного леса превосходит величину при усилении градиента. Несмотря на это, усиление градиента признается более точным алгоритмом. Этот вывод основан на различии в величине верного определения неуспешных предприятий. Вторая сформированная модель обеспечивает верное прогнозирование принадлежности малого бизнеса к предприятиям, в отношении которых существует заявление о признании банкротом: только в 31,3% случаев неуспешных предприятий при использовании метода случайного леса.

На основе алгоритма усиления градиента были определены 10 наиболее значимых показателей. Они представлены в табл. 2.

Таблица 2

**Рейтинг наиболее значимых показателей деятельности
малого строительного и животноводческого бизнеса,
сформированный на основе алгоритма усиления градиента**

№	Наименование показателя	Значимость показателя
1	Кредиторская задолженность (краткосрочная), 2016 г.	5,52%
2	Кредиторская задолженность (краткосрочная), 2015 г.	3,89%
3	Тенденция изменения выручки, 2016 г.	2,86%
4	Коэффициент рентабельности имущества (совокупных активов), 2016 г.	2,67%
5	Коэффициент финансовой устойчивости, 2016 г.	2,07%
6	Рентабельность внеоборотных активов, 2016 г.	1,77%
7	Чистая прибыль (убыток), 2016 г.	1,73%
8	Прибыль (убыток) до налогообложения, 2016 г.	1,60%
9	Коэффициент дебиторской задолженности, 2014 г.	1,59%
10	Краткосрочные обязательства, 2016 г.	1,58%

Источник: составлено автором.

Из табл. 2, сформированной на основе использования алгоритма усиления градиента, видно сохранение преобладания значимости актуальных данных (8 из 10 показателей). Кроме этого, наблюдается стабильно высокая значимость различных показателей на протяжении нескольких лет. Так, например, уровень краткосрочной кредиторской задолженности в 2015 и 2016 гг. обладает наивысшей значимостью.

Отдельно необходимо отметить, что алгоритм усиления градиента, так же как и случайного леса, определяет значимость направления деятельности малого бизнеса на уровне ниже 0,05%. То есть значимость параметров успешности предприятия в наименьшей степени зависит от выбранного направления деятельности. Это дает основание для следующего вывода: предлагаемая система ключевых показателей деятельности малого бизнеса может применяться и в иных направлениях деятельности.

Таким образом, в исследовании были определены уровни значимости показателей с использованием двух алгоритмов. Однако необходимо сформировать итоговую выборку показателей, на основе которой будут выявляться ключевые показатели деятельности малого бизнеса.

На первом этапе создания итоговой системы определяется усредненное значение значимости каждого показателя, которое определено с помощью каждого алгоритма. На втором этапе показатели выстраиваются в порядке возрастания средней значимости. В результате выявляются параметры, которые в наибольшей степени определяют оценку успешности предприятия. 10 наиболее значимых из них представлены в табл. 3.

Таблица 3

Итоговый рейтинг наиболее значимых показателей деятельности малого бизнеса, сформированный на основе алгоритмов случайного леса и усиления градиента

№	Наименование показателя
1	Кредиторская задолженность (краткосрочная), 2016 г.
2	Кредиторская задолженность (краткосрочная), 2015 г.
3	Капитал и резервы, 2016г.
4	Прибыль (убыток) до налогообложения, 2016 г.
5	Коэффициент финансовой зависимости, 2016 г.
6	Чистая прибыль (убыток), 2016 г.
7	Коэффициент рентабельности имущества (совокупных активов), 2016 г.
8	Коэффициент финансовой автономии, 2016 г.
9	Тенденция изменения выручки, 2016 г.
10	Коммерческая маржа (чистая рентабельность продаж), 2016 г.

Источник: составлено автором.

Предполагалось, что сформированная система облегчит привлечение частных инвестиций в малое предпринимательство. То есть к ней предъявляется требование простоты. По этой причине рассмотрение системы из 10 показателей в качестве искомой не представляется возмож-

ным. Снижение числа показателей обеспечивается наличием следующих предпосылок:

- некоторые показатели, рассчитанные за разные года, входят в состав наиболее значимых (например, кредиторская задолженность (краткосрочная);
- некоторые показатели представляют собой интерпретацию одной и той же действительности (например, краткосрочные обязательства и кредиторская задолженность);
- некоторые показатели не обеспечивают формирование значимых выводов о существующей действительности на коротких горизонтах оценки. Так, например, прибыль (убыток) до налогообложения не дает понимания о произошедшем на предприятии в течение недели, месяца.

На основе этих предпосылок к снижению числа значимых параметров автором сформирован следующий набор ключевых показателей деятельности малого предпринимательства:

- краткосрочная кредиторская задолженность;
- коэффициент рентабельности имущества (совокупных активов);
- тенденция изменения выручки;
- коэффициент финансовой автономии;
- коэффициент дебиторской задолженности;
- прибыль/убыток от продаж.

Таким образом, сформирован набор ключевых показателей деятельности малого предпринимательства. Вместе с этим необходимо отметить, что описание предприятий при помощи основных ключевых показателей осуществлялось и ранее. В связи с этим автор рассмотрел существующие системы показателей и определил их основные отличия.

Сравнение предложенного набора показателей с существующими разработками

Л. А. Запорожцева [2007] определила набор показателей для отслеживания состояния сельскохозяйственных предприятий. Предложенная система включает 150 показателей деятельности предприятия. Применение этого набора повышает точность ежегодной оценки экономической деятельности предприятия.

Таким образом, Л. А. Запорожцева предложила систему показателей, которая отличается от сформированной в настоящей статье следующими составляющими:

- задача исследования. Система Л. А. Запорожцевой обеспечивает возможность контроля для руководства: оценка эффективности происходит ежегодно. В то же время автор настоящей статьи пред-

лагают определять значения отобранных показателей еженедельно для снижения рисков частных вложений;

- количество элементов. Различие задач исследования определило разницу в количестве оцениваемых параметров. Так в настоящей статье оценивается в 30 раз меньше показателей, чем в системе Л. А. Запорожцевой;
- качественный состав. Задача и меньшее число показателей определили отказ от показателей, которые не обеспечивают достоверное отражение еженедельных изменений.

Однако автор считает необходимым отметить, что системы показателей, которые предлагаются в настоящем исследовании и в трудах Л. А. Запорожцевой [2007], схожи в направленности снижения затрат на определение состояния предприятия. Поэтому предложенную Л. А. Запорожцевой систему следует использовать для оценки годовых отчетов малого предприятия с целью увеличения уровня его привлекательности.

Выявлением ключевых показателей в российской действительности также занимался В. П. Савчук [2014]. В своей работе он ставил задачу выявления показателей, оперативное отслеживание которых обеспечит оценку эффективности деятельности для руководства предприятия. То есть В. П. Савчук решает схожую задачу с той, которая поставлена в настоящей статье. Несмотря на это, сформированные системы при сопоставимом числе показателей различаются качественным содержанием. Так, в обоих наборах показателей совпадает только тенденция изменения выручки. Также в предложенной в настоящем исследовании системе более высокой значимостью по сравнению с системой В. П. Савчука обладают пассивы предприятия, что связано со снижением рисков инвесторов. При этом система В. П. Савчука включает показатели ликвидности, оборачиваемости оборотных активов и валового дохода малого бизнеса. Однако в настоящей статье эти показатели определяются как незначимые (см. табл. 3).

Таким образом, предложенный в настоящем исследовании набор ключевых показателей деятельности отличается от разработанных ранее из-за отличия целей и объекта (малый бизнес).

Заключение и предпосылки будущих исследований

Основным результатом проведенного исследования является определение набора ключевых показателей деятельности малого предпринимательства:

1. Краткосрочная кредиторская задолженность;
2. Коэффициент рентабельности имущества (совокупных активов);
3. Тенденция изменения выручки;

4. Коэффициент финансовой автономии;
5. Коэффициент дебиторской задолженности;
6. Прибыль/убыток от продаж.

Рассмотрение этих показателей как источника достоверной информации о деятельности малого предприятия обеспечит создание следующих значимых условий и предпосылок для развития:

1. Рост числа малых предприятий. Достижение этого целевого ориентира для российской экономики может быть обеспечено за счет увеличения прозрачности, понятности деятельности малых предприятий при помощи раскрытия предложенных наборов показателей. В результате малые предприятия получают большую инвестиционную привлекательность, что обеспечит приток новых идей, мыслей, желающих развивать свое дело;

2. Построение моста между инвесторами и предпринимателями. Сформированная система может предоставить информацию о малых предприятиях вероятному инвестору. Последний впоследствии может вложить собственные средства в развитие организации. В таком случае предлагаемая система является связующим элементом между инвестором и предприятием;

3. Основание для построения франшизной сети. Предложенный набор показателей обеспечивает возможность определения успешных предприятий не только для инвесторов, но и для других малых предприятий. Это создает возможность для использования опыта состоявшихся успешных малых предприятий развивающимися и последующее распространение успешного опыта;

4. Цифровизация малого бизнеса. Предложенный набор показателей увеличивает роль информации в принятии широкого списка решений как инвестором, так и руководителем предприятия. Кроме того, сокращение числа раскрываемых показателей снизит «барьеры входа» для малых предприятий в область раскрытия данных, поэтому большее число предприятий начнет публиковать минимально необходимую информацию о себе. Это обеспечит возможность для уточнения показателей и для новых исследований в этой области;

5. Рост финансовой грамотности, осведомленности и дееспособности населения, учредителей малых предприятий при снижении нагрузки на них. Высокая значимость этого направления подтверждается его включением в системные мероприятия, направленные «на развитие конкурентной среды в субъектах РФ» [Макаркина, 2018]. Определение набора ключевых показателей деятельности малого предприятия снижает требования к минимальному уровню финансовой грамотности, так как основная работа уже проделана. При этом возникает мотивация увеличить уровень своих знаний для получения большего финансового эффекта. Это же способно обеспечить следующие выгоды:

5.1. Активация частных вложений;

5.2. Рост уровня благосостояния населения за счет оборота денежных средств;

6. сокращение доли «теневой» экономики. Возможности привлечения значительных инвестиций побуждают к раскрытию реальных значений показателей из предложенного набора.

В заключение работы автор отмечает, что определение набора ключевых показателей деятельности стало первым этапом работы. Для каждого из этих параметров произведены расчеты предельного значения, а также сейчас формируется сводный показатель оценки деятельности предприятия малого бизнеса. Разработка предельных значений и сводного показателя деятельности упростит выбор для частного инвестора, так как позволит лучше понять успешность и рискованность вложений малого бизнеса. Эти результаты исследования будут представлены автором в следующих работах.

Благодарность

Автор выражает благодарность за помощь и поддержку при написании статьи д.э.н., профессору кафедры организационно-управленческих инноваций РЭУ имени Г. В. Плеханова Сидорову Михаилу Николаевичу, д.э.н., профессору кафедры организационно-управленческих инноваций РЭУ имени Г. В. Плеханова Великороссову Владимиру Викторовичу и к.э.н., доценту Института общественных наук РАНХиГС Арабян Кнарик Карапетовне. Также автор благодарен д.э.н., профессору кафедры прикладной институциональной экономики МГУ имени М. В. Ломоносова Шерешевой Марине Юрьевне и рецензентам за помощь в подготовке данной статьи к публикации.

Список литературы

1. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. — 30.07.2007. — № 31. — Ст. 4006 (действ. ред.).
2. Постановление Правительства РФ от 11.10.2014 № 1044 «Об утверждении Программы поддержки инвестиционных проектов, реализуемых на территории Российской Федерации на основе проектного финансирования» // Собрание законодательства РФ. — 20.10.2014. — № 42. — Ст. 5751 (действ. ред.).
3. Распоряжение Правительства РФ от 02.06.2016 № 1083-р «Об утверждении Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года» // Собрание законодательства РФ. — 13.06.2016. — № 24. — ст. 3549 (действ. ред.).
4. *Бутенко А. А.* Трансформация финансовых активов домохозяйств в российской экономике: автореферат дис. ... канд. экон. наук, 2008. — 23 с.

5. *Воронцов К. В.* Машинное обучение: вводная часть // MachineLearning.ru: официальный сайт. URL: <http://www.machinelearning.ru/wiki/images/f/fc/Voron-ML-Intro-slides.pdf> (дата обращения: 23.08.2019).
6. Грэф: доля малого бизнеса в экономике РФ уже 15 лет держится на «заколдованном» уровне 20% // ТАСС: официальный сайт. URL: <http://tass.ru/vef-2017/articles/4540242> (дата обращения: 23.08.2019).
7. *Запорожцева Л. А.* Внутренний мониторинг финансовой устойчивости сельскохозяйственных предприятий: формирование и развитие: автореферат дис. ... канд. экон. наук, 2007. — 27 с.
8. *Калмыков Н. Н., Кацаурова С. Ю.* Драйверы и барьеры роста российской экономики: социологический анализ мнений экспертного сообщества // РАНХиГС при Президенте РФ: официальный сайт. URL: <https://www.ranepa.ru/images/News/2017-07/13-07-2017-ekonomika-issl.pdf> (дата обращения: 23.08.2019).
9. *Кузнецов В. В.* Выявление двигателя развития малого и среднего предпринимательства в России // Экономика: вчера, сегодня, завтра. — 2018. — № 3а. — С. 167–177.
10. *Макаркина Н.* Стандарт развития конкуренции дополняют мерами по повышению финансовой грамотности населения и субъектов МСП // Агентство стратегических инициатив: официальный сайт. URL: <https://asi.ru/news/93438> (дата обращения: 23.08.2019).
11. *Мурыгина Л. С., Дьякова В. И.* Развитие малого бизнеса в развитых странах // Сборник статей Международной научно-практической конференции «Научный и интеллектуальный потенциал». — 2017. — С. 23–25.
12. *Оленева С. В.* Современное состояние малого бизнеса в России и проблемы его развития // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. — 2016. — №7 (76). — С. 13–16.
13. Основные экономические показатели деятельности малых предприятий // Росстат: официальный сайт. URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b07_47/IssWWW.exe/Stg/01-02.htm (дата обращения: 23.08.2019).
14. Основные экономические показатели деятельности малых предприятий // Росстат: официальный сайт. URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b17_47/Main.htm (дата обращения: 23.08.2019).
15. *Перчян А. В.* Отчет о результатах экспертно-аналитического мероприятия «Анализ осуществления мер государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в 2014–2017 годах» // Счетная палата РФ: официальный сайт. URL: <http://www.ach.gov.ru/activities/bulleten/929/34572/> (дата обращения: 23.08.2019).
16. *Плешакова М. В., Широкая Л. П.* Современные направления развития малого бизнеса в России // Российское предпринимательство. — 2011. — Т. 12. — № 9. — С. 103–108.
17. *Подгорный Б. Б.* Формирование сообщества частных инвесторов фондового рынка: автореферат дис. ... канд. социол. наук, 2012. — С. 27.
18. Программа стимулирования кредитования субъектов малого и среднего предпринимательства // Корпорация МСП: официальный сайт. URL: https://corpmsp.ru/upload/iblock/ada/Programma-stimulirovaniya-_red_-22.04.2020_.pdf (дата обращения: 22.05.2020).

19. Пульс малого бизнеса: нефть и налоги определяют настроения предпринимателей // Альфа-Банк: официальный сайт. URL: <https://alfabank.ru/press/news/2018/12/19/49463.html> (дата обращения: 23.08.2019).
20. Путин заявил о необходимости увеличить долю малого бизнеса до 40% // РБК: официальный сайт. URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/5a97d5509a794770536456f9> (дата обращения: 23.08.2019).
21. Росстат: Предоставление данных бухгалтерской отчетности по запросам пользователей // Росстат: официальный сайт. URL: http://www.gks.ru/accounting_report (дата обращения: 23.08.2019).
22. Рыжков А. М. Композиции алгоритмов, основанные на случайном лесе // МГУ имени М. В. Ломоносова. URL: http://www.machinelearning.ru/wiki/images/d/d8/2015_517_RyzhkovAM.pdf (дата обращения: 23.08.2019).
23. Савчук В. П. Диагностика предприятия. Поддержка управленческих решений. — М.: Бином. Лаборатория знаний, 2014. — С. 175.
24. Соколов Е. Градиентный бустинг // Coursera: официальный сайт. URL: <https://www.coursera.org/lecture/supervised-learning/gradientnyi-bustingh-SBjVA> (дата обращения: 23.08.2019).
25. ТАСС: Проверка контрагентов, клиентов и поставщиков // ТАСС: официальный сайт. URL: <https://tassbiz.ru/> (дата обращения: 23.08.2019).
26. How to Find Private Investors for Small Business // Patriot Software: официальный сайт. URL: <https://www.patriotsoftware.com/accounting/training/blog/how-to-find-private-investors-small-business/> (дата обращения: 23.08.2019).

The List of References in Cyrillic Transliterated into Latin Alphabet

1. Federal'nyj zakon ot 24.07.2007 № 209-FZ «O razvitii malogo i srednego predprinimatel'stva v Rossijskoj Federacii» // Sobranie zakonodatel'stva RF. — 30.07.2007. — № 31. — St. 4006 (dejstv. red.).
2. Postanovlenie Pravitel'stva RF ot 11.10.2014 № 1044 «Ob utverzhdenii Programmy podderzhki investicionnyh proektov, realizuemyh na territorii Rossijskoj Federacii na osnove proektnogo finansirovanija» // Sobranie zakonodatel'stva RF. — 20.10.2014. — № 42. — St. 5751 (dejstv. red.).
3. Rasporjazhenie Pravitel'stva RF ot 02.06.2016 № 1083-r «Ob utverzhdenii Strategii razvitija malogo i srednego predprinimatel'stva v Rossijskoj Federacii na period do 2030 goda» // Sobranie zakonodatel'stva RF. — 13.06.2016. — № 24. — St. 3549 (dejstv. red.).
4. *Butenko A. A.* Transformacija finansovyh aktivov domohozjajstv v rossijskoj jekonomike: avtoreferat dis. ... kandidata jekonomicheskikh nauk, 2008. — 23 s.
5. *Voroncov K. V.* Mashinnoe obuchenie: vvodnaja chast' // MachineLearning.ru: oficial'nyj sajt. URL: <http://www.machinelearning.ru/wiki/images/f/fc/Voron-ML-Intro-slides.pdf> (дата obrashhenija: 23.08.2019).
6. Gref: dolja malogo biznesa v jekonomike RF uzhe 15 let derzhitsja na «zakoldovannom» urovne 20% // TASS: oficial'nyj sajt. URL: <http://tass.ru/vef-2017/articles/4540242> (дата obrashhenija: 23.08.2019).
7. *Zaporozhceva L. A.* Vnutrennij monitoring finansovoj ustojchivosti sel'skohozjajstvennyh predpriyatij: formirovanie i razvitie: avtoreferat dis. ... kandidata jekonomicheskikh nauk, 2007. — 27 s.

8. *Kalmykov N. N., Kacaurova S. Ju.* Drajvery i bar'ery rosta rossijskoj jekonomiki: sociologicheskij analiz mnenij jekspertnogo soobshhestva // RANHiGS pri Prezidente RF: oficial'nyj sajt. URL: <https://www.ranepa.ru/images/News/2017-07/13-07-2017-ekonomika-issl.pdf> (data obrashhenija: 23.08.2019).
9. *Kuznecov V. V.* Vyjavlenie dvigatelja razvitija malogo i srednego predprinimatel'stva v Rossii // Jekonomika: vchera, segodnja, zavtra. — 2018. — №3a. — s. 167 — 177.
10. *Makarkina N.* Standart razvitija konkurencii dopolnjat merami po povysheniju finansovoj gramotnosti naselenija i sub#ektov MSP // Agentstvo strategicheskikh iniciativ: oficial'nyj sajt. URL: <https://asi.ru/news/93438> (data obrashhenija: 23.08.2019).
11. *Murygina L. S., D'jakova V. I.* Razvitie malogo biznesa v razvityh stranah // Sbornik statej Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoi konferencii «Nauchnyj i intellektual'nyj potencial». — 2017. — S. 23 — 25.
12. *Oleneva S. V.* Sovremennoe sostojanie malogo biznesa v Rossii i problemy ego razvitija // Nauka i obrazovanie: hozjajstvo i jekonomika; predprinimatel'stvo; pravo i upravlenie. — 2016. — № 7 (76). — S. 13–16.
13. Osnovnye jekonomicheskie pokazateli dejatel'nosti malyh predpriyatij // Rosstat: oficial'nyj sajt. URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b07_47/IssWWW.exe/Stg/01-02.htm (data obrashhenija: 23.08.2019).
14. Osnovnye jekonomicheskie pokazateli dejatel'nosti malyh predpriyatij // Rosstat: oficial'nyj sajt. URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b17_47/Main.htm (data obrashhenija: 23.08.2019).
15. *Perchjan A. V.* Otchet o rezul'tatah jekspertno-analiticheskogo meroprijatija «Analiz osushhestvenija mer gosudarstvennoj podderzhki malogo i srednego predprinimatel'stva v 2014–2017 godah» // Schetnaja palata RF: oficial'nyj sajt. URL: <http://www.ach.gov.ru/activities/bulleten/929/34572/> (data obrashhenija: 23.08.2019).
16. *Pleshakova M. V., Shirokaja L. P.* Sovremennye napravlenija razvitija malogo biznesa v Rossii // Rossijskoe predprinimatel'stvo. — 2011. — T. 12. — № 9. — S. 103–108.
17. *Podgornyj B. B.* Formirovanie soobshhestva chastnyh investorov fondovogo rynka: avtoreferat dis. ... kandidata sociologicheskikh nauk. — 2012 — S. 27.
18. Programma stimulirovanija kreditovanija sub#ektov malogo i srednego predprinimatel'stva // Korporacija MSP: oficial'nyj sajt. URL: https://corpmsp.ru/upload/iblock/ada/Programma-stimulirovaniya-_red.-22.04.2020_.pdf (data obrashhenija: 22.05.2020).
19. Pul's malogo biznesa: neft' i nalogi opredelajut nastroenija predprinimatelej // Alfa-Bank: oficial'nyjsajt. URL: <https://alfabank.ru/press/news/2018/12/19/49463.html> (data obrashhenija: 23.08.2019).
20. Putin zajavil o neobходимosti uvelichit' dolju malogo biznesa do 40% // RBK: oficial'nyj sajt. URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/5a97d5509a794770536456f9> (data obrashhenija: 23.08.2019).
21. Rosstat: Predostavlenie dannyh buhgalterskoj otchetnosti po zaprosam pol'zovatelej // Rosstat: oficial'nyj sajt. URL: http://www.gks.ru/accounting_report (data obrashhenija: 23.08.2019).
22. *Ryzhkov A. M.* Kompozicii algoritmov, osnovannye na sluchajnom lese // MGU imeni M. V. Lomonosova. URL: http://www.machinlearning.ru/wiki/images/d/d8/2015_517_RyzhkovAM.pdf (data obrashhenija: 23.08.2019).

23. *Savchuk V. P.* Diagnostika predpriyatija. Podderzhka upravlencheskih reshenij. — M.: Binom. Laboratorija znaniy, 2014. — S. 175.
24. *Sokolov E.* Gradientnyj busting // Coursera: oficial'nyj sajt. URL: <https://www.coursera.org/lecture/supervised-learning/gradiientnyi-busting-CBjVA> (data obrashhenija: 23.08.2019).
25. TASS: Proverka kontragentov, klientov i postavshhikov // TASS: oficial'nyj sajt. URL: <https://tassbiz.ru/> (data obrashhenija: 23.08.2019).

НАУЧНАЯ ЖИЗНЬ

И. А. Назарова¹

МИРЭА — Российский технологический университет
(Москва, Россия)

УДК: 330.83

КОНЬЮНКТУРНАЯ ТЕОРИЯ ДЕНЕГ И ПРОМЫШЛЕННЫХ КРИЗИСОВ М. И. ТУГАН-БАРАНОВСКОГО (К 100-ЛЕТИЮ ПАМЯТИ УЧЕНОГО)

В статье исследуются концептуальные положения теории промышленных кризисов М. И. Туган-Барановского, предполагавшие перемещение акцентов с анализа экзогенных факторов к углубленному исследованию внутрихозяйственных явлений экономической нестабильности. Вскрываются механизмы и уровни ценообразования. Выясняется роль денежных инструментов регулирования рынка в момент перехода от «фальшивого» оживления к кризису. Показана «денежная версия» феномена «революции цен» М. И. Туган-Барановского как функция трансформации хозяйственной системы. Прослеживается развитие взглядов российских экономистов (на рубеже XIX–XX вв.) на проблемы кризисов. Автор статьи приходит к выводу, что теория промышленных кризисов и конъюнктурная теория денег М. И. Туган-Барановского характеризуют народное хозяйство как многоуровневую целостную экономическую систему, объединяющую микро- и макроэкономические процессы. Конъюнктурная теория денег М. И. Туган-Барановского рассматривается в статье как логическое завершение его теории циклического развития экономики.

Ключевые слова: конъюнктурная теория денег, общее перепроизводство, «безденежье», денежные кризисы.

Цитировать статью: Назарова И. А. Конъюнктурная теория денег и промышленных кризисов М. И. Туган-Барановского (к 100-летию памяти ученого) // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. — 2020. — № 4. — С. 243–262.

¹ Назарова Ирина Александровна — к.э.н., доцент кафедры бизнес-технологий и управления Института инновационных технологий и государственного управления «МИРЭА — Российский технологический университет», e-mail: mith.ira@yandex.ru

I. A. Nazarova

MIREA — Russian technological University (Moscow, Russia)

JEL: B25, B52, Z13

CONJUNCTURE THEORY OF MONEY AND INDUSTRIAL CRISES BY M. I. TUGAN-BARANOVSKY (TO THE 100TH ANNIVERSARY OF THE SCIENTIST'S MEMORY)

The article investigates the conceptual provisions of the theory of industrial crises of M. I. Tugan-Baranovsky, which marked the shift of emphasis from the analysis of exogenous factors to the in-depth study of on-farm phenomena of economic instability. Mechanisms and levels of pricing are revealed. The role of monetary instruments of market regulation and the influence of state monetary policy at the moment of transition from the “fake” recovery to the crisis are revealed. The “monetary version” of the phenomenon of the “price revolution” by M. I. Tugan-Baranovsky as a function of the transformation of the economic system is shown. The article traces the development of the views of Russian economists (at the turn of the XIX–XX centuries) on the problems of crises. The “conjunctural” theory of money of M. I. Tugan-Baranovsky is considered in the article as a logical conclusion of his theory of cyclic development of economy. The author concludes that the theory of industrial crises and the conjunctural theory of money of M. I. Tugan-Baranovsky characterize the national economy as a multi-level integrated economic system that combines micro- and macroeconomic processes.

Keywords: «conjunctural» theory of money, total overproduction, «lack of money», monetary crises.

To cite this document: *Nazarova I. A. (2020) Conjuncture theory of money and industrial crises by M. I. Tugan-Baranovsky (to the 100th anniversary of the scientist's memory). Moscow University Economic Bulletin, (4), 243–262.*

Проблема смягчения хозяйственной нестабильности является одной из ключевых в мировой экономической науке с момента выхода промышленных кризисов за пределы национального хозяйства. Вступление «молодых» индустриальных держав в борьбу за новые рынки сбыта на рубеже XIX–XX вв. чрезвычайно обострило развитие периодических кризисов. Переход национальных экономик на новую ступень индустриальной зрелости, формирование крупного финансового капитала предполагали расширение возможностей кредитно-денежного регулирования в масштабах отдельных стран и мирового рынка, изменение организации денежного хозяйства.

Теория промышленных кризисов, с обоснованием которой выступил М. И. Туган-Барановский и в которую внесли свой вклад его современники,

менники (Г. Е. Афанасьев, А. Ю. Финн-Енотаевский, И. А. Трахтенберг, Ж. Лескюр, А. Афталъон, А. Шпитгоф и др.), открывала новую страницу исследований макроэкономической нестабильности при капиталистическом производстве.

Профессор Петербургского политехнического университета Михаил Иванович Туган-Барановский (1865—1919), крупный российский экономист, занимавшийся научной разработкой актуальных проблем экономики конца XIX — начала XX в., написал ряд известных работ по политической экономии, истории народного хозяйства, теории денег, теории кооперации и социализма. Опубликованная в России в 1894 г. книга М. И. Туган-Барановского «Периодические промышленные кризисы», переведенная в 1900 г. на немецкий язык, стала крупным событием в исследовании феномена промышленных кризисов: она обозначила перемещение центра тяжести с анализа внешних факторов к углубленному исследованию внутрихозяйственных процессов экономической нестабильности. Благодаря этой работе М. И. Туган-Барановский, как отмечал его современник, представитель легального марксизма А. Ю. Финн-Енотаевский, стал «европейской знаменитостью» и у него появились последователи и критики за рубежом [Финн-Енотаевский, 1911].

Известный французский экономист Ж. Лескюр писал, что М. И. Туган-Барановский «...создал новую теорию кризисов» [Лескюр, 1908, с. 435]. Критически оценивая теории К. Жюгляра, Г. Маклеода, в которых центром анализа является денежный рынок и его влияние на цены, Ж. Лескюр отмечал, что они «...строят свои выводы на слишком узких данных» [Лескюр, 1908, с. 395]. Оригинальность теории российского ученого, подчеркивал он, доказывается числом и именами экономистов, которые объявили себя его сторонниками.

Несмотря на то что история промышленных кризисов началась в 1825 г., в момент перехода от мануфактурного производства к фабрично-заводскому, феномен кризиса привлек к себе внимание лишь в 1860-е гг. Кризис стал сигналом хозяйственного неблагополучия в период утверждения капиталистической системы и выхода на новые рынки. Это неизвестное для классической политэкономии явление первоначально не вызвало серьезных опасений: Ж. Б. Сэй лишь спустя несколько лет включил в концепцию рынков понятие «частичного» нарушения равновесия. Прошло несколько десятилетий, прежде чем в теоретической экономике осознали опасность этой проблемы и попытались дать ей научное объяснение.

Промышленные кризисы первоначально носили локальный характер и не выходили за рамки национальных территорий. Однако с 1857 г. они становятся мировыми, охватывая народное хозяйство ряда европейских стран и «выплескиваясь» на другие континенты, что создавало предпосылки нестабильности на мировом рынке. В ряду мировых кризисов

второй половины XIX — начала XX в. выделяются кризисы 1870–1900 гг., связанные с развитием рынка несовершенной конкуренции и формированием крупного финансового капитала.

В ретроспективном исследовании первых теорий экономических кризисов на рубеже XIX–XX вв. следует выделить экзогенный подход к изучению механизмов развития промышленных кризисов. Внимание ученых привлекали отрицательные факторы внешнеэкономического характера, оказывающие негативное воздействие на развитие народного хозяйства страны и нарушающие баланс спроса и предложения на внутреннем рынке. Экзогенные факторы нарушения равновесия рассматривал в своих работах К. Жугляр (1862): он относил их к частным случаям «болезненного» состояния достаточно благополучной хозяйственной системы, в которых были повинны внешние факторы.

Теория М. И. Туган-Барановского представляла принципиально новый анализ функционирования капиталистической хозяйственной системы: она вскрывала роль денег в народном хозяйстве, влияние кредитно-денежных инструментов государственного регулирования рыночной конъюнктуры на развитие промышленных кризисов. Исследования М. И. Туган-Барановского опирались на солидный массив экономико-статистических данных (развитие промышленного производства в Англии) и выводов отечественных экономистов второй половины XIX в. о факторах, подготавливающих переход от промышленного подъема к спаду и депрессии.

Анализ развития промышленных кризисов в российской литературе (вторая половина XIX в.)

В работах таких известных российских экономистов, как В. П. Безобразов, А. Н. Миклашевский и А. И. Чупров (60–90-е гг. XIX в.), впервые были проведены системные исследования совокупности причин, вызывающих развитие фальшивого промышленного оживления и кризиса. В качестве пускового механизма развертывания промышленного цикла рассматривалось влияние бумажно-денежной эмиссии.

Известный российский историк экономики В. П. Безобразов показал, что структурные изменения в народном хозяйстве связаны с денежными вливаниями государства, многократно увеличивавшими спрос. В. П. Безобразов обратил внимание, что, во-первых, дополнительная эмиссия денег создавала условия для расширения производства предметов роскоши и изменения установившихся хозяйственных пропорций. Во-вторых, дополнительная эмиссия меняла направление циркуляции орудий обмена: движение денег от потребителей к фабрикантам вызывало рост цен. В-третьих, рост кредитно-денежной массы создавал иллюзию избытка капиталов, приближая очередной кризис. В. П. Без-

образов исследовал особенности вызревания промышленного кризиса в недрах фальшивого оживления экономики, выделив такие факторы, как сокращение величины оборотных капиталов и вымывание из структуры народного хозяйства отраслей, производящих сырье и предметы первой необходимости.

А. Н. Миклашевский, крупный специалист в области денежного обращения, продолжая исследования В. П. Безобразова, детально изучает механизмы перехода экономики от состояния благополучия к фазе затухания производства и сбыта, т.е. к кризису. Он показывает, что в моменты дополнительной эмиссии, вызванной чрезвычайными обстоятельствами, спрос представляет новую покупательную силу и становится главным фактором, оказывающим влияние на установление пропорций обмена. Любая значительная эмиссия, вызванная чрезвычайными обстоятельствами, приводит к росту цен, дифференциации доходов населения и изменению докризисной структуры хозяйства. При сокращении бумажно-денежной подпитки спроса со стороны государства, во-первых, происходит возвращение к прежним пропорциям производства и потребления. В этом случае промышленность становится убыточной, так как в момент фальшивого оживления дела велись в значительной степени за счет кредита и с завышением издержек. Во-вторых, промышленники, затратившие значительную часть капиталов на удовлетворение возросшего спроса, теряют часть своих покупателей и прибыли. В-третьих, неравномерное движение цен при фактическом обилии денег создавало ситуацию «безденежья», которое, несмотря на значительное расширение кредита, было связано с дефицитом оборотного капитала. «Безденежье» в наиболее острой форме заявляло о себе в моменты вызревания предпосылок промышленного кризиса. Снижение вексельного курса уменьшало покупательную силу рубля на мировом рынке.

В ходе своего исследования А. Н. Миклашевский пришел к следующим выводам. Новые денежные инъекции с целью стимулирования спроса и производства на некоторое время продлевали фазу промышленного подъема (фальшивого оживления), однако создавали условия для резкого спада производства в ближайшей перспективе. Сокращение доли основного капитала в отраслях, производящих средства производства, сужало воспроизводственную базу страны. Экономические факторы в период подготовки материальных предпосылок кризиса усиливались рядом экономико-политических особенностей развития народного хозяйства. Дополнительная эмиссия вызывала недоверие населения и предпринимателей к финансовой системе страны: это выражалось в том, что население стремилось сбрасывать падающие в цене орудия обмена. Рост спроса на импортные товары обращал активный торговый баланс в пассивный. Дополнительная эмиссия с целью по-

крытия дефицита экстраординарного бюджета превращала половину капиталов, имевших до кризиса «промышленное занятие», в праздное состояние.

Известный российский статистик и экономист, член-корреспондент Петербургской академии наук А. И. Чупров главной причиной промышленных кризисов (которые он называл «заурядными») второй половины XIX в. считал нарушение равновесия между производством и потреблением. Увлечение предпринимателей «случайным спросом» приводило к перепроизводству благ: нарушение работы «ценового барометра» биржи в случае получения ложной информации становилось причиной искусственного увеличения предложения, массовых банкротств и нарушения общего экономического равновесия [Васильева, Назарова, 2014, с. 82].

А. И. Чупров был одним из первых экономистов, кто проанализировал особенности кризиса 1883–1885 гг. и сделал анализ характерных для того времени мировых кризисов. Он отмечал, что расширение кредита, который объединил национальные рынки ссудного капитала системой мировых долговых обязательств, приближает начало мировых кризисов, так как цепь банкротств влияет на состояние дел всего торгового мира. На эту одну из ключевых особенностей развития экономической нестабильности в начале XX в. будут указывать известные исследователи промышленных кризисов (А. Ю. Финн-Енотаевский, И. А. Трахтенберг, С. А. Первушин и др.). Среди главных факторов, приближающих мировой кризис, А. И. Чупров выделял развитие новых технологий, снижение транспортных расходов, перемещение традиционных производств на сырьевые периферии и другие континенты (Австралия, США и др.) и поддержание прежних объемов производства в условиях продолжительного снижения цен, ссудного процента и прибыли, роста безработицы [Назарова, 2018, с. 18–22].

Теория рынков и промышленных кризисов

М. И. Туган-Барановского

Переход от натурального хозяйства к рыночным отношениям сделал весьма актуальной проблему реализации прибыли и произведенной продукции. Исследование специфики капиталистического воспроизводства в теории рынков предполагало выяснение ключевых факторов, среди которых ученый выделил следующие парные категории: взаимосвязь производства и потребления, возможность реализации сверхприбыли на внутреннем и внешнем рынках. Такой подход вскрывал причины кризисов перепроизводства и их периодичности, показывал хозяйственные предпосылки их формирования.

М. И. Туган-Барановский изучает ключевые положения в теории рынков у представителей классического направления, школы предельной полезности, российских народников и лидеров марксизма. Он обращает внимание, что центральной проблемой капиталистического производства экономисты считают проблему распределения прибыли и конечного продукта (табл. 1).

Таблица 1

Предпосылки развития периодических кризисов

Постановка проблемы реализации в политической экономии	Концепция М. И. Туган-Барановского
<p>1. <i>Производство и потребление — это две стороны хозяйственной деятельности</i>, поэтому перепроизводство невозможно (Д. Рикардо, Ж.-Б. Сэй);</p> <p>2. <i>Накопление капитала</i>: — это замещение потребления капиталиста потреблением рабочих (Д. Рикардо); — сокращает общественное потребление, доходы рабочих и ведет к перепроизводству (С. Сисмонди); — всегда обгоняет потребление, создает проблему реализации, поэтому необходимы внешние рынки (В. П. Воронцов)</p>	<p>1. <i>Капитал космополитичен</i> по природе и мигрирует в погоне за прибылью;</p> <p>2. Закон пропорционального распределения добавочного капитала — причина его перемещений;</p> <p>3. <i>Капитал сам создает себе рынок</i>: — внешний (спрос некапиталистических стран); — внутренний (спрос на средства производства)</p>

Источник: составлено автором на основе [Туган-Барановский, 1914, с. 211].

А. Смит понимал категории сбережения и богатства (накопления) как две стороны хозяйственной деятельности. Ж.-Б. Сэй отрицал возможность перепроизводства в народном хозяйстве, так как каждый покупатель одновременно является продавцом и производителем благ. Несколько десятилетий спустя этот тезис будет поддерживать лидер австрийской школы предельной полезности Е. Бем-Баверк. Т. Мальтус подчеркивал, что потребление непроизводительного класса (в первую очередь землевладельцев) поможет решить проблему реализации в капиталистическом хозяйстве. Сохранение пропорций спроса и предложения возможно благодаря потреблению непроизводительных классов, даже если рост накопления приводит к резкому снижению цен.

С. Сисмонди выделяет целевой мотив хозяйственной деятельности, «забытый» при капиталистическом обмене, лежащий вне конкретных форм экономических систем и отношений собственности — «потребление и рост благосостояния». Однако его утверждение, что сумма всей конечной продукции в стране представляет совокупное потребление ее населения, воспроизводит известную догму А. Смита и упускает из виду производитель-

ное потребление при капитализме. Проблему соответствия производства величине потребления он видит в снижении доли доходов рабочих в национальном доходе страны. Согласно его убеждению, это противоречие поможет устранить спрос «третьих лиц» на внешних рынках. Однако С. Сисмонди допускает, пишет М. И. Туган-Барановский, что при свободной миграции капитала в различных отраслях рост производства может создавать для себя рынок.

Д. Рикардо и С. Сисмонди, отмечает М. И. Туган-Барановский, несмотря на различие подходов, признают необходимость потребительского спроса за границей. Российский ученый впервые обращает внимание, что у С. Сисмонди нет анализа особенностей обмена и отношений собственности в различных хозяйственных системах, поэтому отсутствует исследование специфики капиталистического производства. Он пишет, что концепция С. Сисмонди основана на неправильном понимании механизмов товарного обмена при капитализме. Однако наиболее стройной и логически выдержанной концепцией российский ученый все же считает позицию С. Сисмонди, которая дает «...правдоподобное объяснение фактам капиталистического развития» [Туган-Барановский, 1914, с. 211].

В России, замечает М. И. Туган-Барановский, аргументы С. Сисмонди были приняты многими экономистами: среди сторонников этой позиции он выделяет А. Ю. Финн-Енотаевского, А. Исаева, так как в их работах во главу угла поставлен вопрос о реализации прибыли. У российского экономиста-народника В. П. Воронцова критика противоречий предложения и спроса приобретает наиболее радикальный характер. В. П. Воронцов приходит к выводу, что капиталистическое производство всегда обгоняет потребление и в силу этого приводит к перепроизводству, приближая момент самоликвидации. В этой ситуации единственным спасением является спрос на внешних рынках.

М. И. Туган-Барановский проблему реализации на внешних рынках, их роль в расширении капиталистического производства рассматривает в двух аспектах: с точки зрения спроса некапиталистических стран (он не отвергает аргументы С. Сисмонди о потреблении на внешних рынках) и с позиции производительного спроса на внутреннем рынке. Анализ взглядов известных экономистов на проблемы реализации в капиталистической системе хозяйства, исследование особенностей обмена и причин периодической повторяемости промышленных кризисов приводят М. И. Туган-Барановского к следующим выводам.

Во-первых, исторически капитализм, поставляя предметы роскоши, традиционно искал рынки сбыта за рубежом. Во-вторых, капитал по своей природе космополитичен и стремится к неограниченному расширению производства: он ищет своего покупателя по всему миру, объединяя партнеров торговыми узами. Заметим, что, несмотря на теоретические раз-

ногласия в среде ортодоксальных и так называемых легальных марксистов (к которым относили и М. И. Туган-Барановского), многие экономисты «вину» развития национальных и мировых кризисов усматривали именно в космополитичности денежных капиталов.

Среди главных факторов расширения рынков сбыта для развитых капиталистических стран М. И. Туган-Барановский выделяет следующие. В погоне за высокой прибылью усиливается миграция капитала на мировом рынке. Перемещение капитала происходит под влиянием закона пропорционального распределения добавочного капитала, который, как действующий тормоз, сдерживает его расширение. Капитал сам создает себе рынок: производительные силы являются объективными регуляторами капиталистического производства. Рынок, управляющий капиталистическим хозяйством, — это «...узел, где сплетаются нити современной хозяйственной жизни» [Туган-Барановский, 1914, с. 179]. Кризис выражает необходимость пропорционального распределения общественного труда.

Недостаток рынков М. И. Туган-Барановский называет «эластичной повязкой», сдерживающей развитие капиталистического хозяйства. Ученый обращает внимание на особенности обмена при капитализме. С одной стороны, пишет он, рост производства быстрее идет в некапиталистических странах за счет разрушения натуральных форм производства. С другой стороны, расширение внутреннего рынка в Германии в начале XX в. показывает, что капитализм создает усиленный спрос на средства производства.

Конъюнктурная теория денег М. И. Туган-Барановского

В конъюнктурной теории денег М. И. Туган-Барановского капиталистическая экономика впервые рассматривалась как сложно организованная система, в которой он показывает роль денег как одного из решающих факторов хозяйственной трансформации, подчеркивая, что только денежный обмен создает условия для развития всеобщих кризисов.

В концепции М. И. Туган-Барановского конъюнктура представлена как система взаимосвязанных ключевых экономических показателей: общего уровня товарных цен; денежных цен, темпов накопления основного и оборотного капитала; спроса и предложения, динамики ссудного процента; промышленных кризисов и факторов народно-хозяйственной конъюнктуры, на которые оказывают влияние различные государственные институты. В группу факторов народно-хозяйственной конъюнктуры он включает состояние бюджета, колебания валютного курса, сферу кредитно-денежного и финансового управления и методы государственного регулирования экономики.

**Модель ценообразования в конъюнктурной теории денег
М. И. Туган-Барановского**

Хозяйственная система и характер обмена	Тип кризиса	Механизмы ценообразования	
		Микроуровень анализа	Макроэкономический уровень
<i>1. Натуральное производство (бартер)</i>	<i>Частичное перепроизводство</i>	—	—
<i>2. Капиталистическое производство (денежный обмен)</i>	} <i>Общие хозяйственные кризисы</i>	<i>Общий уровень товарных цен:</i> — относительные цены на основе издержек производства; — общий уровень цен: влияние спроса и предложения в различных фазах цикла; — <i>цены — результат сознательных расценок частных лиц</i>	<i>Общий уровень денежных цен:</i> — динамика товарных цен; — факторы <i>промышленной конъюнктуры</i> ; — <i>факторы налогово-бюджетной и денежно-кредитной политики государства (деньги не являются предметом сознательных оценок частных лиц)</i>

Источник: составлено автором на основе [Туган-Барановский, 1917, с. 41–51].

М. И. Туган-Барановский показывает роль денег как специфического товара в развитии промышленных кризисов. Анализ алгоритмов развития кризисов приводит его к выводу, что деньги в качестве посредников принимают активное участие в обмене: они аккумулируют случаи нарушения равновесия спроса и предложения и, оказывая влияние на изменение ценовых пропорций, способствуют превращению отдельных случаев частичного товарного перепроизводства в общее перепроизводство в масштабе всего народного хозяйства. Аргументируя свои выводы, М. И. Туган-Барановский сравнивает возможности натурального и капиталистического обмена. В условиях натурального производства, когда сопоставляются затраты на изготовление всего лишь двух материальных благ, подлежащих обмену, отсутствуют предпосылки для развертывания кризиса перепроизводства. Это связано с тем, что не может одновременно снизиться цена двух благ, встретившихся на рынке, по отношению друг к другу. Ситуацию, возникающую в этом случае, ученый называет частичным перепроизводством. С переходом к регулярному товарному обмену при посредстве денежных знаков скрытая возможность перепроизводства решительно заявляет о себе общим перепроизводством товаров в народном хозяйстве.

Капиталистическое воспроизводство придает общему перепроизводству циклический характер. Деньги, выделившись из товарного мира и обслуживая обмен как универсальные представители ценности, стали исполнять роль соизмерителей других материальных благ. Однако, подчеркивает ученый, на ценность денег не влияют самостоятельные и субъективные оценки различных деятелей обмена: ценность денежных знаков воспринимается ими как объективная данность, не связанная с количественными пропорциями товарооборота.

М. И. Туган-Барановский рассматривает конъюнктурные факторы, от которых зависит колебание ценности кредитно-денежной валюты. Выясняя закономерности изменения цен на «стороне товаров», М. И. Туган-Барановский показывает механизмы формирования относительных цен и общего уровня товарных цен (табл. 2). Формирование товарных цен, считает российский ученый, можно объяснить общей теорией хозяйственных процессов, в которых учитываются издержки производства, спрос и предложение.

Анализируя ситуацию изменения товарных цен, М. И. Туган-Барановский сопоставляет динамику себестоимости всей массы товаров в народном хозяйстве и отдельных ее видов. Во-первых, он подчеркивает, что при общем снижении цен на все товары относительные издержки производства и цены снижаться не будут. Во-вторых, в случае снижения издержек производства товара N при сохранении стабильных цен на все другие блага и услуги возможны следующие варианты изменения цены:

- цены на другие товары не меняются;
- при условии общего роста издержек цена товара N может лишь немного снизиться;
- в фазе экономического роста снижение себестоимости товара N не приведет к снижению его цены, так как в этот момент растущий спрос вызывает общий рост цен. М. И. Туган-Барановский приходит к выводу, что общий уровень товарных цен меняется под влиянием рыночных факторов и промышленной конъюнктуры, которые вместе формируют общий уровень денежных цен. Промышленное оживление и кризис решительным образом вмешиваются в динамику цен, меняя ее направление.

Ключевым положением конъюнктурной теории денег М. И. Туган-Барановского является утверждение, что деньги (металлические) — это «...стихийный продукт общей конъюнктуры товарного рынка» и их ценность не подлежит воздействию отдельных индивидов [Туган-Барановский, 1917, с. 50]. Таким образом, подчеркивается, что валютный курс испытывает влияние всех элементов сложного структурного единства народнохозяйственной системы (региональных и местных рынков, фирм и государственных институтов).

Трактовка М. И. Туган-Барановского является принципиально новым подходом, который вскрывает взаимосвязь законов развития народного хозяйства, его различных подразделений и динамики ценности денег. Она помогает выявить факторы, воздействующие на движение цен и курс денег, и, на наш взгляд, задает направление для дальнейших исследований в сфере макроэкономики. Опираясь на положения своей конъюнктурной теории денег, М. И. Туган-Барановский предлагает оригинальную трактовку такого известного феномена, как революция цен. Он уходит от традиционного приема сопоставления количества денежных масс и товаров: он пишет, что количественный взгляд на объяснение причин снижения ценности денег не может объяснить ключевых факторов, вызывающих скачок цен. Он понимает «революцию цен» как функцию изменения хозяйственной системы под влиянием ряда факторов (перехода к капиталистическому товарному производству, урбанизации, роста спроса на натуральную продукцию и расширения сферы денежного оборота). Ссылаясь на исторические примеры многих европейских стран, в которых революция цен проходила в XVI–XVII вв., и пример резкого роста цен в России в период железнодорожного бума (70–90-е гг. XIX в.), М. И. Туган-Барановский приходит к выводу, что главным фактором изменения общего уровня цен является экономическая трансформация, когда происходит переход от натурального хозяйства к денежному. Ученый выделил несколько этапов развития сложного процесса формирования капиталистического товарного производства, денежного хозяйства и общенационального рынка (табл. 3), подчеркивая, что количественный фактор не является решающим в этом процессе, несмотря на то что недостаток денег может замедлить темпы экономического роста.

Таблица 3

**Влияние денежного хозяйства на изменение экономической системы.
Концепция М. И. Туган-Барановского**

Факторы развития капиталистической хозяйственной системы	
Капиталистическая система хозяйства	Факторы роста общего уровня цен (революции цен)
1. Ключевые факторы изменения рыночной конъюнктуры:	<i>1) утверждение капиталистического обмена, разрушение основ натурального производства; 2) формирование общероссийского рынка, многократное увеличение спроса; 3) урбанизация, изменение структуры потребления; 4) развитие общего кризиса перепроизводства</i>
2. Политические факторы трансформации:	<i>революция цен происходит в периоды социальных катаклизмов и является их экономическим двойником (М. И. Туган-Барановский, З. С. Каценеленбаум)</i>

Источник: составлено автором на основе [Туган-Барановский, 1917; Каценеленбаум, 1918, с. 7–11].

События Первой мировой войны в России и на Европейском континенте вызвали резкий скачок цен (до 80%) вследствие сокращения производства, дефицита товаров и огромных человеческих потерь. В научный оборот вернулось понятие революции цен, которое профессор З. С. Каценеленбаум назвал экономическим двойником социальных революций [Назарова, 2018, с. 64].

Развитие теории промышленных циклов в российской и зарубежной экономической науке в начале XX в.

Развитие теории промышленных циклов в российской экономической науке в начале XX в. было связано с именами А. Ю. Финн-Енотаевского, И. А. Трахтенберга и Г. Е. Афанасьева. Известный представитель легального марксизма, экономист и публицист А. Ю. Финн-Енотаевский в работе «Современное хозяйство России (1890–1910 гг.)» выступил с критикой отдельных положений М. И. Туган-Барановского, изложив собственный взгляд на причины цикличности. Как и М. И. Туган-Барановский, А. Ю. Финн-Енотаевский отмечает, что движение ссудного и промышленного капиталов не тождественно. Производительные силы страны в период подъема могут некоторое время развиваться за счет кредита. Наступление промышленного кризиса начинается в кредитно-денежной сфере, когда происходит резкое сокращение коммерческого кредита и возникают трудности в обмене векселей на наличные деньги. В этот период обнаруживается дефицит наличных средств обращения: растет спрос не для покупок, но для платежей, и товарные ценности нельзя реализовать в прежних размерах. А. Ю. Финн-Енотаевский подчеркивает, что оборот векселей по размерам во многом превосходит общественные потребности и представляет «дутые сделки».

Положение М. И. Туган-Барановского о недостатке промышленного капитала встречает резкую критику А. Ю. Финн-Енотаевского. Денежный капитал, подчеркивает он, перестает питать промышленное производство не по причине своего истощения, а вследствие избытка инвестиций и исчезновения надежды на получение высокой прибыли. Первоначальный импульс будущего цикла формируется в сфере производства основного капитала, материальной основы нового цикла. Как и М. И. Туган-Барановский, А. Ю. Финн-Енотаевский замечает, что в периоды подъема идет интенсивное накопление основного капитала: увеличение спроса вызывает рост цен на чугун, железо, сталь. В начале процесса воспроизводства денежный капитал играет роль первичного двигателя, который запускает новый цикл движения общественного промышленного капитала. Отмечается, что в фазе экономического подъема возрастает производство предметов роскоши.

Феномен кризиса в исследовании А. Ю. Финн-Енотаевского получает новые важные характеристики. Подчеркивается, что кризис является «...насильственным восстановлением единства процесса, временным разрешением обострившихся и вырвавшихся на поверхность внутренних противоречий» [Финн-Енотаевский, 1911, с. 36]. Деньги в этом процессе выполняют не только функцию средств обращения, но и роль ссудного капитала, принимающего участие в процессе превращения свободных денежных накоплений в производительный капитал. Во время кризиса, подчеркивает А. Ю. Финн-Енотаевский, потребительные ценности не уничтожаются, однако ссудный капитал теряет свою инвестиционную привлекательность вследствие снижения нормы прибыли (табл. 4). Происходит разрушение номинальных ценностей: денежный капитал, пишет автор, «...получает возможность сильно обогащаться на счет индустриального» [Финн-Енотаевский, 1911, с. 37].

Таблица 4

**Факторы развития промышленного кризиса: концепции
М. И. Туган-Барановского, А. Е. Финн-Енотаевского, И. А. Трахтенберга**

<i>Ключевые факторы развития промышленных кризисов</i>		
<i>М. И. Туган-Барановский</i>	<i>А. Ю. Финн-Енотаевский</i>	<i>И. А. Трахтенберг</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. При капитализме производство управляет потреблением; 2. Возникает противоречие между общественным характером производства и частным характером присвоения его результатов; 3. Несинхронность колебаний спроса и предложения на факторных рынках; 4. Предкризисный биржевой бум; 5. Истощение запасов ссудного капитала, «безденежье» 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Деньги и денежный капитал — первичный двигатель каждого цикла; 2. Кризис — это «насильственное восстановление единства» фаз воспроизводства; 4. Ссудный капитал теряет свою инвестиционную привлекательность; 5. Противоречие между производительным и личным потреблением разрешается на внешних рынках 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Кризис — это особая фаза промышленного цикла; 2. Денежный кризис фиксирует пределы промышленного роста; путем сжатия кредитной надстройки соединяет «разорванные» части воспроизводства; 3. Единство рынков ссудного капитала придает денежным кризисам мировой характер

Источник: составлено автором на основе [Туган-Барановский, 1914, с. 211; Финн-Енотаевский, 1911; Трахтенберг, 1939].

В полемике с М. И. Туган-Барановским А. Ю. Финн-Енотаевский подчеркивает, что целевым мотивом капиталистического производства является прибыль, а главное противоречие капитализма заключается в безграничности производительного потребления и ограниченности личного

спроса. Внешний рынок как предохранительный клапан защищает экономику от потрясений перепроизводства, принимая товарные излишки. Именно этим объясняется стремление к расширению географических пространств в мировой торговле.

Г. Е. Афанасьев, историк и экономист, управляющий Киевским отделением Госбанка, причиной развития кризиса считает изменение структуры капитала. Он обращает внимание, во-первых, что недостаток денежных капиталов в момент подъема способствует расширению кредита. Однако кредитная подпитка предпринимательства по мере насыщения спроса таит угрозу массовых банкротств. Поглощение растущей промышленностью значительной массы оборотных капиталов приближает «беднежье» и наступление кризиса.

Во-вторых, крупные государственные займы на внутреннем рынке сокращают национальное богатство страны: привлекательность государственных ценных бумаг для частных инвесторов становится причиной оттока ссудного капитала из сферы производительного потребления. Промышленный кризис, замечает Г. Е. Афанасьев, часто начинается с внешнеполитических событий, которые приводят к снижению кредитной активности, биржевой панике и массовым банкротствам [Назарова, 2018, с. 65–67].

И. А. Трахтенберг, исследователь промышленных кризисов, академик АН СССР (1939 г.), критикует М. И. Туган-Барановского и немецкого экономиста А. Шпитгофа за то, что они рассматривают кризис лишь как момент перехода от подъема к депрессии. Кризис, подчеркивает он, есть особая фаза промышленного цикла: он может длиться несколько лет, и главной причиной его развития являются спекуляции в сфере кредитных отношений. И. А. Трахтенберг выделяет следующие этапы подготовки кризиса. В процессе расширенного воспроизводства накопление ссудного капитала обгоняет рост основного капитала, поэтому сужается материальная база кредитной надстройки. Усиленный спрос на ссудный капитал становится причиной его дефицита. Денежный кризис, проявляющий себя как кризис платежных средств, обозначает пределы промышленного роста в рамках данного цикла (табл. 4). Путем сжатия кредитной надстройки денежный кризис «соединяет временно разорванные» элементы воспроизводственного процесса — реальный и ссудный капиталы [Трахтенберг, 1939, с. 45] и таким образом приводит ссудный капитал в соответствие с размерами действительных капитальных ценностей. Единство рынков ссудных капиталов, космополитичных по своему характеру, придает денежным кризисам особые черты: они становятся мировыми, затрагивают все уровни народного хозяйства и с наибольшей остротой проявляют себя в наиболее экономически развитых странах, являющихся центрами деловой активности.

В начале XX столетия исследование внутренних причин развития промышленного кризиса заинтересовывает многих экономистов, знакомых

с концепцией М. И. Туган-Барановского. Профессор политической экономии факультета правоведения университета в Бордо Ж. Лескюр (1882—1947), автор монографии «Общие и периодические кризисы», выделил главную причину кризиса — затруднение прибыльного помещения инвестиций в средства производства. Он критикует положение ряда экономистов, сторонников теории недопотребления рабочих. Одним из ключевых понятий в концепции Ж. Лескюра является «предприимчивость», упадок которой запускает процесс перехода от фазы подъема к фазе депрессии. Кризисы как следствие «приостановки спроса на средства производства» развиваются вследствие изменения нормы прибыли и паралича предпринимательства. Рост цен и издержек производства резко снижает предпринимательскую активность и тормозит развитие отраслей, выпускающих орудия производства [Лескюр, 1908, с. 533]. Силой, которая приводит в движение хозяйственный механизм при капитализме, является регулирование инвестиционных потоков. Среди наиболее важных сигналов начала кризиса Ж. Лескюр, как и М. И. Туган-Барановский, выделяет изменение цен на чугун, состояние вексельного портфеля банков и рост транспортных грузовых перевозок (о чем писал А. И. Чупров). Австрийский экономист Й. Шумпетер (1883—1950), как и Ж. Лескюр, выделяя предпринимательские способности, функцию предпринимателя сводил к эффективному комбинированию инновационных элементов производства.

А. Афталъон (1874—1956), профессор кафедры политической экономии Парижского университета, причину развития среднесрочного экономического цикла объяснял с помощью фактора времени и эффекта акселерации, т.е. прироста дополнительного дохода, полученного в результате действия первоначальных инвестиций. Он выделяет два ключевых фактора, «повинных» в цикличности производства, — закон ценности как механизм выравнивания рыночного равновесия и специфику обновления элементов основного капитала с учетом промышленных технологий. Сложность планирования производства заключается в том, что прогноз будущего спроса строится на основе текущей информации о динамике цен и потребностей [Афталъон, 1930, с. 237].

В фазе депрессии, пишет А. Афталъон, снижение цен приводит к замедлению темпов производства, сдерживая инвестиционную активность. Однако перепроизводство потребительских благ сохраняется вследствие работы нового оборудования, введенного в строй за счет капиталовложений прошлого периода. Эту ситуацию А. Афталъон сравнивал с процессом растапливания печи.

Французские экономисты считали, что промышленные кризисы необходимо изучать в контексте эволюции всей хозяйственной системы, поскольку они затрагивают ключевые разделы политической экономии — теорию производства, ценности, потребления и богатства (Ж. Лескюр),

их «отраженное влияние» распространяется на всю экономику (А. Афтальон). Известный немецкий экономист А. Шпитгоф (1873–1957), показывая динамику капитальных ценностей и ссудного капитала, вызывающих хозяйственные диспропорции, дополнил модель «паровой машины» М. И. Туган-Барановского понятием «ведро капиталообразования», расширение которого происходит благодаря использованию новых изобретений и открытию новых рынков.

Заключение

Сравнительный анализ моделей промышленных кризисов М. И. Туган-Барановского, А. Ю. Финн-Енотаевского, Г. Е. Афанасьева и И. А. Трахтенберга дает нам возможность сделать следующие выводы. Во-первых, эти модели построены на фундаменте теории промышленных циклов М. И. Туган-Барановского. В этих концепциях ссудный капитал выступает в качестве условия промышленного роста и подготовки будущего кризиса. Деньги рассматриваются не только как орудия обращения, но и как средства накопления свободного ссудного капитала, который, пересекая национальные границы, выходит на широкие просторы мирового кредитного рынка.

Во-вторых, в этих концепциях были вскрыты специфические особенности капиталистического производства. Впервые обращается внимание на различие темпов накопления производительного и ссудного капиталов. Российские экономисты пришли к выводу о том, что расширение производства имеет более узкие пределы по сравнению с кредитно-денежной сферой. Периодическая повторяемость кризисов объясняется несоответствием массы основного и оборотного капиталов. Выясняется, что началом промышленного кризиса является денежный кризис (спекуляции в кредитной сфере), который обозначает границы производства в данном цикле. Вскрывается природа дефицита наличного оборотного капитала («безденежья»). Впервые было показано, что кризис, с одной стороны, приводит к нарушению хозяйственного равновесия, но, с другой стороны, «насильственно восстанавливает» единство фаз воспроизводства, снижая завышенные оценки фиктивного капитала. Кризис в отечественной литературе начинают рассматривать как самостоятельную фазу цикла (И. А. Трахтенберг). Подчеркивается, что изменение структуры национального капитала, соотношения спроса и предложения, расширение сферы кредитно-денежных отношений в период перехода от искусственного оживления к кризису становятся причиной сужения воспроизводства, сокращения базовых отраслей экономики и деформации всей хозяйственной системы.

Исследования природы промышленных кризисов в трудах российских экономистов, начиная с работ М. И. Туган-Барановского, вскрывали об-

шехозяйственные системные причины их развития: противоречие между общественным характером производства и частнокапиталистическим характером присвоения его результатов; неорганизованность капиталистического хозяйства; асинхронность колебаний спроса и предложения на факторных рынках.

В российской экономической науке в конце XIX — начале XX в. теория промышленных кризисов, с обоснованием которой выступил М. И. Туган-Барановский, открывала новую страницу исследований макроэкономической нестабильности, показывая механизмы формирования цен в масштабах национальной экономики с учетом влияния факторов конъюнктуры. Исследования феномена рыночной конъюнктуры М. И. Туган-Барановского (в период доминирования в экономической науке неоклассического подхода) помогли ему вскрыть механизмы взаимодействия отдельных уровней хозяйства (рынка и государственных финансов), как единой макроэкономической системы.

Теория промышленных кризисов оказала сильное влияние на развитие взглядов многих экономистов XX в. и представляет интерес для современного читателя. Не случайно модель М. И. Туган-Барановского получила столь высокое признание у отечественных и зарубежных экономистов. С. А. Первушин, современник М. И. Туган-Барановского, писал, что теорию М. И. Туган-Барановского, несмотря на резкую критику со стороны некоторых ученых, признают «высшей формой теории кризисов» в начале XX в. Представитель американского кейнсианства Э. Хансен сравнивал Туган-Барановского с А. Смитом, подчеркивая, что он «положил начало новой трактовке проблемы» [Ольсевич, 1997, с. 115]. Характеризуя вклад М. И. Туган-Барановского в экономическую теорию, Н. Д. Кондратьев, его ученик и создатель теории длинных волн, писал, что российский ученый стал «...не только в уровень с научно-экономической мыслью передовых стран, но он смог содействовать прогрессу ее... он больше, чем кто-либо, способствовал тому, чтобы поставить русскую экономическую науку в ряд с европейскими: ни одна школа не избежит... влияния идей М. И.» [Кондратьев, 2015, с. 232–233]. Автор монографии «Экономические воззрения М. И. Туган-Барановского» Б. В. Корнейчук отмечает, что труды российского ученого оказали влияние на формирование американской школы институционализма: «...основатель этой школы Т. Веблен несколько раз ссылается на книгу Туган-Барановского «Периодические кризисы», оценивает само исследование как «наиболее плодотворный анализ кризисов» [Корнейчук, 2008, с. 34]. Немецкий исследователь русской экономической мысли Й. Цвайнерт отмечает, что теория М. И. Туган-Барановского «...представляет собой крупнейшее теоретическое достижение российской экономической мысли XIX в.», потому что он указал «магистральный путь конъюнктурных исследований в XX в.» [Цвайнерт, 2007, с. 345].

Список литературы

1. *Афанасьев Г. Е.* Денежный кризис. — Одесса, 1900.
2. *Афталъон А.* Периодические кризисы перепроизводства. Т. 2. — М. Л.: Госиздат, 1930.
3. *Безобразов В. П.* О некоторых явлениях денежного обращения в России в связи с промышленностью, торговлею и кредитом. — М., 1863.
4. *Васильева Н. И., Назарова И. А.* Промышленные кризисы в российской экономической теории начала XX века // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. — 2014. — № 3. — С. 78–99.
5. *Кондратьев Н. Д. М. И.* Туган-Барановский (Основные черты его научного мировоззрения) // Кондратьевские волны: наследие и современность: ежегодник. — Волгоград: Учитель, 2015.
6. *Корнейчук Б. В.* Экономические воззрения М. И. Туган-Барановского: монография. — СПб.: Наука, 2008.
7. *Лескюр Ж.* Общие и периодические кризисы. — СПб., 1908.
8. *Назарова И. А.* Российские экономисты начала XX века об особенностях финансирования «военной экономики» в 1914–1917 годах // Деньги и кредит. — 2015. — № 1.
9. *Назарова И. А.* Проблемы промышленных кризисов (экономико-исторический опыт анализа): монография. — М.: ИНФРА-М, 2018.
10. *Ольсевич Ю. Я.* К теории экономических трансформаций: сборник статей. — М.: Институт экономики РАН, 1997.
11. *Переушин С. А.* Теория кризисов М. И. Туган-Барановского. — М., 1914.
12. *Сорвина Г. Н.* Михаил Иванович Туган-Барановский: первый российский экономист с мировым именем. — М.: Русская панорама, 2005.
13. *Трахтенберг И. А.* Денежные кризисы (1828–1938) // Мировые экономические кризисы. Т. 3. — М., 1939. — С. 45.
14. *Туган-Барановский М. И.* Бумажные деньги и металл. — П., 1917.
15. *Туган-Барановский М. И.* Периодические промышленные кризисы. История английских кризисов. Общая теория кризисов. — СПб., 1914.
16. *Финн-Енотаевский А. Ю.* Современное хозяйство России (1890–1910). — СПб., 1911.
17. *Цвайнерт Й.* История экономической мысли в России. 1805–1905. — М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2007.
18. *Чупров А. И.* О характере и причинах современного промышленного кризиса в Западной Европе. — М., 1889.
19. *Annuaire des contemporains notices biographiques.* — Paris, 1924.
20. *Spiethoff A.* Krisen. Handwörterbuch der Staatswissenschaften, Bd. 6, Jena, 1925.

The List of References in Cyrillic Transliterated into Latin Alphabet

1. *Afanasyev G. E.* Denezhnyy krizis. — Odessa. 1900.
2. *Aftalion A.* Periodicheskiye krizisy pereproizvodstva. T. 2. — M.-L.: Gosizdat, 1930.
3. *Bezobrazov V. P.* O nekotorykh javlenijah denezhnogo obrashhenija v Rossii v svyazi s promyshlennost'ju, torgovleju i kreditom. — M., 1863.

4. *Vasilyeva N. I., Nazarova I. A.* Promyshlennyye krizisy v rossiyskoy ekonomicheskoy teorii nachala KhKh veka // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 6. Ekonomika. — 2014. — № 3. — S. 78–99.
5. *Kondrat'ev N. D.* M. I. Tugan-Baranovskij (Osnovnye cherty ego nauchnogo mirovozzreniya) // Kondrat'evskie volny: nasledie i sovremennost': ezhegodnik. — Volgograd: Uchitel', 2015.
6. *Kornejchuk B. V.* Ekonomicheskie vozzreniya M. I. Tugan-Baranovskogo: monografiya. — SPb.: Nauka, 2008.
7. *Leskjur Zh.* Obshhie i periodicheskie krizisy. — SPb., 1908.
8. *Nazarova I. A.* Problemy promyshlennykh krizisov (ekonomiko-istoricheskij opyt analiza): monografiya. — M.: INFRA-M, 2018.
9. *Nazarova I. A.* Rossijskie ekonomisty nachala XX veka ob osobennostyah finansirovaniya «voennoj ekonomiki» v 1914–1917 godah // Den'gi i kredit. — 2015. — № 1.
10. *Ol'sevich Ju. Ja.* K teorii jekonomicheskikh transformacij. Sbornik statej. — M.: Institut jekonomiki RAN, 1997.
11. *Pervushin S. A.* Teoriya krizisov M. I. Tugan-Baranovskogo. — M., 1914.
12. *Sorvina G. N.* Mikhail Ivanovich Tugan-Baranovskij: pervyy rossiyskiy ekonomist s mirovym imenem. — M.: Russkaya panorama. 2005.
13. *Trahtenberg I. A.* Denezhnye krizisy (1828–1938) / Mirovye jekonomicheskie krizisy. T.3. — M., 1939. — S. 45.
14. *Tugan-Baranovskij M. I.* Bumazhnye den'gi i metall. — P., 1917.
15. *Tugan-Baranovskij M. I.* Periodicheskie promyshlennyye krizisy. Istorija anglijskih krizisov. Obshhaja teoriya krizisov. — SPb., 1914.
16. *Finn-Enotaevskij A. Yu.* Sovremennoe hozyajstvo Rossii (1890–1910). — SPb., 1911.
17. *Cvajnert J.* Istorija jekonomicheskoy mysli v Rossii. 1805–1905. — M.: Izdatel'skij dom GU VShJe, 2007.
18. *Chuprov A. I.* O haraktere i prichinah sovremennogo promyshlennogo krizisa v Zapadnoj Evrope. — M., 1889.

Требования к статьям, принимаемым к публикации в журнале «Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика»

Материал, предлагаемый для публикации, должен являться оригинальным, не опубликованным ранее в других научных изданиях, соответствовать профилю и научному уровню журнала. Решение о тематическом несоответствии может быть принято редколлекцией без специального рецензирования и обоснования причин.

Подача статьи осуществляется в электронном виде на адрес электронной почты редакции: econeditor@econ.msu.ru.

Оформление статьи

Статья должна быть представлена на русском языке в виде файла в формате MS Word (.doc или .docx) стандартным шрифтом Times New Roman (12 пт.) с полуторным межстрочным интервалом.

Файл с текстом статьи *не должен* содержать сведений об авторе или элементов текста, позволяющих идентифицировать авторство. Сведения об авторах отправляются отдельным файлом (см. ниже).

Объем статьи

Рекомендуемый объем статьи — от 30 тыс. до 45 тыс. знаков (с пробелами).

Структура статьи

Статья должна начинаться с названия (не более 10 слов), аннотации (100–150 слов) и ключевых слов (не более 8) на русском и английском языках. В аннотации должны быть указаны предмет и цель работы, методология, основные результаты исследования, область их применения, выводы. Несоответствие между русскоязычной и англоязычной аннотациями не допускается.

Структура основной части статьи должна строиться по принятым в международном сообществе стандартам: введение (постановка проблемы по актуальной теме, цели и задачи, четкое описание структуры статьи), основная часть (обзор релевантных научных источников, описание методологии, результаты исследования и их анализ), заключение (выводы, направления дальнейших исследований), список литературы.

Сведения об авторах

К статье необходимо *отдельным файлом* приложить сведения об авторе (авторах):

- полные фамилия, имя и отчество, основное место работы (учебы), занимаемая должность;
- полный почтовый адрес основного места работы (учебы);
- ученая степень, звание;
- контактный телефон и адрес электронной почты.

Все указанные сведения об авторе (авторах) должны быть представлены на русском и английском языках.

Список литературы

Список литературы должен содержать библиографические сведения обо всех публикациях, упоминаемых в статье, и не содержать указаний на работы, на которые в тексте нет ссылок. В списке литературы помещаются сначала публикации на русском языке (в алфавитном порядке), затем публикации на языках, основанных на латинском алфавите (также в алфавитном порядке). Дополнительно должен прилагаться список русскоязычных источников в романском алфавите (транслитерация). Программой транслитерации русского текста в латиницу можно воспользоваться на сайте <http://www.translit.ru>

Оформление ссылок

Ссылки на список литературы даются в тексте в следующем виде: [Oliver, 1980], [Porter, 1994, p. 45], [Иванов, 2001, с. 20], [Porter, 1994; Иванов, 2001], [Porter, Yansen, 1991b; Иванов, 1991]. Ссылки на работы трех и более авторов даются в сокращенном виде: [Гуриев и др., 2002] или [Bevan et al., 2001]. Ссылки на статистические сборники, отчеты, сборники све-

дений и т.п. даются в виде: [Статистика акционерного дела..., 1898, с. 20], [Статистические сведения..., 1963], [Устав..., 1992, с. 30].

Все данные должны иметь сноски на источник их получения, таблицы должны быть озаглавлены. Ответственность за использование данных, не предназначенных для открытых публикаций, несут в соответствии с законодательством РФ авторы статей.

Статьи, соответствующие указанным требованиям, регистрируются, им присваивается регистрационный номер (сообщается по электронной почте). Все статьи проходят процедуру двойного «слепого» рецензирования.

Отклоненные статьи не возвращаются авторам. В случае отказа в публикации автору статьи направляется мотивированный отказ, основанный на результатах рецензирования. По запросам авторов рукописей и экспертных советов ВАК редакция предоставляет соответствующие рецензии на статью без указания имен рецензентов.

Автор дает согласие на воспроизведение статьи на безвозмездной основе в Интернете.

Журнал является открытым — любой автор, независимо от гражданства, места работы и наличия ученой степени, имеет возможность опубликовать статью при соблюдении требований редакции.

Выплата гонорара за публикации не предусматривается. Плата за публикацию рукописей не взимается.

Адрес редколлегии: Москва, Ленинские горы, МГУ, 3-й учебный корпус, экономический факультет, ком. 326. **Электронная почта:** econeditor@econ.msu.ru