



Российская академия предпринимательства

# ПУТЕВОДИТЕЛЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

Научно-практический журнал

Том 15, № 4, 2022

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

**Цель журнала** — служить научной площадкой для обсуждения широкого круга вопросов, связанных с эффективным развитием экономики и предпринимательства в России и за рубежом.

**Задачи журнала:**

- публикация результатов научных исследований и практических достижений в области экономики, финансов, менеджмента, социально-культурных аспектов предпринимательства;
- формирование тематических научных площадок для обмена мнениями, предложениями и опытом между учеными из разных регионов России и стран мира;
- содействие молодым ученым в повышении качества их публикаций;
- продвижение и индексирование опубликованных научных работ в ведущих базах цитирования.

Целевая авторская и читательская аудитория журнала включает научных работников, преподавателей, предпринимателей, а также студентов, магистров и аспирантов экономических специальностей.

Издается с 2004 г.

[www.pp-mag.ru](http://www.pp-mag.ru)

Москва  
2022



Russian Academy of Entrepreneurship

# ENTREPRENEUR'S GUIDE

Scientific and Practical Journal

Vol. 15, No. 4, 2022

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

**The purpose of the journal** is to serve as a scientific platform for discussion of a wide range of issues related to the effective development of economy and entrepreneurship in Russia and abroad.

**Journal's tasks:**

- Publication of the results of scientific research and practical achievements in the field of economics, finance, management, socio-cultural aspects of entrepreneurship;
- Formation of thematic scientific platforms for exchange of views, proposals and experience between scientists from different regions of Russia and countries of the world;
- Assisting young scientists in improving the quality of their publications;
- Promotion and indexing of published scientific works in leading citation bases.

The target author and readership of the magazine includes researchers, teachers, entrepreneurs, as well as students, masters and graduate students of economic specialties.

Published since 2004

**[www.pp-mag.ru](http://www.pp-mag.ru)**

Moscow  
2022

**Путеводитель предпринимателя**  
**Putevoditel' predprinimatelya**  
Научно-практический журнал

**РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ**

**ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР**

**Балабанов Владимир Семенович** — доктор экономических наук, профессор, Заслуженный деятель науки РФ, Президент, АНО ВО «Российская академия предпринимательства», Москва, Россия

**ПРЕДСЕДАТЕЛЬ РЕДАКЦИОННОЙ КОЛЛЕГИИ**

**Балабанова Анна Владимировна** — доктор экономических наук, профессор, ректор АНО ВО «Российская академия предпринимательства», Москва, Россия

**Ахметов Лерик** — доктор экономических наук, профессор, НАНО ВО «Институт мировых цивилизаций», Москва, Россия

**Бабенкова Светлана Юрьевна** — кандидат экономических наук, старший научный сотрудник Центра арабских и исламских исследований Института востоковедения РАН, Москва, Россия

**Бачишин Владимир** — PhD, профессор Паневропейского университета, Братислава, Словакия

**Ботавина Римма Николаевна** — доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры «Экономическая теория, мировая экономика, менеджмент и предпринимательство» АНО ВО «Российская академия предпринимательства», Москва, Россия

**Бычкова Светлана Михайловна** — доктор экономических наук, профессор, Заслуженный работник высшей школы РФ, профессор кафедры «Бухгалтерский учет и аудит» ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный аграрный университет», Санкт-Петербург, Россия

**Власов Анатолий Александрович** — доктор юридических наук, профессор, действительный член Российской академии юридических наук (РАЮН), профессор Кафедры международного частного и гражданского права Московского государственного института международных отношений Министерства иностранных дел Российской Федерации (МГИМО МИД РФ), Москва, Россия

**Власов Александр Викторович** — кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Финансы и кредит», Российский университет транспорта (МИИТ), Москва, Россия

**Воронченко Тамара Васильевна** — доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры таможенных доходов и тарифного регулирования Российской таможенной академии, Москва, Россия

**Высоцкая Наталия Владимировна** — доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры «Экономическая теория и менеджмент» Российского университета транспорта (МИИТ), Москва, Россия

**Гладкова Вера Егоровна** — доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры «Финансы, кредит и страхование» АНО ВО «Российская академия предпринимательства», Москва, Россия

**Корчагин Александр Юрьевич** — доктор юридических наук, профессор, профессор кафедры криминалистики Кубанского государственного аграрного университета им. И.Т. Трубилина, Краснодар, Россия

**Кошкин Виталий Исаевич** — доктор экономических наук, профессор, профессор Самарского Института — Высшей школы приватизации и предпринимательства, Самара, Россия

**Кузнецова Елена Ивановна** — доктор экономических наук, профессор, кафедра экономической безопасности, финансов и экономического анализа, Московский университет МВД России им. В.Я. Кикотя, Москва, Россия

**Миллерман Александр Самуилович** — доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры «Финансы и страхование» Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (РАНХиГС), вице-президент АО «Санкт-Петербургская Международная Товарно-сырьевая Биржа», Москва, Россия

**Мысляева Ирина Николаевна** — доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры «Экономика и управление в космической отрасли» Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

**Юденков Юрий Николаевич** — кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры государственной политики МГУ им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

# Entrepreneur's Guide

## Scientific and Practical Journal

### EDITORIAL BOARD

#### CHIEF EDITOR

**Balabanov Vladimir S.** — Doctor of Science (Economics), Professor, Honored worker of Science of Russian Federation, President, Russian Academy of Entrepreneurship, Moscow, Russia

#### CHAIRMAN OF EDITORIAL BOARD

**Balabanova Anna V.** — Doctor of Science (Economics), Professor, Rector of Russian academy of entrepreneurship, Moscow, Russia

**Akhmetov Lerik** — Doctor of Science (Economics), Professor, NANO HE «Institute of World Civilizations», Moscow, Russia

**Babenkova Svetlana Yu.** — Candidate of Science (Economics), Senior research associate of Center of the Arab and Islamic researches, Institute of Oriental Studies of the Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia

**Bachishin Vladimir** — PhD, Professor of Pan-European University, Bratislava, Slovakia

**Botavina Rimma N.** — Doctor of Science (Economics), Associate Professor, Professor of Economic theory, world economy, management and entrepreneurship Chair of Russian academy of entrepreneurship, Moscow, Russia

**Bychkova Svetlana M.** — Doctor of Science (Economics), Professor, Professor of «Accounting and auditing» Chair of Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education «Saint-Petersburg State Agrarian University», Saint-Petersburg, Russia

**Gladkova Vera E.** — Doctor of Science (Economics), Professor, Professor of the Finance, Credit and Insurance Chair of Russian academy of entrepreneurship, Moscow, Russia

**Korchagin Alexander Yu.** — Doctor of Science (Jurisprudence), Professor, Professor of Criminalistics Chair of I.T. Trubilina Cuban State Agrarian University, Krasnodar, Russia

**Koshkin Vitaliy I.** — Doctor of Science (Economics), Professor, Professor of the Samara Institute — Higher school of privatization and entrepreneurship, Samara, Russia

**Kuznetsova Elena I.** — Doctor of Science (Economics), Professor, Department of economic security, finance and economic analysis, V. IA. Kikot Moscow University of the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation, Moscow, Russia

**Millerman Alexander S.** — Doctor of Science (Economics), Associate Professor, Professor of Finance and Insurance Chair of Russian Academy of National Economy and Public Service under the President of the Russian Federation, Vice-President of St. Petersburg International Commodity Exchange, Moscow, Russia

**Myslyaeva Irina N.** — Doctor of Science (Economics), Professor, Professor of Economics and governance in the space industry Chair of Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

**Vlasov Anatoliy A.** — Doctor of Science (Jurisprudence), Professor, Member of the Russian Academy of Legal Sciences, Professor of the International Private and Civil Law Chair of the Moscow State Institute of International Relations of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation (MGIMO), Moscow, Russia

**Vlasov Alexander V.** — Candidate of Science (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Finance and Credit, Russian University of Transport (MIIT), Moscow, Russia

**Voronchenko Tamara V.** — Doctor of Science (Economics), Professor, Department of Customs Revenue and Tariff Regulation, Russian Customs Academy, Moscow, Russia

**Vysotskaya Natalia V.** — Doctor of Science (Economics), Professor, Professor of Economic Theory and management Chair of Russian University of Transport (MIIT), Moscow, Russia

**Yudnikov Yuriy N.** — Candidate of Science (Economics), Associate Professor, Associate Professor of State Policy Chair of Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

|                                                                      |                                                                                 |
|----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Свидетельство о регистрации СМИ:</b>                              | ПИ № 77 – 17480 от 18 февраля 2004 года                                         |
| <b>ISSN:</b>                                                         | 2073 – 9885                                                                     |
| <b>ISSN on-line:</b>                                                 | 2687 – 136X                                                                     |
| <b>Периодичность:</b>                                                | 4 выпуска в год                                                                 |
| <b>Префикс DOI:</b>                                                  | 10.24182                                                                        |
| <b>Подписной индекс<br/>в Объединенном каталоге «Пресса России»:</b> | E38941                                                                          |
| <b>Условия распространения материалов:</b>                           | Контент доступен под лицензией<br>Creative Commons Attribution 4.0 License      |
| <b>Копирайт:</b>                                                     | © Коллектив авторов, 2022<br>© Российская академия предпринимательства,<br>2022 |
| <b>Учредитель:</b>                                                   | АНО ВО «Российская академия предпринимательства»                                |
| <b>Издательство:</b>                                                 | Агентство печати «Наука и образование»                                          |
| <b>Типография:</b>                                                   | Типография «Канцлер», г. Ярославль                                              |
| <b>Сайт:</b>                                                         | <a href="http://www.pp-mag.ru">www.pp-mag.ru</a>                                |
| <b>Адрес:</b>                                                        | 109544, г. Москва, ул. Малая Андроньевская, д. 15                               |
| <b>E-mail:</b>                                                       | <a href="mailto:Abalabanova@yandex.ru">Abalabanova@yandex.ru</a>                |
| <b>Тел.:</b>                                                         | +7(903) 720 – 47 – 27                                                           |
| <b>Подписано в печать:</b>                                           | 28.11.2022                                                                      |

|                                                                        |                                                                                      |
|------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Media Registration Certificate:</b>                                 | PI No. 77–17479 dated February 18, 2004                                              |
| <b>ISSN:</b>                                                           | 2073–9885                                                                            |
| <b>ISSN on–line:</b>                                                   | 2687–136X                                                                            |
| <b>Pablication Frequency:</b>                                          | Quarterly                                                                            |
| <b>Prefix DOI:</b>                                                     | 10.24182                                                                             |
| <b>Subscription index<br/>in the United catalog «Press of Russia»:</b> | E38941                                                                               |
| <b>Terms of distribution of materials:</b>                             | The content is available under a license<br>Creative Commons Attribution 4.0 License |
| <b>Copyright:</b>                                                      | © Group of authors, 2022<br>© Russian Academy of Entrepreneurship, 2022              |
| <b>Founder:</b>                                                        | ANO HE «Russian Academy of Entrepreneurship»                                         |
| <b>Pablsher:</b>                                                       | Press Agency «Science and Education»                                                 |
| <b>Printing House:</b>                                                 | Printing house «Chancler», Yaroslavl                                                 |
| <b>Web-site:</b>                                                       | <a href="http://www.pp-mag.ru">www.pp-mag.ru</a>                                     |
| <b>Postal adress:</b>                                                  | 15 Malaya Andronevskaya str., Moscow, 109544                                         |
| <b>E-mail:</b>                                                         | <a href="mailto:Abalabanova@yandex.ru">Abalabanova@yandex.ru</a>                     |
| <b>Tel.:</b>                                                           | +7(903) 720–47–27                                                                    |
| <b>Signed to the print:</b>                                            | 28.11.2022                                                                           |

## Содержание

### Цифровизация экономики

Оригинальные статьи

|                                                                                        |           |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Электронные деньги: преимущества, недостатки, влияние на денежную систему .....</b> | <b>11</b> |
| <i>В. А. Варфоломеева</i>                                                              |           |

|                                                                                                                                                |           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Алгоритм формирования структуры продающего сайта (на примере разработки лендинга с высокой конверсией для туристического бизнеса) .....</b> | <b>16</b> |
| <i>Я. Г. Усенко</i>                                                                                                                            |           |

### Финансово–кредитные инструменты повышения качества экономического роста

Оригинальные статьи

|                                                                 |           |
|-----------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Значимость денег в системе экономических отношений .....</b> | <b>25</b> |
| <i>В. А. Варфоломеева, А. В. Грибанов</i>                       |           |

|                                                                 |           |
|-----------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Особенности инфляционного налогообложения в России .....</b> | <b>30</b> |
| <i>Н. А. Иванова, А. В. Грибанов</i>                            |           |

|                                                                                                                              |           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Актуальные подходы к оценке экономической эффективности использования результатов интеллектуальной деятельности .....</b> | <b>35</b> |
| <i>С. А. Полухина, Е. А. Никифорова</i>                                                                                      |           |

### Страховое дело

Оригинальные статьи

|                                                                                      |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Процедура формирования статистики при страховании продуктовых инноваций .....</b> | <b>40</b> |
| <i>Е. С. Яшин</i>                                                                    |           |

### Взаимодействие государства и гражданского общества

Оригинальные статьи

|                                                                                                                   |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Региональные аспекты применения модели «тройной спирали» как фактор развития инновационной экономики .....</b> | <b>45</b> |
| <i>Е. А. Наумова, Е. В. Соколова</i>                                                                              |           |

|                                                                                                                |           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Жилищная обеспеченность регионов как один из основных факторов улучшения качества жизни населения .....</b> | <b>52</b> |
| <i>С. П. Спиридонов, О. П. Штанько</i>                                                                         |           |

### Отраслевое предпринимательство

Оригинальные статьи

|                                                                                                |           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Котировки цен на ГСМ в странах Центральной Азии как следствие факторов интеграции .....</b> | <b>60</b> |
| <i>А. М. Маратов, К. А. Ажекбаров, Т. К. Камчыбеков</i>                                        |           |

## Социокультурные аспекты предпринимательской деятельности

Оригинальные статьи

|                                                                                                             |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Творческий бизнес: особенности создания и управления .....</b>                                           | <b>70</b> |
| <i>А. О. Алеева</i>                                                                                         |           |
| <b>К вопросу о профессионально-нравственных критериях<br/>в организации образовательного процесса .....</b> | <b>76</b> |
| <i>С. В. Михалёв</i>                                                                                        |           |
| <b>Интеллектуальная фирма:<br/>фундаментальные особенности и модели развития .....</b>                      | <b>82</b> |
| <i>С. С. Репин, А. А. Шкиперов</i>                                                                          |           |
| <b>Суть и особенности измерения современных фирм<br/>в экономике знаний .....</b>                           | <b>88</b> |
| <i>С. С. Репин</i>                                                                                          |           |



## Contents

### Digitalization of economy

Original articles

|                                                                                         |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Electronic money: advantages, disadvantages, impact on the monetary system .....</b> | <b>11</b> |
| <i>V. A. Varfolomeeva</i>                                                               |           |

|                                                                                                                                                             |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Algorithm for forming the structure of a selling website (by the example of developing landing page with high conversion for tourism business) .....</b> | <b>16</b> |
| <i>Ya. G. Usenko</i>                                                                                                                                        |           |

### Financial and credit instruments of improvement the quality of economic growth

Original articles

|                                                                          |           |
|--------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>The Importance of Money in the System of Economic Relations .....</b> | <b>25</b> |
| <i>V. A. Varfolomeeva, A. V. Gribanov</i>                                |           |

|                                                          |           |
|----------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Features of inflationary taxation in Russia .....</b> | <b>30</b> |
| <i>N. A. Ivanova, A. V. Gribanov</i>                     |           |

|                                                                                                                |          |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| <b>Actual approaches to assessing the economic efficiency of using the intellectual activity results .....</b> | <b>5</b> |
| <i>S. A. Polukhina, E. A. Nikiforova</i>                                                                       |          |

### Insurance business

Original articles

|                                                                                   |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Procedure of forming statistics for insurance of product innovations .....</b> | <b>40</b> |
| <i>E. S. Yashin</i>                                                               |           |

### The State and civil society Interaction

Original articles

|                                                                                                                                      |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Regional aspects of the application of the «triple helix» model as a factor in the development of an innovative economy .....</b> | <b>45</b> |
| <i>E. A. Naumova, E. V. Sokolova</i>                                                                                                 |           |

|                                                                                                            |           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Housing provision in the regions is one of the main factors for improving the quality of life .....</b> | <b>52</b> |
| <i>S. P. Spiridonov, O. P. Shtanko</i>                                                                     |           |

### Industry entrepreneurship

Original articles

|                                                                                                |           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Cotties of fuel and lubricants in Central Asia as a result of integration factors .....</b> | <b>60</b> |
| <i>A. M. Maratov, K. A. Ajekbarov, T. K. Kamchybekov</i>                                       |           |

**Socio-cultural aspects of entrepreneurship**

Original articles

|                                                                                                                    |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Art business: features of creating and management .....</b>                                                     | <b>70</b> |
| <i>A. O. Aleeva</i>                                                                                                |           |
| <b>To the question of professional and moral criteria<br/>in the organization of the educational process .....</b> | <b>76</b> |
| <i>S. V. Mikhalev</i>                                                                                              |           |
| <b>Intellectual firm: fundamental features and development models .....</b>                                        | <b>82</b> |
| <i>S. S. Repin, A. A. Shkiperov</i>                                                                                |           |
| <b>The essence and features of the measurement<br/>of modern firms in the knowledge economy .....</b>              | <b>88</b> |
| <i>S. S. Repin</i>                                                                                                 |           |



## Электронные деньги: преимущества, недостатки, влияние на денежную систему

**В. А. Варфоломеева**

Кандидат экономических наук, доцент,  
[varfvera@yandex.ru](mailto:varfvera@yandex.ru)

Санкт-Петербургский государственный университет  
аэрокосмического приборостроения,  
Санкт-Петербург, Россия

**Аннотация:** В статье рассматривается понятие, виды систем электронных денег. Целью статьи является изучение сущности и влияния на денежную систему электронных денег. В статье уделяется внимание истории появления электронных денег, а также статистическим данным их использования непосредственно в платежах. Авторы пришли к выводу, что применение электронных денег повлияет на денежную политику, на банковский надзор, на определение денежной массы, денежных агрегатов.

**Ключевые слова:** электронные деньги, виртуальные деньги, денежная система, денежные средства, система электронных денег.

## Electronic money: advantages, disadvantages, impact on the monetary system

**V. A. Varfolomeeva**

Cand. Sci. (Econ.),  
[varfvera@yandex.ru](mailto:varfvera@yandex.ru)

Saint-Petersburg State University of Aerospace Instrumentation,  
Saint-Petersburg, Russia

**Abstract:** The article discusses the concept, types of electronic money systems. The purpose of the article is to study the essence and influence of electronic money on the monetary system. The article focuses on the history of the emergence of electronic money, as well as statistical data on their use directly in payments. The authors came to the conclusion that the use of electronic money will affect monetary policy, banking supervision, the definition of money supply, monetary aggregates.

**Keywords:** electronic money, virtual money, monetary system, money, electronic money system.

В XXI веке бумажные и металлические деньги, которые многие столетия были главными средствами платежа, отходят на второй план. Их вытесняют более удобные и простые способы оплаты, которые соответствуют потребностям современного человека [1]. Деньги — основной экономический элемент денежной системы, не стоит забывать, что чем лучше работает денежная система, тем лучше будет участникам платежной системы. Денежная система является неотъемлемой частью жизни каждого человека [2]. Также стоит отметить, что денежная система — это форма денежного обращения в стране. Она появилась ещё с древних времён (XVI–XVII вв.). Актуальность исследования электронных денег обуславливается важной ролью денег в жизни каждого человека, ведь все процессы в мире взаимодействия людей от покупки продуктов до похода к

врачу связаны с использованием денежных средств, а также бизнес все чаще ведется с помощью интернета.

Многообразие видов денег имеют большое значение для эффективного взаимодействия людей во всех сферах жизни. Деньги менялись под воздействием потребностей человечества. В настоящее время имеется огромный интерес к обращению электронных денег. Электронные деньги стали появляться в научных трудах еще в 1970-х гг., поскольку происходило появление информационных технологий. Информационные технологии постепенно захватывали все области деятельности человека. То же самое происходило и с банковским обслуживанием клиентов. Можно считать, что первые попытки внедрения электронных денег связано с началом проведения безналичных расчетов. В 1993 года электронные деньги были признаны официально [3]. Происходило стремительное расширение использования электронных денег в многочисленных платежных системах. На 2004 год электронные деньги уже функционировали в тридцати семи странах [4].

В 2011 году был принят закон «О национальной платежной системе», в котором в статье 3 дается определение электронных денежных средств. Появление электронных денег спровоцировало развитие денежного оборота. Электронные деньги представляют собой финансы, которые хранятся в компьютерной памяти на технических устройствах и ими распоряжаться можно только с использованием специального программного обеспечения [5]. Электронные деньги представляют собой виртуальный аналог наличных денег. Электронные деньги — это реальные денежные носители. Как правило, они привязаны к курсам реальных денег. На территории России наиболее распространены системы электронных денег Webmoney Transfer; Яндекс.Деньги; QIWI; LiqPay; EasyPay [6]. Новые платежные системы очень часто появляются на рынке. Отличие их друг от друга минимально, то есть разница только в той компании, кто является эмитентом электронных денег. Но при этом важно понимать, что каждая система имеет свою валюту. Каждая платежная система работает по отдельности. Если нужна валюта другой системы, то необходимо произвести обмен валют. Критерии отнесения денег к электронным: операция может осуществляться с участием и без участия банка; принимаются, как средство платежа другими организациями; многоцелевое платежное средство [7].

Преимущества выпуска электронных денег: 1) снижение затрат, поскольку не требуется средств на распечатку и контроль, как наличных денег; 2) сокращение времени транзакции; 3) мобильность, а это значит, для осуществления транзакции необходим компьютер или телефон с подключением к интернету; 4) отсутствие ошибки человеческого фактора, поскольку не требуется физического пересчета; 5) повышение эффективности платёжной системы; 6) увеличение безопасности расчетов; 7) сокращение комиссии за транзакции; 8) простота регистрации кошелька; 9) доступность платежной системы, которые принимают электронные деньги, а именно 24 часа в сутки; 10) контроль всех трат, а всегда доступна история платежей; 11) отсутствие потери качества вида со временем.

Электронные деньги в 2021 году присутствуют во многих сферах народного хозяйства. В 21-ом веке информационные технологии совершенствуются ежегодно. 20 из 66 известных Центральные банки планируют ввести государственные цифровые активы в ближайшие 5 лет. В период с 2017 по 2021 годы наблюдается стабильный рост платежей, произведенных в электронном виде. В 2018 году в сравнении с 2017 он вырос на 400,4 млн. единиц. То есть на 400,4 миллиона операций с использованием электронных платежей было произведено больше. В 2019 году эта разница увеличилась на 475,2 млн. операций. В 2020 году уже на 504 млн. единиц и в 2021 году, она достигла максимума и составила 1159,5 млн. единиц. В 2022 году продолжается рост количества платежей распоряжения, по которым были переданы в электронном виде клиентами кредиторских организаций и самой кредитной организацией. С помощью электронных платежей можно более удобно практически без затрат перемещать колоссальный объем денежных средств, что делает расчеты с кредитными организациями более удобными [8]. За период с 2017 по 2021 годы объем денежной массы, переданной в электронном виде вырос на 338 165,7 млрд. рублей. В данный временной период наблюдался стабильный рост объема электронных денег. Это говорит о том, что организациям удобно использовать электронные деньги для обеспечения своей деятельности.

Анализ статистических данных по электронным платежам следует проводить в сравнении использования безналичных расчетов в платежах. Обратим внимание на то, что равнять безналичные расчёты и расчеты электронными деньгами нельзя, поскольку при безналичных расчетах обе стороны сделки полностью персонифицированы, то есть известны реквизиты обеих сторон. В 2017 году доля безналичных расчетов среди населения России всего составляла 52,2% от общей массы всех денежных операций населения [9]. Это связано с удобством применения наличных денег, но и с популяризацией электронных кошельков в нашей стране. В основном траты с таких кошельков люди совершали на покупки в интернет магазинах. В 2019 году была запущена Система быстрых платежей, которая быстро стала использоваться клиентами. В 2019 году доля безналичных расчетов составила всего 49,2%. Россияне в 2019 году отдали предпочтение оплатам картами в 36 регионах. Наибольшее количество безналичных расчетов было зарегистрировано в Мурманской области, Коми и Карелии. Использование безналичных платежей в России в 2020 году составляет 54,1%, что на 4,9 процентных пункта выше 2019 года [10]. Вследствие пандемии коронавируса в 2020 году наблюдался значительный рост безналичных форм оплаты товаров и услуг в России. По данным ПАО «Сбербанк» в 2020 году оборот безналичных расчетов увеличился на 2,8 трлн. рублей и достиг отметки 13,4 трлн. рублей [11].

Анализируя статистические данные за первое полугодие 2022 года, имеем, что доля безналичных платежей примерно 77%, количество карты «Мир» выпущено почти 140 миллионов карт, при этом на данную карту приходится 27% всех операций с картами. На сегодня в Системе быстрых платежей участвует двести двенадцать банков, при этом с помощью данной системы осуществляются операции примерно на 15,2 трлн. рублей.

Развитие электронных денег в России является необходимой мерой для прогрессирования денежной системы страны, поскольку общество ценит удобство, быстроту расчетов. Но в условиях быстрого роста уровня инфляции, роста денежной массы, снижения потребления интерес к электронным деньгам снижается, поскольку растут риски, связанные с расчетами из-за отсутствия каких-либо гарантий при исполнении обязательств. В такой ситуации сразу наблюдается рост использования пластиковых карт, банковских переводов [12].

Недостатки электронных денег: 1) не проработанность нормативно-правовой базы использования электронных денег в расчетах; 2) отсутствие регулятора в расчетах; 3) потеря своей значимости без использования технологических инструментов; 4) сложность использования определенными слоями населения (пожилые люди); 5) в случае физической утраты носителя — электронные деньги не восстанавливаются; 6) отсутствие длительной эксплуатации защитных средств от хищения электронных денег; 6) при банкротстве обменной площадки электронные деньги не восстанавливаются [13].

Повсеместное применение электронных денег повлияет на денежную политику, а тем более на банковский надзор со стороны Центрального банка. Этому есть подтверждение того, что электронные деньги способствуют увеличению притока валюты в банковскую сферу. Повсеместная эмиссия электронных денег различными финансовыми институтами и прием электронных денег многими сервисными точками непосредственно приведет к росту использования электронных денег. В результате органы денежно-кредитного регулирования должны быстро научиться реагировать на сложившуюся ситуацию. Также много вопросов остается, а именно: как отслеживать эмиссию и контролировать электронные деньги с целью не допустить отмывания денег [14].

Применение электронных денег повлияет и на эмиссионный доход Центрального банка. Эмиссионный доход является одним из главных источников прибыли Центрального банка. При этом Центральные банки считают, что значительного уменьшения эмиссионного дохода не должно произойти из-за замены наличных денег электронными [15].

Конечно, электронные деньги выполняют функцию накопления, но при этом проценты по ним не начисляются. Электронные деньги позволяют максимально втягивать национальные экономические пространства различных государств в общий мировой глобальный денежный оборот. В результате в мире произойдет усреднение производительности труда, убыстрение скорости доставки товара и услуг, более эффективное использование факторов производства, увеличение капиталоемкости национальных экономик. Электронные деньги упрощают товарно-рыночные от-

ношения как среди населения, так и среди международного бизнес планирования. Они хоть и не имеют физического выражения, но продолжают привлекать инвесторов.

При анализе влияния электронных денег на денежную систему страны необходимо уяснить, будут ли электронные деньги включаться в разрез понятий денежная масса, денежная база, а также представлять собой определённый денежный агрегат. По нашему мнению, поскольку внедрение электронных денег можно рассматривать как полноправный заменитель наличных денег для проведения микроплатежей, то следует их рассматривать на уровне одного и того же денежного агрегата, что и наличные деньги, то есть М0. Следует отметить, что предприниматели давно готовы полноценно внедрять электронные деньги при этом правительство, и регуляторы не готовы полноценно переходить к электронным деньгам и допустить на рынок платежных систем «не банки».

#### Список литературы

1. Огородникова Е.П., Лобанова Е.С. История возникновения денег. Эпоха науки. 2020. № 22. С. 157–162.
2. Арзуманова Л.Л. Понятие и элементы денежной системы: финансово-правовой аспект. Пробелы в российском законодательстве. 2012. № 3. С. 250–256.
3. Про электронные деньги: история появления. 2016. — [Электронный ресурс] — URL: <http://niceforex.ru/2016/03/pro-elektronnye-dengi-istoriya-poyavleniya/> (дата обращения 18.10.2022).
4. Сиёвуш Ю.А. Электронные деньги: эпоха к совершенству. Экономика, Статистика и Информатика. 2013. № 3. С. 6–10.
5. Федеральный закон «О национальной платежной системе» от 27.06.2011 № 161-ФЗ. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_115625](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_115625).
6. Электронные деньги: плюсы и минусы популярных в России электронных платежных систем. 2018. — [Электронный ресурс] — URL: <https://bankstoday.net/last-articles/elektronnye-dengi-plyusy-i-minusy-populyarnyh-v-rossii-elektronnyh-platezhnyh-sistem> (дата обращения 24.10.2022).
7. Пшеничников В.В., Бабкин А.В. Электронные деньги как фактор развития цифровой экономики. Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2017. Том 10. № 1. С. 32–42.
8. Введение в электронные платежные системы. 2003. — [Электронный ресурс] — URL: <https://www.marketing.spb.ru/lib-mm/sales/epay.htm> (дата обращения 27.10.2022).
9. Статистика национальной платежной системы. 2022. — [Электронный ресурс] — URL: <https://cbr.ru/statistics/nps/psrf/> (дата обращения 14.10.2022).
10. Пятин А. Доля безналичных платежей в России достигла исторического максимума. 2021. — [Электронный ресурс] — URL: <https://www.forbes.ru/newsroom/finansy-i-investicii/419841-dolya-beznalichnyh-platezhey-v-rossii-dostigla-istoricheskogo> (дата обращения 22.10.2022).
11. Сбербанк оценил масштабы перехода на безналичные платежи в год пандемии. 2021 — [Электронный ресурс] — URL: <https://www.rbc.ru/finances/29/01/2021/6013b4319a7947262326b784> (дата обращения 25.10.2022).
12. Марамигин М.С., Прокофьева Е.Н., Маркова А.А. Сущность электронных денег, преимущества и недостатки. Вестник Омского университета. Серия «Экономика». 2016. № 1. С. 60–65.
13. Варфоломеева В.А, Иванова Н.А. Исследование вопросов мошенничества с электронными банковскими платежами. Вестник академии права и управления. 2022. № 1 (66). С. 75–79.
14. Кочергин Д.А. Электронные деньги: учебное пособие — М.: ЦИПСИР, 2011. 424 с.
15. Сухарев А. Н. Механизм образования прибыли центральных банков. Банковское дело. 2011. № 23 (455). С. 15–21.

#### References

1. Ogorodnikova E.P., Lobanova E.S. The history of the emergence of money. The era of science. 2020. No. 22. S. 157–162.
2. Arzumanova LL Concept and elements of the monetary system: financial and legal aspect. Gaps in Russian legislation. 2012. № 3. S. 250–256.
3. About electronic money: the history of appearance. 2016. — [Electronic resource] — URL: <http://niceforex.ru/2016/03/pro-elektronnye-dengi-istoriya-poyavleniya/> (accessed 10.18.2022).
4. Siyovush Yu.A. Electronic money: an era to perfection. Economics, Statistics and Informatics. 2013. № 3. S. 6–10.
5. Federal Law «On the National Payment System» dated June 27, 2011. № 161-FZ. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_115625](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_115625).

6. Electronic money: pros and cons of electronic payment systems popular in Russia. 2018. — [Electronic resource] — URL: <https://bankstoday.net/last-articles/elektronnye-dengi-plyusy-i-minusy-populyarnyh-v-rossii-elektronnyh-platezhnyh-sistem> (accessed 24.10.2022).
7. Pshenichnikov V.V., Babkin A.V. Electronic money as a factor in the development of the digital economy. Scientific and technical statements of St. Petersburg State Polytechnical University. Economic sciences. 2017. Volume 10. No. 1. S. 32–42.
8. Introduction to electronic payment systems. 2003. — [Electronic resource] — URL: <https://www.marketing.spb.ru/lib-mm/sales/epay.htm> (accessed 27.10.2022).
9. Statistics of the national payment system. 2022. — [Electronic resource] — URL: <https://cbr.ru/statistics/nps/psrf/> (accessed 10.14.2022).
10. Pyatin A. The share of non-cash payments in Russia has reached a historical maximum. 2021. — [Electronic resource] — URL: <https://www.forbes.ru/newsroom/finansy-i-investicii/419841-dolya-beznalichnyh-platezhey-v-rossii-dostigla-istoricheskogo> (accessed 22.10.2022).
11. Sberbank assessed the scale of the transition to non-cash payments in the year of the pandemic. 2021 — [Electronic resource] — URL: <https://www.rbc.ru/finances/29/01/2021/6013b4319a7947262326b784> (accessed 10.25.2022).
12. Maramygin M.S., Prokofiev E.N., Markova A.A. Essence of electronic money, advantages and disadvantages. Bulletin of Omsk University. Series «Economics». 2016. No. 1. S. 60–65.
13. Varfolomeeva V.A., Ivanova N.A. Study of issues of fraud with electronic bank payments. Bulletin of the Academy of Law and Management. 2022. No. 1 (66). S. 75–79.
14. Kochergin D.A. Electronic money: textbook — M.: TsIPSiR, 2011. 424 p.
15. Sukharev A.N. The mechanism of formation of profits of central banks. Banking. 2011. No. 23 (455). S. 15–21.

## **Алгоритм формирования структуры продающего сайта (на примере разработки лендинга с высокой конверсией для туристического бизнеса)**

**Я. Г. Усенко**

*Директор,*

*[iaroslav.usenko@gmail.com](mailto:iaroslav.usenko@gmail.com)*

*ООО «Туристическая компания “Русские курорты”»,  
Кисловодск, Россия*

**Аннотация:** Статья посвящена вопросам построения эффективной структуры продающего сайта для реализации коммерческих предложений на примере туристической компании с использованием посадочных страниц (лендинга). Основными методами, на которые опирались авторы исследования, выступили: теоретический анализ и синтез, контент-анализ, методы моделирования и проектирования, наблюдения. В работе отражены основные теоретические особенности построения лендинга, обоснованы ключевые возможности его применения как инструмента интернет-маркетинга, описаны преимущества лендинга. Подчеркивается, что ключевым элементом построения лендинга является его структура, обеспечивающая организацию процессов конвертации посетителей страницы в её клиентов. На основе данного фактора производится разработка и апробация структуры продающего сайта-лендинга, описываются внутренние элементы, включаемые в данную структуру. В результате, представленные элементы были интегрированы под структуру продающего сайта, направленного на туристический бизнес. По результатам апробации сформированной модели удалось достичь роста конверсии на 76%.

**Ключевые слова:** лендинг, веб-страница, конверсия, увеличение конверсии, услуги туристической компании, сайт компании.

## **Algorithm for forming the structure of a selling website (by the example of developing landing page with high conversion for tourism business)**

**Ya. G. Usenko**

*Director,*

*[iaroslav.usenko@gmail.com](mailto:iaroslav.usenko@gmail.com)*

*Travel Company «Russkie kurorty», LLC,  
Kislovodsk, Russia*

**Abstract:** The article is devoted to the compilation of the general structure of the selling site for the implementation of proposals for the expansion of a travel company using landing pages (landing pages). the main methods on which the authors of the study relied were: theoretical analysis and synthesis, content analysis, modeling and design methods, observation. The paper reflects the main theoretical features of building a landing page, substantiates the main properties of its Internet marketing tool, and the beneficial advantage of a landing page. It is emphasized that a high assessment of the structure of the landing is its structure, the effective organization of the processes of converting pages of visitors from its clients. Based on this case, the development and testing of the structure of the selling landing site is used, covering the broad elements included in the structure. As a result, the presented elements were integrated into the structure of the selling site aimed at the tourism business. Based on the results of model testing, a growth progress of 76% has been achieved.

**Keywords:** landing page, web page, conversion, conversion extension, travel company services, company website.

**Введение.** В условиях цифровизации бизнеса и перенасыщения рынка электронной коммерции всевозможными предложениями, вопросы организации поиска направлений оптимизации



функционирования компании в векторе максимизации реализуемых возможностей приобретают особую актуальность и значимость. Продажа товаров или услуг компании посредством задействования потенциала сети Интернет строится на необходимости вовлечения широкого числа маркетинговых аспектов деятельности, формирования специализированных коммерческих предложений, обеспечения притока пользователей (новых потребителей), привлечение их внимания к определенным товарам или услугам, а также требует эффективного использования как можно большего числа существующих инструментов их продвижения в общей структуре рынка среди потенциальных конкурентов. Организация деятельности в сети Интернет зачастую строится на базе веб-сервисов (электронных сайтов, страниц в социальных сетях, мессенджерах и др.), включении интернет-магазина и ведения блога компании и её направленности; все эти элементы в том числе становятся потенциальным источником привлечения целевой аудитории, расширения числа потребителей товаров или услуг, продвигаемых компанией на широкие массы.

Одной из главнейших целей организации при формировании стратегии реализации товаров или услуг в сети Интернет становится увеличение конверсии — перевода посетителей веб-страницы в покупателей компании; конверсия является показателем, отражающим долю обратившихся на сайт компании пользователей, осуществивших в последующем целевое действие, являющееся ключевым для компании. Как правило, под целевым действием понимается оставление покупки товара/услуги, оставление заявки на сайте, обращение по телефону, E-mail или через мессенджер. Таким образом, вопросы повышения конверсии веб-страницы неразрывно связаны с ключевыми целями деятельности компании, поскольку обеспечивают приток «полезных» пользователей и становятся ключевым стимулом для развития бизнеса.

**Постановка проблемы.** Цифровизация бизнеса ровно, как и современные тенденции развития рынка электронной коммерции, диктует высокую актуальность и значимость переориентации компании или как минимум осуществления процессов диверсификации деятельности в отношении цифровых потребителей (освоение новых рынков сбыта). Коммерческая веб-страница в сети Интернет (сайт компании, нацеленный на обеспечение продаж) становится главным элементом построения функционирования, обеспечивает большую часть выручки, полученной посредством задействования цифровых способов взаимодействия с клиентом, а также позволяет преодолеть ряд барьеров, возникающих перед компанией в традиционных условиях функционирования. Тем не менее наиболее распространенной проблемой в практике автора является неучет со стороны руководителей компаний малого и среднего бизнеса (в процессе перевода бизнеса в цифровую онлайн-среду) ряда основополагающих элементов функционирования в новой среде. Так, веб-страница сайта, размещенная в открытом сетевом доступе, требует при стремлении к обеспечению притока новых клиентов и пользователей, формирования не только стратегий продвижения самой страницы (организация SEO оптимизации, использование SERM подходов, контекстная реклама и др.), но и обеспечения повышения доли пользователей, посетивших страницу и выполнивших целевое действие (приобретение товара или услуги, оставленная заявка, контактные данные и др.). В этом вопросе, проблемный характер приобретают аспекты:

- обеспечения формирования адекватной структуры продающего сайта и внутренней наполняемости;
- обоснования выбранного метода создания продающей коммерческой веб-страницы;
- повышения показателя конверсии.

Разрешение представленных проблем становится центральными задачами данного исследования; в этом вопросе, мы опираемся на ряд научных методов: теоретический анализ и синтез, сравнение, обобщение, абстрагирование, контент-анализ, проектирование и моделирование, наблюдение. Материалами к исследованию выступили открытые данные различных авторов, статистическая информация и личный опыт автора в области продвижения компании, увеличения показателя конверсии и достижения поставленных целей функционирования за счет формирования эффективной структуры продающего сайта, строящегося на основополагающих принципах продвижения. С этой позиции нами предполагается, что разработка продающего лендинга может обеспечить увеличение показателя конверсии, что непосредственно сказывается на результативности деятельности компании. Автором предполагается, что для продвижения услуг туристического

тической компании концепция лендинг страниц является одним из наиболее значимых способов достижения установленных целевых действий на странице.

**Цель исследования** — разработать и обосновать структуру продающего коммерческого сайта на основе применения лендинга, а также произвести её апробацию на примере продвижения услуг туристической компании.

В качестве предполагаемого результата исследования нами закладывается положение о том, что оформление эффективной структуры лендинга в сравнение с традиционным сайтом компании обеспечит повышение показателя конверсии, как ключевого показателя, отражающего эффективность посещения страницы.

**Результаты и их обсуждение.** Лендинг (landing page) является одним из инструментов интернет-маркетинга, нацеленных на увеличение показателей продаж компании. Страницы, размещенные в сети Интернет с использованием лендинга имеют особую концепцию, обеспечивающую новый уровень взаимодействия с пользователем за счет концентрации внимания и фокусированию потенциального клиента на приобретении услуг компании [5].

Несмотря на общую популярность использования лендинг страниц в современном интернет-маркетинге, начало активной исследовательской практики в области изучения данных вопросов отечественными авторами датируется 2014 годом (первое упоминание ключевого слова «лендинг»), когда впервые были опубликованы научные статьи, индексируемые в базах данных ВАК и РИНЦ. Однако по ключевому запросу «Landing page» можно встретить и более ранние англоязычные публикации. Результаты проведенного контент-анализа отражают устойчивые тенденции к увеличению числа научных статей с упоминанием ключевого слова «лендинг», что отражено в динамике на рисунке 1:

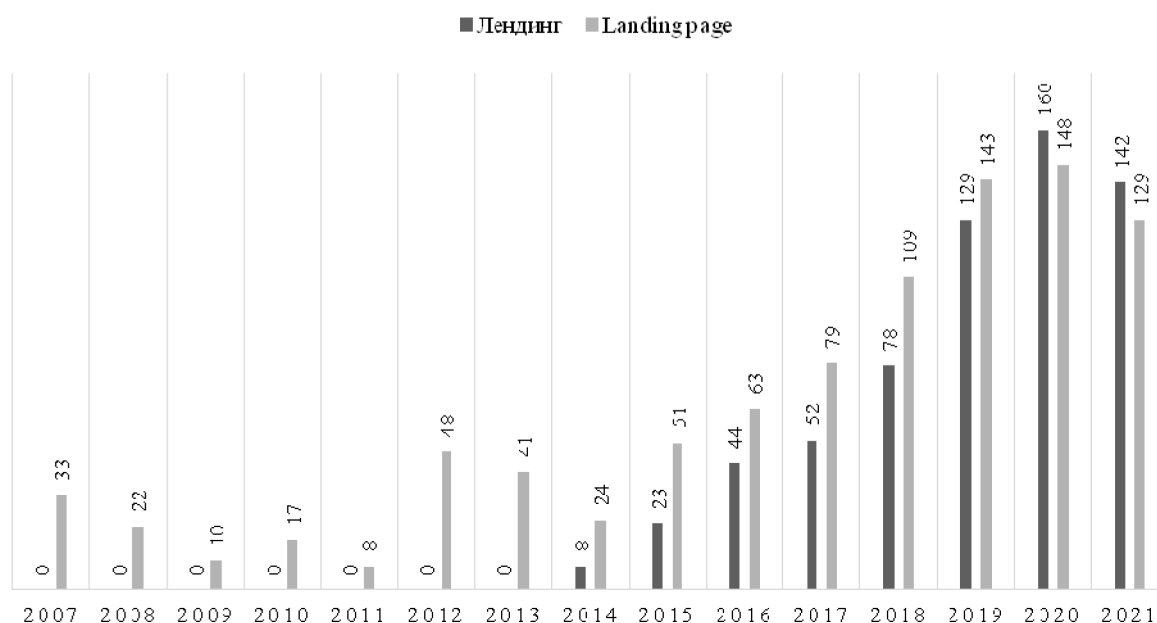


Рис. 1. Количество научных исследований, индексируемых в базах данных ВАК и РИНЦ с употреблением ключевых слов «Лендинг» и «Landing page» по данным elibrary.ru

Данные на рисунке 1 показывают, что отечественная концепция использования лендингов берет свое первостепенное научное развитие начиная с 2014 года, когда выходят первые исследования с упоминанием данного понятия. Несмотря на снижение публикационной активности в 2021 году, актуальность заявленной темы исследования остается все еще высокой.

В вопросах применения лендинга в деятельности компании стоит обратиться к мнению В.Г. Пахлебухиной и К.А. Высоцкой, которые считают, что ключевым преимуществом использования лендинга является сам принцип посадочной страницы, стимулирующий потенциального потребителя к активному действию [7]. На практике это выражается в том, что лендинг обеспечивает

демонстрацию не спектра услуг или продуктов компаний, а конкретного предложения, специально сформированного для клиента; в случае удержания заинтересованности пользователя страницы, он выполняет целевое действие, тем самым становясь лидом — потенциальным клиентом для компании, с которым ко всему прочему имеются налаженные пути взаимодействия (оставленные контактные данные и др.). Т.Б. Чешева, Ю.С. Черний, Т.А. Муфасаорва и М.Г. Нечаев считают, что лендинг, в котором учтены стилеобразующие элементы, позволяет эффективно продвигать деятельность или продукт компании за счет донесения значимой для клиента информации [9]. Это показывает, что дизайн страницы, наличие ярко представленных заголовков и многих других становится одним из элементов обеспечения увеличения показателя «конверсия». С точки зрения организации деятельности туристической компании по мнению А.А. Лимпинской лендинг является одним из наиболее бюджетных способов расширения клиентской базы, строящихся на привлечении потенциальных клиентов за счет сбора контактной информации и формирования клиентской базы, с которой компания осуществляет последующее взаимодействие [6]. Таким образом, вышепредставленные и многие другие авторы склонны считать лендинг одним из наиболее эффективных современных инструментов интернет-маркетинга, обеспечивающих приток клиентов по конкретным узконаправленным предложениям и заявкам.

Сама концепция посадочной страницы строится таким образом, что клиент, при переходе на сайт компании, попадает на «непрерывную» страницу, на которой отсутствуют традиционные переходные вкладки; суть данной страницы заключается в том, что пользователь использует принцип «новостной ленты» и листает страницу в поиске необходимого предложения/информации о нем [1]. В связи с этим структура лендинга должна выстраиваться таким образом, чтобы обеспечивать привлекательность для потенциального клиента, стимулировать совершение целевых действий, фокусировать внимание на важном для компании [11]. Стоит подчеркнуть, что сегодня дополнительным стимулирующим фактором использования лендинга, ко всему прочему, является его эффективная сочетаемость с возможностями использования мобильных устройств (смарт-фонов), частота использования которых при организации покупок в сети в последние периоды значительно расширилась.

Анализ публикаций и исследований различных авторов позволяет выделить следующие преимущества использования лендинга (рис.2):

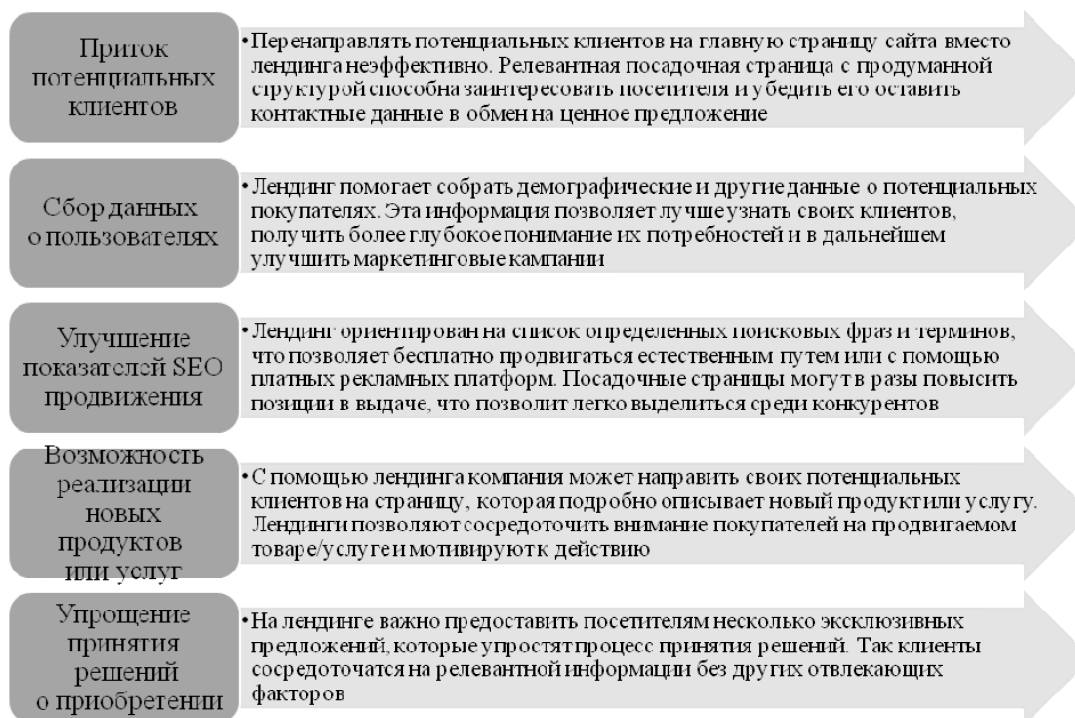


Рис. 2. Основные преимущества использования лендинга [4, 8, 10]

Рисунок 2 подтверждает высокую актуальность использования лендинга в качестве одного из инструментов интернет-маркетинга по организации продаж товаров или услуг. При этом, ключевым элементом построения лендинга является его структура, обеспечивающая организацию процессов конвертации посетителей страницы в её клиентов. Процесс разработки структуры лендинга строится на ряде принципов:

- максимизация позитивных аспектов размещения информации на странице с превращением информации в потенциал получения прибыли;
- оптимизация затрат на организацию лендинга;
- обеспечение эффективной структуры, учитывающей принципы концентрации внимания на предложении, оснащения полем для сбора контактной информации, эффективного перенаправления и увеличения конверсии.

Опираясь на данные принципы нами сформирован следующий алгоритм построения структуры лендинга под потребности компании, представленный на рисунке 3:

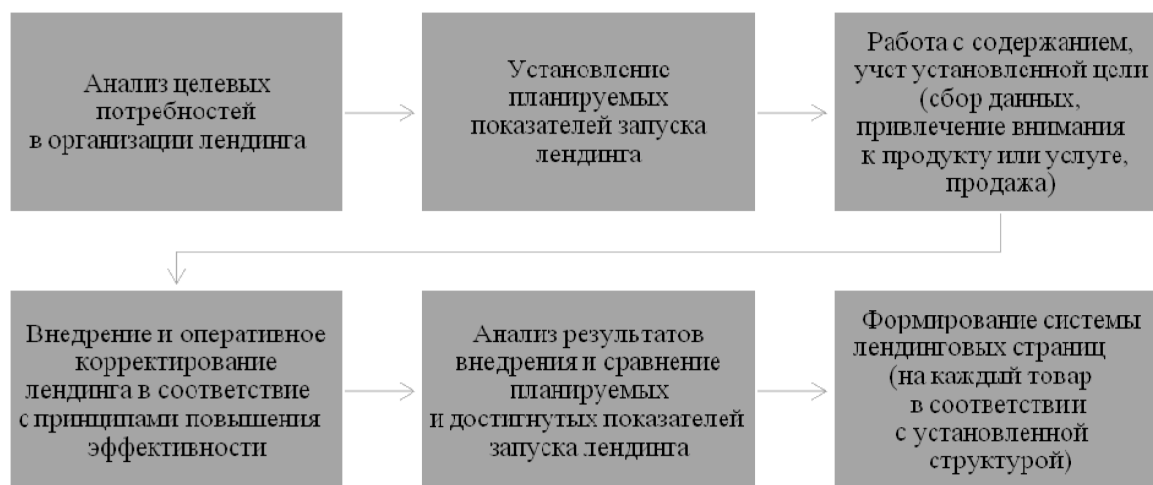


Рис. 3. Алгоритм формирования структуры лендинга

Представленные на рисунке 3 данные показывают, что формирование лендинга предполагает реализацию ряда этапов:

1. Анализ целевых потребностей в организации лендинга. Представляет собой планирование деятельности по формированию лендинга компании, учет положительных и отрицательных аспектов использования, проектирование и планирование деятельности по использованию лендинга, проработку основной концепции, сравнение с другими инструментами интернет-маркетинга [2].

2. Установление планируемых показателей запуска лендинга. Предполагает формирование системы качественных и количественных целевых критериев, направленных на запуск лендинга и обеспечение определенных целевых ориентаций. Иначе говоря, в ходе данного этапа формирования лендинга компания устанавливает цели и задачи, планирует результаты их достижения и прогнозирует основные элементы данной деятельности [3].

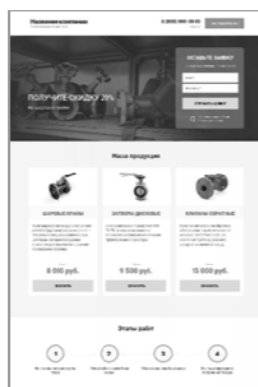
3. Работа с содержанием, учет установленной цели (сбор данных, привлечение внимания к продукту или услуге, продажа). Содержание неразрывно связано с целевыми показателями деятельности субъекта предпринимательства. Таким образом, компании необходимо учитывать поставленные цели и задачи по организации лендинга и опираясь на них формировать необходимые пути достижения, прорабатывать структуру содержания, уточнять общую концепцию лендинга и так далее [9].

4. Внедрение и оперативное корректирование лендинга в соответствии с принципами повышения эффективности. В ходе данного этапа ранее спроектированное содержание (компоненты лендинг-страницы) реализуется и вводится в качестве инструмента повышения конверсии. В ходе данного этапа могут выявляться точки неэффективности; в таком случае компания осуществляет оперативную работу с ними и производит общее корректирование на протяжении всего пути запуска.

5. Анализ результатов внедрения и сравнение планируемых и достигнутых показателей запуска лендинга. В ходе данного этапа, по прошествии определенного временного интервала, компания рассматривает общую эффективность реализованных мероприятий и тем самым отслеживает целесообразность применения данного маркетингового инструмента.

6. Формирование системы лендинговых страниц (на каждый товар в соответствии с установленной структурой). Предполагает разработку лендинга на каждое предложение компании, что обеспечит максимальные возможности по продвижению товаров или услуг.

Опираясь на представленные пункты авторского алгоритма, а также на практический опыт автора, необходимо предложить следующую структуру лендинга, ориентированную на увеличение показателя конверсии (рис. 4):



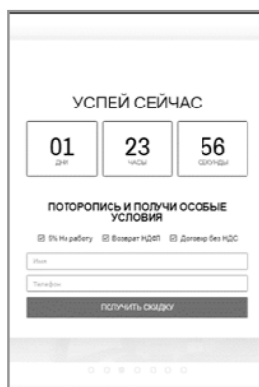
#### Первый экран:

- Заголовок и подзаголовок
- Внутренние элементы
- Использование логотипа бренда
- Внедрение формы заказа
- Изображение товара
- Торговое предложение
- Включение слайдера (слайд-шоу)
- Схематичное перечисление выгод
- Использование стикеров



#### Тело лендинга:

- Блок о продукте/услуге
- Блок с подробными преимуществами
- Сценарии использования
- Описание целевой аудитории
- Тарифы и цены
- Призыв к действию
- Форма заявки
- Отзывы, видео
- Партнеры компании
- Ответы на основные вопросы
- Контактные данные



#### Использование специализированных элементов:

- Сертификаты
- Счетчик обратной связи
- Факты в цифрах
- Всплывающие окна
- Кнопки социальных сетей
- Внедрение футера - последней страницы с контактами

Рис. 4. Структура продающего лендинга

Обращаясь к рисунку 4, необходимо заметить, что ключевыми принципами формирования эффективной структуры продающего лендинга становится:

- создание «цепляющего» первого экрана, который зафиксирует внимание пользователя и одновременно с этим продемонстрирует итоговое предложение (выполнение целевого действия: заполнение контактов, формы заказа, соглашение с торговым предложением и т. п.);
- разработка структуры тела лендинга, подробно раскрывающего суть предложения и сопровождающегося всевозможными перечисленными на рис. 4 элементами. При этом, рекомендуется сопровождать тело лендинга дополнительными специализированными элементами;
- внедрение специализированных элементов. Данные элементы являются фактором стимулирования выполнения целевого действия со стороны потребителя, фокусирования его внимания на предложении и его акционно-рекламной составляющей.

Кроме того, важно также учитывать, что на каждое предложение компании должна формироваться собственная лендинг-страница, поскольку это обеспечит максимальные возможности по продвижению товаров или услуг.

Так, опираясь на представленную концепцию необходимо обосновать возможные пути обеспечения конверсии лендинг-страницы туристической компании. Данные процессы выражаются посредством следующих основ:

1. Выбор SEO-оптимизированного заголовка, сформированного под сезонный спрос на услугу туристической компании (определенное направление, популярное в текущий сезон).

2. Использование на первой странице слайдера с наиболее яркими фотографиями с предлагаемого туристического направления с внедрением колонки для обмена контактными данными с компанией для предоставления услуг и обеспечения связи с представителем.

3. Сравнение предложенного туристического направления с другими: презентация преимуществ и выражение премиального характера на фоне других услуг туристической компании, учет специфических особенностей подачи коммерческого предложения.

4. Внедрение логотипа бренда на «шапке» лендинга, что обеспечит узнаваемость бренда при активном продвижении.

5. Подробное продающее наполнение «тела» лендинга за счет его снабжения такими элементами, как:

- подробное описание предлагаемой услуги туристической компании;
- развитие преимуществ предложения для пользователя страницы;
- раскрытие целевой направленности продвигаемой услуги туристической компании;
- внедрение калькуляции стоимости и бронирования туров/ др. элементов обеспечения реализации туристической услуги;
- дополнительное повторное размещение формы заявки для связи с туристической компанией;
- внедрение блока отзывов и видео от других потребителей данной услуги;
- включение блока ответа на вопросы и дополнительное размещение контактных данных, ссылок на социальные сети.

Данная структура лендинг-страницы была апробирована на базе туристической компании «Х» (наименование компании скрыто вследствие содержания коммерческой тайны) с целью продвижения горячего тура в летний период. По результатам использования можно определить, что в сравнение с аналогичным периодом 2021 года (когда использовалась «традиционная» структура веб-страницы компании) удалось достичь следующих показателей:

- увеличение показателя конверсии по сбору данных клиентов до 12,91% (против 7,34%);
- дополнительный приток трафика примерно на 30% за счет SEO-оптимизации страницы — увеличение числа посещений страницы;
- расширение числа отзывов за счет открытой формы их публикации через предложение для компании (новые отзывы в числе 18–25, приходящихся на 1 услугу, продвигающуюся по принципу лендинга).

В результате, по ключевому показателю — увеличению конверсии — удалось достичь изменения, достигающего в относительных значениях роста на 76% в сравнение с аналогичным периодом прошлого года при одновременном расширении числа посетителей примерно на 1/3. Это показывает высокую эффективность и практическую значимость представленной структуры лендинг-страницы для туристической компании.

### **Заключение**

Таким образом, по результатам проведенного исследования можно сделать ряд следующих выводов:

- на современном этапе использование лендингов становится одним из способов эффективного увеличения конверсии компании за счет фокусирования внимания пользователя на конкретном предложении и выполнении целевого действия;
- одной из проблем формирования продающего лендинга является обеспечение оптимальной структуры — в этом вопросе особую эффективность приобретает лендинг, учитывающий принципы построения главной страницы, тела лендинга и внедрение специализированных элементов;
- по результатам апробации лендинга и сравнения данных элементов с традиционной структурой информационного сайта с коммерческим предложением было выявлено, что лендинг позволяет обеспечить приток новых пользователей (примерно на 30%) и рост показателя конверсии на предоставление контактных данных до 2,07% (на 76% относительно аналогичного периода прошлого года).

Все это показывает высокий потенциал использования лендинга в векторе повышения показателя конверсии при организации деятельности туристической компании по продвижению собственных услуг. Перспективы дальнейших исследований автора связаны с детализацией подходов к формированию лендинга и построением особых моделей достижения эффекта синергии за счет интеграции преимуществ использования лендинга с прочими элементами и маркетинговыми инструментами.

### **Список литературы**

1. Вахрушева, Л.С. Интернет маркетинг: особенности Landing Page / Л.С. Вахрушева, А.М. Патрусова. Труды Братского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2020. Т. 1. С. 118–120.
2. Ващенко, Т.Н. Как «не слить» рекламный бюджет в Интернет: ошибки, которых можно избежать на старте / Т. Н. Ващенко. Директор по маркетингу и сбыту. 2020. № 2. С. 18–23.
3. Володин, Р.С. Использование комплексного интернет-маркетинга для повышения конкурентоспособности компании / Р.С. Володин. Маркетинг в России и за рубежом. 2020. № 3. С. 85–91.
4. Данилова, С.В. Лендинг как эффективный инструмент интернет-маркетинга / С.В. Данилова, Е.С. Евстафьева. Вестник Ивановского государственного университета. Серия: Экономика. 2019. № 3(41). С. 61–63.
5. Засухина, А.П. Как использовать лендинг для привлечения клиентов в сфере профессиональных услуг? / А.П. Засухина. Интернет-маркетинг. 2014. № 6. С. 346–352.
6. Лимпинская, А.А. Малобюджетные способы формирования клиентской базы турагентства / А.А. Лимпинская. Курорты. Сервис. Туризм. 2018. № 2(39). С. 14–22.
7. Пахлебухина, В.Г. Разработка эффективного веб-контента / В.Г. Пахлебухина, К.А. Высоцкая. Аллея науки. 2018. Т. 7. № 11(27). С. 911–914.
8. Родина, А.А. Этапы разработки высоко конверсионной посадочной страницы / А.А. Родина. Матрица научного познания. 2021. № 6-1. С. 220–223.
9. Стилеобразующие элементы графики лендинга стартапа / Т.Б. Чешева, Ю.С. Черный, Т.А. Муфасалова, М.Г. Нечаев. Творчество и современность. 2021. № 2(15). С. 29–35. DOI 10.37909/2542-1352-2021-2004.
10. Шадрина, Л. Ю. Клиентоориентированность Landing Page и вопросы применения моделей маркетинга на практике / Л.Ю. Шадрина, И.А. Соболева. Экономика и предпринимательство. — 2020. № 12(125). С. 771–776. — DOI 10.34925/EIP.2021.125.12.154.
11. Юрченко, Н. В. Эффективность использования инструмента «landing page» в коммерческой организации / Н. В. Юрченко. PR и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект. 2021. № 24. С. 153–160.

### References

1. Vahrusheva, L.S. Internet marketing: osobennosti Landing Page / L.S. Vahrusheva, A.M. Patrusova. Trudy Bratskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija: Jekonomika i upravlenie. 2020. T. 1. S. 118–120.
2. Vashhenko, T.N. Kak «ne slit» reklamnyj bjudzhet v Internet: oshibki, kotoryh mozžno izbezhat' na starte / T.N. Vashhenko. Direktor po marketingu i sbytu. 2020. № 2. S. 18–23.
3. Volodin, R.S. Ispol'zovanie kompleksnogo internet-marketinga dlja povyshenija konkurentosposobnosti kompanii / R.S. Volodin. Marketing v Rossii i za rubezhom. 2020. № 3. S. 85–91.
4. Danilova, S.V. Ljending kak jeffektivnyj instrument internet-marketinga / S.V. Danilova, E.S. Evstaf'eva. Vestnik Ivanovskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija: Jekonomika. 2019. № 3(41). S. 61–63.
5. Zasuhina, A.P. Kak ispol'zovat' landing dlja privlechenija klientov v sfere professional'nyh uslug? / A.P. Zasuhina. Internet-marketing. 2014. № 6. S. 346–352.
6. Limpinskaja, A.A. Malobjudzhetnye sposoby formirovanija klientskoj bazy turagentstva / A.A. Limpinskaja. Kurorty. Servis. Turizm. 2018. № 2(39). S. 14–22.
7. Pahlebuhina, V.G. Razrabotka jeffektivnogo veb-kontenta / V.G. Pahlebuhina, K.A. Vysockaja. Alleja nauki. 2018. T. 7. № 11(27). S. 911–914.
8. Rodina, A.A. Jetapy razrabotki vysoko konverzionnoj posadochnoj stranicy / A.A. Rodina. Matrica nauchnogo poznanija. 2021. № 6-1. S. 220–223.
9. Stileobrazujushhie jelementy grafiki landinga startapa / T.B. Chesheva, Ju.S. Chernij, T. A. Mufasalova, M.G. Nechaev. Tvorchestvo i sovremennost'. 2021. № 2 (15). S. 29–35. — DOI 10.37909/2542-1352-2021-2004.
10. Shadrina, L.Ju. Klientoorientirovannost' Landing Page i voprosy primenenija modelej marketinga na praktike / L.Ju. Shadrina, I.A. Soboleva. Jekonomika i predprinimatel'stvo. 2020. № 12(125). S. 771–776. — DOI 10.34925/EIP.2021.125.12.154.
11. Jurchenko, N.V. Jefferektivnost' ispol'zovanija instrumenta «landing page» v kommercheskoj organizacii / N.V. Jurchenko. PR i reklama v izmenjajushhemsja mire: regional'nyj aspekt. 2021. № 24. S. 153–160.



# Финансово-кредитные инструменты повышения качества экономического роста / Financial and credit instruments of improvement the quality of economic growth

*Оригинальные статьи / Original articles*

<https://doi.org/10.24182/2073-9885-2022-15-4-25-29>



## Значимость денег в системе экономических отношений

**В. А. Варфоломеева**

*Кандидат экономических наук, доцент,  
[varfvera@yandex.ru](mailto:varfvera@yandex.ru)*

*Санкт-Петербургский государственный университет  
аэрокосмического приборостроения,  
Санкт-Петербург, Россия*

**А. В. Грибанов**

*Кандидат экономических наук, доцент  
Санкт-Петербургский государственный университет  
аэрокосмического приборостроения,  
Санкт-Петербург, Россия*

**Аннотация:** Анализ развития денежных теорий указывает на значимость денег в системе экономических отношений. В статье определены: роль, качества, функции денег. Автор упоминает про постепенное развитие цифрового рубля. В заключении автором указывается, что деньги являются воплощением экономической мощи государства и предназначены для его поддержания.

**Ключевые слова:** деньги, денежные средства, качества денег, роль денег, цифровой рубль, электронный кошелек.

## The Importance of Money in the System of Economic Relations

**V. A. Varfolomeeva**

*Cand. Sci. (Econ.),  
[varfvera@yandex.ru](mailto:varfvera@yandex.ru)*

*Saint-Petersburg State University of Aerospace Instrumentation,  
Saint-Petersburg, Russia*

**A. V. Gribanov**

*Cand. Sci. (Econ.)  
Saint-Petersburg State University of Aerospace Instrumentation,  
Saint-Petersburg, Russia*

**Abstract:** Analysis of the development of monetary theories indicates the importance of money in the system of economic relations. The article defines: the role, qualities, functions of money. The author mentions the gradual development of the digital ruble. In conclusion, the author points out that money is the embodiment of the economic power of the state and is intended to maintain it.

**Keywords:** money, cash, qualities of money, the role of money, digital ruble, electronic wallet.

Деньги — это необходимость для сегодняшнего современного общества, для любых предприятий, в целом для экономики, для политики, для государства и, конечно же, для каждого из нас. Хорошо функционирующая денежная система позволяет эффективно использовать имеющиеся производственные мощности и человеческий потенциал, помогает обеспечить полную занятость, предотвращает инфляцию и тем самым подавляет рост социальной напряженности [1]. С переходом к рыночной экономике значение денег возросло. С каждым днем сфера применения денег расширяется, усиливается заинтересованность работников и собственников в результатах своей деятельности на предприятиях, повышается эффективность производства и экономического использования имущества и ресурсов. От получения доходов и их правильного использования зависит удовлетворение социальных и иных потребностей. [2].

До появления денег имел место быть натуральный обмен товарами в зависимости от нужности. Бартер был случайным, и для обмена не было единой равноценной единицы. С возникновением денег бартер превратился в операцию купли-продажи [3]. Первые чеканные монеты появились в 7-ом веке до н.э. в Лидийском царстве. Впервые купюры были созданы в Китае в 10-ом веке, а в Россию они пришли только в 18-ом веке [4]. В прежние времена деньги имели определенную ценность, как правило, дорогой металл (золото или серебро) обеспечивал их надежность [5]. В дальнейшем денежная эволюция привела к возникновению бумажных, кредитных денег, а на сегодняшний день к появлению электронных денег. Несмотря на то, что эволюционный путь был длинным, формы и виды денег существенно изменились, суть денег осталась прежняя, это безусловный эквивалент стоимости. Стоимость бумажных денег контролирует Центральный банк России. Обеспечение денег является гарантией того, что они могут выполнять свои прямые функции, являясь средством платежа и средством обмена [6]. В СССР на банкнотах было написано, что денежные знаки обеспечены золотом, драгоценными металлами государства. На наших рублях РФ запись об обеспечении исчезла. Следует понимать, что вопрос доверия к деньгам является базовым. И здесь возникает понятие «фиатные (фидуциарные) деньги», которые не обеспечены золотом или же другими драгоценными металлами, но их номинальная стоимость устанавливается и гарантируется исключительно государством. Это означает, что 100 рублей не равняется определенному слитку золота. На сегодня фиат представлен преимущественно безналичными деньгами, ценность фиата высока только, когда есть сильное доверие к институтам власти, фиат не является дефицитным платежным средством, ведь государство при необходимости может осуществлять новый выпуск. Вникая в суть денег, в современном мире мы все чаще понимаем, что это не просто бумажные или электронные деньги, а средство для установления экономических связей между государствами и отношений между людьми. Деньги могут быть, как монетами или банкнотами, так и безналичными, записанными на магнитных носителях, практически сведены к набору цифр, к виртуальной реальности.

Эволюция сформировала следующие необходимые качества денег:

- общая приемлемость: материал, из которого изготовлены деньги, должен быть в целом приемлемым для их использования [7];
- портативность: удовлетворительный денежный материал должен иметь высокую стоимость при малом весе;
- узнаваемость: материал, используемый в качестве денег, должен быть легко узнаваемым;
- долговечность: материал, используемый в качестве денег, не должен портиться [8];
- делимость: материал должен легко делиться без потери стоимости;
- однородность: все монеты из используемого материала должны быть одного качества;
- пластичность: материал должен легко переформировываться.;
- стабильность стоимости: товары, которые подвержены резким изменениям спроса и предложения, непригодны для денег. Ведь ценность денег, как и любой другой вещи, определяется их спросом и предложением. Если в спросе и предложении на товар происходят резкие изменения, то его стоимость вряд ли будет стабильной. Поскольку деньги используются в качестве средства сбережения и стандарта отсроченных платежей, они не могут хорошо выполнять эти две функции, если нет стабильности соотношения цены и качества. Если деньги будут продолжать терять стабильность стоимости, они не будут приняты в качестве средства обращения.

Деньги следует определять, как свободное и безусловное принимаемое средство для оплаты товаров и услуг, с помощью которого можно измерить их стоимость. С экономической точки зрения деньги — это тот показатель, которым мы оцениваем успешность наших инвестиций, идей, прибыльность предприятий. С юридической точки зрения, деньги выпускаются только государством и регулируются государственными законами. Деньги хоть и возникли в результате необходимости обмена товарами, но требуют государственного постановления об их признании законным платежным средством. Следовательно, изучая значимость денег, важно принимать во внимание и экономическую, и юридическую точки зрения, поскольку деньги представляют собой социальный институт.

В современном обществе деньги определяют социальный статус человека, как правило, люди при деньгах обладают влиянием и властью. Считается, что деньги служат цели только тогда, когда в этом участвуют те, кто использует все возможности денег. Поскольку люди применяют их в процессах купли и продаже, как средство накопления, как мера цены товаров, поэтому теоретически — всё, что выполняет данные функции, можно считать деньгами. По нашему мнению, заслуживают внимание следующие функции денег:

- универсальное средство платежа, то есть на определённой территории везде принимается одно и то же платежное средство;
- средство накопления и сбережения, то есть средство обмена должно обладать устойчивой стоимостью во времени;
- измерение стоимости товаров и услуг, то есть при отсутствии общепризнанных средств обмена пришлось бы цену одного товара указывать в единицах другого.

Роль денег определяется скоростью их обращения: чем быстрее скорость, тем ниже спрос. Хочется отметить, что определяющим фактором является показатель совокупного спроса на валюту. В РФ спрос на валюту превышает спрос на рубли, и на поверхности актуальность задачи стимулирования рублевого спроса. Спрос на деньги очень зависит от применения современных финансовых и банковских технологий, от качества обслуживания в банках, бесперебойной слаженной работы системы платежей и расчетов. В результате роль денег заключается в том, что они являются формой накопления и формой богатства, нужны для обмена и посредничества, являются измерителем полезности человека и мотивация трудовой деятельности и регулятором экономики посредством денежно-кредитной политики, способствуют обеспечению обороны и функционированию армии [9,10,11].

Уже легко представить себе ситуацию, когда люди расплачиваются за товары или услуги из своих электронных кошельков. Трансформация денежной системы может привести к тому, что коммерческие банки отойдут на второй план или даже исчезнут. Переход от наличных к электронным деньгам кажется логичным в связи с растущей цифровизацией всех сфер общественной деятельности. Скорее всего, это будет постепенный процесс, ведь людям нужно привыкнуть к новой электронной валюте, а банкам спокойно внедрить системы для проведения операций с использованием этих денег. Электронные деньги привязаны к традиционным деньгам, к которым организован удаленный доступ. Средства в электронных кошельках ничем не отличаются от средств на карточке. Но равнять безналичные расчёты и расчеты электронными деньгами нельзя, поскольку при безналичных расчетах обе стороны сделки полностью персонифицированы. В марте 2019 года Российскими властями введён запрет на снятие наличных денежных средств с анонимных электронных кошельков.

В свою очередь, цифровые деньги представляют собой зашифрованный математический код и основаны на технологии блокчейн [12]. Такие денежные средства эмитируются из разных источников, гарантом является совокупность юридических и физических лиц, которые поддерживают стоимость этих денег. На сегодня цифровые деньги не могут выполнять функции денег, поскольку не принимаются в качестве средства измерения стоимости, не являются средством платежа и не используются как средства накопления и сбережения. Отметим, что Центральный банк топчется, видя конкуренцию со стороны криптовалютного сектора, ввести цифровой рубль [13]. Планируется данную концепцию цифровых денег реализовать в России через 3–4 года. Цифровой рубль основан на технологии блокчейн [14]. Центробанк обещает, что новые цифровые день-

ги можно будет использовать в местности, где нет интернета и мобильной связи. Конечно ЦБ надеется, что по мере того как цифровые рубли будут вытеснять обычные наличные деньги, денежное обращение станет более контролируемым и прослеживаемым. Отследить, однако, получится не только банкам, но и мошенникам, налоговым службам и прочим заинтересованным лицам и организациям.

Таким образом, многоцелевое использование денег в государстве дает возможность развиваться в самых разных направлениях. Современное общество поглощено деньгами, и главные функции денег помогают в развитии экономики и государства в целом. Экономическая роль денег заключается в сохранении большого количества ресурсов, которые теряются при обмене товаров. Ценность денег заключается в их способности решать политические и экономические проблемы, управленческие и социальные, а также криминальные и военные. Роль денег, которая существенно отличается от товарного производства, заключается в превращении их в денежный капитал. Деньги могут либо стимулировать, либо тормозить научно-технический прогресс, ведь инновации полностью зависят от финансирования и инвестирования [15].

Значимость денег в системе экономических отношений заключается в контроле цены, количества и качества товаров. Деньги являются воплощением экономической мощи государства и предназначены для его поддержания. Без количественного определения стоимости в цене товара невозможно нормальное рыночное хозяйство и эквивалентная товарная связь между товаропроизводителями. Деньги — это важнейший компонент рыночной экономики, без которой она не может существовать. Государство может полноценно существовать только тогда, когда оно само управляет деньгами. Благодаря существованию денег происходит оборот товаров. Деньги помогают производителям и потребителям тратить свои ресурсы с определенной степенью рациональности. Это также дает им свободу выбора в отношении производства и потребления. Деньги способствуют достижению высокого уровня производства и занятости, а также широкого распределения благ в любой момент времени. Верно то, что наличие таких факторов само по себе не гарантирует экономического благополучия, но их отсутствие затрудняет достижение поставленных целей. Денежная система постоянно эволюционирует и трансформируется. И какими будут деньги в будущем, и как изменится наша жизнь — трудно предположить.

#### Список литературы

1. Завгородняя Т.В., Завадская В.В. Проблемы развития и особенности денежного обращения. — Омск, 2016. 115 с.
2. Арзуманова Л.Л. Понятие и элементы денежной системы: финансово-правовой аспект. Пробелы в российском законодательстве. 2012. №3. С. 250—256.
3. Ипатова, А. В. Деньги: история денег, деньги и человек, путь к финансовому успеху. Санкт-Петербург: Нестор-История, 2016. С. 175.
4. Огородникова Е.П., Лобанова Е.С. История возникновения денег. Эпоха науки. 2020. № 22. С. 157—162.
5. Владимирова М.П., Козлов А.И. Деньги, кредит, банки. — М.: КНОРУС, 2006. 288 с.
6. Смирнова И.Ф. Экономико-правовая природа и функции денег. Роль денег в возникновении платежных систем. Грамота, 2012. № 9 (23) 2012, часть 2 — [Электронный ресурс] — URL: <https://www.gramota.net> (дата обращения: 07.11.2022).
7. Галяутдинов Р.Р. Деньги: понятие и роль в экономике, виды и функции, история. Сайт преподавателя экономики. 2020. — [Электронный ресурс] — URL: <http://galyautdinov.ru/post/dengi-istoriya-vidy-funkcii> (дата обращения: 07.11.2022).
8. Варфоломеева В.А., Иванова Н.А. Бизина О.А. Роль и значение денег в современной экономике. Актуальные проблемы экономики и управления. 2021. № 2(30). С. 3—7.
9. Егоров Д.Г., Егорова А.В. К вопросу об определении понятия «деньги». Финансы и кредит . 2006. № 5 (209). С. 14—1.
10. Лаврушин О.И. Деньги, кредит, банки. — М.: КНОРУС, 2010. С. 320.
11. Коновалова И.А., Муртузалиева В.М. Значение денег в жизни людей. Вестник магистратуры. 2016. № 4(55). Т. II. С. 8—9.
12. Абрамов А., Звездин А. Цифровой рубль в 2022 году в России [Электронный ресурс] — URL: <https://www.kp.ru/money/lichnye-finansy/tsifrovoj-rubl/> (дата обращения: 07.11.2022).

13. Башкиров С. Цифровой рубль: зачем он запускается и как будет работать. 2022. [Электронный ресурс] – URL: <https://trends.rbc.ru> (дата обращения: 05.11.2022).
14. Варфоломеева В.А., Иванова Н.А. Электронные денежные средства и платежные системы в Российской Федерации. Актуальные проблемы экономики и управления. 2020. № 1(25). С. 3–7.
15. Владимирова О.Н., Гаврильченко Г.С. Роль денег в современной модели экономики. Вестник Алтайского государственного аграрного университета. 2015. № 12 (134). С. 167–172.

#### References

1. Zavgorodnyaya T.V., Zavadskaya V.V. Problems of development and features of money circulation. – Omsk, 2016. 115 s.
2. Arzumanova LL Concept and elements of the monetary system: financial and legal aspect. Gaps in Russian legislation. 2012. № 3. S. 250–256.
3. Ipatova, A. V. Money: the history of money, money and people, the path to financial success. St. Petersburg: Nestor-Istoriya, 2016. S. 175.
4. Ogorodnikova E.P., Lobanova E.S. The history of the emergence of money. The era of science. 2020. No. 22. S. 157–162.
5. Vladimirova M.P., Kozlov A.I. Money, credit, banks. – M.: KNORUS, 2006. 288 s.
6. Smirnova I.F. Economic and legal nature and functions of money. The role of money in the emergence of payment systems. Gramota, 2012. No. 9 (23) 2012, part 2. – [Electronic resource] – URL: <https://www.gramota.net> (accessed: 07.11.2022).
7. Galyautdinov R.R. Money: concept and role in the economy, types and functions, history. Website of the teacher of economics. 2020. – [Electronic resource] – URL: <http://galyautdinov.ru/post/dengi-istoriya-vidy-funkcii> (accessed: 07.11.2022).
8. Varfolomeeva V.A., Ivanova N.A. Bizina O.A. The role and importance of money in the modern economy. Actual problems of economics and management. 2021. No. 2 (30). S. 3–7.
9. Egorov D.G., Egorova A.V. To the question of the definition of the concept of «money». Finance and credit. 2006. No. 5 (209). S. 14–1.
10. Lavrushin O.I. Money, credit, banks. – M.: KNORUS, 2010. S. 320.
11. Konovalova I.A., Murtuzalieva V.M. The value of money in people's lives. Bulletin of the Magistracy. 2016. No. 4(55). T.II. S. 8–9
12. Abramov A., Zvezdin A. Digital ruble in 2022 in Russia [Electronic resource] – URL: <https://www.kp.ru/money/lichnye-finansy/tsifrovoj-rubl/> (accessed: 07.11.2022 ).
13. Bashkirov S. Digital ruble: why it is launched and how it will work. 2022. [Electronic resource] – URL: <https://trends.rbc.ru/> (accessed 05.11.2022).
14. Varfolomeeva V. A., Ivanova N.A. Electronic money and payment systems in the Russian Federation. Actual problems of economics and management. 2020. No. 1(25). S. 3–7.
15. Vladimirova O.N., Gavrilchenko G.S. The role of money in the modern model of the economy. Bulletin of the Altai State Agrarian University. 2015. No. 12 (134) . S. 167–172.

## Особенности инфляционного налогообложения в России

**Н. А. Иванова**

*Кандидат экономических наук, доцент,  
[ivanovanat207301@mail.ru](mailto:ivanovanat207301@mail.ru)*

*Санкт-Петербургский государственный университет  
аэрокосмического приборостроения,  
Санкт-Петербург, Россия*

**А. В. Грибанов**

*Кандидат экономических наук, доцент,  
[gribanov.alesha2018@yandex.ru](mailto:gribanov.alesha2018@yandex.ru)*

*Санкт-Петербургский государственный университет  
аэрокосмического приборостроения,  
Санкт-Петербург, Россия*

**Аннотация:** Предметом исследования является инфляционное налогообложение, которое представлено как неофициальная форма оплаты в России, которое осуществляется само по себе и наполняет бюджет. Применяемые методы исследования — теоретические (анализа, синтеза, аналогии, конкретизации и практические сравнения и наблюдения). Авторы приходят к выводу, что при этом происходит потеря реальных доходов населения вследствие инфляции, так как имеющиеся у населения и бизнеса деньги теряют свою стоимость одновременно с ростом цен внутри страны на товары и услуги.

**Ключевые слова:** инфляция, инфляционное налогообложение, сеньораж, основные и оборотные фонды.

## Features of inflationary taxation in Russia

**N. A. Ivanova**

*Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof.,  
[ivanovanat207301@mail.ru](mailto:ivanovanat207301@mail.ru)*

*St. Petersburg State University of Aerospace Instrumentation,  
Saint Petersburg, Russia*

**A. V. Gribanov**

*Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof.,  
[gribanov.alesha2018@yandex.ru](mailto:gribanov.alesha2018@yandex.ru)*

*St. Petersburg State University of Aerospace Instrumentation,  
Saint Petersburg, Russia*

**Abstract:** The subject of the study is inflationary taxation, which is presented as an informal form of payment in Russia, which is carried out by itself and fills the budget. The applied research methods are theoretical (analysis, synthesis, analogy, concretization and practical comparisons and observations). The authors come to the conclusion that at the same time there is a loss of real incomes of the population due to inflation, since the money available to the population and business loses its value simultaneously with the increase in prices within the country for goods and services.

**Keywords:** inflation, inflationary taxation, seigniorage, fixed and circulating funds.

Термин «инфляционное налогообложение» не входит в список закреплённых понятий в экономической науке. Экономисты называют данным термином убыток, который причиняется держателям денежных средств ввиду инфляционных начислений. Такой убыток наносится сниже-

нием ценности валюты из-за инфляции с одновременным присвоением выгоды центром эмиссии, которую эту инфляцию вызвал.

Инфляции посвящено много работ. Еще Дж. М. Кейнс писал, что инфляция является скрытым видом налогообложения — с помощью инфляции правительства «слабых» стран обычно латают дыры в бюджете, так как другими способами наполнить бюджетные фонды такие государства не могут [1].

Состояние накопленного потребительского дохода в результате инфляции существенно отличается в зависимости от финансового положения конкретного индивида. Как может показаться поначалу, инфляция, будучи выраженная в процентах, одинаково влияет на всех участников рынка, так как на всех них оказывается одинаковое негативное воздействие, выраженное в конкретном проценте. Однако на самом деле сила эта воздействия разнится. Исследователи выделяют три основные группы граждан, по степени воздействия инфляции на их финансовое положение — с высоким, средним и низким уровнями доходов.

Население, обладающее высоким уровнем дохода, находится в достаточно выгодном положении — они располагают большим количеством имущества, которое индексируется вместе с инфляцией. Тогда как такие товары, как продукты питания, медикаменты, повседневно используемые вещи, в общем объеме трат занимают достаточно малый процент. При этом люди с высоким уровнем доходов потребляют много товаров, не входящих в состав товаров повседневного спроса. Такие потребители зарабатывают достаточно денег, что не испытывать нужды в накоплении денежной массы для приобретения недвижимости, дорогих предметов и др., и поэтому легко тратят денежные средства на прирост имущества, просто единомоментно приобретая желаемые объекты и товары. Таким образом, происходит вложение в товары длительного пользования, которые и индексируются одновременно с инфляцией, и инфляционный налог почти не оказывает влияния на людей с высоким уровнем доходов.

Граждане со средним уровнем доходов обычно располагают достаточной денежной массой для приобретения как товаров ежедневного потребления, так и некоторых предметов роскоши, техники и проч. При этом накапливаемые денежные средства идут либо на увеличение стоимости обладаемого имущества, либо на потребление. Изначально объем потребления товаров не из списка ежедневного потребления растет, но затем, по мере роста инфляции, происходит обесценивание денежных доходов, и общая стоимость имущества сокращается. Это постепенно приводит потребителей со средним уровнем доходов в зону пиковых объемов и цен — они начинают потреблять больше товаров повседневного спроса и меньше товаров, которые способны индексироваться одновременно с ростом инфляции. В итоге люди запасают товары повседневного потребления впрок, и употребляют их в больших объемах, чем ранее. Граждане с низким уровнем доходов практически не обладают ценным имуществом. Как правило, люди из этой группы не обладают большими накоплениями и не располагают значительными средствами на приобретение товаров и услуг. По мере роста инфляции их накопления постепенно снижаются, в итоге заканчиваясь вовсе. Малый уровень дохода не позволяет делать накопления или заниматься вложением денежных средств в целях восстановления имущества. При высоком проценте инфляции, стоимость имущества всегда стремится вниз [2, 3]. Накопления, доходы, стоимость накопленного имущества падает, и люди, не обладающие высокими доходами, в итоге становятся вынуждены приобретать меньшее количество товаров и услуг.

На основании вышесказанного, можно заключить, что инфляционное налогообложение в долгосрочной перспективе способствует разделению общества на группы по уровню доходов и делает бедных еще беднее, а богатых еще богаче. Данная экономическая теория была проверена на практике в 1990-х годах в постсоветских странах. После скачка инфляции в 1992 году произошло резкое разграничение в доходах между бедными и богатыми гражданами. Т.е. люди, которые зарабатывали сравнительно небольшие деньги, но имели значительные накопления денежных средств, представляли собой группу со средними доходами, и в течение 1–2 лет перешли в разряд граждан с низкими доходами, так как накопления моментально обесценились, имущество продолжало устаревать, и компенсировать инфляцию не получалось. Эта группа населения в основном принадлежала к старшему поколению, часто — пенсионного возраста. Люди были вы-

нуждены изменить структуру своего потребления в сторону приобретения товаров ежедневного спроса, покупать дешевые товары, пользоваться только жизненно необходимыми услугами, при этом никак не увеличивая объем потребляемых товаров [4, 5].

В качестве примера инфляционного налогообложения можно привести следующую ситуацию: компания имеет значительные запасы денег и ценных бумаг, хранящихся в кредитных учреждениях и в виде наличной валюты. Повышение цен на товары, продукты, материалы, услуги приводит к тому, что вместо прежних 500 тысяч рублей компания вынуждена тратить 700 тысяч рублей. Как следствие, государство собирает 200 тысяч рублей в качестве инфляционного налога. Так как подобных компаний в Российской Федерации очень много, также, как и простых граждан, имеющих те или иные накопления, государственный бюджет активно пополняется [6].

Как правило, высокая инфляция (>10%) длится недолго и имеет тенденцию к снижению. Однако деньги в ее период уже попали в государственный бюджет. При этом возможности собирания инфляционного налога у государства не беспредельны: начиная с определенного момента, высокий уровень инфляции нивелирует получаемые доходы, собираемые благодаря инфляционному налогообложению [7, 8]. Важно отметить, что население, регулярно испытывающее давление инфляции, также может воспротивиться происходящему, что принесет государству дополнительные трудности. По мере роста инфляции правительство вынуждено все время увеличивать денежную массу на рынке, что в итоге ведет к гиперинфляции, разрушающей экономику страны.

Основа государственного бюджета лежит в соотношении доходов и расходов. Наилучшим вариантом считается «нулевое» сальдо, при котором доходы соответствуют расходам в соотношении один к одному. Однако достигнуть такого равенства на практике практически невозможно, так как такой бюджет демонстрирует функционирование самоограничения экономики — то есть издержки определяются получаемыми доходами. При этом экономика должна двигаться вперед, развиваться, а государство должно ставить своей целью достичь как можно большего количества целей, на реализацию которых все время нужны дополнительные средства [9, 10].

Важно отметить, что инфляционное налогообложение, являющееся существенным способом пополнения государственного бюджета, одновременно с этим является и процессом потери реальных денег населения в результате инфляции. Инфляционное налогообложение сильнее всего затрагивает физические лица с малыми доходами, особенно такие группы населения, как инвалиды, пенсионеры, госслужащие и др. Именно поэтому данный вид налога считается одним из худших «необъявленных» налогов. Государство прибегает к инструменту инфляционного налога в тот момент, когда другие инструменты собирания денежной массы неэффективны или слишком скудны, чтобы пополнить доходную статью бюджета в должной мере. Инфляционное налогообложение — крайняя мера по покрытию бюджетного дефицита, при этом однако регулярно используя [11].

Потеря покупательской способности национальной валюты приводит к тому, что снижается уровень жизни населения и замедляется экономический рост. Как указывают экономисты, устойчивая инфляция возникает тогда, когда рост денежной массы на рынке страны опережает рост экономики. Проблема корреляции роста налоговых поступлений и уровня инфляции отражена в многочисленных исследованиях разных стран, в том числе и Российской Федерации, в которых высокий уровень инфляции характерен при проведении экономических реформ. Наша страна особенно ярко испытала это воздействие в 1990-е годы [12, 13].

Как показывают исследования, наблюдается прямая взаимосвязь между уровнем инфляции и ростом налогов. Также исследования говорят о том, что налоговые поступления в развивающихся странах отличаются гибкостью, однако слабая эластичная тенденция инфляции в разных областях зависит от периода их уплаты [14].

Отечественные исследования, посвященные вопросам налогов и инфляции, также установили взаимосвязь между уровнем налоговой нагрузки и инфляцией. В процессе анализа исследователи выявили ряд факторов, влияющих на налогообложение в Российской Федерации, а именно: уровень инфляции, товарооборот, внешнеэкономические отношения. Сбалансировав эти факторы, налоговые поступления могут быть оптимизированы при минимальном влиянии на бизнес и на обычных граждан.



Российская Федерация является сырьевой страной, в которой большая часть доходов бюджета формируется за счет экспорта различного сырья. В этой связи мировые цены на сырье, особенно на углеводороды, непосредственно влияют на цены на товары и услуги внутри страны, а следовательно, и на уровень инфляции [15]. При этом повышаются цены не только на энергоносители, но и на все товары и услуги, так как их себестоимость растет за счет повышения энергозатрат. Как следствие, мировые рынки и экономические санкции, накладываемые на Российскую Федерацию, значительно усиливают влияние инфляции на отечественный финансовый рынок.

По мнению авторов, укрепление налоговой справедливости в первую очередь влияет на снижение масштабов уклонения от уплаты налогов и повышению на этой основе их собираемости. Применительно к инфляционному налогообложению эта логика также работает. Инфляционные налоги достаточно тяжело «обойти», все же и юридические, и физические лица прибегают к тем или иным инструментам с целью снижения или нивелирования действия инфляционного налога. В этой связи укрепление налоговой справедливости в стране в общем является необходимым шагом для уверенного развития Российской Федерации.

В заключении следует отметить основные моменты инфляционного налогообложения. По мнению авторов, оно представляет собой потерю реальных доходов населения вследствие инфляции, так как имеющиеся у населения и бизнеса деньги теряют свою стоимость одновременно с ростом цен внутри страны на товары и услуги. Существует и другой термин этого процесса — сеньораж — но в данный момент в научной литературе данный термин используется редко, и в основном применяется для обозначения платы монетному двору за чеканку монет и печатание банкнот.

#### Список литературы

1. Базылева Н.И. Макроэкономика. — М., 2015. 212 с.
2. Видяпина В.И. Экономическая теория. — М.: Инфра-М, 2018. 612 с.
3. Виктор Т. Регулирование налогов для инфляции. Разработка и составление налогового законодательства. Глава 13. Международный валютный фонд, 2016.
4. Глазьев С. Кризис глобальной финансовой системы. — М., 2015. 338 с.
5. Дементьев Н.П. Инфляционные деформации в налогах и банковская система России. Мир экономики и управления. 2021. № 2.
6. Джеральд А., Кэрролл Р. Влияние подоходных налогов на доходы домашних хозяйств. Обзор экономики и статистики. 1999. Том 81, № 4. С. 81–93.
7. Джумаев М.Х., Ибрагимова Э.С. Настройка налоговой системы в современных условиях и ее влияние на социально-экономическую ситуацию. Материалы Всероссийской научно-практической конференции студентов, молодых ученых и аспирантов «Наука и молодежь». Грозный: Чеченский государственный университет, 2018. С. 450–454.
8. Инфляционные ожидания и потребительские настроения. — [Электронный ресурс]: Информационно-аналитический комментарий. Банк России. 2020. № 10(46). Режим доступа URL: [https://cbr.ru/collection/collection/file/29379/infl\\_exp\\_20-10.pdf](https://cbr.ru/collection/collection/file/29379/infl_exp_20-10.pdf) (дата обращения: 07.10.2022).
9. Лизина О.М. Макроэкономические факторы инновационного экономического роста. Контентус. — М., 2019. 148 с.
10. Медведева М.В. Влияние факторов на поступление налогов в бюджет. Материалы Всероссийской конференции «XLVI итоговая студенческая научная конференция Удмуртского государственного университета». Ижевск: Удмуртский государственный университет, 2018. С. 188–190.
11. Орькина Т.Г. Инфляционный налог как угроза экономической безопасности. Контентус, 2018. С. 14.
12. О чем говорят тренды. Макроэкономика и рынки. [Электронный ресурс]: Банк России. Бюллетень Департамента исследований и прогнозирования. 2021. № 2. 45 с. Режим доступа URL: <https://cbr.ru/Collection/Collection/File/32077/bulletin21-02.pdf> (дата обращения: 08.10.2022).
13. Патоли А. К. и др. Влияние инфляции на налоги в Пакистане: эмпирическое исследование периода 2000–2010 годов. Менеджмент и социальные науки. 2012. Том 8. № 2. С. 31–41.
14. Сафрончук М.В. Инфляция и антиинфляционная политика. — М., 2021. 37 с.
15. Чепыжова О.К. Особенности инфляционных процессов в России в условиях текущего экономического спада. Инновационные аспекты развития науки и техники, 2021. № 4.

### References

1. Bazyleva N.I. Macroeconomics. — M., 2015. 212 p.
2. Vidyapina V.I. Economic theory. — M.: Infra-M, 2018. 612 p.
3. Viktor T. Regulation of taxes for inflation. Development and drafting of tax legislation. Chapter 13. International Monetary Fund, 2016.
4. Glazyev S. The crisis of the global financial system. — M., 2015. 338 p.
5. Dementiev N.P. Inflationary deformations in taxes and the banking system of Russia. The World of Economics and Management. 2021. No. 2.
6. Gerald A., Carroll R. The impact of income taxes on household incomes. Review of Economics and Statistics. 1999. V. 81, No. 4. Pp. 81–93.
7. Dzhumaev M.H., Ibragimova E.S. Setting up the tax system in modern conditions and its impact on the socio-economic situation. Materials of the All-Russian Scientific and Practical Conference of students, young scientists and postgraduates «Science and Youth». Grozny: Chechen State University, 2018. Pp. 450–454.
8. Inflation expectations and consumer sentiment. — [Electronic resource]: Informational and analytical commentary. The Bank of Russia. 2020. № 10(46). — URL access mode: [https://cbr.ru/collection/collection/file/29379/infl\\_exp\\_20-10.pdf](https://cbr.ru/collection/collection/file/29379/infl_exp_20-10.pdf) (accessed: 07.10.2022).
9. Lizina O.M. Macroeconomic factors of innovative economic growth. Contentus. — M., 2019. 148 p.
10. Medvedeva M.V. Influence of factors on the receipt of taxes to the budget. Materials of the All-Russian conference «XLVI final student scientific conference of Udmurt State University». Izhevsk: Udmurt State University, 2018. pp. 188–190.
11. Orkina T.G. Inflationary tax as a threat to economic security. Contentus, 2018. P. 14.
12. What trends are talking about. Macroeconomics and markets. [Electronic resource]: Bank of Russia. Bulletin of the Department of Research and Forecasting. 2021. No. 2. 45 p. URL access mode: <https://cbr.ru/Collection/Collection/File/32077/bulletin21-02.p>(date of application: 08.10.2022).
13. Patoli A.K. et al. The Impact of inflation on taxes in Pakistan: an empirical study of the period 2000–2010. Management and social sciences. 2012. No. 2, Volume 8. pp. 31–41.
14. Safronchuk M.V. Inflation and anti-inflationary policy. — M., 2021. 37 p.
15. Chepyzhova O.K. Features of inflationary processes in Russia in the conditions of the current economic downturn. Innovative aspects of the development of science and technology, 2021. No. 4.



## **Актуальные подходы к оценке экономической эффективности использования результатов интеллектуальной деятельности**

**С. А. Полухина**

*Кандидат экономических наук, доцент,  
[sofia-05@list.ru](mailto:sofia-05@list.ru)*

*Кафедра бухгалтерского учета и аудита,  
Санкт-Петербургский государственный морской  
технический университет,  
Санкт-Петербург, Россия*

**Е. А. Никифорова**

*Студент,  
[katya\\_nik.2001@mail.com](mailto:katya_nik.2001@mail.com)*

*Кафедра бухгалтерского учета и аудита,  
Санкт-Петербургский государственный морской  
технический университет,  
Санкт-Петербург, Россия*

**Аннотация:** В статье рассмотрены современные подходы к оценке эффективности использования интеллектуальной собственности. Определены критерии признания результатов интеллектуальной деятельности в соответствии с законодательством РФ и международными стандартами финансовой отчетности. Дана экономическая характеристика нематериальным активам предприятия. Представлены принципы определения стоимости объектов интеллектуальной собственности. Сформулированы основные направления использования нематериальных активов для целей деятельности хозяйствующего субъекта. Предложены подходы к определению экономических результатов от введения в хозяйственный оборот результатов интеллектуальной деятельности.

**Ключевые слова:** результаты интеллектуальной деятельности, интеллектуальная собственность, нематериальные активы, оценка, капитализация, экономическая эффективность, введение в хозяйственный оборот.

## **Actual approaches to assessing the economic efficiency of using the intellectual activity results**

**S. A. Polukhina**

*Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof.,  
[sofia-05@list.ru](mailto:sofia-05@list.ru)*

*Department accounting and audit,  
Saint Petersburg State Marine Technical University,  
Saint Petersburg, Russia*

**E. A. Nikiforova**

*Student,  
[katya\\_nik.2001@mail.com](mailto:katya_nik.2001@mail.com)*

*Saint Petersburg State Marine Technical University,  
Saint Petersburg, Russia*

**Abstract:** The article discusses modern approaches to assessing the effectiveness of the use of intellectual property. The criteria for recognizing the results of intellectual activity in accordance with the legislation of the Russian Federation and international financial reporting standards are defined. The economic characteristics of the intangible assets of the enterprise are given. The principles of determining the value of intellectual property objects are presented. The main directions of the use of intangible assets for the purposes of the activity of an economic entity are formulated. Approaches to the definition of economic results from the introduction of the results of intellectual activity into economic circulation are proposed.

**Keywords:** results of intellectual activity, intellectual property, intangible assets, valuation, capitalization, economic efficiency, introduction to economic turnover.

Одним из главных показателей цивилизованного общества продолжает оставаться уровень развития науки, культуры и техники. В современной экономике оценка эффективности использования интеллектуального потенциала хозяйствующего субъекта, несомненно, является актуальной экономической задачей. Особое значение вопросы оценки эффективности использования объектов интеллектуальной собственности (далее — ОИС) предприятия приобретают при введении результатов интеллектуальной деятельности (далее — РИД) в хозяйственный оборот.

Внедрение нового продукта или процесса в производственную деятельность предприятия — представляет ввод инновации на рынок для целей окупаемости вложенного капитала и использованных ресурсов для целей удовлетворения потребностей общества.

Термины «объекты интеллектуальной собственности», «результаты интеллектуальной деятельности» введены Гражданским кодексом Российской Федерации.<sup>1</sup> Представляют собой охраняемые законом объекты, не имеющие осязаемой формы и способные приносить предприятию прибыль от их использования в хозяйственном обороте.

РИД в деятельности предприятия представляют собой нематериальные активы (далее — НМА) хозяйствующего субъекта. Согласно МСФО (IAS) 38 «Нематериальные активы» — идентифицируемый немонетарный актив, не имеющий физической формы, организация контролирует актив.

Нематериальный актив подлежит признанию, когда: признается вероятным, что организация получит связанные с данным объектом будущие экономические выгоды; первоначальная стоимость данного актива может быть надежно оценена.<sup>2</sup>

Российские стандарты учета регулируют учет и отражение в отчетности нематериальных активов по нормам ПБУ 14/2007 «Учет нематериальных активов», утвержденным Приказом Минфина России от 27.12.2007 № 153н.

Гармонизация подходов к учету и международных стандартов финансовой отчетности обусловила разработку ФСБУ 14/2022 «Нематериальные активы», утвержденного Приказом Минфина России от 30.05.2022 № 86н, который заменит действующее ПБУ 14/2007 в 2024 году. В стандарте приводятся признаки нематериальных активов, их классификация, требования к формированию информации о них в бухгалтерском учете.<sup>3</sup>

РИД классифицируются на:

- объекты авторских прав;
- объекты промышленной собственности;
- объекты смежных прав;
- средства индивидуализации товаров, работ, услуг, предприятий и субъектов гражданского оборота;
- нетрадиционные объекты.

<sup>1</sup> Ст. 1225, Гражданский кодекс Российской Федерации, часть четвертая от 18.12.2006 № 230-ФЗ.

<sup>2</sup> Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 38 «Нематериальные активы».

<sup>3</sup> Приказ Минфина России от 30.05.2022 № 86н «Об утверждении Федерального стандарта бухгалтерского учета ФСБУ 14/2022 «Нематериальные активы»».

В работе Полухиной С. А. представлена отдача НИР в виде зависимости <sup>4</sup>:

$$\begin{aligned} \text{Отдача НИР} &= \frac{\text{Технический...прогресс}}{\underbrace{\text{Вложения...в...НИР}}_{\text{Техническая...отдача}}} \times \frac{\text{Денежные...поступления}}{\underbrace{\text{Технический...прогресс}}_{\text{Денежная...отдача}}} = \\ &= \frac{N}{\text{Вложения...в...НИР}} \times \frac{\text{Денежные...поступления}}{N}, \end{aligned}$$

где  $N$  — величина полезной характеристики нововведения.

Эффективность использования РИД для целей деятельности предприятия можно оценить по формуле:

$$\text{ЭЭИ} = \frac{\text{ЧПр}}{\text{ЧЗат}},$$

где ЭЭИ — экономическая эффективность использования РИД;

ЧПр — чистая приведенная к настоящему моменту прибыль от использования РИД;

ЧЗат — чистые приведенные затраты предприятия на создание, приобретение, иное поступление РИД.

При создании, поступлении, выявлении в ходе инвентаризации объекта НМА, его необходимо формализовать для целей использования, оценить и поставить на баланс имущественного комплекса предприятия.

Процедура оценки и последующего учета НМА называется капитализацией объектов интеллектуальной собственности. Без капитализации РИД невозможна дальнейшая коммерциализация и использование ОИС.

Оценкой интеллектуальной собственности и нематериальных активов занимались такие исследователи, как Н.Н. Карпова, Б.Б. Леонтьев, В.И. Мухопад, И.Г. Почернин.<sup>5 6 7</sup>

Оценка затрат на создание, приобретение, иное поступление РИД зависит от способа поступления объекта интеллектуальной собственности на предприятие. Данный принцип закреплен ПБУ 14/2007 и ФСБУ 14/2022. Методы оценки регулируются подходами, установленными Федеральным законом № 135-ФЗ от 29.07.1998 г. «Об оценочной деятельности в Российской Федерации».<sup>8</sup>

Существуют общие требования к проведению оценки, которые раскрыты в ФСО № 11 — «Оценка НМА и интеллектуальной собственности» от 22.06.2015 № 385.<sup>9</sup> В Российской Федерации для оценки ОИС и нематериальных активов, используется следующая классификация методов оценки: затратный, рыночный (сравнительный) и доходный.

Поступление НМА в организацию может происходить путем самостоятельного создания ОИС хозяйствующим субъектом, путем заключения гражданско-правового договора со сторонней орга-

<sup>4</sup> Полухина С.А. «Разработка методического подхода к коммерческому использованию технологий на промышленных предприятиях», диссертация, Санкт-Петербург, 2004. 267с.

<sup>5</sup> Н.Н. Карпова, И.Г. Почернин. Экономико-математические модели при оценке интеллектуальной собственности. Вопросы оценки, 2000, № 3.

<sup>6</sup> Б.Б. Леонтьев. Традиционные подходы к оценке интеллектуальной собственности. Патенты и лицензии 2010, № 11. С. 39–49.

<sup>7</sup> Мухопад В.И. Сущность, средства и проблемы коммерциализации интеллектуальной собственности в российской экономике. Коммерциализация объектов интеллектуальной собственности и повышение капитализации компании. Материалы 3-го Всероссийского форума «Интеллектуальная собственность — XXI век». — М.: ГОУ ВПО РГИИС, 2010. С. 51–59.

<sup>8</sup> Федеральный закон «Об оценочной деятельности в Российской Федерации» от 29.07.1998 № 135-ФЗ.

<sup>9</sup> Приказ Минэкономразвития России от 22.06.2015 № 385 «Об утверждении Федерального стандарта оценки “Оценка нематериальных активов и интеллектуальной собственности (ФСО № 11)”».

низацией на создание ОИС или путем прямой полной уступки исключительных прав сторонней организацией. В этих случаях реально и вероятно оценить затраты на создание РИД. Применяется затратный подход к оценке затрат при создании НМА. Определяют сумму всех затрат на разработку или приобретение объекта.

В ходе хозяйственной деятельности часто предприятие имеет и использует ОИС, но данные объекты не находятся на балансе организации. В этом случае предприятию необходимо провести полную инвентаризацию РИД, прибегнуть к услугам независимого оценщика для определения стоимости НМА, и поставить объект на баланс организации.

Под коммерческим использованием РИД понимается введение ОИС в хозяйственный оборот. Придерживаемся точки зрения Валдайцева С.В., который считает, «коммерческая реализация новых технологий может происходить как через операции с самими новыми технологиями (так называемая горизонтальная передача — горизонтальный трансфер технологий или передача технологий в смысле их продажи как таковых заинтересованным покупателям), так и с помощью освоения этих технологий собственными силами и продаж промышленной продукции, воплощающей новые технологии (вертикальная передача или вертикальный трансфер технологий)».<sup>10</sup>

Таким образом, для определения чистой приведенной прибыли хозяйствующего субъекта от использования РИД, необходимо найти долю прибыли, приходящейся на ОИС, и генерируемой предприятием в зависимости от варианта введения в хозяйственный оборот исключительных прав:

1. Выпуск продукции, товаров, работ, услуг на собственном предприятии с использованием НМА. Этот метод является самым эффективным в деятельности организации, позволяет осуществлять самостоятельно освоение и внедрение в производственный процесс инноваций.

2. Заключение договора уступки исключительного права на РИД. Правообладатель передает другому лицу исключительные права на РИД за установленное вознаграждение в полном объеме.

3. Предоставление права использования РИД по лицензионным договорам. Одна сторона лицензиар предоставляет за установленное договором вознаграждение другой стороне лицензиату право использования ОИС. Договор заключается в письменной форме с обязательным указанием территории, на которой допускается использование РИД и сроков. Лицензия может быть предоставлена в виде простой (неисключительной) или исключительной лицензии. При предоставлении простой (неисключительной) лицензии лицензиар сохраняет за собой право выдачи лицензий третьим лицам. В случае предоставления исключительной лицензии, лицензиар лишается права выдачи лицензий другим лицам.

Оценка эффективности использования РИД, определение вариантов использования ОИС во времени бесспорно имеют актуальное значение для инновационного потенциала предприятия, его роста. Устанавливаются наиболее эффективные с точки зрения прибыли варианты введения ОИС в хозяйственный оборот. Увеличение имущества организации за счет прироста стоимости НМА позволяет прибегать и другим корпоративным действиям с использованием РИД. Повышается доверие к компании со стороны партнеров и инвесторов.

#### Список литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации, часть четвертая от 18.12.2006 № 230-ФЗ.
2. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 38 «Нематериальные активы».
3. Приказ Минфина России от 30.05.2022 № 86н «Об утверждении Федерального стандарта бухгалтерского учета ФСБУ 14/2022 “Нематериальные активы”».
4. Полухина С.А. «Разработка методического подхода к коммерческому использованию технологий на промышленных предприятиях», диссертация, Санкт-Петербург, 2004, 267 с.
5. Н.Н. Карпова, И.Г. Почернин. Экономико-математические модели при оценке интеллектуальной собственности. Вопросы оценки. 2000. № 3.
6. Леонтьев Б.Б. Традиционные подходы к оценке интеллектуальной собственности. Патенты и лицензии. 2010. № 11. С. 39–49.

---

<sup>10</sup> Валдайцев С.В. Формы коммерческой реализации новых технологий. Инновации. 1996, № 1.

7. Мухопад В.И. Сущность, средства и проблемы коммерциализации интеллектуальной собственности в российской экономике. Коммерциализация объектов интеллектуальной собственности и повышение капитализации компании. Материалы 3-го Всероссийского форума «Интеллектуальная собственность – XXI век». – М.: ГОУ ВПО РГИИС, 2010. С. 51–59.
8. Федеральный закон «Об оценочной деятельности в Российской Федерации» от 29.07.1998 № 135-ФЗ.
9. Приказ Минэкономразвития России от 22.06.2015 № 385 «Об утверждении Федерального стандарта оценки “Оценка нематериальных активов и интеллектуальной собственности (ФСО № 11)”».
10. Валдайцев С.В. Формы коммерческой реализации новых технологий. Инновации. 1996, № 1.

#### References

1. The Civil Code of the Russian Federation, Part Four of 18.12.2006 No. 230-FZ.
2. International Financial Reporting Standard (IAS) 38 «Intangible Assets».
3. Order of the Ministry of Finance of the Russian Federation No. 86n dated 30.05.2022 «On Approval of the Federal Accounting Standard FSB 14/2022 “Intangible Assets”».
4. Polukhina S.A. «Development of a methodological approach to the commercial use of technologies in industrial enterprises», dissertation, St. Petersburg, 2004. 267c.
5. N.N. Karpov, I.G. Pochernin. The economical-mathematical models at an assessment of the intellectual property. Assessment questions, 2000, No. 3.
6. B.B. Leontyev. The traditional approaches to an assessment of the intellectual property. Patents and licenses. 2010, No. 11. Page 39–49.
7. V.I. Mukhopad. The essence, the means and the problems of the commercialization of the intellectual property in the Russian economy. / The commercialization of the objects of the intellectual property and the increase of the capitalization of the company. The materials of the 3rd All-Russian forum «The intellectual property – the XXI century». – М.: Public Educational Institution of the Higher Professional Training RGIIS, 2010. Page 51–59.
8. Federal Law «On Appraisal Activity in the Russian Federation» dated 29.07.1998 No. 135-FZ.
9. Order of the Ministry of Economic Development of the Russian Federation No. 385 dated 22.06.2015 «On Approval of the Federal Valuation Standard “Valuation of Intangible Assets and Intellectual Property (FSO No. 11)”».
10. Valdaytsev S.V. Forms of commercial implementation of new technologies. Innovations. 1996, № 1.



## Процедура формирования статистики при страховании продуктовых инноваций

**Е. С. Яшин**

Директор,

[evgeny\\_smol@mail.ru](mailto:evgeny_smol@mail.ru)

ООО «РУССКОЕ СТРАХОВОЕ ОБЩЕСТВО «ЕВРОИНС»»,  
Смоленский филиал,  
Смоленск, Россия

**Аннотация:** В современных условиях эффективным способом развития российской экономики является активизация инновационной деятельности по созданию наукоемкой продукции, способной успешно конкурировать с зарубежными аналогами. Однако реализация таких проектов является дорогостоящим и высокорискованным мероприятием. Одним из перспективных путей минимизации проектных рисков и привлечения дополнительных инвестиций в данную сферу выступает использование инструментов страхования, которое позволяет минимизировать ущерб от возникновения различных неблагоприятных событий для заказчика, инвестора и разработчика инноваций. В основе страхования лежит необходимость формирования специального фонда за счет уплачиваемых страхователем страховых взносов, определяемых на основе страхового тарифа для конкретного вида страхования, который, в свою очередь, рассчитывается на основе статистических данных (количество страховых случаев, страховая сумма, ущерб при наступлении страхового случая и т.д.). Однако для инновационных проектов достаточно сложно сформировать такую статистику ввиду уникальности разрабатываемого продукта. Для решения указанной проблемы предложен новый подход к формированию статистики для расчета страхового тарифа при страховании продуктовых инноваций, отличающий учетом степени новизны разрабатываемого продукта (в частности, модификационной, улучшающей или радикальной инновации) и основанный на поиске аналогов с применением различных мер сходства объектов. Выбор конкретной метрики осуществляется исходя из типа данных (количественных, категориальных или смешанных) используемых сравнительных признаков. Применение страховщиками предложенного подхода должно повысить доступность страховых услуг для инновационно активных предприятий, что, в свою очередь, позволит повысить привлекательность реализуемых проектов.

**Ключевые слова:** продуктовые инновации, страхование, страховая статистика, поиск аналогов, меры сходства.

## Procedure of forming statistics for insurance of product innovations

**E. S. Yashin**

Director,

[evgeny\\_smol@mail.ru](mailto:evgeny_smol@mail.ru)

RUSSIAN INSURANCE COMPANY «EUROINS»,  
Smolensk branch,  
Smolensk, Russia

**Abstract:** In modern conditions, an effective way to develop the Russian economy is to intensify innovation activities to create science-intensive products that can successfully compete with foreign analogues. However, the implementation



*of such projects is costly and highly risky. One of the promising ways to minimize project risks and attract additional investment in this area is the use of insurance tools, which allow minimizing the damage from various adverse events for the customer, investor and developer of innovations. Insurance is based on the need to form a special fund at the expense of insurance premiums paid by the insured and determined by the insurance rate for a particular type of insurance. In turn, the rate is calculated on the basis of statistical data (the number of insured events, the sum insured, damage in case of an insured event, etc.). However, it is quite difficult to generate such statistics for innovative projects due to the uniqueness of the product being created. To solve this problem, the article proposes a new approach to the formation of statistics for calculating the insurance rate when insuring product innovations. It differs by taking into account the degree of product novelty (in particular, modification, improvement or radical innovation) and based on the search for analogues using various measures of object similarity. The choice of a specific metric is based on the type of data (quantitative, categorical or mixed) of used comparative features. The application of the proposed approach by insurers should increase the availability of insurance services for innovatively active enterprises, which, in turn, will increase the attractiveness of ongoing projects.*

**Keywords:** *product innovations, insurance, insurance statistics, search for analogues, similarity measures.*

В условиях беспрецедентных санкций, обрушенных на российскую экономику, основным способом их преодоления представляется активизация инновационной деятельности в области создания импортозамещающей наукоемкой продукции<sup>1</sup>. Как показывает практика, реализация таких проектов требует огромных финансовых, материальных, интеллектуальных вложений, а также сопровождается высокими рисками<sup>2</sup>.

Однако несмотря на стратегическую значимость данного направления, уровень инновационной активности российских предприятий пока недостаточно высок. Так, в 2020 году только 10,8% крупных и средний предприятий реализовывали проекты по созданию и внедрению инноваций. Наибольшая активность была зарегистрирована в промышленности и ИКТ-секторе, где инновационной деятельностью занимались 16,2% и 12,2% предприятий соответственно<sup>3</sup>.

Согласно маркетинговым исследованиям, основным фактором, сдерживающим инновационное развитие, выступает недостаток у предприятий собственных средств для реализации дорогостоящих проектов по созданию наукоемкой продукции, способной конкурировать с зарубежными аналогами. Одним из способов привлечения инвестиций в инновационную сферу является использование инструментов страхования, которое позволяет минимизировать ущерб от возникновения различных неблагоприятных событий для заказчика, инвестора и разработчика<sup>4</sup>. Однако несмотря на высокую потребность в страховании инновационных проектов, страховые компании не спешат развивать данное направление ввиду недостаточной проработки методологических аспектов.

Законом РФ от 27.11.1992 № 4015-1 «Об организации страхового дела в Российской Федерации» определены основные виды страхования, которые могут осуществляться на ее территории. По объекту страхования их можно объединить в четыре укрупненных группы: страхование имущества, ответственности, предпринимательских рисков, а также личное<sup>5</sup>. В приложении к инновационной деятельности могут использоваться виды страхования из любой группы, однако наибо-

<sup>1</sup> Булыгина О.В., Емельянов А.А., Росс Г.В., Яшин Е.С. Инвестиции, инновации, импортозамещение: имитационное моделирование с элементами искусственного интеллекта в управлении проектными рисками. Прикладная информатика. 2020. Т. 15. № 1. С. 68–102.

<sup>2</sup> Булыгина О.В., Емельянов А.А., Яшин Е.С. НЕ-факторы, темпоральная логика и нечетко-логические инструменты в гибридных моделях управления рисками импортозамещения. Прикладная информатика. 2020. Т. 15. № 4. С. 5–43.

<sup>3</sup> Индикаторы инновационной деятельности — 2022: статистический сборник / В.В. Власова, Л.М. Гохберг, Г.А. Грачева и др. — М.: НИУ ВШЭ, 2022.

<sup>4</sup> Габова Е.А. Страхование как метод управления рисками. Экономика и социум. 2016. № 6. С. 480–483.

<sup>5</sup> Крапивина Е.Н., Иода Ю.В. Тенденции развития рынка страховых услуг в России. Социально-экономические явления и процессы. 2018. Т. 13. № 104. С. 168–174.

лее понятным для страховщика (следовательно, и распространенным) является страхование имущества (в частности, инноваций).

Сегодня в России в основном используется классификация, предложенная Федеральной службой государственной статистики, которая подразделяется инновации по сфере их приложения на:

- технологические, которые, в свою очередь, делятся на продуктовые (технологически новые или усовершенствованные продукты) и процессные (технологически новые или усовершенствованные производственные методы),
- маркетинговые (новые методы маркетинговой деятельности),
- организационные (новые организационно-управленческие методы),
- экологические (любые нововведения, направленные на решение различных экологических задач).

Согласно официальной статистике, сегодня предприятия ориентированы на создание технологических инноваций. Так, в 2018–2020 гг. созданием продуктовых инноваций занималось 68,4% инновационно активных организаций, а процессных инноваций — 65,3%. При этом в первом направлении наиболее активны были организации промышленности и сферы услуг, а во втором — сельского хозяйства и строительства. Однако несмотря на положительные тенденции, текущий уровень новизны инновационной продукции заметно уступает западным странам.

Исходя из сущности указанных инноваций, для страховых компаний наиболее перспективным направлением является страхование продуктовых инноваций как конечного результата инновационного проекта <sup>6</sup>.

В основе страхования лежит необходимость формирования специального фонда за счет уплачиваемых страхователем страховых взносов (премии), определяемых на основе страхового тарифа для конкретного вида страхования <sup>7</sup>. Под страховым тарифом понимается ставка страховой премии с единицы страховой суммы с учетом объекта страхования и характера страхового риска. По обязательным видам страхования тарифы определяются законодательными актами, а по добровольным видам — устанавливаются страховщиком.

Страховые тарифы рассчитываются на основе статистических данных (количество страховых случаев, страховая сумма, ущерб при наступлении страхового случая и т.д.). Однако для инновационных проектов сформировать такую статистику достаточно сложно ввиду уникальности разрабатываемого продукта. В этой связи возникает актуальная задача разработки методики формирования статистики для расчета страхового тарифа при страховании инновационной продукции.

Автором была предложена следующая процедура формирования статистики для расчета страхового тарифа для различных типов продуктовых инноваций:

1. Анализ степени новизны страхуемого продукта путем его отнесения к одному из трех типов <sup>8</sup>:
  - модификационные инновации (псевдоинновации) — эстетическая модификации продукта без внесения каких-либо технологических изменений;
  - улучшающие инновации — внесение некоторых технологических изменений в уже существующий продукт;
  - радикальные инновации — новое поколение продукта или направление развития техники.

2. Выбор подхода к формированию страховой статистики, на основе которой будет рассчитываться страховой тариф:

- для модификационной инновации: применение страховой статистики, накопленной для предыдущих версий продукта;

<sup>6</sup> Яшин Е.С. Модель организации процесса страхования инновационной продукции. Ученые записки Российской Академии предпринимательства. 2018. № 3. С. 33–37.

<sup>7</sup> Шерстюк А.Е. Взаимное страхование как инструмент развития конкуренции на рынке страхования строительно-монтажных рисков (на примере сегмента страхования рисков транспортного инфраструктурного строительства). Современная конкуренция. 2018. Т. 12. № 2-3. С. 83–95.

<sup>8</sup> Яшин Е.С., Росс Г.В. Экономико-математические инструменты формирования страхового тарифа для различных типов продуктовых инноваций. Путеводитель предпринимателя. 2018. № 40. С. 295–302.

- для улучшающей инновации: поиск полных аналогов, для которых накоплен достаточный объем страховой статистики;
- для радикальной инновации: поиск неполных аналогов, для которых накоплен достаточный объем страховой статистики.

3. Формирование страховой статистики в соответствии с выбранным подходом для рассматриваемой продуктовой инновации.

Если с первым подходом к формированию страховой статистики не возникает проблем, то поиск аналогов инновационной продукции требует разработки методических рекомендаций. В общем, решение поставленной задачи сводится к определению критерия, по которому будет производиться поиск аналога, и выбору меры сходства.

Для продуктовых инноваций, разрабатываемых и внедряемых наукоемкими предприятиями, при поиске аналогов рекомендуется учитывать функциональное назначение, технико-эксплуатационные характеристики, принцип действия и конструктивные параметры<sup>9</sup>. Следует отметить, что рекомендуется соблюдать полное функциональное и классификационное подобие, при этом конструктивно-технологическое сходство может частичным.

На сегодняшний день разработано большое количество методов измерения сходства между объектами, которые можно разделить на два класса:

- методы на основе сходства: чем выше значение специального коэффициента (корреляции или ассоциативности), тем больше сходство;
- методы на основе расстояния: чем меньше значение метрики (меры расстояния), тем больше сходство между объектами.

Для решения поставленной задачи целесообразно использовать методы на основе расстояния, поскольку корреляционные методы учитывают сходство только по форме, не рассматривая различия по значениям сравниваемых характеристик<sup>10</sup>. Выбор конкретной метрики должен осуществляться исходя из используемых данных:

1. Если все сравнительные признаки количественно измеряемы в одинаковых шкалах, то можно использовать Евклидово или Манхэттенское расстояние. Если же используются разные шкалы, то рекомендуется применять либо Евклидово расстояние, рассчитанное по стандартизованным данным, либо меры со стандартизацией (например, расстояние Канберра или Махаланобиса).

2. Если все сравнительные признаки качественные (т.е. используются категориальные данные), то можно применять коэффициенты, разработанные для исследования таблиц сопряженности (например, меры Рассела и Рао, Джаккарда, Роджерса и Танимото, Соукала и Сниса, Андерберга, Очаи и т.д.)

3. Если рассматриваются и качественные, и количественные признаки (т.е. используются смешанные данные), то следует воспользоваться расстоянием Говера.

Следует отметить, что на практике для сравнения нескольких наукоемких продуктов зачастую используются и качественные, и количественные признаки. Суть применяемого в этом случае расстояния Говера заключается в использовании для переменных разных мер расстояний, определяемых их типом данных (для числовых и порядковых признаков используют манхэттенское расстояние; для категориальных признаков расстояние считают равным 1, если их значения отличаются, и 0, если они одинаковые)<sup>11</sup>.

Как представляется, использование страховщиками предложенного подхода к формированию статистики для расчета страхового тарифа при страховании продуктовых инноваций повысит доступность страховых услуг для инновационно активных предприятий, что, в свою очередь, позволит им снизить инновационные риски и привлечь дополнительные инвестиции.

<sup>9</sup> Касьяненко Т.Г., Маховикова Г.А. Оценка стоимости машин и оборудования. — М.: Издательство Юрайт, 2021.

<sup>10</sup> Факторный, дискриминантный и кластерный анализ: пер. с англ. / Дж.-О. Ким, Ч.У. Мьюллер, У.Р. Клекка и др.; Под ред. И.С. Енюкова. — М.: Финансы и статистика, 1989.

<sup>11</sup> Брюс П., Брюс Э. Практическая статистика для специалистов Data Science: пер. с англ. — СПб.: БХВ-Петербург, 2018.

**Список литературы**

1. Булыгина О.В., Емельянов А.А., Росс Г.В., Яшин Е.С. Инвестиции, инновации, импортозамещение: имитационное моделирование с элементами искусственного интеллекта в управлении проектными рисками. Прикладная информатика. 2020. Т. 15. № 1. С. 68–102.
2. Булыгина О.В., Емельянов А.А., Яшин Е.С. НЕ-факторы, темпоральная логика и нечетко-логические инструменты в гибридных моделях управления рисками импортозамещения. Прикладная информатика. 2020. Т. 15. № 4. С. 5–43.
3. Индикаторы инновационной деятельности – 2022: статистический сборник / В.В. Власова, Л.М. Гохберг, Г.А. Грачева и др. – М.: НИУ ВШЭ, 2022.
4. Габова Е.А. Страхование как метод управления рисками. Экономика и социум. 2016. № 6. С. 480–483.
5. Крапивина Е.Н., Иода Ю.В. Тенденции развития рынка страховых услуг в России. Социально-экономические явления и процессы. 2018. Т. 13. № 104. С. 168–174.
6. Яшин Е.С. Модель организации процесса страхования инновационной продукции. Ученые записки Российской Академии предпринимательства. 2018. № 3. С. 33–37.
7. Шерстюк А.Е. Взаимное страхование как инструмент развития конкуренции на рынке страхования строительно-монтажных рисков (на примере сегмента страхования рисков транспортного инфраструктурного строительства). Современная конкуренция. 2018. Т. 12. № 2-3. С. 83–95.
8. Яшин Е.С., Росс Г.В. Экономико-математические инструменты формирования страхового тарифа для различных типов продуктовых инноваций. Путеводитель предпринимателя. 2018. № 40. С. 295–302.
9. Касьяненко Т.Г., Маховикова Г.А. Оценка стоимости машин и оборудования. – М.: Издательство Юрайт, 2021.
10. Факторный, дискриминантный и кластерный анализ: пер. с англ. / Дж.-О. Ким, Ч.У. Мьюллер, У.Р. Клекка и др.; под ред. И.С. Енюкова. – М.: Финансы и статистика, 1989.
11. Брюс П., Брюс Э. Практическая статистика для специалистов Data Science: пер. с англ. – СПб.: БХВ-Петербург, 2018.

**References**

1. Bulygina O., Emelyanov A., Ross G., Yashin Y. Investments, innovations, import substitution: simulation with elements of artificial intelligence in project risk management. Journal of Applied Informatics, 2020, vol.15, no.1, pp. 68–102.
2. Bulygina O., Emelyanov A., Yashin Y. NON-factors, temporal logic and fuzzy logical tools in hybrid import substitution risk management models. Journal of Applied Informatics, 2020, vol.15, no.4, pp. 5–43.
3. Indicators of innovative activity – 2022: statistical collection / V.V. Vlasova, L.M. Gokhberg, G.A. Gracheva and others. – M.: NRU HSE, 2022.
4. Gabova E.A. Insurance as a method of risk management. Economy and society, 2016, no. 6, pp. 480–483.
5. Krapivina E.N., Ioda Yu.V. Trends of development of the market of insurance services in Russia. Socio-economic phenomena and processes, 2018, vol. 13, no. 104, pp. 168–174.
6. Yashin E.S. Model of organizing the process of innovative product insurance. Scientific notes of the Russian Academy of Entrepreneurship, 2018, no.3, pp. 33–37.
7. Sherstiuk A. Mutual insurance as a tool for developing of the competition on the market of construction risks insurance (example: segment of insurance of the risks connected with transport infrastructure construction). Modern competition, 2018, vol. 12, no. 2-3, pp. 83–95.
8. Yashin E.S., Ross G.V. Economic and mathematical instruments of formation of the insurance tariff for various types of product innovations. Entrepreneur's Guide, 2018, no. 40, pp. 295–302.
9. Kasyanenko T.G., Makhovikova G.A. Valuation of machinery and equipment. Moscow: Yurayt Publishing House, 2021.
10. Factor, discriminant and cluster analysis [Russian translation] / J.-O. Kim, C.W. Muller, W.R. Klekka, et al.; ed. I.S. Enyukov. – M.: Finansy i statistika, 1989.
11. Bruce P., Bruce E. Practical statistics for Data Science specialists [Russian translation]. – St. Petersburg: BHV-Petersburg, 2018.

# Взаимодействие государства и гражданского общества / The State and civil society Interaction

Оригинальные статьи / Original articles

<https://doi.org/10.24182/2073-9885-2022-15-4-45-51>



## Региональные аспекты применения модели «тройной спирали» как фактор развития инновационной экономики

**Е. А. Наумова**

*Кандидат экономических наук, доцент,  
заведующий кафедрой бухгалтерского учета и аудита,  
[elenanaumova@mail.ru](mailto:elenanaumova@mail.ru)*

*Санкт-Петербургский государственный морской технический университет,  
Санкт-Петербург, Россия*

**Е. В. Соколова**

*Магистр,  
[pavlina26@mail.ru](mailto:pavlina26@mail.ru)*

*Санкт-Петербургский государственный морской технический университет,  
Санкт-Петербург, Россия*

**Аннотация:** Бизнес-структуры, научные организации и государство являются ключевыми субъектами национальных инновационных систем; взаимодействуя, они образуют так называемую «тройную спираль». Предметом исследования в статье выступают проблемы формирования механизма «тройной спирали» для целей регионального инновационного развития.

В Европе механизм инновационного развития по модели «тройной спирали» является главным в региональном развитии, причем ее составляющие — это равноправные партнеры, все три субъекта взаимодействуют между собой посредством развития горизонтальных связей. В российском варианте механизм обладает определенной спецификой. Крупнейшим источником финансирования российской науки по-прежнему остаются средства государства. Фундаментальные научные исследования выполняются академическими, а не университетскими структурами. Университеты слабо осуществляют коммерциализацию результатов научных исследований. Можно утверждать, что в российских регионах как таковая модель «тройной спирали» практически отсутствует, однако наблюдается определенный прогресс в ее формировании, имеются успешные примеры.

Авторы систематизируют основные проблемы, связанные с внедрением механизма «тройной спирали» и обозначают направления для их решения.

**Ключевые слова:** инновационный климат, инновационная экономика, постиндустриальная экономика, региональная инновационная система, фундаментальная наука, коммерциализация научных исследований, тройная спираль.

## Regional aspects of the application of the «triple helix» model as a factor in the development of an innovative economy

**E. A. Naumova**

*Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof., Head of Department,  
[elenanaumova@mail.ru](mailto:elenanaumova@mail.ru)*

*Saint Petersburg State Marine Technical University,  
Saint Petersburg, Russia*

**E. V. Sokolova***Masterstudent,  
[pavlena26@mail.ru](mailto:pavlena26@mail.ru)**Saint Petersburg State Marine Technical University,  
Saint Petersburg, Russia*

**Abstract:** *Business structures, scientific organizations and the state are the key subjects of national innovation systems, interacting, they form the so-called «triple helix». The subject of research in the article is the problem of the formation of the «triple helix» mechanism for the purposes of regional innovative development.*

*In Europe, the mechanism of innovative development according to the «triple helix» model is the main one in regional development, and its components are equal partners, all three subjects interact with each other through the development of horizontal ties. In the Russian version, the mechanism has certain specifics. State funds remain the largest source of funding for Russian science. Basic scientific research is carried out by academic, not university structures. Universities do little to commercialize research results. It can be argued that in the Russian regions, the «triple helix» model as such is practically absent, however, there is some progress in its formation, there are successful examples.*

*The authors systematize the main problems associated with the introduction of the «triple helix» mechanism and indicate directions for their solution.*

**Keywords:** *innovation climate, innovation economy, post-industrial economy, regional innovation system, fundamental science, commercialization of scientific research, triple helix mechanism.*

Одной из характерных черт развития мирового сообщества на современном этапе является формирование социально-экономической системы, в которой доминирующую роль играет инновационная деятельность, как фактор, который обеспечивает конкурентные преимущества высшего порядка. В целом построение инновационной экономики и системы управления заключаются в:

- принципиальной реструктуризации направлений развития;
- новых подходах к обоснованию приоритетов;
- значительной модернизации методов и форм использования ресурсов на всех уровнях инновационной системы;
- коренной трансформации взаимодействия «государства – науки – бизнеса (общества)».

Государство, наука и бизнес являются ключевыми субъектами национальных инновационных систем (далее — НИС). Важнейшая роль в инновационном процессе при этом принадлежит не только самим субъектам, но и взаимосвязи между субъектами в виде различных потоков — материальных средств, финансовых операций, формальных заявлений, официальных и неофициальных передач знаний и идей. Таким образом, именно связи превращают сеть в систему. Бизнес-структуры, научные организации и государство взаимодействуя, образуют так называемую «тройную спираль».

Сама концепция тройного партнерства возникла еще в середине 90-х годов XX в Англии и Голландии. Изначально Генри Ицковиц, профессор Стэнфордского университета и Центра исследований в области предпринимательства Бизнес школы Эдинбургского университета, предложил модель, которая характеризовала отношения «университеты – промышленность». В дальнейшем, Лое Лейдесдорф, профессор Амстердамского университета, включил в модель связи промышленных предприятий с органами власти и учреждениями сферы науки и образования. Концепция «тройной спирали» была изложена в 1995 г. [1]

В Европе механизм инновационного развития по модели «тройной спирали» является главной в региональном развитии. В качестве стимулирования инновационного развития регионов поощряется разработка региональных стратегий «умной специализации». Суть «умной специализации» состоит в том, что на основе потенциала конкретного региона формируется региональная стратегия.

Инновационный климат региона влияет на состояние региональной инновационной системы, которая представляет собой совокупность субъектов и объектов инновационной деятельности.

ти, взаимодействующих друг с другом с целью создания новых знаний и затем трансформации их в конкурентоспособную продукцию. При этом увеличение инновационного потенциала должно сопровождаться созданием такого механизма, в котором все процессы обеспечивали бы заинтересованность и разработчика, и производителя, и потребителя новшеств. [2]

Данный аспект крайне актуален для современной России. Формирование инновационной экономики начинается с создания инновационного климата и определения модели ее дальнейшего развития.

В так называемой классической модели «тройной спирали» государство, наука и бизнес — это равноправные партнеры, все три субъекта взаимодействуют между собой посредством развития горизонтальных связей. При этом институциональные сферы университетов, промышленности и правительства в дополнение к выполнению своих традиционных функций приобретают новые, свойственные другим участникам НИС. К примеру, университеты, когда они участвуют в развитии инновационной деятельности на региональном уровне, приобретают функции, которые выполняет государство. Одновременно университеты также в большей мере адаптируют функции бизнеса путем открытия у себя служб по коммерциализации технологий или других аналогичных структур и/или создания малых фирм. Наука в НИС взаимодействует с государством и частным сектором; они оказывают взаимное влияние друг на друга и совместно определяют направление и скорость экономического развития.

Модель «тройная спираль» в российском варианте обладает определенной спецификой. В отличие от большинства западных стран в России под сферой науки подразумеваются, в первую очередь, не университеты, а научные организации Российской академии наук, в то время как в развитых странах именно университеты выполняют основной объем фундаментальных исследований, обеспечивается трансфер не только НИОКР, но и кадров в промышленность. Фундаментальные исследования в России проводятся преимущественно в институтах РАН, там же ведется в ограниченных объемах подготовка кадров.

По оценкам президента РАН Александра Сергеева, из средств, выделяемых на науку, на долю бизнеса приходится только 25–30%, остальные средства выделяются государством. Это означает, что интеграции, которая существует в быстроразвивающихся, наукоориентированных экономиках, для которых характерно противоположное соотношение, в России в настоящее время нет. [3]

В течение последнего десятилетия в нашей стране наблюдался рост финансирования науки. Однако, вопреки общемировым тенденциям, крупнейшим источником финансирования российской науки остаются средства государства — более 65%. Можно отметить слабую тенденцию к сокращению роли этого источника в структуре расходов на науку — на 4 процентных пункта за последние 10 лет. [4] Для сложившейся в России модели финансовой поддержки науки характерна слабая вовлеченность в этот процесс предпринимательского сектора, что заметно отличает ее от других развитых экономик. Кроме того, со стороны бизнеса, который поддерживает науку в России, часто выступают государственные корпорации, что также нельзя считать бизнесом в полном смысле слова.

Исследователи отмечают сложность получения государственного финансирования на фундаментальную науку, которым занимается Российский научный фонд (далее — РНФ). До недавнего времени существовал также Российский фонд фундаментальных исследований, который начиная с 2021 года был передан в РНФ, что фактически привело к определенной монополии в части финансирования исследований. К тому же рассчитывать на финансирование от РНФ могут далеко не все, в силу сложной системы отбора проектов для последующего финансирования. Основу для отбора определяет стратегия научно-технического развития России, в которой описаны приоритетные направления развития науки и технологий — цифровые и «зеленые» технологии, медицина, противодействие источникам опасности для общества, экономики и государства и пр. [5]

Скорость развития научно-технического прогресса постоянно растет, а значит, и бизнес-модели тоже должны соответствовать этому темпу. Традиционно бизнес обращал внимание на прикладные исследования и разработки, благодаря скорости их внедрения и последующего использования. По мнению Владимира Потанина, сегодня инвесторам нужно заходить на более ранние

стадии проектов, не на этапе самой разработки, а вплоть до инвестиций в фундаментальные исследования. Однако, тут мало одного желания, это должна быть «дорога с двусторонним движением» — благодаря хорошим перспективным идеям для последующего внедрения. [6]

В сегодняшней экономической науке выделяются два типа экономики: индустриальная и постиндустриальная.

В индустриальной экономике на первом месте находится промышленность. Для нее характерна постепенная эволюция благодаря устойчивости применяемых технологий и методов изготовления продукции. Экономический прогресс определяется конкуренцией.

Следующей ступенью развития экономической системы выступает постиндустриальная экономика, в которой центральное место занимают цифровые и коммуникационные технологии. [7] Развитие знаний и зависимость от цифровизации меняют экономическую систему в направлении большей зависимости от интеллектуального капитала и навыков, и в меньшей степени — от производственного процесса как такового. [8]

В такой экономической системе огромное внимание отводится образованию. Переход к постиндустриальному обществу и глобальная геополитическая турбулентность радикально осложняют работу вузов, не позволяя им определиться в том, каких специалистов и для кого они должны готовить. [9] В этом направлении ориентация в системе подготовки специалистов и их последующем трудоустройстве на требования профессиональных стандартов, является возможным способом связать три составляющих модели «тройной спирали».

Говоря о связи государства, науки и бизнеса, можно утверждать, что в России преобладают парные связи, главным участником которых является государство, оно устанавливает связи между наукой и бизнесом. Такие партнерские взаимодействия характерны для индустриальной рыночной экономики. В данной модели роль бизнеса заключается во вложении средств в модернизацию экономики, а власть в лице государственных органов, в свою очередь, занимается социальными аспектами: формированием благоприятной институциональной среды, улучшением инвестиционного климата и пр.

Ряд исследователей считает «двойные спирали» в новых условиях рыночных отношений своеобразными «ловушками», поскольку государство, в целом отвечающее за успешный переход к новым технологическим траекториям, не может их преодолеть, поскольку в его взаимодействии с другими участниками, по-прежнему, доминируют вертикальные отношения, не отвечающие современным инновационным требованиям. [10]

В постиндустриальной рыночной экономике парных взаимодействий становится недостаточно, необходимо взаимодействие и координация всех трех названных субъектов «тройные спирали».

До недавнего времени для России актуальным был вопрос о том, как строить модель инновационной системы: совершенствовать традиционную «двойную» модель или формировать трехэлементную структуру, которая дает больше возможностей для инновационного развития, получения синергетического эффекта. Выбор был сделан в пользу «тройной спирали» [11].

В целом в российских регионах как таковая модель «тройной спирали» практически отсутствует, однако наблюдается определенный прогресс в ее формировании. Можно назвать успешной деятельность Томского государственного университета систем управления радиоэлектроники (ТУСУР), признанного лидером инноваций в России. Университет сотрудничает с предприятиями как исследовательский центр, развивающий собственные технологии, 80% наукоёмкой продукции Томской области производится предприятиями, входящими в учебно-научно-инновационный комплекс, возглавляемыми выпускниками университета. [12]

Цель Концепции «ИНО Томск» (проекта модели «тройной спирали») заключается в создании конкурентоспособного и эффективно функционирующего инновационного территориального центра в границах Томской агломерации, в котором концентрируются промышленность высоких переделов, качественные человеческие ресурсы, создается перспективная технологическая база для обеспечения высокого качества жизни и отработки новой модели экономического роста. [13]

Правительство принимает усилия по превращению отдельных регионов в точки экономического роста, в том числе путем создания особых экономических зон. [7]



Несмотря на определенные достижения, практика развития модели «тройной спирали» вызывает основные проблемы, сдерживающие ее развитие в регионах.

Главная из них связана с нежеланием многих университетов брать на себя функции по коммерциализации научных исследований, в то время как формирование системы управления правами на результаты интеллектуальной деятельности и включение их в экономический оборот называются основной задачей инновационного развития. [14]

Систематизируем основные проблемы, связанные с внедрением модели «тройной спирали» в регионах (рис. 1).



Рис. 1. Проблемы, связанные с внедрением модели «тройной спирали» в России<sup>1</sup>

Дальнейшим развитием концепции «тройной спирали» является теория «четверной спирали» (государство – наука – бизнес – общество), в которой полноправным элементом выступают пользователи инноваций, что определяет направленность реализации модели на развитие человеческого капитала в регионах. [15]

<sup>1</sup> Разработано авторами.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что в настоящее время далеко не все регионы России готовы к применению модели «тройной спирали», для успешной реализации которой необходимы усилия всех участников инновационного процесса: университетской и академической науки, регионального бизнеса и государственных структур. При этом активизация инновационных процессов в промышленных регионах требует комплексных мер стимулирования на всех уровнях управления с учетом баланса интересов различных заинтересованных сторон.

#### Список литературы

1. Etzkowitz H., Leydesdorff L. The triple helix of university industry – government relations: A laboratory for knowledge-based economic development. *EASST Review*, 1995, Vol. 14, 1. Pp. 14–19.
2. Батракова Л.Г. Инновационное развитие регионов России по модели «тройной спирали». Социально-политические исследования. 2020. № 3 (8). С. 67–80. DOI 10.20323/2658-428X-2020-3-8-67–80.
3. РОСКОНГРЕСС – Пространство доверия. – URL: <https://roscongress.org/sessions/spief-2019-nauka-obrazovanie-i-biznes-strategiya-integratsionnogo-vzaimodeystviya/discussion/>. (дата обращения: 08.11.2022) – Текст: электронный.
4. Российская газета – URL: <https://rg.ru/turbopages/rg.ru/s/2020/12/15/gossredstva-ostaiutsia-krupnejshim-istochnikom-finansirovaniia-nauki.html/>. (дата обращения: 08.11.2022) – Текст: электронный.
5. Бычкова О. Деньги на НИИЧАВО: почему наука в России так далека от бизнеса //РБК Тренды – URL: <https://trends-rbc.ru/turbopages/trends.rbc.ru/s/trends/innovation/610a77889a7947ce40d74a81> (дата обращения: 08.11.2022) – Текст: электронный.
6. Потанин В. Зачем бизнесу инвестировать в фундаментальную науку – URL: <https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2021/02/12/857636-zachem-biznesu/>. (дата обращения: 08.11.2022) – Текст: электронный.
7. Горцевская, О.Г. Фролова В. А. Драйверы экономического роста Российской Федерации. Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. 2022. № 1. С. 28–31. – DOI 10.37882/2223-2974.2022.01.10.
8. Трофимова, Н.Н. Проблемы и перспективы формирования экономики знаний в условиях постиндустриальной экономики / Н.Н. Трофимова. Стратегии бизнеса. 2021. Т. 9. № 1. С. 4–8. – DOI 10.17747/2311-7184-2021-1-4-8.
9. Балацкий Е.В., Екимова Н.А. Модель российской экономики: постиндустриальное общество без индустриального сектора. Мир новой экономики. 2021;15(2):29-46. DOI: 10.26794/2220-6469-2021-15-2-29-46.
10. Акбердина, В.В. Модель когерентного поведения субъектов науки, государства и бизнеса в рамках модели «тройной спирали» / В.В. Акбердина. Культура, личность, общество в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования: Материалы XVII Международной конференции памяти проф. Л.Н. Когана, Екатеринбург, 20–21 марта 2014 года С. 700–708.
11. Дудин М.Н. Модель тройной спирали как эффективный инструмент инновационного развития промышленных предприятий народного хозяйства / М.Н. Дудин, Н.В. Лясников, А.С. Сенин. Модель = European Researcher. 2014. Vol. (76). № 6-1. С. 1066–1074.
12. Томский государственный университет систем управления радиотехники. – URL: <https://tusur.ru/ru/nauka-i-innovatsii/> (дата обращения: 08.11.2022) – Текст: электронный.
13. Портал ИНО Томск – URL: <https://www.inotomsk.ru/> (дата обращения: 08.11.2022) – Текст: электронный.
14. Полухина, С.А. Формализация и аудит системы управления правами на результаты интеллектуальной деятельности на предприятии / С. А. Полухина. Вестник Удмуртского университета. Серия Экономика и право. 2020. Т. 30. № 1. С. 51–57. – DOI 10.35634/2412-9593-2020-30-1-51-57.
15. Кичатинова, Е.Л. Олейников И. В.. Концепция «четверной спирали» и инновационное развитие регионов / Е.Л. Кичатинова. Известия Иркутского государственного университета. Серия: Политология. Религиоведение. 2019. Т. 29. С. 53–62. – DOI 10.26516/2073-3380.2019.29.53.

#### References

1. Etzkowitz H., Leydesdorff L. The triple helix of university industry-government relations: A laboratory for knowledge-based economic development. *EASST Review*, 1995, Vol.14,1. Pp.14–19.
2. Batrakova L.G. Innovative development of Russian regions according to the «triple helix» model. *Socio-political studies*. 2020. No. 3 (8).Pp. 67–80. DOI 10.20323/2658-428X-2020-3-8-67–80.

3. ROSCONGRESS – Trust Space – URL: <https://roscongress.org/sessions/spief-2019-nauka-obrazovanie-i-biznes-strategiya-integratsionnogo-vzaimodeystviya/discussion/>. (date of access: 08.11.2022) – Text: electronic.
4. Russian newspaper – URL: <https://rg-ru.turbopages.org/rg.ru/s/2020/12/15/gossredstva-ostaiutsia-krupnejshim-istochnikom-finansirovaniia-nauki.html/>. (Date of access: 08.11. 2022) – Text: electronic.
5. Bychkova O. Money for NIICHAVO: why science in Russia is so far from business. RBC Trends – URL: <https://trends-rbc-ru.turbopages.org/trends.rbc.ru/s/trends/innovation/610a77889a7947ce40d74a81> (date of access: 11/08/2022) – Text: electronic.
6. Potanin V. Why does business need to invest in fundamental science – URL: <https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2021/02/12/857636-zachem-biznesu/>. (date of access: 08.11.2022) – Text : electronic.
7. Gortsevskaya, O.G. Frolova V.A. Drivers of economic growth of the Russian Federation. Modern science: actual problems of theory and practice. Series: Economics and law. 2022. No. 1. S. 28–31. – DOI 10.37882/2223-2974.2022.01.10.
8. Trofimova, N.N. Problems and prospects for the formation of the knowledge economy in a post-industrial economy / N.N. Trofimova. Business strategies. 2021. T. 9. No. 1. P. 4–8. – DOI 10.17747/2311-7184-2021-1-4-8.
9. Balatsky E.V., Ekimova N.A. Model of the Russian economy: post-industrial society without an industrial sector. The world of the new economy. 2021;15(2):29-46. DOI: 10.26794/2220-6469-2021-15-2-29-46.
10. Akberdina, V.V. Model of coherent behavior of subjects of science, state and business within the framework of the «triple helix» model / V. V. Akberdina. Culture, personality, society in the modern world: methodology, experience of empirical research: Proceedings of the XVII International conference in memory of prof. L.N. Kogan, Yekaterinburg, March 20–21, 2014, pp. 700–708.
11. Dudin M.N. Triple helix model as an effective tool for innovative development of industrial enterprises of the national economy / M.N. Dudin, N.V. Lysnikov, A.S. Senin. Model = European Researcher. 2014. Vol. (76). No. 6-1. Pp. 1066–1074.
12. Tomsk State University of Radioelectronics Control Systems. – URL: <https://tusur.ru/ru/nauka-i-innovatsii/> (date of access: 08.11.2022) – Text: electronic.
13. Portal INO Tomsk – URL: <https://www.inotomsk.ru/> (date of access: 08.11.2022) – Text: electronic.
14. Polukhina, S. A. Formalization and audit of the rights management system for the results of intellectual activity at the enterprise / S.A. Polukhina. Bulletin of the Udmurt University. Series Economics and Law. 2020. T. 30. No. 1. S. 51–57. – DOI 10.35634/2412-9593-2020-30-1-51-57.
15. Kichatinova, E.L. Oleinikov I.V. The concept of the «quadruple helix» and innovative development of regions / E.L. Kichatinova. Bulletin of the Irkutsk State University. Series: Political science. Religious studies. 2019. T. 29. S. 53–62. – DOI 10.26516/2073-3380.2019.29.53.

## **Жилищная обеспеченность регионов как один из основных факторов улучшения качества жизни населения**

**С. П. Спиридонов**

*Доктор экономических наук, профессор кафедры,  
[spiridonov\\_sp@bk.ru](mailto:spiridonov_sp@bk.ru)*

*Кафедра экономики,  
Тамбовский государственный технический университет,  
Тамбов, Россия*

**О. П. Штанько**

*Аспирант,  
[oksana\\_stanko@mail.ru](mailto:oksana_stanko@mail.ru)*

*Кафедра экономической безопасности и качества,  
Тамбовский государственный технический университет,  
Тамбов, Россия*

**Аннотация:** Обеспеченность российских регионов жильем является самым значительным фактором, влияющим на качество жизни населения. Основные показатели жилищных условий населения, таких как общая площадь жилых помещений, приходящаяся в среднем на одного жителя, определяемые статистически дают представление о текущей ситуации жилищных условий населения в каждый исследуемый период по сравнению с предыдущими. Кроме того, показатели обеспеченности населения жильем, дифференцируемые по регионам Российской Федерации, показывают в каких из них государству необходимо особенно сосредоточить усилия в области улучшения жилищной политики и как следствие повысить качество жизни населения в них.

Предметом исследования в статье является количественный и качественный анализ жилищной ситуации в России, а также региональная дифференция жилищных условий, в том числе, в городах и сельской местности.

**Ключевые слова:** Жилищные условия, качество жизни населения, показатели жилищных условий, общая площадь жилых помещений.

## **Housing provision in the regions is one of the main factors for improving the quality of life**

**S. P. Spiridonov**

*Dr. Sci. (Econ.), Prof.,  
[spiridonov\\_sp@bk.ru](mailto:spiridonov_sp@bk.ru)*

*Department of Economy,  
Tambov State Technical University,  
Tambov, Russia*

**O. P. Shtanko**

*Postgraduate student,  
[oksana\\_stanko@mail.ru](mailto:oksana_stanko@mail.ru)*

*Department of Economic Security and Quality,  
Tambov State Technical University,  
Tambov, Russia*

**Abstract:** *The provision of Russian regions with housing is the most significant factor affecting the quality of life of the population. The main indicators of housing conditions of the population, such as the total area of living quarters per person, determined statistically, give an idea about the current situation of housing conditions of the population in each studied period in comparison with the previous ones. In addition, the indicators of housing, differentiated by regions of the Russian Federation, show on which of them the authority should especially focus its efforts in improving housing policy and as a consequence improve the quality of life of the population in them.*

*The subject of the article is a quantitative and qualitative analysis of the housing situation in Russia, as well as regional differentiation of housing conditions, including urban and rural areas.*

**Keywords:** *Housing conditions, quality of life of the population, indicators of housing conditions, total living space*

Самым значительным фактором по степени влияния на качество жизни населения российских регионов является обеспеченность жильем. Именно фактор владения собственным жильем оказывает непосредственное влияние на социально-демографические процессы, так как является определяющим для формирования и функционирования семьи<sup>1</sup>. И наоборот, отсутствие достойного жилья или неблагоприятные жилищные условия препятствуют созданию семьи, и могут являться причиной возникновения негативной атмосферы в семье. Ограниченное количество удобств, необходимых для комфортной жизни, тесные жилые помещения отрицательно сказываются на эмоциональном и физическом состоянии их жителей, способствуют распространению инфекционных заболеваний. Габариты жилища и его планировка диктуют ассортимент мебели и предметов длительного пользования, приобретаемые его жильцами. От уровня оснащенности дома инженерно-техническим и санитарным оборудованием напрямую зависит качество и количество вне рабочего времени, проведенного в собственном жилье. Таким образом, чем более оснащено и благоустроено жилье, тем, качественнее его владельцы могут вести домашнее хозяйство и тем больше у них свободного времени.

Качество жилищных условий непосредственно влияет на то, каким образом семьи проводят свободное время. Наиболее некомфортные условия для этого в больших семьях, состоящих из разных поколений. Поскольку образ, стиль и ритм жизни сильно отличается, как старшему, так и младшему поколениям приходится мириться с соседством в ограниченном жилом пространстве и подстраиваться под потребности родных, и как следствие ущемлять свои интересы. Последнее время с распространением удаленного стиля работы для работников ИТ-сферы, инженеров, менеджеров, преподавателей и многих других работников возникла необходимость выделения дополнительного пространства для офисной работы дома. Поэтому можно говорить, что качество жилищных условий влияет на качество рабочего времени таких работников.

Таким образом, состояние жилищных условий можно считать основой для разнообразных видов деятельности населения. Именно поэтому, обеспеченность населения жильем косвенно регулирует распределение трудовых ресурсов через текучесть, миграцию, уровень трудоспособности населения. Так, к примеру, высокая текучесть кадров в регионе вероятно является следствием дефицита или отсутствия жилья для специалистов. Деление жилого фонда на городской и сельский появилось еще во времена Советского Союза. Современным на тот момент стандартам благоустройства соответствовал только городской фонд. Жилой фонд в сельской местности в то время отличался отсутствием или острой нехваткой основной инфраструктуры (электричество, водопровод, канализация, вывоз мусора, администрация, и т.д.). С конца прошлого века в стране появился новый масштабный сегмент жилья — элитная застройка. Однако его появление вряд ли могло способствовать решению нехватки жилья для большинства населения страны. И по сей день обеспеченность жильем и жилищные условия в России не только не соответствуют пред-

<sup>1</sup> Мигунова Ю.В., Садыков Р.М. Материальная и жилищная обеспеченность населения как фактор социальной устойчивости территорий / Жизненный потенциал региона: демографические проблемы современного общества (Аитовские чтения): Сборник материалов международной научно-практической конференции. — Уфа: АЭТЕРНА, 2015. С. 307—310.

ставлениям людей о высоком качестве жизни, но также не могут в полной мере удовлетворить потребности населения<sup>2</sup>.

Статистически жилищные условия в российских регионах определяются рядом факторов, основным из которых принято считать общую площадь жилых помещений, приходящаяся в среднем на одного жителя. Этот показатель наиболее прозрачно отображает количественные характеристики жилищных условий, что в свою очередь дает возможность государству принимать определенные меры по улучшению жилищных условий населения. Кроме того, показатель обеспеченности общей жилой площадью дает четкое представление о региональной дифференции жилищных условий, в том числе в городах и сельской местности и, соответственно, качеству жизни.

Таблица 1

Основные показатели жилищных условий населения Российской Федерации 2000–2021<sup>3</sup>

|                                                                                                                | 2000 | 2010  | 2018  | 2019  | 2021  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|-------|-------|-------|-------|
| Общая площадь жилых помещений, приходящаяся в среднем на одного жителя (на конец года) – всего, м <sup>2</sup> | 19,2 | 22,6  | 25,8  | 26,3  | 27,8  |
| из нее:                                                                                                        |      |       |       |       |       |
| в городской местности                                                                                          | 18,9 | 22,1  | 25,4  | 25,9  | 27,6  |
| в сельской местности                                                                                           | 19,9 | 24,0  | 26,9  | 27,3  | 28,3  |
| Число квартир – всего, млн.                                                                                    | 55,1 | 60,1  | 66,9  | 67,5  | 70,2  |
| из них:                                                                                                        |      |       |       |       |       |
| однокомнатных                                                                                                  | 12,8 | 14,1  | 16,6  | 17,0  | 17,9  |
| двухкомнатных                                                                                                  | 22,6 | 23,9  | 25,7  | 25,8  | 26,7  |
| трехкомнатных                                                                                                  | 16,2 | 17,4  | 18,7  | 18,8  | 19,4  |
| четырекомнатных и более                                                                                        | 3,5  | 4,7   | 5,4   | 5,6   | 5,8   |
| Средний размер одной квартиры м <sup>2</sup> общей площади жилых помещений                                     | 49,1 | 52,9  | 55,7  | 56,2  | 56,9  |
| однокомнатной                                                                                                  | 32,0 | 33,4  | 35,8  | 36,2  | 36,7  |
| двухкомнатной                                                                                                  | 45,4 | 47,2  | 49,1  | 49,4  | 50,0  |
| трехкомнатной                                                                                                  | 60,4 | 63,4  | 66,4  | 66,9  | 67,8  |
| четырекомнатной и более                                                                                        | 82,6 | 102,0 | 107,9 | 110,2 | 112,0 |

Анализ жилищной ситуации в России в настоящее время и оценка обеспеченности населения жильем на основе количественных показателей, из расчета в среднем на одного жителя, показывает реальную ситуацию. Как видно из таблицы 1, показатель в своем абсолютном значении увеличивался с 2000 по 2021 г. Так, если в 2000 г. общая площадь жилых помещений, приходящаяся в среднем на одного жителя, составляла 19,2 кв. м<sup>4</sup>, то в 2010 г. и 2021 г. она повысилась до 22,6 кв.м и 27,8 кв.м. соответственно. Такую тенденцию не стоит рассматривать как абсолютно положительный фактор, так как на рост показателя могут влиять такие негативные факторы как ежегодная убыль населения в целом по стране<sup>5</sup>. Кроме того, Россия еще не достигла пока высокого

<sup>2</sup> Опыт социологического исследования уровня жизни: методологические аспекты. Сб. научн. тр. / Под ред. В.А. Калмык, Л.А. Хакулиной. – Новосибирск, 1986. 147 с. С 41–44.

<sup>3</sup> Жилищные условия. Жилищный фонд. – Текст электронный // Официальный сайт Федеральная служба государственной статистики. – URL: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Jkh39.doc> (обновлено 20.06.2022).

<sup>4</sup> Регионы России. Социально-экономические показатели 2015. Статистический сборник. Росстат. – М., 2015.

<sup>5</sup> Садыков, Р.М. Жилищная обеспеченность населения как фактор социальной устойчивости территорий. Текст электронный. Молодой ученый. 2016. № 14 (118). С. 612–615. – URL: <https://moluch.ru/archive/118/32569/> (дата обращения: 22.01.2022).

уровня международного стандарта качества жилищных условий, разработанному ООН. Согласно этому стандарту, хороший показатель обеспеченности жильем — это не менее 30 кв. м на каждого жителя<sup>6</sup>. Для сравнения, в США обеспеченность жильем составляет около 75 кв. м на человека, в Германии — 45 кв. м.<sup>7</sup> Другими факторами, сдерживающими рост показателя площади жилых помещений, приходящихся на душу населения в целом по стране, можно обозначить, во-первых, дороговизну стоимости квадратного метра жилья, во-вторых, низкую покупательную способность населения.

Как видно из таблицы 2, обеспеченность населения жильем также сильно отличается по субъектам Российской Федерации.

Таблица 2

Общая площадь жилых помещений по субъектам Российской Федерации по состоянию на конец 2021 года<sup>8</sup>

| Субъект Российской Федерации             | Общая площадь жилых помещений, тыс. м <sup>2</sup> | Общая площадь жилых помещений, приходящаяся в среднем на одного жителя, м <sup>2</sup> |
|------------------------------------------|----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Российская Федерация</b>              | <b>4 043 974,8</b>                                 | <b>27,8</b>                                                                            |
| <b>Центральный федеральный округ</b>     | <b>1 157 127,4</b>                                 | <b>29,6</b>                                                                            |
| Белгородская область                     | 52 226,0                                           | 34,1                                                                                   |
| Брянская область                         | 37 101,4                                           | 31,7                                                                                   |
| Владимирская область                     | 41 746,1                                           | 31,5                                                                                   |
| Воронежская область                      | 74 804,0                                           | 32,7                                                                                   |
| Ивановская область                       | 27 854,7                                           | 28,5                                                                                   |
| Калужская область                        | 32 579,4                                           | 32,2                                                                                   |
| Костромская область                      | 18 532,4                                           | 29,9                                                                                   |
| Курская область                          | 35 008,0                                           | 32,3                                                                                   |
| Липецкая область                         | 39 046,6                                           | 35,1                                                                                   |
| Московская область                       | 270 946,6                                          | 34,9                                                                                   |
| Орловская область                        | 22 089,0                                           | 30,9                                                                                   |
| Рязанская область                        | 38 157,9                                           | 35,2                                                                                   |
| Смоленская область                       | 28 212,4                                           | 31,0                                                                                   |
| Тамбовская область                       | 32 679,3                                           | 33,3                                                                                   |
| Тверская область                         | 42 557,4                                           | 34,6                                                                                   |
| Тульская область                         | 44 399,5                                           | 31,0                                                                                   |
| Ярославская область                      | 36 852,4                                           | 30,0                                                                                   |
| г. Москва                                | 282 334,5                                          | 22,3                                                                                   |
| <b>Северо-Западный федеральный округ</b> | <b>413 417,2</b>                                   | <b>29,7</b>                                                                            |
| Республика Карелия                       | 17 291,4                                           | 28,7                                                                                   |
| Республика Коми                          | 23 625,3                                           | 29,4                                                                                   |
| Архангельская область                    | 33 252,7                                           | 29,8                                                                                   |
| Ненецкий автономный округ                | 1 142,6                                            | 25,7                                                                                   |
| Архангельская область                    | 32 110,0                                           | 30,0                                                                                   |

<sup>6</sup> Земляникина М. Дом для каждого. Журнал Босс. 9.11.2020 — Текст электронный // URL: <http://www.bossmag.ru/archiv/2020/boss-oktyabr-noyabr-2020-g/dom-dlya-kazhdogo.html> (дата обращения 22.07.2022).

<sup>7</sup> Hegedüs J., Horvath G. Housing review 2015. Housing review of 15 countries in Europe and Central Asia. 2015 145 p.

<sup>8</sup> Жилищные условия. Жилищный фонд по субъектам Российской Федерации. Текст электронный. Официальный сайт Федеральная служба государственной статистики. — URL: [https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Jil\\_fond.xls](https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Jil_fond.xls) (дата обращения 22.07.2022).

Продолжение таблицы 2

| Субъект Российской Федерации               | Общая площадь жилых помещений, тыс. м <sup>2</sup> | Общая площадь жилых помещений, приходящаяся в среднем на одного жителя, м <sup>2</sup> |
|--------------------------------------------|----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| Вологодская область                        | 36 855,4                                           | 32,3                                                                                   |
| Калининградская область                    | 32 274,3                                           | 31,4                                                                                   |
| Ленинградская область                      | 59 806,9                                           | 31,3                                                                                   |
| Мурманская область                         | 19 031,7                                           | 26,3                                                                                   |
| Новгородская область                       | 20 071,0                                           | 34,2                                                                                   |
| Псковская область                          | 21 332,5                                           | 34,8                                                                                   |
| г. Санкт-Петербург                         | 149 876,2                                          | 27,9                                                                                   |
| <b>Южный федеральный округ</b>             | <b>436 731,2</b>                                   | <b>26,6</b>                                                                            |
| Республика Адыгея                          | 12 920,3                                           | 27,6                                                                                   |
| Республика Калмыкия                        | 7025,3                                             | 26,2                                                                                   |
| Республика Крым                            | 39 145,8                                           | 20,6                                                                                   |
| Краснодарский край                         | 164 409,4                                          | 28,9                                                                                   |
| Астраханская область                       | 24 782,0                                           | 25,0                                                                                   |
| Волгоградская область                      | 63 361,1                                           | 25,9                                                                                   |
| Ростовская область                         | 112 950,0                                          | 27,2                                                                                   |
| г. Севастополь                             | 12 137,3                                           | 23,2                                                                                   |
| <b>Северо-Кавказский федеральный округ</b> | <b>229 140,9</b>                                   | <b>22,9</b>                                                                            |
| Республика Дагестан                        | 67 633,4                                           | 21,4                                                                                   |
| Республика Ингушетия                       | 8213,4                                             | 15,7                                                                                   |
| Кабардино-Балкарская Республика            | 19 089,5                                           | 21,9                                                                                   |
| Карачаево-Черкесская Республика            | 10 253,2                                           | 22,1                                                                                   |
| Республика Северная Осетия-Алания          | 20 796,7                                           | 30,2                                                                                   |
| Чеченская Республика                       | 30 870,2                                           | 20,4                                                                                   |
| Ставропольский край                        | 72 284,5                                           | 26,0                                                                                   |
| <b>Приволжский федеральный округ</b>       | <b>832 046,9</b>                                   | <b>28,8</b>                                                                            |
| Республика Башкортостан                    | 114 368,0                                          | 28,6                                                                                   |
| Республика Марий Эл                        | 19 356,2                                           | 28,8                                                                                   |
| Республика Мордовия                        | 22 964,0                                           | 29,8                                                                                   |
| Республика Татарстан                       | 112 120,7                                          | 28,8                                                                                   |
| Удмуртская Республика                      | 35 994,1                                           | 24,2                                                                                   |
| Чувашская Республика                       | 35 470,5                                           | 29,6                                                                                   |
| Пермский край                              | 66 884,5                                           | 26,2                                                                                   |
| Кировская область                          | 35 178,8                                           | 28,5                                                                                   |
| Нижегородская область                      | 91 223,0                                           | 29,0                                                                                   |
| Оренбургская область                       | 54 770,1                                           | 28,5                                                                                   |
| Пензенская область                         | 41 385,0                                           | 32,5                                                                                   |
| Самарская область                          | 90 293,5                                           | 28,8                                                                                   |
| Саратовская область                        | 74 240,1                                           | 31,4                                                                                   |
| Ульяновская область                        | 37 798,5                                           | 31,4                                                                                   |
| <b>Уральский федеральный округ</b>         | <b>333 539,0</b>                                   | <b>27,1</b>                                                                            |
| Курганская область                         | 22 064,8                                           | 27,4                                                                                   |



Продолжение таблицы 2

| Субъект Российской Федерации             | Общая площадь жилых помещений, тыс. м <sup>2</sup> | Общая площадь жилых помещений, приходящаяся в среднем на одного жителя, м <sup>2</sup> |
|------------------------------------------|----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| Свердловская область                     | 119 964,4                                          | 28,1                                                                                   |
| Тюменская область                        | 95 087,2                                           | 25,0                                                                                   |
| Ханты-Мансийский автономный округ – Югра | 36 807,2                                           | 21,6                                                                                   |
| Ямало-Ненецкий автономный округ          | 11 333,5                                           | 20,5                                                                                   |
| Тюменская область                        | 46 946,4                                           | 30,2                                                                                   |
| Челябинская область                      | 96 422,6                                           | 28,2                                                                                   |
| <b>Сибирский федеральный округ</b>       | <b>442 693,8</b>                                   | <b>26,2</b>                                                                            |
| Республика Алтай                         | 4963,4                                             | 22,4                                                                                   |
| Республика Тыва                          | 4844,7                                             | 14,6                                                                                   |
| Республика Хакасия                       | 14 308,5                                           | 27,1                                                                                   |
| Алтайский край                           | 58 851,3                                           | 25,9                                                                                   |
| Красноярский край                        | 75 584,4                                           | 26,5                                                                                   |
| Иркутская область                        | 61 369,9                                           | 26,0                                                                                   |
| Кемеровская область                      | 68 615,2                                           | 26,3                                                                                   |
| Новосибирская область                    | 76 243,4                                           | 27,4                                                                                   |
| Омская область                           | 49 988,5                                           | 26,6                                                                                   |
| Томская область                          | 27 924,6                                           | 26,1                                                                                   |
| <b>Дальневосточный федеральный округ</b> | <b>199 278,4</b>                                   | <b>24,6</b>                                                                            |
| Республика Бурятия                       | 21 888,6                                           | 22,3                                                                                   |
| Республика Саха (Якутия)                 | 23 727,1                                           | 23,9                                                                                   |
| Забайкальский край                       | 23 131,3                                           | 22,2                                                                                   |
| Камчатский край                          | 8176,1                                             | 26,1                                                                                   |
| Приморский край                          | 45 735,2                                           | 24,5                                                                                   |
| Хабаровский край                         | 32 912,0                                           | 25,3                                                                                   |
| Амурская область                         | 20 465,9                                           | 26,5                                                                                   |
| Магаданская область                      | 4089,7                                             | 29,7                                                                                   |
| Сахалинская область                      | 14 168,5                                           | 29,3                                                                                   |
| Еврейская автономная область             | 3785,0                                             | 24,6                                                                                   |
| Чукотский автономный округ               | 1199,2                                             | 24,0                                                                                   |

Наиболее остро проблема стоит в густонаселенных мегаполисах страны. Как видим, к примеру, в Москве на конец 2021 г. приходилось в среднем 22,3 кв. м. жилой площади на жителя<sup>9</sup>. По этому показателю, согласно ежегодному публичному отчету РwC о динамике градостроительного развития Москвы относительно других городов мира за пять лет российская столица уступает некоторым мировым городам (в частности Токио и Пекину), где доступность жилья традиционно один из самых насущных вопросов, волнующих их многомиллионное население<sup>10</sup>. Уровень обеспеченности жильем в Санкт-Петербурге заметно выше, где по итогам 2021 года общая площадь жилых помещений на душу населения составила 27,9 м<sup>2</sup>. На протяжении многих лет самый высо-

<sup>9</sup> Обеспеченность жильем в Москве остается одной из самых низких по России. — Текст электронный. Информационное агентство ТАСС. 20.11.2019. URL: <https://tass.ru/nedvizhimost/7166319> (дата обращения: 18.09.2022).

<sup>10</sup> Публичный отчет. Качество жизни. Проект, меняющий города (Moscow Urban Forum, Июль 2019) — Москва.2019 — Подготовлено РwC по заказу АНО «МУФ», 48 стр.

кий показатель обеспеченности жильем в стране сохранялся у Московской области. По данным Росстата на конец 2021 года он составил 34,9 м<sup>2</sup>. Однако некоторые регионы из Центрально-Черноземного округа уверенно обогнали этот уровень. Так лидером по итогам 2021 года оказалась Рязанская область — 35,2 м<sup>2</sup>. Кроме того в ряд лидирующих регионов можно включить Липецкую область — 35,1 м<sup>2</sup>, Тверскую область — 34,6 м<sup>2</sup> и Белгородскую область 34,1 м<sup>2</sup>.

Проводя количественный анализ обеспеченности жильем на основании только данных, предоставляемых официальными службами статистики, важно учитывать также качественные характеристики жилого фонда. К примеру, какова доля в этой статистике ветхого и аварийного жилищного фонда, непригодного для жилья. Его ликвидация является приоритетным направлением жилищной политики. Однако конкретные требования к факту признания жилища ветхим и аварийным на местах является слабым местом. Этот факт обуславливает возможность субъективного подхода к его определению в зависимости от наличия финансовых средств на переселение граждан из аварийного жилища, возможности получения на эти цели субсидий из государственного бюджета. Показатели степени износа его основных фондов, коэффициенты их обновления и выбытия, удельного веса полностью изношенных жилых фондов являются ключевыми аналитическими составляющими.

Еще один показатель — размер жилой площади относительно общей площади, дает представление о качестве жилого фонда. Деление жилья на основе этой характеристики показывает структуру жилищного фонда и его соответствия составу семей.

Другой наиболее часто используемый показатель, особенно в развитых странах — это число комнат в жилом помещении. На его основании власти могут сделать объективные выводы о соответствии структуры семей количеству и качеству жилых комнат, и их соответствию потребностям населения. При постановке России в один ряд с развитыми странами для сравнения по этому показателю особенно можно наблюдать ее отставание. Такая дифференциация, очевидно обусловлена несоответствием структуры строящегося жилья и финансовыми возможностями населения.

Представленный обзор статистических данных дает общее представление об обеспеченности жильем в российских регионах. На основании их формируются направления развития государственной региональной политики в части повышения уровня жизни населения. В первую очередь, она должна быть направлена на обеспечение сбалансированного социально-экономического развития субъектов Российской Федерации, сокращение уровня межрегиональной дифференциации в социально-экономическом состоянии регионов и качестве жизни. Расширение возможностей в жилищной сфере будет способствовать достижению целей в области улучшения качества жизни российского населения.

#### Список литературы

1. Hegedűs J., Horvath G. Housing review 2015. Housing review of 15 countries in Europe and Central Asia. 2015. 145 p.
2. Жилищные условия. Жилищный фонд по субъектам Российской Федерации. — Текст электронный // Официальный сайт Федеральная служба государственной статистики. — URL: [https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Jil\\_fond.xls](https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Jil_fond.xls) (дата обращения 22.07.2022).
3. Жилищные условия. Жилищный фонд. — Текст электронный // Официальный сайт Федеральная служба государственной статистики. — URL: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Jkh39.doc> (обновлено 20.06.2022).
4. М. Земляникина. Дом для каждого. Журнал Босс. 9.11. 2020 — Текст электронный // URL: <http://www.bossmag.ru/archiv/2020/boss-oktyabr-noyabr-2020-g/dom-dlya-kazhdogo.html> (дата обращения 22.07.2022).
5. Мигунова Ю. В., Садыков Р. М. Материальная и жилищная обеспеченность населения как фактор социальной устойчивости территорий / Жизненный потенциал региона: демографические проблемы современного общества (Аитовские чтения): Сборник материалов международной научно-практической конференции. — Уфа: АЭТЕРНА, 2015. С. 307–310.

6. Обеспеченность жильем в Москве остается одной из самых низких по России. — Текст электронный. Информационное агентство ТАСС. 20.11.2019. — URL: <https://tass.ru/nedvizhimost/7166319> (дата обращения: 18.09.2022).
7. Опыт социологического исследования уровня жизни: методологические аспекты. Сб. научн. тр. / Под ред. В.А.Калмык, Л.А.Хакулиной. — Новосибирск, 1986. 147 с. С. 41–44.
8. Публичный отчет. Качество жизни. Проект, меняющий города (Moscow Urban Forum, Июль 2019)- Москва. 2019 — Подготовлено PwC по заказу АНО «МУФ», 48 стр.
9. Регионы России. Социально-экономические показатели 2015. Статистический сборник. Росстат. — М., 2015.
10. Садыков, Р. М. Жилищная обеспеченность населения как фактор социальной устойчивости территорий. — Текст электронный. Молодой ученый. 2016. № 14 (118). С. 612–615. — URL: <https://moluch.ru/archive/118/32569/> (дата обращения: 22.01.2022).

#### References

1. Hegedüs J., Horvath G. Housing review 2015. Housing review of 15 countries in Europe and Central Asia. 2015. 145 p.
2. Housing conditions. Housing stock by subjects of the Russian Federation. — Text electronic. Official website of the Federal State Statistics Service. — URL: [https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Jil\\_fond.xls](https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Jil_fond.xls) (accessed 22.07.2022).
3. Housing conditions. Housing fund. — Text electronic // Official site of the Federal State Statistics Service. — URL: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Jkh39.doc> (updated 20.06.2022).
4. Zemlyanikina M. The house for everyone. Boss Magazine. 9.11. 2020 — Text electronic // URL: <http://www.bossmag.ru/archiv/2020/boss-oktyabr-noyabr-2020-g/dom-dlya-kazhdogo.html> (accessed 22.07.2022).
5. Migunova Y.V., Sadykov R.M. Material and housing security of the population as a factor of social sustainability of territories / Vital potential of the region: demographic problems of modern society (Aitov readings): Collection of materials of the international scientific-practical conference. — Ufa: Aeterna, 2015. С. 307–310.
6. Provision for housing in Moscow remains one of the lowest in Russia. — Text electronic. TASS Information Agency. 20.11.2019. — URL: <https://tass.ru/nedvizhimost/7166319> (date of reference: 18.09.2022).
7. Experience of sociological research on the standard of living: methodological aspects. Collection of scientific books / Ed. by V.A. Kalmyk, L.A. Khakuliina. — Novosibirsk, 1986. 147 с. С. 41–44.
8. Public Report. Quality of life. Project changing cities (Moscow Urban Forum, July 2019). Moscow. 2019 — Prepared by PwC by order of АНО «МУФ», 48 pp.
9. Regions of Russia. Socio-economic indicators 2015. Statistical collection. Rosstat. — М., 2015.
10. Sadykov, R. M. Housing security of the population as a factor of social sustainability of territories. 2016. № 14 (118). С. 612–615. — URL: <https://moluch.ru/archive/118/32569/> (date of reference: 22.01.2022).



## Котировки цен на ГСМ в странах Центральной Азии как следствие факторов интеграции

**А. М. Маратов**

Аспирант,

[zam4n.aza94@yandex.ru](mailto:zam4n.aza94@yandex.ru)

Кыргызский экономический университет им. М. Рыскулбекова,  
Бишкек, Кыргызская Республика

**К. А. Ажекбаров**

Доктор экономических наук, почетный профессор,

[ajekbarov@gmail.com](mailto:ajekbarov@gmail.com)

Кыргызский экономический университет им. М. Рыскулбекова,  
Москва, Россия

**Т. К. Камчыбеков**

Доктор экономических наук, профессор,

[almazkr@mail.ru](mailto:almazkr@mail.ru)

Кыргызский экономический университет им. М. Рыскулбекова,  
Бишкек, Кыргызская Республика

**Аннотация:** В работе рассмотрены уровни цен на ГСМ в странах ЦА и представлены факторы формирования цен на них Кыргызской Республики в условиях интеграции в ЕАЭС (Евразийском экономическом союзе). Горюче-смазочные материалы, как базовый товар, являются ключевым фактором уровня цен на все виды товаров и услуг. Котировки цен на ГСМ в странах ЦА, входящих и не входящих в ЕАЭС, существенно различаются. И причиной тому является не только соотношение объемов производства и потребления ГСМ в каждой из них, но и налоговые, таможенные, тарифные нормы в этих странах и в ЕАЭС. Достаточным производство ГСМ в союзе отмечено в Беларуси, России и Казахстане. Из республик ЦА полностью обеспечить свою экономику производимыми ГСМ может лишь Туркменистан. Кыргызской Республике предстоит предпринять системные меры для снижения зависимости от импорта ГСМ, путем увеличения объемов их производства, развития электротранспорта и преодоления дефицита генерации электроэнергии.

**Ключевые слова:** производство горюче-смазочных материалов, их импорт и экспорт; тарифная политика; госрегулирование; квоты на ГСМ и железнодорожные тарифы в ЕАЭС, электроэнергетика; генерация и потребление; экология; формированием единых рынков электроэнергии, нефти и газа в ЕАЭС; дефицит электроэнергии.

## Cotties of fuel and lubricants in Central Asia as a result of integration factors

**A. M. Maratov**

Postgraduate student,

[zam4n.aza94@yandex.ru](mailto:zam4n.aza94@yandex.ru)

Economic University named after M. Ryskulbekov,  
Bishkek, Kyrgyzstan

**K. A. Ajebarov**

*Dr. Sci. (Econ.),*

*Honorary Professor of the Ryskulbekov Kyrgyz economic university,*

*[ajebarov@gmail.com](mailto:ajebarov@gmail.com)*

*Moscow, Russia*

**T. K. Kamchybekov**

*Doctor of economic sciences, professor,*

*[almazkr@mail.ru](mailto:almazkr@mail.ru)*

*Bishkek, Kyrgyzstan*

**Abstract:** *The work discusses the levels of fuel and lubricants in the CU countries and the factors of the formation of prices for them of the Kyrgyz Republic in the context of integration in the EAEU (Eurasian Economic Union) are represented. Fuel and lubricants, as a basic product, are a key factor in the price level for all types of goods and services. Quotes of fuel and lubricants in the CA countries, which are part of and not part of the EAEU, differ significantly. And the reason for this is not only the ratio of the volume of production and consumption of fuel and lubricants in each of them, but also tax, customs, tariff norms in these countries and the EAEU. Sufficient production of fuel and lubricants in the Union was noted in Belarus, Russia and Kazakhstan. From the republics of the CAA, only Turkmenistan can fully provide their economies with fuel and lubricants. The Kyrgyz Republic will have to take system measures to reduce dependence on the import of fuel and lubricants, by increasing the volume of their production, developing electric transport and overcoming the generation of electricity generation.*

**Keywords:** *production of fuel and lubricants, their imports and export; tariff policy; state regulation; quotas for fuel and lubricants and railway tariffs in the EAEU, electric power industry; generation and consumption; ecology; the formation of unified market of electricity, oil and gas in the EAEU; Electricity deficit in the country.*

Добыча нефти и газа в республиках Центральной Азии (ЦА) всегда производилась в различных объемах, что обусловлено соответствующими объемами их геологических запасов.

Во времена СССР самодостаточными в части ГСМ были Туркменистан, Узбекистан и Казахстан. Кыргызстан и Таджикистан, в силу незначительных объемов запасов нефти и газа на своих территориях были импортерами ГСМ.

После распада СССР, Казахстан предоставил ведущим иностранным компаниям в разработку свои крупные нефтегазовые месторождения Тенгиз и Карашаганак, а также разведанное в его секторе Каспийского моря месторождение Кашаган. Это позволило увеличить объемы добычи нефти в республике с 50 млн.тонн в год до порядка 83,2 млн.тонн ежегодно к концу 2022 года<sup>1</sup>, с прогнозом роста до 135 млн.тонн к 2035 году. Параллельно были запущены десятки других нефтегазовых месторождений среднего и небольшого размеров, которые позволили Казахстану удовлетворить внутренние потребности и в природном газе.

В Узбекистане после распада СССР произошли обратные процессы: действовавшие месторождения нефти были истощены. В неполной мере это было компенсировано разведкой и запуском новых месторождений. Были построены два газоперерабатывающих завода, что позволило частично покрыть нарастающий дефицит ГСМ. Но в 2000-х годах Узбекистан все же стал их нетто-импортером<sup>2</sup>. В целях обеспечения импорта Узбекистан был вынужден постепенно повышать цены на ГСМ, что привело к относительно рентабельному их импорту из Казахстана и Туркменистана и к естественному перетоку ГСМ из указанных республик в приграничные регионы РУ. В настоящее время в ЦА котировки цен на ГСМ в Узбекистане находятся на втором месте, уступая лишь более высоким ценам в Таджикистане.

Попытка Узбекистана покрыть дефицит ГСМ за счет развития сети АГНКС и перевода части транспорта с бензина на сжатый природный газ имела краткосрочный эффект.

<sup>1</sup> <https://bizmedia.kz/2022/09/25/v-sentyabre-dobycha-nefti-v-kazahstane/>.

<sup>2</sup> <https://trendeconomy.ru/data/h2/Uzbekistan/TOTAL>.

Снижение добычи природного газа в Узбекистане ожидалось с 2028 года, поэтому в 2020 году было запущено строительство АЭС в Джизакской области российской компанией РосАтом. Планируется запустить первый энергоблок АЭС через 8 лет с даты старта его возведения. Однако уменьшение добычи газа в Узбекистане началось раньше: в 2020 года она уменьшилась на -17,8% с ранее ежегодных 60,5 млрд. куб. м. до 49,7 млрд. куб. м<sup>3</sup>. Узбекистан стал также и нетто-импортером природного газа. Еще более сократилась добыча газового конденсата в 2020 году в 1,33 раза до 1,4 млн. тонн. Возврат к прежним объемам добычи природного газа в Узбекистане 60–63 млрд. куб. м. возможен только в случае разведки и запуска в эксплуатацию новых крупных месторождений.

Отдельно следует отметить, что природный газ в Узбекистане — это больше, чем просто газ для промышленности, населения и транспорта, он еще является и основным топливом для тепловых электростанций, на которые приходится порядка 80% генерации электроэнергии в республике. Рост потребления электроэнергии в Узбекистане также идет очень динамично — от +6%...+7% ежегодно. Еще в 2020 году Узбекистан планировал удвоение потребления электроэнергии к 2030 году<sup>4</sup>, задача серьезная и сложная. Были приняты программы по развития электростанций в Узбекистане всех видов — от ГЭС и АЭС, до солнечных и ветровых. Учитывая, что в генерацию необходимо привлекать ежегодно сотни миллионов долларов инвестиций, не исключено, что в части электроэнергии Узбекистан также может стать нетто-импортером.

Кыргызстан и Таджикистан были и остались импортерами природного газа, нефти и продуктов ее переработки. В обеих республиках были возведены новые НПЗ<sup>5</sup>, в том числе и крупные, с мощностями переработки в 1,2 млн. тонн ежегодно<sup>6</sup>. Но они остаются не загруженными по причине отсутствия поставок импортной нефти. Имеющим профицит нефти Казахстану и Туркменистану не выгодно поставлять ее в Кыргызстан и Таджикистан, чтобы не создавать конкурентов своим поставкам товарных ГСМ.

Кыргызская Республика продолжает импортировать до 97% потребляемых ГСМ (горючесмазочных материалов) и природного газа. Ситуация в Таджикистане близкая к аналогичной.

Цены на ГСМ в республиках ЦА имеют различную динамику, обусловленную следующими факторами:

- соотношением внутренних объемов производства и потребления в каждой стране;
- сезонными колебаниями спроса и предложения на ГСМ;
- уровнями ставок акцизных и других налогов в республиках;
- административными ограничения на вывоз ГСМ из различных республик, применяемыми их правительствами;
- ставками экспортных пошлин на нефть и различные виды ГСМ;
- тарифами на железнодорожные перевозки наливных грузов в ЕАЭС для стран-участниц союза и ставками на транзит грузов для государств, не входящих в союз.

Последние два фактора — непосредственно касаются Кыргызской Республики. В ЕАЭС создана единая таможенная территория, поэтому экспортные пошлины между странами при поставках товаров союза не должны применяться. Хотя практика может оказаться различной, были отмечены и факты ввода пошлин на вывоз отдельных товаров в союз. В ЕАЭС формируются единые рынки товаров, услуг и капитала. Кроме того, внутри ЕАЭС для грузов стран-участниц союза внедрены единые унифицированные тарифы на железнодорожные перевозки грузов, которые в 3 раза ниже тарифов на перевозки грузов для стран, не входящих в союз.

С учетом того, что Кыргызская республика ежегодно импортирует порядка 2 млн. тонн ГСМ из России по железным дорогам Казахстана на расстояние более 1,5 тысяч километров, унифицированный тариф позволил существенно сократить расходы на их транспортировку.

<sup>3</sup> <https://neftegaz.ru/news/dobycha/660380-opublikovany-dannye-po-dobyche-nefti-i-gaza-v-uzbekistane-za-2020-god/>.

<sup>4</sup> <https://eenergy.media/archives/15546?ysclid=lahyevoupb859734394>.

<sup>5</sup> <http://ecopartner.org/so-stroitelstvom-npz-v-tokmoke-i-kara-balte-kyrgyzstan-mozhet-pokryt-70-90-potrebnosti-v-nefteproduktax-associaciya-neftetrejderov/>.

<sup>6</sup> <https://inbusiness.kz/ru/last/krupnyj-neftepererabatyvayushij-zavod-v-tadzhikistane-budet>.

Так как свыше 80% ГСМ Кыргызская Республика импортирует из России, то в основе цен на автомобильное топливо в КР — лежат отпускные цены на ГСМ у российских НПЗ. В России ГСМ являются биржевым товаром, цены на которые формируются по регионам РФ. Котировки цен на различные виды ГСМ можно мониторить на сайтах новостных агентств и товарно-сырьевых бирж.

Указанные факторы (отсутствие пошлин на ГСМ в ЕАЭС и кратно более низкие тарифы на их ж/д перевозки для Кыргызстана) привели к следующим котировкам розничных цен на ГСМ в странах Центральной Азии (табл. 1).

Таблица 1<sup>7</sup>

|                                    | АИ-95 |                           |            |          | Дизтопливо |                           |            |          |
|------------------------------------|-------|---------------------------|------------|----------|------------|---------------------------|------------|----------|
|                                    | RUR   | KGS по<br>кросс-<br>курсу | % цен к РФ | KGS факт | RUR        | KGS по<br>кросс-<br>курсу | % цен к РФ | KGS факт |
| Туркменистан                       | 32,02 | 43,27                     |            |          | 28,82      | 38,95                     |            |          |
| Казахстан                          | 34,92 | 47,19                     |            |          | 42,77      | 57,80                     |            |          |
| Россия                             | 51,50 | 69,60                     | 100%       |          | 52,99      | 71,61                     | 100%       |          |
| Киргизия                           | 56,72 | 76,65                     | 92%        | 64,00    | 51,44      | 69,52                     | 103%       | 74,00    |
| Узбекистан                         | 70,82 | 95,71                     | 138%       | 92,13    | 66,92      | 90,44                     | 126%       | 92,96    |
| Таджикистан                        | 68,89 | 93,10                     | 134%       | 92,96    | 81,35      | 109,94                    | 154%       | 107,90   |
| Учетный курс RUR/KGS на 10.11.2022 |       |                           |            |          |            |                           |            |          |
|                                    |       |                           | 1,3514     |          |            |                           |            |          |

Занимательно, что фактические цены на бензин, импортируемый в КР из РФ, оказались ниже российских. Это связано в том числе и со ставками налогообложения в обеих странах.

Но однозначно, что цены на ГСМ, также импортируемые преимущественно из России, в соседних Узбекистане и Таджикистане выше на 25% и более, чем в Кыргызстане. Естественно, что разница в ценах на ГСМ между республиками приводит к их перетоку из регионов низкими ценами в места более высоких цен.

Следует отметить, что по беспошлинным импортным поставкам ГСМ Кыргызстану в ЕАЭС приходится ежегодного согласовывать объемы их поставок. Это делается с целью снижения риска реэкспорта ГСМ импортером в третьи страны.

По Казахстану ситуация с ГСМ стоит обособленно от всех его соседей. Дело в том, что из добываемых ежегодно 100 млн. тонн нефти, порядка 14 млн. тонн направляется на внутренние потребности. Из доходов от пошлины на экспорт нефти, Правительство РК субсидирует местным НПЗ цены на производимые ими ГСМ.

Но разница в ценах на ГСМ у Казахстана с Россией и Кыргызстаном составляет 1,5–1,7 раза, а с Узбекистаном и Таджикистаном в 2 раза. Это также приводит к перетокам ГСМ из приграничных регионов Казахстана, вплоть до создания ситуаций искусственного дефицита ГСМ в них. Поэтому правительством Казахстана периодически вводятся различные виды административных ограничений, например, с целью недопущения нехватки нефтепродуктов были введены ряд запретов:

- с 9 мая 2021 года на экспорт нефтепродуктов;
- введен в ноябре 2021 года на вывоз бензина, дизтоплива и отдельных видов нефтепродуктов автомобильным транспортом.

В итоге затянувшаяся на годы ситуация с удержанием низких цен на ГСМ в Казахстане, привела в тупик:

Повысить цены на ГСМ в РК, чтобы приблизить их до уровня соседей, Правительство Казахстана не рискует, так это может привести к очередным социальным потрясениям, подобно произошедшим в январе 2022 года. Кроме того, возникнет риск т.н. «цепной реакции», из-за того, что ГСМ являются базовым товаров, их подорожание повлечет рост цен и на все остальные виды товаров и услуг.

<sup>7</sup> <https://knews.kg/2021/11/18/tseny-na-gsm-v-kyrgyzstane-idut-sledom-za-stranami-yavlyayushhimisya-proizvoditelyami-i-eksporterami-nefteproduktov-assotsiatsiya-neftetrejderov/?ysclid=iai05495ne949830816>.

Продолжение же процесса удержания низких цен на ГСМ, влечет расходы госбюджета Казахстана на дотирование работы НПЗ и перетоку части ГСМ из приграничных регионов РК в соседние страны. Учитывая, что протяженность границы Казахстана с Россией составляет 7 тыс. км и ненамного меньшую со странами ЦА, полностью перекрыть переток ГСМ в соседние государства будет затруднительно.

Отдельно для Казахстана, что называется «ребром» встал вопрос обеспечения непрерывности экспорта нефти, как основного продукта для получения инвалюты. В части диверсификации инвесторов в добычу нефти из крупнейших месторождений, Казахстан сумел достичь положительного результата, что дало ему удвоение добычи нефти в период независимости, получение высоких суверенных рейтингов от международных рейтинговых агентств, привлечение много-миллиардных инвестиций. Однако по направлениям экспорта нефти Казахстаном была допущена переконцентрация странового риска: 78% на Каспийский Трубопроводный Консорциум (КТК) и еще 18% на трубопровод «Атырау–Самара»<sup>8</sup>.

И в 2022 году указанный риск в 96% концентрации экспорта нефти на Россию реализовался: работа трубопровода КТК несколько раз была приостановлена на территории РФ по различным причинам: от поломки нефтеналивных терминалов до решения судов по экологическим претензиям.

Наливные терминалы трубопровода находятся в российском порту Новороссийск на Черном море, в других акваториях которого ведутся боевые действия между Россией и Украиной с поражением кораблей огневými средствами. Пока бои затронули побережье Крыма, Одесской и других областей. Но не исключено и расширение театра военных действий на Черном море вплоть до Новороссийска.

Страны ЕС с 2022 года из-за войны в Украине стали прекращать торговые операции с Россией и закрыли доступ в свои порты российским кораблям. В этих условиях возрастает риск ввода санкции и на поставки нефти третьих стран, в том числе Казахстана, при ее транспортировке через территорию и порты России. Поэтому Астана начала поиск альтернативных маршрутов экспорта для своей нефти. Ведутся переговоры с Азербайджаном, с целью использования его территории и нефтепроводов: «Баку–Супса» и «Баку–Тбилиси–Джейхан». Прорабатывается процесс транспортировки казахстанской нефти до бакинского порта Алят. Ключевой задачей здесь является разрешение проблемы рентабельности танкерной транспортировки нефти в условиях мелководья. Так как средняя глубина казахстанского и российского секторов Каспия составляет лишь 4–5 метров. В таких условиях возможна эксплуатация лишь небольших судов с ограниченной грузоподъемностью.

Казахстан готов рассматривать различные направления экспорта своей нефти для диверсификации ее поставок на экспорт.

В этой связи можно отметить построенные в Кыргызстане китайскими компаниями НПЗ в Кара-Балте и Токмоке. Они являются достаточно современными, их оборудование способно перерабатывать различные виды нефти, с высокой долей выхода легких фракций. Очевидно, что они были построены с расчетом на ожидаемые единые рынки нефти в ЕАЭС, прирост автомобильного парка в регионе, и как следствие предполагаемый рост объемов рынка ГСМ. Но инвесторами не был учтен фактор конфликта интересов, когда нефтедобывающим компаниям Казахстана и России не будет смысла поставлять нефть на эти НПЗ в КР, чтобы не создавать конкурентов на занятых рынках сбыта своим ГСМ.

Здесь возникла патовая ситуация: НПЗ в КР построены, были запущены, но более 10 лет функционируют с загрузкой менее 10% от своих мощностей. Это неизбежно влечет убыточность данных НПЗ. Так как никакое оборудование не способно работать рентабельно при загрузке на 4%...10%.

С обеих сторон формально частные компании: китайцы владеют НПЗ в Кыргызстане, казахстанские — эксплуатируют месторождения нефти на своей территории.

<sup>8</sup> <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2022/10/20/946590-kazakhstan-alternativnie-marshruti?ysclid=lai09yqt8q681219472>.



В этой ситуации возможно, что Правительству Кыргызстана следует рассмотреть предложение по организации переговоров между владельцами указанных НПЗ в КР и руководством компании КазМунайГаз, с целью начать сотрудничество между ними, вплоть до варианта продажи полностью или части пакетов акций НПЗ — казахстанской компании.

В случае успеха, это позволит решить две задачи: Кыргызстан диверсифицирует страновой риск поставок ГСМ за счет организации их производства в республике, а Казахстан получит новое направление экспорта для своей нефти.

В части электроэнергетики, в Казахстане при КЕГОК (Казахстанской компании по управлению электрическими сетями) своевременно было создано ТОО «Расчетно-финансовый центр по поддержке возобновляемых источников энергии», который в конце 2021 года был передан в государственную собственность. Данный центр заключал контракты с новыми источниками генерации сроком на 15 лет с гарантированным закупом всей производимой электроэнергии и ежегодной индексацией тарифа на нее. Это позволило за 9 лет работы создать 91 новый объект ВИЭ, в который были привлечены 400 млн. долларов США инвестиций. Тем не менее из-за опережающего роста потребления электроэнергии, Казахстан в последние оказался способным самостоятельно покрывать лишь базовые нагрузки. А для покрытия пиковых нагрузок Казахстан в 2021 году стал нетто-импортером электроэнергии из России<sup>9</sup>.

Кроме того, учитывая, что действующие мощности по генерации электроэнергии постоянно несут на себе высокие динамические, термические и иные виды нагрузок, изнашивающие оборудование, следует постоянно прорабатывать не только их техническое обслуживание, но и обеспечить непрерывное проектирование и ввод новых источников генерации.

В этой связи Казахстан вслед за Узбекистаном также начал проработку проекта строительства АЭС, определив место под площадку будущей станции на западном побережье озера Балхаш<sup>10</sup>. В случае успешной реализации ее строительства и запуска, это позволит Казахстану снизить в общей генерации электроэнергии в республике долю тепловых станций, достигающей 82%, улучшить экологическую ситуацию и продолжить развитие электрического транспорта.

Позитивным аспектом в Кыргызстане можно отметить то, что благодаря членству в ЕАЭС, республике удалось удержать цены на бензин на более низком уровне, чем в соседних Узбекистане и Таджикистане, также импортирующих энергоносители из России. Ситуация с ценами на дизтопливо в Кыргызстане менее благоприятная, стоимость его 1 литр на 20–25% стала превышать стоимость бензина. Это, в свою очередь, сказывается на росте себестоимости грузовых перевозок и конечным ценам на перевозимые ими товары, включая продовольственные.

Рассчитывать в нынешних условиях на ограничение розничных цен на ГСМ со стороны антимонопольной службы Кыргызской Республики, скорее всего, не стоит. До тех пор, пока не будет создана конкуренция между как минимум пятью сопоставимыми по объемам продаж компаниями, конкурентной среды на рынке не будет.

В то же время следует отметить, что в Кыргызстане сохраняется сформированная десятилетиями ситуация практически полной зависимости от поставок энергоносителей из других стран, которая влечет за собой негативные экономические и политические последствия. Республика сохраняет свою зависимость: от динамики цен на ГСМ в России, от ограничений на выпуск их с территории Казахстана. В периоды девальвации национальной валюты, в республике возобновляется т.н. «импортируемая инфляция», так как ГСМ закупаются в России и Казахстане за доллары и рубли, но не за киргизские сомы.

Ситуация 2022 года: война России в Украине, с наложением на Россию каскада санкций, приостановкой прямых торговых поставок между РФ и РБ, с одной стороны, Европейским союзом и США, с другой, способна будет внести очередные риски и коррективы для рынков ГСМ в Центральной Азии.

<sup>9</sup> <https://www.kegoc.kz/ru/about/natsionalnaya-energосистема/?ysclid=lahzbfl1si112970110>.

<sup>10</sup> <https://informburo.kz/novosti/tokaev-my-opredelilis-s-mestom-raspolozheniya-aes?ysclid=lahz7i2uri178310590>.

Если до начала полномасштабной войны в Украине в 2022 году доля российского природного газа на европейском рынке достигала 40%, то к осени 2022 года она снизилась до 20%. Подрывы на дне Балтийского моря газопроводов Северный поток и Северный поток-2, привели к тому, что к концу 2022 года доля России на газовом рынке ЕС ожидается на уровне 7,5% <sup>11</sup>.

В Кыргызстане магистральными газопроводами и распределительной сетью владеет компания ООО «Газпром–Кыргызстан», дочернее предприятия Газпрома. В свою очередь сам Газпром также попал под целый ряд санкций со стороны стран Запада. И дело не только в том, что Газпром теряет европейский рынок газа — самый емкий и платежеспособный в мире. Ситуация усугубляется технологической зависимостью России от Запада: в микроэлектронике, машиностроении. Так по данным Министерства промышленности и торговли России доля импорта в оборудовании в нефтегазовом секторе достигает 60%–91% <sup>12</sup>:

- оборудование для обустройства месторождений — 61%;
- насосы и компрессоры — 60%;
- линейная и запорная арматура — 62%;
- катализаторы для нефтепереработки и нефтехимии — 74%;
- программное обеспечение — 91%.

Как видно, уровень зависимости энергосектора России в части технологий от импорта очень высокий. Частично его можно будет снизить за счет так называемого «параллельного импорта», другую часть покрыть организацией собственных производств в России. Но полностью устранить возникший дефицит технологий и оборудования России не удастся. В современном мире лучшие виды высокотехнологической продукции можно производить только в кооперации с мировыми брендами. Ни одна страна мира не сможет быть передовой в случае закрытости ее экономики от внешнего мира. Значит, следует ожидать снижение объемов добычи нефти в России, что способно негативно отразиться и на Кыргызстане как импортере ГСМ из РФ.

В этой связи необходимость страновая диверсификации поставок ГСМ, а возможно, и природного газа для Кыргызстана становится еще более актуальной.

Отдельно можно отметить недальновидность прошлых правительств Кыргызстана, допустивших проект прокладки газопровода «Туркменистан–Узбекистан–Таджикистан–Кыргызстан–Китай» через Алайскую долину, без права доступа КР к части транзитного газа. Дело в том, что Алайская долина является «дефилом», то есть практически единственным горным проходом, пригодным для прокладки газопровода из Туркменистана в Кашгарский регион Китая. Формально можно попытаться проложить коммуникации и через Бадахшан. Но его рельеф и высокогорные перевалы столько сложны, что себестоимость прокладки газопровода, да и любой иной коммуникации через Бадахшанкратно повысят его себестоимость.

Для сравнения: Казахстан и Узбекистан допустили прокладку через свои территории газопровода из Туркменистана в Китай на следующих условиях: строительство и эксплуатацию ниток газопроводов осуществляют национальные компании этих стран Узтрансгаз и Казтрансгаз. Они задействуют собственные строительные мощности, обеспечивают работой своих граждан, являясь единоличными операторами по прокачке газа на своих территориях. Более того, в подписанных договорах они вправе: как изымать часть транзитного природного газа на возмездной основе для нужд экономики, так и добавлять свой природный газ в транзитную трубу для обеспечения экспорта своего газа в Китай.

Условия для строительства газопровода через свою территорию Таджикистана также можно оценить паритетными: создано совместное таджикско-китайское предприятие, которое будет заниматься строительством и эксплуатацией транзитного газопровода, также с правом отбора части транзитного газа для нужд Таджикистана на возмездной основе.

Условия же, подписанные Кыргызстаном по данному газопроводу, оказались самыми невыгодными: прямолинейная аренда части территории Алайской долины Китаем, для прокладки им газопровода, без права доступа Кыргызстану к возможности закупки части транзитного газа.

<sup>11</sup> <https://lenta.ru/news/2022/10/05/import/?ysclid=lai0ojejd8865330401>.

В результате, граждане Кыргызстана в Алайском и Чон-Алайском районах, будут проживать рядом с действующим газопроводом, но продолжать отапливать свои дома и готовить пищу на угле и кизяке. Хотя в случае подписания соглашения с Китаем на условиях, аналогичных Казахстана, Узбекистана и Таджикистана, с правом доступа и закупа части транзитного газа, Кыргызстан мог бы газифицировать им как минимум всю Ошскую, а возможно и Баткенскую и Жалал-Абадскую области. А также перевести в них часть автотранспорта на природный газ, уменьшив импорт ГСМ и все риски зависимости, связанные с ним.

В Кыргызстане, как и в целом в мире, отмечена тенденция роста числа электромобилей и их доли в эксплуатируемом автопарке. В начале XX века электромобиль проиграл конкуренцию автомобилю с двигателем внутреннего сгорания, так как кислотные аккумуляторы при большом весе обладали малой емкостью. Однако с появлением литий-ионных и других видов новых накопителей электроэнергии выяснилось, что электромобиль вновь может оказать конкуренцию автомобилям с ДВС. Да, пока не развита сеть автозаправок электрической энергией и доступные электромобили обладают малым запасом хода, пригодным для поездок по городу, но ключевым фактором является дефицит генерируемых мощностей электроэнергии в республике. Если его удастся преодолеть, то с рынком сбыта электроэнергии и созданием сети заправок для электромобилей проблем не будет.

По мере разработки аккумуляторов на новых типах химических элементов, обладающих еще более высокими параметрами: емкости, удельной плотности энергии, ресурса, скорости зарядки и ширины диапазона температур эксплуатации, преимущество электрических автомобилей над бензиновыми продолжит нарастать.

Во все большем количестве стран и городов мира в целях сохранения экологии, а также в силу экономической выгоды принимаются нормативные акты по стимулированию использования транспорта на электрической тяге. Так Еврокомиссия предложила с 2035 года полностью перейти на электромобили и запретить выпуск на территории Евросоюза автомобилей на традиционном топливе<sup>13</sup>. А, например, в Алматы уже запущены крупногабаритные электробусы, которыми заменили автобусы с ДВС.

Для сравнения, если взять самые дешевые электромобили с батареями небольшой емкости, например, Ниссан-Лиф первых выпусков, то на его полной батарее в 24 кВт/ч. можно проехать 120 км. При текущем максимальном тарифе в 2,52 сом за 1 кВт/ч стоимость его заправки электроэнергией составит 60,5 сом, что эквивалентно стоимости 1 литра бензина. Но ведь на бензиновом автомобиле для поездки на 120 км необходим будет не 1 литр топлива, а в 10–15 раз больше. Таким образом, даже если повысить максимальный тариф на электроэнергию для автотранспорта в 2 раза, до 5,04 сом за 1 кВт/ч, расход электроэнергии для такого автомобиля на поездки все равно будет обходиться в 5–7 раз дешевле, чем приобретение бензина.

Повышение тарифа на электроэнергию для транспорта позволит повысить средневывыставленный тариф в Кыргызстане с текущих 1,6–1,8 сом за 1 кВт/ч до 2,5 сом и выше, что способно стимулировать инвестиции в генерацию.

В этой связи инвестиции в генерацию в Кыргызской Республике наряду с преодолением дефицита электроэнергии для классических потребителей приобретают дополнительное значение: обеспечение растущего спроса на электроэнергию со стороны электротранспорта, доли электрических автомобилей в общем парке автотранспортных средств и возможности экспорта электроэнергии в соседние республики.

#### Список литературы

1. Аманкулов М.А., Ажекбаров К.А., Камчыбеков Т.К. Развитие логистических сервисов международных перевозок в Кыргызской Республике: теоретические и методические аспекты. Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2022. Т. 21. № 3. С. 31–39.

<sup>12</sup> <https://popecon.ru/459-zavisimost-neftegazovogo-sektora-rossii-ot-importa-oborudovaniya-tehnologii-i-materialov.html?ysclid=lai0ti9lgz429185597>.

<sup>13</sup> <https://www.rbc.ru/economics/14/07/2021/60eedb8b9a79473de4a6aa1d?ysclid=lai13xabmc191731919>.

2. Концепция развития топливно-энергетического комплекса КР до 2040 года.
3. Концепция развития нефтегазовой отрасли Республики Узбекистан до 2035 года. [https://www.zinref.ru/000\\_uchebniki/04600\\_raznie\\_13/445\\_Uzbekistan\\_programa\\_razvitia\\_do\\_2035/009.htm?ysclid=lahy5zysbg478670545](https://www.zinref.ru/000_uchebniki/04600_raznie_13/445_Uzbekistan_programa_razvitia_do_2035/009.htm?ysclid=lahy5zysbg478670545).
4. Сайт Госкомстата Республики Узбекистан. <https://stat.uz/ru/>.
5. Сайт Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан. <https://stat.gov.kz/>.
6. Приказ Министра торговли и интеграции Республики Казахстан от 25 декабря 2020 г. № 310-НК. «О внесении изменений в приказ Министра национальной экономики РК от 17 февраля 2016 года № 81 «Об утверждении Перечня товаров, в отношении которых применяются вывозные таможенные пошлины, размера ставок и срока их действия и Правил расчета размера ставок вывозных таможенных пошлин на сырую нефть и товары, выработанные из нефти»».
7. Унифицированные (внутригосударственные) тарифы государств ЕАЭС по перевозке грузов железнодорожным транспортом, и определение условий их применения при транзитных перевозках, как один из инструментов формирования единого транспортного пространства ЕАЭС. [https://eec.eaeunion.org/upload/directions\\_files/b2c/b2c138a00e9652950fdb2ad4672979d.pdf](https://eec.eaeunion.org/upload/directions_files/b2c/b2c138a00e9652950fdb2ad4672979d.pdf).
8. Сайт компании КЕГОК. <https://www.kegoc.kz/ru/?ysclid=lahynlrsl466902724>.
9. Топливо-энергетический баланс КР с сайта Нацстаткома КР. <http://stat.kg/ru/publications/toplivno-energeticheskij-balans/>.
10. Обзор нефтегазовой промышленности Казахстана, Август 2022. JUSAN Analytics. <https://jusananalytics.kz/wp-content/uploads/2022/08/obzor-neftegazovoj-otrasli-rk.pdf?ysclid=lahyzockmf918544036>.
11. Статья «Нефтегазовая промышленность Узбекистана». Вестник технологического университета, 2016, Т. 19, № 14. С.Р. Курбанкулов, Р.З. Фахрутдинов, О.В. Зиннурова. УДК 553.98.042. <https://cyberleninka.ru/article/n/neftegazovaya-promyshlennost-uzbekistana/pdf>.
12. Сайт ГК «Росатом»: «Росатом и Агентство «Узатом» подписали контракт в рамках проекта АЭС – [https://www.rosatom.ru/journalist/news/rosatom-i-agentstvo-uzatom-podpisali-kontrakt-v-ramkakh-proekta-aes/?sphrase\\_id=3424800](https://www.rosatom.ru/journalist/news/rosatom-i-agentstvo-uzatom-podpisali-kontrakt-v-ramkakh-proekta-aes/?sphrase_id=3424800).
13. План действий по достижению климатически нейтральной экономики в Евросоюзе к 2050 году. [https://ru.zahn-info-portal.de/wiki/European\\_Green\\_Deal](https://ru.zahn-info-portal.de/wiki/European_Green_Deal).
14. Статья «Республика Казахстан планирует зарабатывать на экспорте и транзите своего газа в КНР». <https://kapital.kz/economic/45953/kitayskaya-diversifikatsiya-gaza.html>.

### References

1. Amankulov M.A., Azhekbarov K.A., Kamchybekov T.K. Development of logistics services for international transportation in the Kyrgyz Republic: theoretical and methodological aspects. Scientific notes of the Russian Academy of Entrepreneurship. 2022. T. 21. No. 3. S. 31–39.
2. The concept of the development of the fuel and energy complex of the Kyrgyz Republic until 2040.
3. The concept of the development of the oil and gas industry of the Republic of Uzbekistan until 2035. [https://www.zinref.ru/000\\_uchebniki/04600\\_raznie\\_13/445\\_Uzbekistan\\_programa\\_razvitia\\_do\\_2035/009.htm?ysclid=lahy5zysbg478670545](https://www.zinref.ru/000_uchebniki/04600_raznie_13/445_Uzbekistan_programa_razvitia_do_2035/009.htm?ysclid=lahy5zysbg478670545).
4. Website of the State Statistics Committee of the Republic of Uzbekistan. <https://stat.uz/ru/>.
5. The website of the Bureau of National Statistics of the Agency for Strategic Planning and Reforms of the Republic of Kazakhstan. <https://stat.gov.kz/>.
6. Order of the Minister of Trade and Integration of the Republic of Kazakhstan dated December 25, 2020 No. 310-НК. «On Amendments to the Order of the Minister of National Economy of the Republic of Kazakhstan dated February 17, 2016 No. 81 «On Approval of the List of Goods with Respect to which Export Customs Duties are Applied, the Size of Rates and Their Validity Period and the Rules for Calculating the Size of Export Customs Duties on Crude Oil and Goods Produced from Oil».
7. Unified (domestic) tariffs of the EAEU states for the transportation of goods by rail, and the determination of the conditions for their use in transit transportation, as one of the tools for the formation of a single transport space of the EAEU.
8. [https://eec.eaeunion.org/upload/directions\\_files/b2c/b2c138a00e9652950fdb2ad4672979d.pdf](https://eec.eaeunion.org/upload/directions_files/b2c/b2c138a00e9652950fdb2ad4672979d.pdf).
9. KEGOK website. <https://www.kegoc.kz/ru/?ysclid=lahynlrsl466902724>.
10. Fuel and energy balance of KR from the Territory website Natsstatkoma. <http://stat.kg/ru/publications/toplivno-energeticheskij-balans/>.

11. Overview of Kazakhstan's oil and gas industry, August 2022. JUSAN Analitics. <https://jusananalytics.kz/wp-content/uploads/2022/08/obzor-neftegazovoj-otrasli-rk.pdf?ysclid=lahyzockmf918544036>.
12. Article «Oil and gas industry of Uzbekistan». Bulletin of the University of Technology, 2016, T. 19, No. 14. S.R. Kurbankulov, R.Z. Fakhrutdinov, O.V. Zinnurova. UDC 553.98.042. <https://cyberleninka.ru/article/n/neftegazovaya-promyshlennost-uzbekistana/pdf>.
13. Rosatom State Corporation website: Rosatom and Uzatom Agency signed a contract within the framework of the nuclear power plant project – [https://www.rosatom.ru/journalist/news/rosatom-i-agentstvo-uzatom-podpisali-kontrakt-v-ramkakh-proekta-aes/?sphrase\\_id=3424800](https://www.rosatom.ru/journalist/news/rosatom-i-agentstvo-uzatom-podpisali-kontrakt-v-ramkakh-proekta-aes/?sphrase_id=3424800).
14. Action plan to achieve a climate-neutral economy in the European Union by 2050. [https://ru.zahn-info-portal.de/wiki/European\\_Green\\_Deal](https://ru.zahn-info-portal.de/wiki/European_Green_Deal).
15. Article «The Republic of Kazakhstan plans to make money on the export and transit of its gas to the PRC». <https://kapital.kz/economic/45953/kitayskaya-diversifikatsiya-gaza.html>.

# Социокультурные аспекты предпринимательской деятельности / Socio-cultural aspects of entrepreneurship

Оригинальные статьи / Original articles

<https://doi.org/10.24182/2073-9885-2022-15-4-70-75>



## Творческий бизнес: особенности создания и управления

**А. О. Алеева**

Директор по развитию,  
[5739421@mail.ru](mailto:5739421@mail.ru)

Всероссийская ассоциация юристов России «ВАЮР»,  
Москва, Россия

**Аннотация:** Статья посвящена тому, что необходимо в первую очередь для организации бизнеса творческой направленности. Автор отмечает, что такой вид компании удастся правильно организовать далеко не каждому предпринимателю. Для этого необходимо уделять внимание, как минимум 5-ти ключевым параметрам.

Проведена аналитическая работа по исследованию сложностей в создании и управлении, компанией, создающей какой-либо творческий продукт — физический или услугу. Предложены собственные методики самотестирования собственника бизнеса и общий принцип отбора креативных кандидатов.

**Ключевые слова:** арт-бизнес, бизнес для творческих людей, творческий бизнес, креативный бизнес, создание творческого бизнеса, управление арт компанией, художественный бизнес.

## Art business: features of creating and management

**A. O. Aleeva**

Development Director,  
[5739421@mail.ru](mailto:5739421@mail.ru)

All-Russian Association of Lawyers of Russia «VAYUR»,  
Moscow, Russia

**Abstract:** The article is devoted to what is necessary first of all for organizing a creative business. The author notes that not every entrepreneur manages to properly organize this type of company. To do this, you need to pay attention to at least 5 key parameters.

Analytical work has been carried out to study the difficulties in creating and managing a company that creates any art product — a physical goods or a service. Own methods of self-testing of the business owner and the general principle of selecting creative candidates are proposed.

**Keywords:** art business, business for creative people, creative business, creating of art business, managing of art company, managing of creative company, artistical business.

### Актуальность и проблематика

Для руководителей и владельцев каких бизнесов актуален этот запрос: дизайн- и фотостудии, творческие мастерские, галереи, агентство праздников и анимация, кондитерские, проекти-

рование интерьеров, выступления, шоу, музыкальные коллективы, изготовление чего угодно под заказ... более 1200 видов бизнеса.

Многим известна поговорка Плутарха: «Piscis primum a capite foetat». Буквально: «Рыба начинает пахнуть с головы» или как чаще говорят в России «Рыба гниет с головы».

В данном случае, голова — это **проблема № 1 — Творческий владелец**.

Чаще всего арт-проекты начинают люди, имеющие не последнее отношение к искусству: художники, дизайнеры... реже — просто любители искусства, что непосредственно для бизнеса предпочтительнее. Почему? Потому что бизнес в первую очередь ставит перед собой задачу зарабатывания денег — чистой прибыли, а не просто творчество. Если мы говорим только о творчестве и самовыражении, то я отнесла бы это, скорее, к разряду хобби.

Такой предприниматель обычно не системен. У него отсутствует четкая картинка развития компании, ему сложно создавать структуру и правила. Он строит не бизнес, а создает хобби, в котором пытается окружить себя единомышленниками — «семьей и друзьями». Глава такой «семьи» старается никого не обижать, не предъявляя излишних, по его мнению, требований. В таких командах нередко бывает панибратство, что хозяину периодически не нравится, но как поменять это, не меняя общего подхода управления, он обычно не подозревает.

Эффективность такой работы не бывает высокой ни в финансовом, ни в организационном, ни в плане создания итогового продукта. Могут получиться интересные творческие группы, периодически создающие что-то достойное внимания, но никак не отлаженный прибыльный бизнес.

«Хозяин-художник» становится проблемой не только бизнеса, но и для подчиненных, потому что люди не понимают: что, когда и как конкретно им следует выполнять. Для сотрудников с логическим мышлением невыносимо качественно и долго работать под началом такого руководства — у них начинают стираться ориентиры. Они или вскоре увольняются или «разбалтываются», как и другие несистемные сотрудники.

**Проблема № 2 — Неумение находить подход к творческим сотрудникам.**

Многие слышали или знают по себе нюансы творческих людей.

Они сложно поддаются управлению в силу их эксцентричности и упрямства. Многие обладают завышенной самооценкой, и часто — чем ярче проявляется талант, тем самооценка выше. Они могут быть крайне непродуктивны, потому что их уже 2 месяца не посещает вдохновение. Также творцы бывают: необязательны, непунктуальны, обидчивы и депрессивны, плохо считают и планируют, опаздывают и подвержены воздействию негативных привычек.

Это, конечно, характеризует не всех креативных специалистов, но те или иные черты в большей или меньшей степени будут присутствовать обязательно.

Не очень умелый организатор и управленец, как я писала ранее, натывается на панибратство и слишком дружеско-семейную атмосферу в коллективе.

В свою очередь, требовательные владельцы, мыслящие категориями прибыли и эффективности, «спрашивают» с творческих сотрудников больше и жестче, чем те способны выдержать. Ситуация накаляется до предела, пока сотрудник не выгорает или не увольняется со скандалом.

Другие управленцы всем силами пытаются «перекрыть» необязательного художника на логический лад, прививая ему культуру планирования и отчетности, освоить которую ему совсем нелегко.

В этом случае кто-то из творческих людей все же осваивает азы логической работы и остается, а кто-то не выдерживает и увольняется, так и не поняв, чего же от него требовали.

### **Практические методы, которые работают**

**Итак, что же делать владельцу?** Не стоит насильно себя перекраивать из свободного художника с горящим сердцем в расчетливого предпринимателя. Это не позволит достичь желаемого результата, а, наоборот, отвернет от любимого дела и даже может довести до депрессии и выгорания.

Чтобы лучше понять свои склонности, рекомендуется провести честное самотестирование по Таблице «30 вопросов для выявления склонности к созданию и управлению бизнесом».

Необходимо ответить на каждый вопрос, поставив галочку напротив ответа, к которому вы больше склоняетесь, в левом или правом столбце. Отвечать следует максимально честно.

Таблица

30 вопросов для выявления склонности к созданию и управлению бизнесом <sup>1</sup>

|                                                                                                    |                                                                                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| Легко ли вам найти индивидуальный подход к человеку?                                               |                                                                                     |
| <input type="checkbox"/> Тяжело дается.                                                            | <input type="checkbox"/> Почти всегда получается.                                   |
| Бизнесмен обязан всегда поступать честно и порядочно?                                              |                                                                                     |
| <input type="checkbox"/> Конечно.                                                                  | <input type="checkbox"/> Нет.                                                       |
| Умеете ли вы видеть недостатки своей работы?                                                       |                                                                                     |
| <input type="checkbox"/> Не люблю критику, но вижу не всегда.                                      | <input type="checkbox"/> Умею, вижу, исправляю.                                     |
| Вам комфортнее действовать по плану или по настроению?                                             |                                                                                     |
| <input type="checkbox"/> Более комфортно по настроению.                                            | <input type="checkbox"/> Делаю по плану.                                            |
| Как вы считаете, у вас есть талант предпринимателя?                                                |                                                                                     |
| <input type="checkbox"/> Не знаю, надеюсь.                                                         | <input type="checkbox"/> Однозначно.                                                |
| Вы расчётливый человек?                                                                            |                                                                                     |
| <input type="checkbox"/> Не знаю. Это негативное понятие.                                          | <input type="checkbox"/> Да.                                                        |
| Ваш разум при принятии решений обычно холоден или вы склонны к эмоциональным решениям?             |                                                                                     |
| <input type="checkbox"/> Я эмоциональный человек.                                                  | <input type="checkbox"/> Принимаю решения с холодным расчетом.                      |
| Если ваш бизнес «провалится», виноваты будете вы или вся команда, работавшая над ним?              |                                                                                     |
| <input type="checkbox"/> Мы все вместе работали в проекте и часть вины лежит на каждом сотруднике. | <input type="checkbox"/> Если я единственный владелец бизнеса, то виноват только я. |
| Вы согласны с тем, что цель оправдывает средства?                                                  |                                                                                     |
| <input type="checkbox"/> Нет.                                                                      | <input type="checkbox"/> Больше да.                                                 |
| Для вас лучше горькая правда или сладкая ложь?                                                     |                                                                                     |
| <input type="checkbox"/> Смотря в чем.                                                             | <input type="checkbox"/> Правда.                                                    |
| Можно ли вас считать терпеливым и усидчивым человеком?                                             |                                                                                     |
| <input type="checkbox"/> Мне это трудно дается.                                                    | <input type="checkbox"/> Да.                                                        |
| Вам трудно отказываться от своих планов?                                                           |                                                                                     |
| <input type="checkbox"/> Иногда приходится.                                                        | <input type="checkbox"/> Очень трудно!                                              |
| Вы считаете, что заслуживаете иметь в жизни больше, чем большинство других людей?                  |                                                                                     |
| <input type="checkbox"/> Не задумывался об этом в таком ключе.                                     | <input type="checkbox"/> Однозначно.                                                |
| Вы предъявляете к себе и своей жизни высокие требования?                                           |                                                                                     |
| <input type="checkbox"/> Не знаю.                                                                  | <input type="checkbox"/> Даже чаще, чем нужно.                                      |
| Потеря большой суммы денег может выбить вас из колеи на несколько недель или месяцев?              |                                                                                     |
| <input type="checkbox"/> Возможно.                                                                 | <input type="checkbox"/> Нет.                                                       |

<sup>1</sup> Разработано автором.



Продолжение таблицы

|                                                                                                                                                |                                                                                   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| Имея масштабную цель, вы можете письменно распланировать ее на промежуточные цели, а каждую из этих целей на конкретные последовательные шаги? |                                                                                   |
| <input type="checkbox"/> Обычно так не заморачиваюсь.                                                                                          | <input type="checkbox"/> Конечно.                                                 |
| Вы хорошо разбираетесь в людях?                                                                                                                |                                                                                   |
| <input type="checkbox"/> Стараюсь.                                                                                                             | <input type="checkbox"/> Да.                                                      |
| Насколько сильно вы хотите разбогатеть?                                                                                                        |                                                                                   |
| <input type="checkbox"/> Ну всегда хорошо, когда деньги есть.                                                                                  | <input type="checkbox"/> Вы даже не представляете насколько сильно. Очень сильно! |
| Насколько хорошо вы можете управлять группой людей и четко координировать их действия?                                                         |                                                                                   |
| <input type="checkbox"/> Пока нет такого опыта / Пока выходило не так эффективно, как хотелось бы.                                             | <input type="checkbox"/> Могу неплохо.                                            |
| Вы обычно стесняетесь спросить совета у других людей?                                                                                          |                                                                                   |
| <input type="checkbox"/> Бывает.                                                                                                               | <input type="checkbox"/> Никогда не стесняюсь.                                    |
| Вы бы могли презентовать и продать свой проект инвестору?                                                                                      |                                                                                   |
| <input type="checkbox"/> Не знаю.                                                                                                              | <input type="checkbox"/> Смогу.                                                   |
| Вас пугает перспектива не зарабатывать месяцами, платя при этом зарплату другим и вкладывая сбережения в бизнес?                               |                                                                                   |
| <input type="checkbox"/> Если честно, пугает, но надеюсь такого не случится.                                                                   | <input type="checkbox"/> Не особо.                                                |
| Вы можете уволить человека, с которым проработали 10 лет в одной команде?                                                                      |                                                                                   |
| <input type="checkbox"/> Не знаю.                                                                                                              | <input type="checkbox"/> Могу.                                                    |
| Чаше вы доводите дела до конца или нет (дочитать книгу, доделать ремонт, дорисовать картину, дописать план и тд...)?                           |                                                                                   |
| <input type="checkbox"/> Не всегда                                                                                                             | <input type="checkbox"/> Да.                                                      |
| Вы энергичный человек?                                                                                                                         |                                                                                   |
| <input type="checkbox"/> Не всегда. Как и у многих, бывает сонливость, иногда ленюсь.                                                          | <input type="checkbox"/> Да.                                                      |
| Вы готовы работать в режиме 24\7 целый год, если этого требует бизнес?                                                                         |                                                                                   |
| <input type="checkbox"/> Не хотелось бы, есть и другие сферы жизни: семья, друзья, отдых.                                                      | <input type="checkbox"/> Готов.                                                   |
| Насколько хорошо вы переносите стресс?                                                                                                         |                                                                                   |
| <input type="checkbox"/> Тяжело дается.                                                                                                        | <input type="checkbox"/> Знаю и применяю техники быстрого восстановления.         |
| Занимались-ли вы своим бизнес-образованием (изучали специализированные книги, проходили тренинги и курсы)?                                     |                                                                                   |
| <input type="checkbox"/> Кое-что читал, смотрел.                                                                                               | <input type="checkbox"/> Постоянно и активно.                                     |
| У вас есть четкое виденье того, как будет организован ваш бизнес (процессы, форма организации, планы по прибыли, этапы...)?                    |                                                                                   |
| <input type="checkbox"/> В процессе к этому приду.                                                                                             | <input type="checkbox"/> В целом, да.                                             |
| <b>ИТОГО:</b>                                                                                                                                  | <b>ИТОГО:</b>                                                                     |

По окончании заполнения таблицы следует посчитать количество галочек в каждом из столбцов.

Если в правом столбце их больше 25, то все у вас в порядке. Несмотря на то, что вы креативный человек, вы можете быть прагматичным, логически мыслящим, принимающим решения взвешенно и расчётливо, а также можете подобрать качественную команду и эффективно управлять ею.

Напротив, если в левом столбце ответов больше 25, вам будет комфортнее и спокойнее быть творческим профессионалом: наемным сотрудником или фрилансером. Это не страшно, все мы разные и не стоит ломать себя. Лучше несколько раз «отмерить», чем потом погрузить себя в сильнейший стресс, организационный и финансовый, и потом восстанавливаться. Живите и творите в комфортной для себя среде.

Если результат пограничный и в обоих столбцах примерно равное количество ответов, прислушайтесь к себе. В самих вопросах кроются сложности и риски, с которыми придется столкнуться. Если вы к этому готовы, обязательно подтяните:

- **Системность.** Целеполагание, планирование, расчеты, умение доводить начатое до конца — навыки, без которых бизнес не возможен.
- **Самообразование.** Если вы осознаете, что слабы в организации и управлении, «поглощайте» все, что укрепит вас в этом направлении: тренинги, семинары, книги по организации бизнеса и менеджменту.
- **Уверенность в себе и навыки общения с людьми.** Хороший управленец обязан находить общий язык с разными типами людей: с подчиненными, с потенциальными партнерами и инвесторами. Нетворкинг (от англ. Networking) — знакомства и наработка связей с самыми разными людьми, особенно в профессиональной сфере и около нее — очень упрощает достижение целей, в том числе, организацию компании и управление ею. Чувство юмора, непринужденность, гибкость, смелость, умение сдержаться или, наоборот, жестко продать свою позицию — инструменты, без которых невозможно создать команду и эффективно ей управлять.
- **Качество своего продукта.** К сожалению, далеко не все творческие команды регулярно сравнивают свой «продукт» с результатами работы конкурентов в России, а тем более за рубежом. Для того, чтобы быть «в теме» современных трендов и инноваций, необходимо регулярно посещать профильные выставки, форумы, семинары, конференции, подписываться на узко-профессиональную литературу.
- **Навыки маркетинга и продаж.** Без этого не работает никакой бизнес, но особенно творческий. Особенно, потому что арт-объекты и концепции просто необходимо правильно презентовать потенциальному зрителю, другим словом — продавать. В начале статьи я много писала о сложностях с организацией и управлением у творческих людей. К сожалению, часто с продажами бывает похожая история. Если вы отдаете себе отчет в том, что вы не маркетолог и не продажник по натуре, обязательно пригласите человека с этими навыками на высоком уровне в свою команду!
- **Хэд хантинг** (head hunting — от англ. «охота за головами») — то есть поиск и подбор качественного персонала. Если вы хотите избежать описанных ранее проблем с творческим персоналом, это совсем не так просто, как кажется на первый взгляд.

Необходимо продумать четкую и последовательную систему отбора таких кандидатов, которые будут:

1. Полностью отвечать вашим профессиональным требованиям.

2. Будут подходить вам в плане: личных человеческих качеств и будут управляемы именно для Вашего стиля руководства.

Как HR или руководитель, выполняющий его функции, должен уметь отбирать творческий персонал, подробно здесь я рассказывать не буду. Это тема отдельной статьи. Затрону лишь ключевые задачи:

1. Подробно прописать должностную инструкцию, выделив главные и второстепенные пункты. Кроме профессиональных навыков она должна включать в себя также и личные качества — главные, второстепенные и нежелательные.

2. Создать подробный опросник для кандидатов, заполнив который, они смогут раскрыться: профессионально, лично, а также с креативной стороны.
3. Создать «продающее» описание вакансии с целью привлечь как можно больше креативных кандидатов.
4. Грамотно провести их по воронке отбора: Вакансия — 1-е собеседование — Анкетирование — 2-е собеседование — Выбор лучшего кандидата.

### **Вывод**

Если вы хотите создать успешную арт-компанию, которая будет системно зарабатывать прибыль для вас как для владельца, то необходимо:

1. Быть хотя бы на 80% уверенным в том, что вы способны построить бизнес в полном смысле этого слова и эффективно управлять им.
2. Точно знать свои сильные стороны и на постоянной основе подтягивать слабые.
3. Нанять специалиста или обучиться самому привлекать в проект сильных творческих профессионалов, ставить им задачи и получать измеримый результат.
4. Создавать действительно конкурентоспособный продукт, которым вы искренне можете гордиться.
5. Уметь продвигать его на рынок и продавать.

Если эти 5 условия будут выполнены, остальное не будет представлять для вас особых сложностей.

### **Список литературы**

1. Алеева А.О. SUPER: как быстро получать прорывные результаты в карьере и бизнесе, достичь максимальной продуктивности и успевать всё. Абсолютно всё. 2022.
2. Дорохов М.В. Влияние человеческого капитала на инновационное развитие организации. Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2022. Т. 21. № 1.
3. Репкина О.Б., Русавская А.В. Социальная ответственность бизнеса в сложившихся экономических условиях. Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2022. Т. 21. № 1.
4. Прачева Н.Ю. Как оптимизировать затраты на персонал: три этапа одной стратегии. Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2021. Т. 20. № 4.
5. Питер Друкер. Практика менеджмента. Манн, Иванов и Фербер. 2015.
6. Тодд Генри. Укрощение тигров. Как стать лидером творческой команды. Манн, Иванов и Фербер. 2019.
7. Марк Макгиннесс. Мотивация для творческих людей. Манн, Иванов и Фербер. 2020.
8. Яна Франк. Муза и чудовище. Как организовать творческий труд. Манн, Иванов и Фербер. 2018.
9. Итай Талгам. Несведущий маэстро. Манн, Иванов и Фербер 2017.
10. Дария Бикбаева. Включите сердце и мозги. Как построить успешный творческий бизнес. Манн, Иванов и Фербер. 2017.
11. Уильям Панудстон. Найти умного: Как проверить логическое мышление и творческие способности кандидата. Альпина Паблишер. 2014.

### **References**

1. Aleeva A.O. SUPER: how to quickly get breakthrough results in career and business, achieve maximum productivity and manage everything. Absolutely everything. 2022.
2. Dorokhov M.V. The impact of human capital on the innovative development of the organization. Scientific notes of the Russian Academy of Entrepreneurship. 2022. T. 21. No. 1.
3. Repkina O.B., Rusavskaya A.V. Social responsibility of business in the current economic conditions. Scientific notes of the Russian Academy of Entrepreneurship. 2022. T. 21. No. 1.
4. Pracheva N.Yu. How to optimize personnel costs: three stages of one strategy. Scientific notes of the Russian Academy of Entrepreneurship. 2021. T. 20. No. 4.
5. Peter Drucker. Management practice. Mann, Ivanov and Ferber. 2015.
6. Todd Henry. Taming of tigers. How to become the leader of the creative team. Mann, Ivanov and Ferber. 2019.
7. Mark McGuinness. Motivation for creative people. Mann, Ivanov and Ferber. 2020.
8. Jana Frank. Muse and the Beast. How to organize creative work. Mann, Ivanov and Ferber. 2018.
9. Itai Talgam. The ignorant maestro. Mann, Ivanov and Ferber 2017.
10. Daria Bikbaeva. Turn on the heart and brains. How to build a successful creative business. Mann, Ivanov and Ferber. 2017.
11. William Panudston. Find the Smart: How to test a candidate's logical thinking and creativity. Alpina Publisher. 2014.

## К вопросу о профессионально-нравственных критериях в организации образовательного процесса

**С. В. Михалёв**

*Кандидат философских наук, доцент кафедры,  
[srg-vnv-58@mail.ru](mailto:srg-vnv-58@mail.ru)*

*Кафедра философии,  
Московский университет МВД России им. В.Я. Кикотя,  
Москва, Россия*

**Аннотация:** Публикация посвящена аспектам разработки и осмысления профессионально-нравственных критериев в организации образовательного процесса в системе высшего профессионального образования в Российской Федерации. Аргументирован кризис этического компонента в профессиональной подготовке российских студентов, показана значимость развития профессиональной этики в развитии человеческого потенциала в интересах российского государства и общества. Проведено разграничение морально-нравственных и профессионально-нравственных критериев организации образовательного процесса. Представлена система профессионально-нравственных критериев в образовательном процессе в системе высшего профессионального образования, аспектов их оценивания, а также рекомендации по имплементации в практическую сферу.

**Ключевые слова:** высшее профессиональное образование, студенческая молодежь, образовательный процесс, этика образовательного процесса, профессионально-нравственные критерии, критерии образовательного процесса, учреждения высшего образования МВД РФ.

## To the question of professional and moral criteria in the organization of the educational process

**S. V. Mikhalev**

*Cand. Sci. (Phil.), Department Assoc. Prof.,  
[srg-vnv-58@mail.ru](mailto:srg-vnv-58@mail.ru)*

*Department of Philosophy,  
V. IA. Kikot Moscow University of the Ministry of Internal Affairs of Russia,  
Moscow, Russia*

**Abstract:** The publication is devoted to aspects of the development and understanding of professional and moral criteria in the organization of the educational process in the system of higher professional education in the Russian Federation. The crisis of the ethical component in the professional training of Russian students is argued, the importance of the development of professional ethics in the development of human potential in the interests of the Russian state and society is shown. A distinction is made between moral and professional criteria for the organization of the educational process. A system of professional and moral criteria in the educational process in the system of higher professional education, aspects of their assessment, as well as recommendations for implementation in practice are presented.

**Keywords:** higher professional education, student youth, educational process, ethics of the educational process, professional and moral criteria, criteria of the educational process, institutions of higher education of the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation.

Важнейшей задачей в новейших условиях выступает обеспечение результативности встраивания принципов этики в образовательный процесс, и прежде всего в высшей школе, которая исторически выступает условным «рассадником вольномыслия», хотя фактически речь идет о систематическом пренебрежении идеями этики в ряде случаев организации и реализации образовательного процесса.

Актуальность изучения роли нравственных критериев в образовательной (профессиональной) деятельности объясняется исключительно важным значением духовно–нравственного фундамента поведения государственных служащих в детерминации их правомерного или неправомерного поведения.

Настоящая публикация построена на основе принципов этики в современной педагогике и философии образовательного процесса и опирается на материалы междисциплинарного исследования вопросов о профессионально–нравственных критериях в организации образовательного процесса в системе высшего профессионального образования. Следует подчеркнуть, что вопросы, связанные с профессионально–нравственными критериями образовательных процессов в высшей школе, исследованы в отечественной науке фрагментарно и практически не представлены в исследовательской литературе. Настоящая публикация призвана устранить данный пробел. В представленном исследовании изложены идеи и подходы к развитию профессионально–нравственных критериев в образовательном процессе преимущественно в системе профессионального образования в образовательных учреждениях системы МВД Российской Федерации. Между тем, с учетом единых подходов к организации образовательного процесса по всем учреждениям высшего профессионального образования в стране, а также универсального характера и общей значимости аспектов этики в высшей школе, представленные выводы и рекомендации относятся в целом к образовательному процессу в системе высшего профессионального образования.

Кризис современного образования в Российской Федерации в значительной мере касается аспектов организации обучения студентов в высшей школе <sup>1</sup>. Автономия высшего образования в определенной мере поспособствовала утрате единства в подходах к организации образовательного процесса, понимания его субъектами ключевых принципов, на которых строится парадигма высшего образования. В беспрецедентных условиях развития внешней среды, когда Российское государство вступило в борьбу с недружественными силами за новый мировой порядок, во главе которого, помимо многополярности уклада, должны лежать традиционные ценности, диалог и уважение культур и религий <sup>2</sup>, одной из первоочередных задач общественного развития и содействия государственной политике выступает устранение проблем и противоречий внутри страны, в особенности в системе образования, которая призвана воспитывать ответственных и осознанно ведущих себя граждан — фундамента будущей устойчивой и всесторонне развитой государственности, носителей и хранителей общероссийских ценностей, традиций, культуры. Примечательна мысль немецкого философа, представителя философии жизни О. Шпенглера о том, что «история без нравственного целеполагания — это окончательный закат Европы» <sup>3</sup>. На наш взгляд, данное замечание применимо ко всем странам, в том числе и к Российской Федерации.

Этика как основа государственного сознания непременно должна выступать столпом образовательной философии в Российской Федерации. Определенный прогресс в данном направлении достигнут в системе общего образования, выступив результатом планомерной работы по внедрению основ патриотического воспитания детей и подростков, их этического и эстетического обучения. В немалой степени достижению задачи укрепления морально–нравственного компонента в обучении и воспитании в средней школе поспособствовала глубинная переработка федеральных образовательных стандартов.

В высшей школе ситуация обстоит иначе. Образовательные учреждения, будучи мало чем ограниченными в вопросах самостоятельного выстраивания образовательного процесса, в том числе, как правило, без общих методических основ, как думается, до сих пор не сформировали результативные подходы к профессионально–нравственным критериям в организации образо-

<sup>1</sup> Тульчинский Г.Л. Университетская этика и этикет в условиях цифровизации. Вестник прикладной этики. 2021. №. 58. С. 86.

<sup>2</sup> Шарков Ф.И. Эскалация коллективным западом конфликта с Россией: информационные истоки и динамика развития. Коммунология: электронный научный журнал. 2022. Т. 7. №. 1. С. 8–17.

<sup>3</sup> Шпенглер, О. Закат Европы. Гештальт и действительность: очерки морфологии мировой истории; [пер. с нем., вступ. ст. и примеч. К.А. Свасьяна]. — М.: Эксмо, 2006. С. 11.

вательного процесса в системе высшего профессионального образования. Безусловно, студенты определенных специальностей, направлений подготовки изучают этику как раздел философии, как особую учебную дисциплину, в частности, погружаются в историю и современность этических учений. Некоторые дисциплины базовых и специальных курсов подготовки содержат разделы о профессиональной этике, пропедевтике нарушений этических норм и правил. Однако, руководствуясь объективной оценкой состояния морали и нравственности в молодежной среде, можно констатировать, что одного лишь изучения этических дисциплин, тем более разделов в учебных курсах, формирующего, как правило, фрагментарные и поверхностные знания, для радикального улучшения нравственного состояния российской молодежи недостаточно.

Безусловно, студенчество как период осознанного и системного взросления, остается сложным периодом становления личности молодых российских граждан. За студентами исторически закрепились ярлыки бунтарей и вольнодумцев, и деструктивное в целом участие студенческой молодежи в кризисных социально-политических процессах современности подтверждает актуальность проблематики. Именно студенты становятся социальной основой некоторых радикальных движений, в том числе базой участников (от сочувствующих до активных членов) запрещенных организаций; студенческая молодежь, зачастую, студенты составляют костяк присутствующих на несогласованных, незаконных массовых мероприятий, проводимых недружественными силами<sup>4</sup>.

Соответствующие обстоятельства вовсе не отражают реальные симпатии студенческой молодежи — как показывает исторический опыт и в соответствии с актуальными представлениями в области возрастной психологии<sup>5</sup>, по мере взросления у многих молодых граждан сформируются более адекватные представления об окружающем мире, общественно-политических процессах и своем месте в них. Однако до прихода к такому пониманию нередко доводится пройти длительный путь, в том числе через пробы и ошибки, которые для некоторых юношей и девушек могут оказаться роковыми.

Важно понимать, что нравственные аспекты, формируемые в процессе получения высшего профессионального образования, имеют как универсальный (общечеловеческий) компонент, так и профессиональный компонент, характеризующий этические установки в получаемой профессии и, порой, имеющий значительные вариации. Усиленные требования к профессиональной этике предъявляются в системе образования, медицинской деятельности, а также, например, в области государственной службы, в том числе — и в особенности — к личному составу правоохранительных органов Российской Федерации, призванному не только соблюдать жесткие морально-нравственные ценности, пронизывающие все ключевые аспекты профессиональной деятельности, но и выступать безусловным этическим ориентиром в современном обществе.

Особым курьезом, тем не менее имеющим место в объективной реальности, выступают случаи деструктивного с общественных позиций поведения и мышления, наблюдаемые среди определенных групп студентов специализированных вузов. Все чаще доводится слышать об участии таких студентов в негативных общественно-политических процессах.

Помочь не допускать ошибок, учиться и воспитываться на позитивных примерах, трансформировать социальную группу, именуемую студенческой молодежью в осознанных граждан, продуктивно влияющих на государственное развитие в его сложный период, — это важнейшие задачи организации образовательного процесса в современной системе высшего профессионального образования в Российской Федерации.

В данной связи представляется целесообразным рекомендовать укреплять и развивать профессионально-нравственные критерии в образовательном процессе в системе высшего профессионального образования в России.

<sup>4</sup> Щебланова В.В. и др. Гражданский активизм студентов: риск деструктивных проявлений в Поволжском регионе. Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2020. Т. 20. №. 3. С. 595–610.

<sup>5</sup> Шаповалова И.С. Явления социальной девиации в рефлексии российской прогрессивной молодежи. Вестник КазНУ. Серия психологии и социологии. 2021. Т. 76. №. 1. С. 174–176.

Решения, принимаемые на всех уровнях публичного управления в демократическом правовом государстве, должны опираться как на нормы права, так и на нормы морали и нравственности, общепризнанные в данном обществе представления о долге, чести и справедливости. Нравственностью пронизаны цели государственной службы, ее принципы, базовые профессиональные требования к ее кадрам, основные правила деятельности государственного служащего.

Следовательно, можно говорить об общих, универсальных — для всех направлений профессиональной подготовке студентов этических требований, распространяющихся на философию образовательного процесса (морально-нравственных критериях данного процесса), но также и о системе частных этических требований, специфических в отношении приобретаемой будущей профессии (профессионально-нравственные критерии).

Изменения во всех сферах жизни общества в Российской Федерации детерминировали необходимость переосмысления нравственных критериев образовательного процесса подготовки государственных служащих. Одним из главных таких критериев является понимание обучающимися своего предназначения в социальных отношениях российского общества.

Как отмечено в Федеральном законе «Об образовании в Российской Федерации»<sup>6</sup>, образование — единый целенаправленный процесс воспитания и обучения, являющийся общественно значимым благом и осуществляемый в интересах человека, семьи, общества и государства (разрядка автора).

В этой связи, в частности, в системе профессионального образования в учреждениях органов МВД России особое значение приобретает профессионально-нравственное воспитание, которое основывается «...на принятых в российском обществе нравственных принципах, ценностях, лучших профессиональных традициях органов внутренних дел Российской Федерации» (Приказ МВД России № 460 от 26.06.2020 г.<sup>7</sup>). Соответствующий принцип представляется целесообразным распространить на все процессы высшего профессионального образования в Российской Федерации, и в особенности на вопросы профессиональной подготовки студентов по тем специальностям, где будущие профессии характеризуются повышенными и многогранными этическими требованиями.

В контексте внедрения (закрепления, в том числе, нормативного, и последующей устойчивой реализации) профессионально-нравственных критериев в образовательном процессе представляется исключительно важным уточнить аспекты оценки данного процесса с позиций этических требований (как универсальных, так и отраслевых, профессиональных, в совокупности составляющих этический универсум профессиональной подготовки в системе высшего образования в России).

Критерии профессионально-нравственного воспитания обучающихся нами предлагается сформулировать следующим образом:

- *основной критерий коллектива* — способность коллектива выполнять поставленные задачи. Речь идет как о педагогическом коллективе учреждения высшего профессионального образования, так и — особенно — о коллективе (группе) студентов, то есть об универсальном критерии группового оценивания студентов с позиций профессиональной этики;
- *критерий образовательного процесса* — осознанное стремление обучающегося к получению нового знания (индивидуальный критерий этического оценивания);
- *критерий отношения человека с человеком* — способность жертвовать своими интересами ради ближнего, проявляющаяся по всем аспектам профессиональной подготовки, межличностных отношений, а также в быту;
- *критерий профессиональной деятельности* — проявление творческой инициативы. Инициатива должна охватывать все аспекты инноваций, при этом особо важно выделять этические аспекты инновационной профессиональной деятельности на всех этапах ее осуществления;

<sup>6</sup> Федеральный закон РФ от 29.12.2012 № 273-ФЗ (ред. от 07.10.2022) «Об образовании в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 13.10.2022). Собрание законодательства РФ. 2012. № 53 (ч. 1). Ст. 7598.

<sup>7</sup> Приказ МВД России от 26 июня 2020 года № 460 «Об утверждении Кодекса этики и служебного поведения сотрудников органов внутренних дел Российской Федерации». Документ опубликован не был.

- *критерий интеллектуального развития человека* — осознанно видеть свои недостатки и стремиться к их устранению, как в системе профессиональной подготовки студентов, так и в других ситуациях, формирующих студента как профессионала и как личности, включая самообучение и самооценку;
- *критерий руководителя* — способствовать развитию талантов подчиненных — в малых группах, в ситуационных условиях (деловые игры студентов) — как залог будущей результативной профессиональной деятельности с деонтологических позиций;
- *критерий категории «понимания (е)»* — внутреннее, позитивное изменение личности. Должно формироваться и оцениваться с позиций позитивных трансформаций профессионально-нравственных установок у студента как будущего профессионала, ответственного гражданина и сотрудника.

Подтверждением указанных выше тезисов может служить Указ Президента Российской Федерации № 400 от 02.07.2021 г., утверждающий обновленную Стратегию национальной безопасности Российской Федерации. Особенностью данной Стратегии является формулировка девяти стратегических национальных приоритетов. Ключевой из них — «сбережение народа России, *развитие человеческого потенциала*, повышение качества жизни и благосостояния граждан»<sup>8</sup>. Под развитием «человеческого потенциала» следует понимать становление *духовной личности*, с адекватной мотивацией в жизни общества.

В соответствии с представленными критериями оценки эффективности образовательного процесса с профессионально-нравственных позиций, видится необходимым организовывать образовательный процесс, в том числе, в учреждениях высшего профессионального образования системы МВД РФ, хотя, как было отмечено ранее, представленные критерии являются универсальными в целом для системы высшего профессионального образования, в особенности по направлениям подготовки, по которым предъявляются повышенные этические требования к приобретаемым профессиям.

Необходимо не просто выделять соответствующие критерии в теории и на практике организации образовательного процесса (то есть использовать их в работе методистов, профессорско-преподавательского состава вузов, а также руководства образовательными учреждениями), но и внедрять их в индивидуальный процесс обучения, в сознание студентов, в систему их повседневной деятельности, в частности, в ситуации самообучения. Студенты должны научиться осознанно подходить к пониманию заявленных критериев в системе обучения — самостоятельно выделять их в контексте получаемого образования в целом и по конкретным учебным дисциплинам; разграничивать ракурсы и смыслы, заложенные в отдельные критерии; адекватно воспринимать смысловые отличия в указанных критериях; выбирать лучшие технологии их практической реализации.

При внедрении указанных критериев важно гарантировать способность самих студентов понимать — идет ли процесс образования в нужном направлении, и, самое главное, — к осмыслению и явлению духовности личностью (в этом процессе особую роль играет совесть, к которой должны быть обращены формируемые профессионально-нравственные установки).

Представленные новации могут быть успешно внедрены в образовательный процесс при условии придания им должной системности — закрепления в локальных актах образовательного учреждения (в идеале также на уровне ведомственных нормативных актов); разработки концепции включения профессионально-нравственных критериев в образовательный процесс и оценивание его результатов; пересмотра образовательных программ с учетом выделенных критериев; трансформации промежуточной и итоговой оценки сформированности профессиональных компетенций студентов. Как думается, огромным подспорьем во внедрении соответствующих критериев образовательного процесса выступит организация специальных курсов, посвященных профессиональной пропедевтике, деонтологии, безотносительно приобретаемой профессии.

<sup>8</sup> Указ Президента РФ от 02.07.2021 № 400 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации». Собрание законодательства РФ. 2021. № 27 (часть II). Ст. 5351.



### Заключение

Таким образом, аспекты, связанные с моралью и нравственностью, их тотальным доминированием в жизни каждого индивида и общества в целом, становятся нарративом, формирующим основы государственной идеологии Российской Федерации. На основе представленных в настоящей публикации профессионально-нравственных критериев организации и оценки образовательного процесса в российских учреждениях высшего профессионального образования представляется возможным повысить результативность задачи формирования и интенсивного развития человеческого потенциала, исключительно важного для обеспечения гармоничного и устойчивого функционирования государства и общества.

### Список литературы

1. Тульчинский Г. Л. Университетская этика и этикет в условиях цифровизации. Вестник прикладной этики. 2021. №. 58. С. 86–90.
2. Шарков Ф. И. Эскалация коллективным западом конфликта с Россией: информационные истоки и динамика развития. Коммуникология: электронный научный журнал. 2022. Т. 7. №. 1. С. 8–17.
3. Шпенглер, О. Закат Европы. Гештальт и действительность: очерки морфологии мировой истории; [пер. с нем., вступ. ст. и примеч. К. А. Свасьяна]. — М.: Эксмо, 2006. 797, [2] с.
4. Щебланова В. В. и др. Гражданский активизм студентов: риск деструктивных проявлений в Поволжском регионе. Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2020. Т. 20. №. 3. С. 595–610.
5. Шаповалова И. С. Явления социальной девиации в рефлексии российской прогрессивной молодежи. Вестник КазНУ. Серия психологии и социологии. 2021. Т. 76. №. 1. С. 164–178.
6. Федеральный закон РФ от 29.12.2012 № 273-ФЗ (ред. от 07.10.2022) «Об образовании в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 13.10.2022). Собрание законодательства РФ. 2012. № 53 (ч. 1). Ст. 7598.
7. Приказ МВД России от 26 июня 2020 года № 460 «Об утверждении Кодекса этики и служебного поведения сотрудников органов внутренних дел Российской Федерации». Документ опубликован не был.
8. Указ Президента РФ от 02.07.2021 № 400 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации». Собрание законодательства РФ. 2021. № 27 (часть II). Ст. 5351.

### References

1. Tulchinsky G.L. University ethics and etiquette in the context of digitalization. Bulletin of Applied Ethics. 2021. no. 58, pp. 86–90.
2. Sharkov F.I. Escalation of the conflict with Russia by the collective West: information sources and dynamics of development. Communicology: electronic scientific journal. 2022. Vol. 7. No. 1. P. 8–17.
3. Spengler, O. Decline of Europe. Gestalt and Reality: Essays on the Morphology of World History; [per. with him., intro. Art. and note. K.A. Svasyan]. — M.: Eksmo, 2006. 797, [2] p.
4. Shcheblanova V.V. et al. Civil activism of students: the risk of destructive manifestations in the Volga region. Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia. Series: Sociology. 2020. Vol. 20. No. 3. S. 595–610.
5. Shapovalova I.S. Phenomena of social deviation in the reflection of Russian progressive youth. Bulletin of KazNU. Series of psychology and sociology. 2021. Vol. 76. No. 1. S. 164–178.
6. Federal Law of the Russian Federation of December 29, 2012 No. 273-FZ (as amended on October 7, 2022) «On Education in the Russian Federation» (as amended and supplemented, effective from October 13, 2022). Collection of Legislation of the Russian Federation. 2012. No. 53 (part 1). Art. 7598.
7. Order of the Ministry of Internal Affairs of Russia dated June 26, 2020 No. 460 «On Approval of the Code of Ethics and Official Conduct of Employees of the Internal Affairs Bodies of the Russian Federation».
8. Decree of the President of the Russian Federation of July 2, 2021 No. 400 «On the National Security Strategy of the Russian Federation». Collection of Legislation of the Russian Federation. 2021. No. 27 (part II). Art. 5351.

## Интеллектуальная фирма: фундаментальные особенности и модели развития

**С. С. Репин**

*Кандидат экономических наук, доцент,  
[s.repin@customs-academy.ru](mailto:s.repin@customs-academy.ru)*

*Кафедра экономической теории и экономики таможенного дела,  
Российская таможенная академия,  
Люберцы, Россия*

**А. А. Шкиперов**

*Помощник президента,  
[shkiperov@fsarf.ru](mailto:shkiperov@fsarf.ru)*

*Ассоциация судовладельцев рыбного промыслового флота (АСРФ),  
Москва, Россия*

**Аннотация:** Выявление отличительных особенностей сравнительных характеристик интеллектуального предприятия по отношению к производственному и транзакционному предприятию, что дает определить режимы его динамики для изменения структуры предприятия в рамках матрицы «знания–интеллект».

**Ключевые слова:** экономическая теория, технологии, интеллектуальное предприятие, структура интеллекта, характеристики фирмы, управление знаниями, теория предприятия, исследования и разработки, теория фирмы, экономика знаний.

## Intellectual firm: fundamental features and development models

**S. S. Repin**

*Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof.,  
[s.repin@customs-academy.ru](mailto:s.repin@customs-academy.ru)*

*Department of Economic Theory and Economics of Customs,  
Russian Customs Academy,  
Lyubertsy, Russia*

**A. A. Shkiperov**

*Assistant of the President,  
[shkiperov@fsarf.ru](mailto:shkiperov@fsarf.ru)*

*Fishery Shipowners Association (FSA),  
Moscow, Russia*

**Abstract:** Identification of distinctive features of the comparative characteristics of an intellectual enterprise in relation to a production and transactional enterprise, which makes it possible to determine the modes of its dynamics for changing the structure of the enterprise within the framework of the «knowledge–intelligence» matrix.

**Keywords:** Economic theory, technologies, intellectual enterprise, structure of intelligence, characteristics of the firm, knowledge management, enterprise theory, research and development, theory of the firm, knowledge economy.

Интеллектуальное предприятие — это организация, предметом деятельности которой является интеллект, представленный в форме знаний, опыта и навыков, то есть интеллектуального капитала, а также способностей, как особого вида знаний, который позволяет обрабатывать и приме-

нять другие различные типы знаний. Распространенный стереотип о том, что предприятие — это объединение людей, из двух людей, факторов, ресурсов, с единой целью для производства продукции, предоставления услуг, и генерировать новые знания. В соответствии с созданным товаром, современная теория предприятия рассматривает три основных типа предприятий — производственные, транзакционные и предприятия знаний. Более того, предприятие знаний исследуется совсем недавно. Термин «интеллектуальное предприятие», который следует отличать, несмотря на существующую близость, от предприятия, основанного на знаниях[1].

Интеллектуальное предприятие — это организация, которая создает знания, формирует и развивает интеллект, а также проводит исследования. Хотя производственные и транзакционные предприятия также обладают знаниями и интеллектом, в какой-то степени они их создают, но такая деятельность для них не является базовой, а сопровождает основную работу по созданию продуктов и услуг, что является фундаментальным отличием. В чистом виде интеллектуальное предприятие не создает материальный продукт или материальную услугу, хотя услуги в плане передачи знаний и обучения, создания определенных способностей могут предоставляться. Таким образом, несмотря на близость, все еще существует некоторая разница между предприятием, основанным на знаниях (наукоемким), и интеллектуальным предприятием. Это отличие заключается в том, что предприятие, основанное на знаниях, может создавать ноу-хау и проводить исследования, которые могут быть проданы как продукт. В дополнение к самому знанию интеллектуальное предприятие создает способы познания, то есть методы и инструменты, которые могут быть использованы для расширения возможностей анализа, применения и генерирования знаний. Эти методы, техники и инструменты также, в общем, могут быть проданы, если есть возможность представить их в виде определенного алгоритма, программы и базы данных, то есть поместить их на другой носитель, когда они отделены от человека, который владеет ими. Эти методы обычно обладают уникальными характеристиками, часто формируются в единственном экземпляре или представляют собой «ноу-хау» конкретной компании — в этом случае они вряд ли будут проданы, разве что в случае банкротства или ликвидации компании. Компания-производитель занимается разработкой, дизайном и производством различных продуктов[2]. Транзакционное предприятие предоставляет услуги, занимается консалтинговой деятельностью и обеспечивает заключение соглашений и контрактов, сбор информации и обучение. Основанное на знаниях или наукоемкое предприятие генерирует знания и выполняет научную работу.

Интеллектуальное предприятие делает то же самое, что и предприятие, основанное на знаниях; кроме того, оно создает способы развития способностей и обеспечения применения знаний. Целевые функции этих трех основных типов предприятий существенно различаются. У производственной компании есть естественная цель создать продукт, имеющий для него рынок сбыта, то есть обеспечить продажи и высокую прибыль, и в то же время экономить ресурсы, что дает эффективность производства. Производственная функция соединяет основные факторы, определяющие производственный процесс, — трудовые, капитальные и материальные затраты. Экономия ресурсов и получение наиболее приемлемой, если не сказать, что в условиях экономики знаний наибольшей, прибыли является основным критерием функционирования такой компании, оправдывающим ее появление. Содержанием его деятельности является не только создание нового продукта (ценности), технологии его изготовления, но и повышение качества[4].

Транзакционное предприятие в семантическом контексте близко к производственному предприятию, только вместо продукта оно создает, совершенствует и повышает качество обслуживания. Вместо производственной функции используется транзакционная функция, построение которой обычно аналогично или очень похоже на производственную функцию. Транзакционная функция включает в себя те же факторы — труд и капитал, а также транзакционные издержки[5]. Компания стремится оправдать свое существование, то есть обеспечить положительный баланс, что можно сделать, стремясь к определенной прибыли, которую приносят предоставляемые услуги. Эти два типа предприятий меняют свои технологии с общей целью экономии ресурсов и затрат, изменения продуктов и услуг, повышения их качества и замены устаревших способов создания продуктов и услуг, то есть замены устаревших технологий.

Предприятие, основанное на знаниях, существенно отличается от первых двух типов. Это создает товар, для которого рыночная перспектива неоднозначна. Более того, изначально может не быть потребителя, который возникнет после того, как пройдет значительное время с момента создания этого знания. Конечно, производственные и транзакционные предприятия, создающие продукты и услуги, нуждаются в знаниях, в частности, технологических. Они могут приобрести эти знания либо купив технологию, либо создав ее сами. Однако основной целью этих двух типов предприятий является создание продуктов и предоставление услуг, которые имеют реальную ценность на момент создания и продаются на рынке, поскольку на них есть спрос. Предприятие, основанное на знаниях, оно может проводить научную деятельность и продавать их результаты. В то же время оно принципиально отличается от производственно-транзакционного предприятия тем, что объектом его деятельности является создание знаний. Более того, часть из них может быть продана в форме научной деятельности, а другая часть не может быть продана сразу, поскольку знания должны быть зафиксированы на каком-то носителе, который затем можно продать. В связи с этим целевая функция предприятия, занимающегося наукой, заключается не в получении приемлемой или наибольшей прибыли и не в продаже на рынке, а в генерировании определенного знания, которое имеет перспективу применения и дальнейшие перспективы на рынке. Способность приобретать новые знания определяется интеллектом такого предприятия, под которым мы будем понимать существующий исходный набор знаний и опыта сотрудников и руководства предприятия, их умственные способности к обучению с учетом методов и инструментов (созданных внутри или за пределами предприятия) для анализа окружающей среды, применения этих знаний для получения новых знаний. Если совокупность исходных знаний плюс конкретные знания, созданные предприятием, можно определить как его интеллектуальный капитал, то способность и объем применения знаний для изучения различных ситуаций с общей целью поиска новых знаний можно определить как интеллект предприятия. [1].

Интеллектуальное предприятие близко по смыслу к предприятию, основанному на знаниях, но его объективная функция шире — это совершенствование интеллекта, всех его частей, включая способности. Разница в том, что не всегда возможно продать навыки, и рынок труда не всегда решает эту проблему. Таким образом, несмотря на существующие уточнения и различия, тем не менее интеллектуальное предприятие сегодня можно рассматривать как разновидность предприятия, основанного на знаниях. Все типы предприятий обладают интеллектом, потому что они обладают интеллектуальным капиталом, то есть первоначальными и генерируемыми в настоящее время знаниями, а также способностью к поиску новых знаний и оценке окружающей среды. Более того, эти способности являются функцией первоначального объема знаний плюс сгенерированные знания.

Если современные теоретические разработки, охватываются теорией функционирования предприятия, ориентированной на стабильность, то это многоцелевые, которые создают стохастические модели, описывающие различные наборы системных параметров, характеризующих жизнеспособность предприятия как организации, и это не означает, что многочисленные созданные теории не могут быть применены, а также полезны при рассмотрении новых обстоятельств относящийся к творческой деятельности, определяемой интеллектом предприятия[6]. Учитывая сложность объекта, ранее созданные теории предприятия были адресованы некоторому набору факторов или аспектов деятельности, по существу придавая им больший вес, чем другим, что вызывает ограничения на их применение сегодня. Однако, какие бы движущие факторы ни были выявлены и определены в качестве основных, их применение по-прежнему осуществляется на основе существующих знаний. В связи с этим всегда можно рассматривать знания и отдельно интеллект компании как основу для всех последующих разворачивающихся траекторий ее развития. Конечно, применение знаний и интеллекта происходит в созданных институциональных условиях, которые в значительной степени определяют возможности предприятия. Какой бы ни была компания, знания являются начальным условием ее формирования и функционирования. Их влияние на различные аспекты деятельности предприятия может быть полностью раскрыто в рамках устоявшихся теоретических подходов к предприятию, а правдоподобие результата достигается путем корректировки первоначальных допущений в сторону их большей адекватности. Если

сила знаний и интеллекта становится самодостаточным фактором в развитии предприятия, то необходимы новые обобщения обстоятельств, которые открываются с этим новым фактором.

Большинство современных исследований сосредоточено на определении влияния знаний или их структуры на различные аспекты функционирования компании и факторы ее развития — ресурсы, инновации и социальные отношения. Такой же подход характерен для инновационных теорий предприятия, которые изучают аспекты появления инноваций, их зависимость от различных условий, и влияние на рост предприятия. Теории ресурсных факторов изучают, как экономическая эффективность предприятия определяется в зависимости от различного сочетания ресурсов и факторов развития. Институциональные теории вводят влияние контрактации и информационной асимметрии. Поведенческие теории включают анализ социальных взаимодействий и характеристик поведения руководства и сотрудников. Организационные и управленческие теории рассматривают предприятие с точки зрения организационных факторов и управления [8]. Таким образом, взаимосвязь научной работы и капитала знаний с ростом предприятия не является линейной — увеличение научно-исследовательской работы лишь с определенным лагом может привести к увеличению производительности, и текущая прибыльность предприятия будет явно ниже, чем была при отсутствии такой работы. Инвестиции в научную деятельность приводят к низкой рентабельности в текущем режиме, но создают условия для будущего развития и роста производительности предприятия. Предприятие также может использовать внешние знания, и расширение этих источников позволит, что также увеличит способность внедрять различные инновации. Это предприятие представляет собой общую системную ориентацию современных теоретических построений для изучения предприятия. В частности, исследуя взаимосвязь между стоимостью предприятия и высшим руководством, рассматривается проблема прорывных инноваций, зависящих от капитала знаний, и управленческие аспекты предприятия переплетаются с моделью управления стоимостью предприятия, основанной на знаниях и качестве принятия решений. Важны исследования значительного инновационного рывка экономики и промышленности, который осуществляется на основе знаний и продвижения инноваций; однако, в дополнение к стимулам для инноваций, существует необходимость выделения ресурсов для достижения таких целей развития. В то время, когда проблема распределения ресурсов в управлении экономикой отошла на второй и третий план, это исследование возрождает свою необходимость для современного развития. Таким образом, исследование инноваций и знаний не может пренебрегать аспектами ресурсного обеспечения предприятия и его эффективностью. Более того, наличие ресурсов ни в коем случае не является последним по важности фактором. Рост факторной производительности обусловлен технологическими инновациями, согласно схеме: экономический рост стимулирует науку, высокотехнологичные отрасли промышленности, которые обеспечивают рост технологических инноваций, создающих основу для роста и наукоемкого развития в будущем [9–10].

Предприятие обладает различными типами знаний и обнаруживает индивидуальное состояние интеллекта, которое зависит от этих типов знаний, включая их особый тип, связанный со способностью знать окружающую среду предприятия. Неправильное представление оценок реальности чревато принятием неверных управленческих решений. С одной стороны, интеллект требует рационального критерия для принятия решений; с другой стороны, его состояние, связанное с восприятием информации об окружающей среде, оценкой решений, принимаемых и реализуемых другими агентами, взаимодействующими с предприятием, вносит иррациональность в сферу подготовленных решений и поведения предприятия. Качество разведанных напрямую зависит от интеллекта управленческой команды компании, которая имеет право принимать решение. Именно с этой целью формируются отделы, ответственные за сбор и подготовку соответствующей информации, тем самым реализуя задачу накопления знаний о процессах внутри и за пределами компании. Таким образом, различные типы предприятий — и интеллектуальное предприятие в частности — используют лишь часть своих знаний для понимания окружающей среды и принятия решений. Отношение этих используемых знаний к общему объему накопленных и созданных знаний является важным параметром, характеризующим интеллектуальную работу любого типа предприятий, особенно тех, которые создают знания и формируют интеллект. Однако более высокое

значение такого коэффициента не означает большей эффективности в работе наукоемкого и интеллектуального предприятия. Необходимо оценить уровень затрат, которые потребовались для приобретения знаний и отдельно — для использования знаний в конкретных областях принятия решений. Таким образом, можно сказать о последних трех типах эффективности: во-первых, объем накопленных и хранимых знаний на единицу затрат; во-вторых, объем новых знаний, созданных на единицу затрат; в-третьих, объем знаний, применяемых для познания окружающей среды на единицу затрат, связанных с принятием решений и управлением. Все эти виды эффективности должны сопровождаться достижением поставленной цели развития компании, потому что если увеличение этих трех коэффициентов не сопровождается достижением цели, то такая эффективность не будет иметь никакого значения ни для одной компании, в том числе и для интеллектуальной [11].

Отношение используемых знаний к их общему объему является важным параметром, характеризующим работу интеллектуального предприятия. В связи с этим содержательная сторона методологии данного исследования заключается в определении режимов ее функционирования по типам интеллекта компании, а затем в выявлении моделей развития в системе знаний, описывающих институциональные механизмы конкуренции между предприятиями в области знаний применение и реализация их интеллекта. Носителем знаний являются продукты интеллектуального труда, научная деятельность, патенты, изобретения и инновационные предложения, реализуемые на предприятиях. Для интеллектуального предприятия предметом его деятельности являются знания и способы познания мира вокруг предприятия [12].

С точки зрения менеджмента идентификация модели функционирования интеллектуального предприятия позволяет определить возможности развития этой фирмы в стратегической перспективе. Это определяет сферу приложения усилий и необходимые решения, которые позволили бы вам либо увеличить объем новых знаний, либо расширить сферу их применения, с развитием необходимых возможностей фирмы. Таким образом, интеллектуальное предприятие как организация будущего, продуктом и фактором развития которой является творческая работа, представляет собой исследовательскую перспективу с точки зрения теории предприятия, а также практики управления развитием предприятий — особенно в наукоемких секторах, творческой деятельности, в области высоких технологий и научных исследований. Именно в этих областях уже формируются конкретные формы развития и конкуренции. Более того, знания не являются гарантией, несмотря на то, что теоретические обобщения функционирования предприятий знаний очень молоды, потому что знания могут быть, но их применение может отсутствовать, или способности могут не быть развиты, что заблокирует способность эффективно распоряжаться знаниями. Возникнут трудности с созданием новых знаний. Именно это обстоятельство мотивирует развертывание масштабных исследований интеллекта различных типов предприятий и такой специфической организации, как интеллектуальное предприятие, а также изучение взаимосвязи между знаниями и интеллектом организаций в различных аспектах, экономических, управленческих и психологических.

#### Список литературы

1. Измерение экономики знаний. Теория и практика / И.В. Зиновьева и др. — М.: Институт проблем развития науки Российской академии наук, 2017. 192 с.
2. Организационные структуры экономики знаний. — М.: Институт научной информации по общественным наукам (ИНИОН) РАН, 2021. 107 с.
3. Мильнер Б.З. Управление знаниями в современной экономике. — Москва: ИЭ РАН, 2008. 88 с.
4. Репин С.С. Экономическая теория: закономерности потребительского поведения. Путеводитель предпринимателя. 2021. Т.14. № 3. С. 172–178.
5. Клейнер Г.Б. Микроэкономика знаний. — М.: Экономика, 2007. 204 с.
6. The microeconomics of wellbeing and sustainability: Recasting the Economic Process (pp. 199–226). Elsevier. Buenechea-Elberdin, M., Saenz, J., & Kianto, A. (2018).
7. The theory of enterprise in conditions of heterogeneity of goods and producers. *Procedia Economics and Finance*, 24, 280–287. Jason, K. M., Vaugh, A. M., & Tsagdis, D. (2018).
8. Knowledge intensive business services. In A. Kobayashi (Ed.), *International Encyclopedia of Human Geography* (2nd ed., pp. 37–43). Elsevier. Yu, D., & Yang, J. (2018).

9. Latzer, H. (2018). A Schumpeterian theory of multiquality firms. *Journal of Economic Theory*, 175, 766–802.
10. Eggertsson, T. (2009). Knowledge and The Theory of Institutional Change. *Journal of Institutional Economics*, 5(2), 137–150.
11. Local boundaries for sustain companies' innovativeness: The role of international R&D teams. *Journal of Business Research*, 128, 641–649. Cheikh, I.B., & Noubbigh, H. (2019).
12. Knowledge capital, CEO power, and enterprise value: evidence from the IT industry. *The North American Journal of Economics and Finance*, 55, 101012. Dai, X., & Sun, Z. (2021).

### References

1. Measuring the knowledge economy. Theory and Practice / I.V. Zinovieva et al. – M.: Institute of Problems of Science Development of the Russian Academy of Sciences, 2017. C. 192.
2. Organizational structures of the Knowledge Economy. – M.: Institute of Scientific Information on Social Sciences (INION) of the Russian Academy of Sciences, 2021. C. 107.
3. Milner B.Z. Knowledge management in Modern economy. – M.: IE RAS, 2008. 88 p.
4. Repin S.S. Economic theory: patterns of consumer behavior. *Entrepreneur's Guide*. 2021/ Vol.14, No. 3. Pp. 172–178.
5. Kleiner G.B. Microeconomics of knowledge. Moscow: Ekonomika, 2007. 204 p.
6. The microeconomics of wellbeing and sustainability: Recasting the Economic Process (pp. 199–226). Elsevier. Buenechea-Elberdin, M., Saetz, J., & Kianto, A. (2018).
7. The theory of enterprise in conditions of heterogeneity of goods and producers. *Procedia Economics and Finance*, 24, 280–28. Jason, K.M., Vaugh, A. M., & Tsagdis, D. (2018).
8. Knowledge intensive business services. In A. Kobayashi (Ed.), *International Encyclopedia of Human Geography* (2nd ed., pp. 37–43). Elsevier. Yu, D., & Yang, J. (2018).
9. Latzer, H. (2018). A Schumpeterian theory of multiquality firms. *Journal of Economic Theory*, 175, 766–802.
10. Eggertsson, T. (2009). Knowledge and The Theory of Institutional Change. *Journal of Institutional Economics*, 5(2), 137–150.
11. Local boundaries for sustain companies' innovativeness: The role of international R&D teams. *Journal of Business Research*, 128, 641–649. Cheikh, I.B., & Noubbigh, H. (2019).
12. Knowledge capital, CEO power, and enterprise value: evidence from the IT industry. *The North American Journal of Economics and Finance*, 55, 101012. Dai, X., & Sun, Z. (2021).

## Суть и особенности измерения современных фирм в экономике знаний

С. С. Репин

*Кандидат экономических наук, доцент,  
[s.repin@customs-academy.ru](mailto:s.repin@customs-academy.ru)*

*Кафедра экономической теории и экономики таможенного дела,  
Российская таможенная академия,  
Люберцы, Россия*

**Аннотация:** В статье рассматривается фирма знаний, работа которой в основном сосредоточена на создании новых знаний, расширении сферы существующих знаний, что сегодня является быстро распространяющейся формой экономической организации, отраженной в теории фирмы.

**Ключевые слова:** экономическая теория, фирма, интеллект, управление знаниями, характеристики фирмы, теория фирмы, экономика знаний.

## The essence and features of the measurement of modern firms in the knowledge economy

S. S. Repin

*Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof.,  
[s.repin@customs-academy.ru](mailto:s.repin@customs-academy.ru)*

*Department of Economic Theory and Economics of Customs,  
Russian Customs Academy,  
Lyubertsy, Russia*

**Abstract:** The article considers a knowledge firm whose work is mainly focused on creating new knowledge, expanding the scope of existing knowledge, which today is a rapidly spreading form of economic organization, reflected in the theory of the firm.

**Keywords:** Economic theory, firm, intelligence, knowledge management, firm characteristics, firm theory, knowledge economy.

Фирма знаний — это фирма нового типа, работа которой в основном сосредоточена на создании новых знаний, расширении сферы существующих знаний, а также сохранении и структурировании знаний. Таким образом, основная задача производства такой компании — генерировать знания, фиксировать их на определенном носителе и поставлять как своего рода продукт на рынок знаний. Этот тип фирмы становится атрибутом новой формы экономической организации — «экономики знаний». На рынке знаний такие фирмы формируют не только конкурентную борьбу, но и генерируют новые формы распространения знаний посредством обучения, предоставления консалтинговых и других услуг. В отличие от классической производственной фирмы, знания, созданные фирмой знаний в качестве продукта, могут обладать фундаментальным свойством отсутствия серии (массового производства), а также «отложенной стоимостью», которая увеличивается с течением времени. Причиной такого эффекта является тиражирование специфических знаний, охватывающих большое количество экономических агентов, фирм, а также невозможность дать точную оценку стоимости знаний, созданных на данный момент.

Сегодня формируется новая эра экономического развития, основанного на знаниях, и форма организации экономической системы называется «экономикой знаний». Знания становятся



ключевым фактором в создании ценности и модернизации экономических организаций. Если раньше только материальные активы были фактором трансформации фирм, то теперь на первый план выходят нематериальные активы в виде знаний, определяющих открытые инновации, формирующих ценности фирмы и влияющих на экосистемы. В связи с этим управление знаниями становится главной повесткой дня не только в исследованиях, но и в практике функционирования фирм [1]. Фирмы, которые создают знания, специализируясь исключительно на этом процессе, рассматриваются как фирмы, обладающие знаниями. Именно этот тип фирм формирует новую экономику как «экономику знаний». Появление таких фирм требует не только изменения подходов к управлению их развитием, но и стандартных теоретических подходов, поскольку фирма знаний демонстрирует иное поведение, чем классическая производственная или транзакционная фирма описывается в рамках поведенческих теорий фирмы. Транзакционная фирма — это фирма, в основном занимающаяся предоставлением различных услуг, специализирующаяся на услугах. В связи с этим подходы в теории фирмы, в области информации, распределения прав собственности, морального риска, оценки размера фирм, открытых инноваций, их производительности, исследований и разработок и другие аспекты должны измениться.

Знания являются нематериальным активом фирмы — они используются как классической производственной фирмой, так и фирмой знаний по-разному. В первом случае знания применяются для обеспечения наиболее продуктивной комбинации производственных факторов, во втором случае знания становятся целью функционирования компании, а также поиском способов их применения, которые могут формировать независимые методы и приемы, продаваемые фирмой знаний в рынок знаний [2].

Работа со знаниями требует демократического стиля управления, стимулирующего контроль, воспроизводящего мотивы генерации знаний, творчества. Контратаки в основном неявные, структура управления представлена проектными группами. Согласно теории организационных факторов, функционирование фирмы, основанной на знаниях, сильно отличается от производственной фирмы. Причина в том, что процедуры и правила, регулирующие создание знаний, отличаются от аналогичных аспектов, регулирующих развитие производственной фирмы. Работа со знаниями требует более высокой социальной ответственности, общих ценностей, а иногда и особой творческой рабочей среды. Рутинность деятельности в этом случае значительно ниже, чем в производственной компании. Кроме того, не очень легко отделить вклад сотрудника в создание конкретных знаний, в отличие от производственной компании, где вклад сотрудника полностью определяется созданием продукта. Созданное знание обладает эффектом «отложенной ценности», то есть в момент создания ценность знания может быть во много раз ниже, чем через некоторое время, когда появляется осознание того, что было создано и как расширить использование этого нового знания. Таким образом, существует значительная разница в базовых характеристиках между производственными фирмами и фирмами, основанными на знаниях. Это различие создается объектом приложения усилий, целями, связанными с ним, и для фирмы, занимающейся знаниями, это в значительной степени вытекает из интеллекта, которым она обладает.

Современная фирма, обладающая знаниями, может в дополнение к интеллекту, содержащемуся в ее персонале, а также в ее системе управления, использовать искусственный интеллект, который расширяет границы поиска решений из множества альтернатив. Такой подход позволяет нам решать текущие проблемы распределения ресурсов между различными научными проектами и генерации знаний [3], что, помимо рациональных критериев принятия решений, предполагает внедрение социальной ответственности фирмы. Кроме того, нерешенной проблемой является включение искусственного интеллекта не только в управление фирмой, но и в описание функционирования фирмы знаний. Эти вопросы представляют собой перспективу научного исследования, ориентированного на будущее развитие теории фирмы и практики управления фирмой, а не только фирмы знаний.

Интеллект фирмы — это неотъемлемое понятие. Применительно к человеку интеллект — это психофизиологический термин, отражающий когнитивные способности человека, которые зависят от накопленных знаний, опыта, памяти, мышления, способности к обучению и других

психологических и даже ситуационных характеристик. Компания всегда представлена своим персоналом, поэтому ее интеллект — это способности, опыт, возможности и знания сотрудников. Их применение также зависит от организационной эффективности компании, то есть от того, как внедряются внутренние правила, какие используются методы принятия решений. Именно в таких методах содержится способность узнавать об изменяющейся среде компании, внутренних проблемах, воспринимать информацию, обрабатывать ее, использовать накопленные знания и накапливать новые, применять имеющийся опыт.

Таким образом, для описания функционирования фирмы, основанной на знаниях, в отличие от производственной фирмы, уместна не столько производственная функция в классической форме Кобба-Дугласа, которая связывает выпуск продукции с трудом и капиталом, сколько интеллектуальная функция. Последнее должно отражать не только влияние интеллекта на создание конечных знаний, но и влияние интеллекта на использование факторов производства, если фирма-предприниматель осуществляет, помимо создания знаний, также производство продуктов и/или предоставление услуг [3]. Таким образом, использование концепции интеллекта фирмы зависит от масштаба самой фирмы, количества участников и распределения власти между владельцами и менеджерами фирмы. Для тех фирм, где много владельцев, а также занято большое количество людей, включая менеджеров, кажется, что общий интеллект фирмы формируется агрегированно, но не сводится к линейной сумме интеллекта сотрудников, владельцев и накопленных знаний и опыта в твердый. Важным параметром характеристики фирмы является то, как интеллект преобразуется в знания и в какой степени это позволяет фирме получать и создавать новые знания, а также применять их. Эти вопросы изучаются в литературе очень локально и формируют важную перспективу. Теория контрактов или идеи об изменении институтов, которые влияют на то, как воспроизводятся и применяются знания, вне представлений об интеллекте, а также без включения искусственного интеллекта, не дают полной картины взаимосвязи между интеллектом фирмы и знаниями, созданными на его основе [4].

В классической теории фирмы она представлялась как объект, на входе которого имеются ресурсы, на выходе — конечный продукт или услуга, которые создаются за счет использования этих ресурсов. В то же время внутренняя организация компании, распорядок дня, состав персонала, управление, институциональные и юридические аспекты деятельности — не могут не влиять на процесс создания преимуществ и конкуренцию, возникающую в связи с этим между фирмами. В связи с весомым влиянием этих факторов теория фирмы приобрела различные формы и содержание. Теория управления рассматривала фирму как сложную управляемую систему. Эволюционная экономическая теория рассматривала фирму как развивающуюся внутри популяции себе подобных и как сложную систему изменяющихся процедур, то есть внутренних правил, взаимосвязанных с внешними правилами, которые определяют взаимные изменения. Многочисленные институциональные теории фирмы представляли ее с точки зрения правовых институтов или как систему контрактов, причем без особого изменения неоклассических представлений о фирме как целенаправленной системе получения прибыли и финансовой стабильности, благополучия. Исключением, по-видимому, можно считать теорию делового предприятия Т. Веблена. Теории системной интеграции фирмы интерпретируют это, не выделяя какой-либо аспект или группу аспектов, но фокусируясь на всех аспектах функционирования фирмы, с попыткой найти связи между ними. Это делает такой подход связанным с кибернетическими представлениями о компании. Теория систем позволила нам сформулировать так называемую системную теорию фирмы, которую до сих пор можно отнести к классу теорий управления фирмой. Все эти теории, из приведенного выше неполного списка, так или иначе объясняли основную деятельность, заданную производственной функцией компании, с помощью различных факторов.

Таким образом, компания рассматривалась либо через анализ трудовых отношений и капитала, внедрение инноваций, заключение контрактов и выполнение проектов, обмен информацией и реализацию функций системы управления, либо через агентов, вовлеченных в работу компании — сотрудников, менеджеров, сотрудники — бывшие. Так или иначе, но было изучено влияние на элементы производственной функции, которая объединяет различные факторы в их влиянии на конечный параметр ее функционирования — стоимость производства, доход (прибылей) или

другой результирующий параметр, составляющий цель работы компании. Конечно, природа фирмы заключается не в том, чтобы противостоять рынку, а в том, чтобы организовать факторы производства таким образом, чтобы достичь цели создания различных товаров, для создания которых эти факторы производства объединяются. Интеллект фирмы во многом зависит от уровня развития интеллектуальных способностей персонала (как уже упоминалось ранее, от качества трудового ресурса в широком смысле), а также от методов анализа и принятия решений, которые позволяют нам воспринимать информацию, обрабатывать ее, воспринимать, запоминать и изучать текущую ситуацию. Когда знания стали не только фактором производства (так было всегда, даже в самой отсталой сельскохозяйственной экономике феодального типа), но и самостоятельным продуктом, а произошло это около века назад, то через некоторое время этот фактор стал рассматриваться как самостоятельный в развитии из фирмы. И были фирмы, которые занимались исключительно созданием-производством знаний как вида товара, продавая их на рынке. Поэтому для них целевая функция — это знания, конечно, определенного типа и назначения. В связи с такими изменениями необходимо было включить знания в качестве фактора в производственную функцию, форма которой значительно изменилась со времен классических маржиналистских теорий фирмы. Появилась фирма, основанная на знаниях, и начала формироваться теория, которая охватывала бы аспекты функционирования такой фирмы. Ядром этой теории было представление знаний фирмы как фактора производства и готового продукта, и эти виды деятельности представлены в разных фирмах в разных объемах.

Фирма знаний символизирует начало эры «экономики знаний» [4]. Его деятельность связана с генерированием знаний, их накоплением, распространением и созданием методов применения знаний. В то же время вопросы развития и совершенствования теории фирмы знаний и управления знаниями остаются весьма актуальными. Причина в том, что характеристики фирмы, занимающейся знаниями, в корне отличаются от характеристик и поведения, которые демонстрирует производственная фирма, а также фирма, занимающаяся транзакциями (предоставляющая услуги). Это связано не только с различием в объекте приложения усилий для рассматриваемых фирм, но и со спецификой того, как реализуются цели фирм. Для производственных и транзакционных фирм знания являются одним из факторов их развития наряду с рабочей силой и капиталом. Для фирмы, владеющей знаниями, знания являются одновременно фактором и целью деятельности, либо с точки зрения их генерации, либо с точки зрения применения, способов получения знаний (фирма создает знания о получении знаний). В экономике знаний многие страны демонстрируют взаимосвязь между количеством исследователей, то есть специалистов, чья работа связана с созданием знаний, инновациями, уровнем жизни и экономическим развитием [1]. Это говорит о том, что ориентация на знания, появление фирм, основанных на знаниях, стали атрибутом современного развития. В связи с этим управление знаниями в отдельных отраслях и корпорациях стало самостоятельной дисциплиной, которая подчеркивает особенности и отличия фирм, работающих на основе знаний, от классической версии корпоративных организаций, действующих в период, предшествующий экономике знаний [2].

Перспективы наукоемких фирм на рынках знаний зависят от накопленного объема знаний и доступных интеллектуальных способностей как отдельных сотрудников, так и неотъемлемой части управления компанией в целом. Знания компании обычно воплощаются в виде ее разработок, конструкторской и другой документации, патентов, авторских свидетельств, инновационных предложений сотрудников, полезных моделей и образцов продукции, полученной структурированной информации, программных продуктов, созданных компанией, и т.д. Перечисленные виды деятельности фирмы знаний составляют портфель видов деятельности фирмы знаний, и эти виды деятельности могут сопровождать создание продуктов и услуг. Доля фирм, занимающихся наукой, растет, оказывая влияние на развитие экономики знаний, и число исследователей также растет. Однако методы измерения экономики знаний требуют совершенствования как применительно к фирме, так и к экономике стран, поскольку общее количество образованного персонала, а также стоимость нематериальных активов для фирмы уже не являются исчерпывающим показателем измерения как масштаба влияния таких фирмы и их вклад в экономическое развитие.

**Список литературы**

1. Измерение экономики знаний. Теория и практика / И.В. Зиновьева и др. — М.: Институт проблем развития науки Российской академии наук, 2017. 192.
2. Организационные структуры экономики знаний. — М.: Институт научной информации по общественным наукам (ИНИОН) РАН, 2021. 107.
3. Репин С.С. Экономическая теория: закономерности потребительского поведения. Путеводитель предпринимателя. 2021. Т.14, № 3. С. 172–178.
4. Клейнер Г.Б. Становление общества знаний в России: социально-экономические аспекты. Общественные науки и современность. 2005.
5. Макаров В.Л. Контуры экономики знаний. Экономист. 2003. № 3.
6. Клейнер Г.Б. Микроэкономика знаний. Москва: Экономика, 2007. 204 с.
7. Мильнер Б.З. Управление знаниями в современной экономике. Москва: ИЭ РАН, 2008. 88 с.
8. Schmitz, P.W. (2017). Asymmetric information and the property rights approach to the theory of the firm. *Economics Letters*, 159, 96–99.
9. Wood, P. (2020). Knowledge Intensive Business Services. In *International Encyclopedia of Human Geography (Second Edition)* (pp. 37–43).
10. Eggertsson, T. (2009). Knowledge and The Theory of Institutional Change. *Journal of Institutional Economics*, 5(2), 137–150.
11. Hill J. (2020). A Balanced Analysis of the Theory and Practice of a Sustainable Portfolio. Environmental, Social, and Governance (ESG) Investing. In *Theory of the firm* (pp. 29–44).
12. Latzer, H. (2018). A Schumpeterian theory of multiquality firms. *Journal of Economic Theory*, 175, 766–802.

**References**

1. Measuring the knowledge economy. Theory and practice / I.V. Zinovieva et al. — М.: Institute of Problems of Science Development of the Russian Academy of Sciences, 2017. 192.
2. Organizational structures of the Knowledge Economy. — М.: Institute of Scientific Information on Social Sciences (INION) of the Russian Academy of Sciences, 2021.107.
3. Repin S.S. Economic theory: patterns consumer behavior. Entrepreneur's Guide. 2021. Vol.14. No. 3. Pp. 172–178.
4. Kleiner G.B. Formation of the knowledge society in Russia: socio-economic aspects. Social sciences and modernity. 2005.
5. Makarov V.L. Contours of the knowledge economy. Economist. 2003. № 3.
6. Kleiner G.B. Microeconomics of knowledge. Moscow: Ekonomika, 2007. 204 p.
7. Milner B.Z. Knowledge management in the modern economy. Moscow: IE RAS, 2008. 88 p.
8. Schmitz, P.W. (2017). Asymmetric information and the property rights approach to the theory of the firm. *Economics Letters*, 159, 96–99.
9. Wood, P. (2020). Knowledge Intensive Business Services. In *International Encyclopedia of Human Geography (Second Edition)* (pp. 37–43).
10. Eggertsson, T. (2009). Knowledge and The Theory of Institutional Change. *Journal of Institutional Economics*, 5(2), 137–150.
11. Hill J. (2020). A Balanced Analysis of the Theory and Practice of a Sustainable Portfolio. Environmental, Social, and Governance (ESG) Investing. In *Theory of the firm* (pp. 29–44).
12. Latzer, H. (2018). A Schumpeterian theory of multiquality firms. *Journal of Economic Theory*, 175, 766–802.

ББК 65.9(2Рос)  
УДК 330.35  
УДК 340.1  
П 90

П 90 **Путеводитель предпринимателя. Научно-практический журнал:** Сб. науч. трудов. Т. 15, № 4. — М.: Российская академия предпринимательства; Агентство печати «Наука и образование», 2022. — 96 с.

ISBN ISBN 978-5-6048713-4-8

Научно-практический журнал «Путеводитель предпринимателя» учрежден Российской академией предпринимательства в 2004 г. На его страницах представлены теоретические и научно-практические материалы, обзоры и статьи по актуальным вопросам и проблемам современной экономики и предпринимательства.

Журнал индексируется в РИНЦ.

Журнал включен в Перечень ведущих российских рецензируемых научных журналов и изданий, рекомендованных ВАК Министерства науки и высшего образования России, в котором должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук по следующим научным специальностям и соответствующим им отраслям науки, по которым присуждаются ученые степени:

- 5.2.1. Экономическая теория (экономические науки),
- 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (экономические науки),
- 5.2.4. Финансы (экономические науки),
- 5.2.5. Мировая экономика (экономические науки),
- 5.2.6. Менеджмент (экономические науки).

## **ПУТЕВОДИТЕЛЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ**

*Научно-практический журнал*



