

Вестник Московского университета

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

Основан в ноябре 1946 г.

Серия 6 ЭКОНОМИКА

№ 5 • 2015 • СЕНТЯБРЬ–ОКТАБРЬ

Издательство Московского университета

Выходит один раз в два месяца

СОДЕРЖАНИЕ

Экономическая теория

Никишина Е.Н. Культурный капитал как фактор неопределенности
и транзакционных издержек 3

Отраслевая и региональная экономика

Бобылева А.З., Жаворонкова Е.Н., Львова О.А.
Оценка моделей налогообложения нефтяного сектора в России
и за рубежом 22

Вопросы устойчивого развития

Шварц Е.А., Книжников А.Ю., Пахалов А.М.,
Шерешева М.Ю. Оценка экологической ответственности
нефтегазовых компаний, действующих в России: рейтинговый подход 46

Кирюшин П.А., Стрыгина М.А., Каширина Е.С.
Оценка потенциала реализации технологий «зелёной» экономики в вузах 68

Социальная политика

Колосова Р.П., Медведева Т.А. Социально-трудовые отношения
в сетевой экономике 89

Финансовая экономика

Мусихина Е.А. Основные тенденции процесса
первоначального размещения акций на крупнейших биржах мира
в 2001–2012 гг. 104

Вопросы управления

Шахова М.С. Организация франчайзинговой системы:
этапы создания франшизы 129

Научная жизнь

Герасименко В.В. Альтернативы экономической политики
в условиях кризиса: дискуссии экономистов в МГУ 149

Супрун Т.Н., Крюков М.М. 7-е Татьянинские чтения:
LUDI PRINCIPIA (по итогам ежегодного круглого стола) 165

CONTENTS

Economic Theory

N ik i sh i n a E.N. Cultural Capital as a Factor of Uncertainty and Transaction Costs . . . 3

Industrial and Regional Economics

B o b y l e v a A.Z., Z h a v o r o n k o v a E.N., L v o v a O.A. The Assessment
of Taxation Models in the Oil Sector of Russia and Foreign Countries 22

Sustainable Development

S h v a r t s E.A., K n i z h n i k o v A.Yu.,
P a k h a l o v A.M., S h e r e s h e v a M.Yu.
The Assessment of Environmental Responsibility of Oil
and Gas Companies Operating in Russia: the Rating Approach 46

K i r y u s h i n P.A., S t r y g i n a M.A., K a s h i r i n a E.S. The Assessment
of the Potential of “Green” Economy Technologies
in Higher Education Institutions 68

Social Policy

K o l o s o v a R.P., M e d v e d e v a T.A. Social and Labor Relations
in Networked Economy 89

Financial Economics

M u s i k h i n a E. A. Initial Public Offerings’ Process at the World’s Largest Stock
Exchanges in 2001–2012 104

Management Issues

S h a k h o v a M.S. The Organization of Franchising System:
Steps of Franchise Development 129

Academic Life

G e r a s i m e n k o V.V. The Alternatives of Economic Policy under the Crisis:
Economists Discussions at Lomonosov Moscow State University 149

S u p r u n T.N., K r y u k o v M.M. The 7th Tatiana’s Round Table:
LUDI PRINCIPIA (Overview of the Annual Interdisciplinary Event) 165

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

Е.Н. Никишина¹,
МГУ имени М.В. Ломоносова (Москва, Россия)

КУЛЬТУРНЫЙ КАПИТАЛ КАК ФАКТОР НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ И ТРАНСАКЦИОННЫХ ИЗДЕРЖЕК²

Материал посвящен концепции культуры (культурного капитала) в экономической теории. Данная концепция анализируется в соответствии с пунктами критики Р. Солоу в отношении термина «социальный капитал». В статье формулируются рабочие определения культуры и культурного капитала, а также описываются каналы его продуктивного использования. Среди них: снижение неопределенности и транзакционных издержек, гармонизация формальных и неформальных правил, реализация конкурентных преимуществ, обусловленных социокультурными особенностями. В эмпирической части работы на примере международной торговли показана продуктивность культурного капитала, обусловленная эффектом снижения неопределенности и транзакционных издержек. Предложенный подход к анализу способов продуктивного использования культуры (культурного капитала), основанный на теории транзакционных издержек, может применяться при институциональном проектировании, а также при определении мер, направленных на повышение конкурентоспособности сообщества.

Ключевые слова: культура, культурный капитал, международная торговля, неопределенность, транзакционные издержки.

E.N. Nikishina,
Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia)

CULTURAL CAPITAL AS A FACTOR OF UNCERTAINTY AND TRANSACTION COSTS

The paper deals with the concept of culture and cultural capital in the economic theory. The concept of culture is analyzed through the points of criticism of social capital by R.Solow. The paper suggests a refined definition of culture and cultural capital. Several

¹ Никишина Елена Николаевна, аспирант кафедры прикладной институциональной экономики экономического ф-та МГУ, мл. науч. сотр. лаборатории исследования социальных отношений и многообразия общества РЭШ; e-mail: elena.nikishina@gmail.com

² Раздел 5 данной статьи выполнен в ЛИСОМО РЭШ при финансовой поддержке Министерства образования и науки Российской Федерации, грант Правительства РФ (договор № 14.U04.31.0002). Автор выражает признательность профессору А.А. Аузану и профессору Г. Гокману, а также анонимным рецензентам за конструктивные комментарии.

ways of productive use of cultural capital are described. Among them: through reduction of uncertainty and transaction costs, through use of competitive advantages, based on culture and harmonization of formal and informal rules. The effect of cultural capital on bilateral trade through reduction in uncertainty and transaction costs is tested in the empirical part of the paper. A suggested approach to cultural capital, based on transaction costs theory can be useful for institutional design, and policy-advice, aiming at the increase in competitiveness of society and the efficiency of formal institutions.

Key words: culture, cultural capital, bilateral trade, uncertainty, transaction costs.

Введение

«Культура имеет значение» – этот тезис С. Хантингтона лег в основу междисциплинарного проекта, посвященного анализу культурного фактора и его влияния на социально-экономические отношения. Выпущенная по итогам проекта книга и проведенный в 1998 г. симпозиум стали мощным импульсом для дальнейших исследований культуры и ее воздействия на общественную жизнь. В настоящее время влияние культуры на социально-экономические взаимодействия зафиксировано в лабораторных экспериментах [Henrich, 2000], подтверждено результатами эконометрических работ на макроуровне [Guiso et al., 2006], описано исследователями и практиками в области управления организациями [Hofstede, 2001].

Концепция культуры (культурного капитала) начала развиваться позже социального капитала, но, вероятно, проходит через те же стадии. На протяжении нескольких десятилетий социальный капитал критиковали как неудачную экономическую метафору, утверждая, что содержание этого понятия не может быть названо капиталом, так как его невозможно измерить, невозможно оценить инвестиции в социальный капитал и амортизацию социального капитала, а также рассчитать отдачу от него. [Solow, 1995]. В ответ на критику Р. Солоу, Л. Гуизо, П. Сапиенза и Л. Зингалес предложили скорректированное определение социального (гражданского) капитала, которое соответствует предъявляемым требованиям [Guiso et al., 2011]. Авторы описали методы его измерения, способы накопления и особенности амортизации, а также создаваемые им экономические эффекты.

Цель настоящей статьи – проанализировать используемую в экономической теории концепцию культуры (культурного капитала) в соответствии с пунктами критики Р. Солоу, а также провести эмпирическую проверку гипотезы о продуктивности культуры (культурного капитала). Первый параграф статьи посвящен определению

культуры и культурного капитала и способам включения их в экономический анализ. В параграфах 2–4 концепция культуры (культурного капитала) анализируется в соответствии с пунктами критики Р. Солоу. Наконец, в пятом параграфе приведена количественная проверка гипотезы о продуктивности культурного капитала.

1. Определение культуры / культурного капитала

Основоположник концепции культурного капитала П. Бурдьё указывал, что отличительной особенностью культурного капитала является то, что он может принимать не только овеществленные, но и «инкорпорированные формы, воплощаясь как в отдельных людях, так и в отношениях между людьми» [Bourdieu, 1986]. Рассуждая о содержании концепции культурного капитала в экономической теории, Д. Тросби, напротив, определяет его как актив, «воплощающий, хранящий или обеспечивающий культурную ценность в дополнение к любой экономической ценности, которой он может обладать» [Тросби, 2013, 72].

В отличие от концепции социального капитала, термин «культурный капитал» еще не вошел в категориальный аппарат экономистов, которые вместо него часто используют слово «культура». Р. Бойд и П. Ричерсон [Boyd, Richerson, 1985] определяют культуру как передачу знаний, ценностей и других факторов, влияющих на поведение, от одного поколения к другому путем обучения и имитации. М. Кассон [Casson, 2006] пишет, что культура – это разделяемые ценности и убеждения, относящиеся к фундаментальным вопросам жизни, а также средства их выражения. По Г. Хофстеде, культура – коллективное программирование мышления, отличающее членов одной группы людей от другой [Hofstede, 2001, p. 9]. Л. Гуизо, П. Сапиенза и Л. Зингалес определяют культуру как ценности и убеждения, которые этнические, религиозные и социальные группы передают сравнительно неизменными из поколения в поколение [Guiso et al., 2006]. Таким образом, жесткое ядро в определениях культуры составляют *ценности и поведенческие установки, разделяемые определенной группой и медленно меняющиеся во времени.*

Существует несколько способов включения культуры в экономический анализ. Культура может рассматриваться как:

- фокальная точка¹;

¹ Под фокальной точкой понимают психологический феномен, позволяющий посредством подобия в алгоритмах принятия индивидуальных решений обеспечить согласованность действий экономических агентов в условиях, когда возможность

- общественное благо;
- параметр целевой функции;
- часть институциональной среды.

Фокальная точка. Анализируя особенности средневековой торговли, А. Грейф констатирует, что естественная фокальная точка для Генуи – индивидуализм, а для Магриба – коллективизм. Именно с этими различиями А. Грейф связывает то, что в Генуе заключались формальные контракты, развивалась судебная система, обеспечивающая их исполнение, в то время как в Магрибе преобладали неформальные контракты, достоверность которых обеспечивалась репутацией и санкциями со стороны общества [Greif, 1994].

Общественное благо. М. Кассон отмечает, что культура – неосознаваемое общественное благо [Casson, 2006]. Ценности и верования могут разделяться группой людей, вместе с тем при потреблении отсутствует конкурентность и исключаемость доступа к культурным ценностям. Кроме того, культура может трактоваться как благо, поскольку обладает внутренней ценностью или поскольку позволяет достигнуть определенной цели [Reisman, 1990]. С инструментальной точки зрения, подход к трактовке культуры через общественное благо удобен, когда культура рассматривается как результат, а не фактор взаимодействия, в частности при рассмотрении культурной трансмиссии как проблемы коллективных действий, возникающей при производстве общественного блага – социально значимых и эффективных с общественной точки зрения культурных норм.

Параметр целевой функции. При включении ценностей и поведенческих установок в экономический анализ ключевое свойство ценностей состоит в том, что они определяют характер целевой функции человека (группы). Ключевое свойство поведенческих установок – в том, что они определяют способ достижения целей. Такой подход позволяет включать культуру через функцию полезности и целевую функцию в микроэкономические модели потребительского выбора.

Часть институциональной среды. Наконец, еще один подход к анализу культуры связан с рассмотрением ее как части институциональной среды – медленно меняющихся надконституционных правил. Он позволяет говорить о продуктивном, контрпродуктивном или нейтральном экономическом эффекте культуры, возникающем в зависимости от соотношения между нормами, предписы-

непосредственного обмена информацией исключена [Shelling, 1960; Шатитко, 2010].

ваемыми формальными институтами и неформальными правилами (культурой).

Таким образом, рабочее определение культуры в экономической теории может быть сформулировано следующим образом: *культура (в экономическом понимании) — ценности и поведенческие установки, разделяемые определенным сообществом и медленно меняющиеся во времени, обладающие свойством фокальной точки и признаками общественного блага, определяющие особенности целевой функции индивида и являющиеся частью институциональной среды.*

В настоящее время концепция культуры (культурного капитала) разработана экономистами хуже, чем концепция социального капитала. При этом, поскольку социальный капитал можно описать в терминах культуры, а культуру нельзя полностью описать в терминологии социального капитала, последний может рассматриваться как часть культуры (культурного капитала) [Аузан, Никишина, 2013].

Применительно к доказательству продуктивности культуры это означает, что задача в отношении социального (гражданского) капитала уже частично решена Л. Гуизо, П. Сапиенза и Л. Зингалес. Вместе с тем можно предположить, что свойство продуктивности справедливо также для других элементов культуры, не являющихся частью социального капитала.

2. Измерение культуры / культурного капитала

Одно из направлений критики Р. Солоу термина «социальный капитал» состояло в том, что он должен быть измерим, пусть и косвенно. Л. Гуизо, П. Сапиенза и Л. Зингалес в ответ на критику описывали прямые и косвенные способы оценки социального капитала, позволяющие измерить ценности и убеждения как при помощи опросов и экспериментов, так и при помощи косвенных показателей — донорства крови, явки на выборы и др.

Тот же подход применим к оценке культуры. Помимо базы Всемирного исследования ценностей (WVS), содержащей отдельные вопросы, которые могут использоваться для характеристики ценностей и культурных норм, существует более десяти широко используемых методик социокультурных измерений¹. Среди них: методика Э. Холла, Г. Хофстеде, Ш. Шварца, Ф. Тромпенаарса, Р. Инглхарта, Р. Льюиса, Ф. Клакхона и Ф. Стродбек, М. Бонда и К. Леунга, Г. Триандиса, Р. Хауза и др. Эти методики были созданы в тече-

¹ Социокультурное измерение — показатель, характеризующий ценности или поведенческие установки индивида или группы.

ние последних 60 лет исследователями, работающими в самых разных предметных областях: от антропологии (Э. Холл) и лингвистики (Р. Льюис) до психологии (Г. Триандис, М. Бонд, К. Леунг), социологии (Ф. Клакхон и Ф. Стродбек, Г. Хофстеде) и экономики (Ф. Тромпенаарс).

Ряд методик используется преимущественно на микроуровне (например, методика Ф. Тромпенаарса, Р. Льюиса и др.), другие – на макроуровне (например, методика Г. Хофстеде, Р. Инглхарта, Ш. Шварца). Большинство измерений строится на основе опросов, причем авторы используют как репрезентативные выборки (Всемирное исследование ценностей, методика Р. Инглхарта), так и однородные выборки (методика Г. Хофстеде, Ш. Шварца, GLOBE и др.). При этом какую бы методологию не использовали исследователи, введенные ими социокультурные измерения обладают по крайней мере одним общим свойством: во всех методиках социокультурные измерения сопряжены с определенными типами поведения людей в широком спектре ситуаций.

Всего в приведенных выше методиках выделено 47 социокультурных измерений. Их подробное описание и поведенческие модели, сопряженные с разной выраженностью социокультурных измерений, можно найти как в первоисточниках, так и в многочисленных обзорных работах, сделанных отечественными [Лебедева, Татарко, 2009] и зарубежными авторами [Ng et al., 2007].

Анализ и группировка введенных исследователями социокультурных показателей позволяет не только систематизировать имеющиеся данные о культуре, но и определить относительную значимость культурных измерений в социально-экономических взаимодействиях. Поскольку авторы данных социокультурных методик представляют различные предметные области, размер выделенных групп социокультурных измерений будет отражать их сравнительную важность для социальных, экономических и политических отношений. Результаты соотнесения социокультурных измерений приведены в табл. 1¹.

¹ В силу того, что культурное измерение «маскулинность» у Г. Хофстеде отвечает одновременно за характер разделения гендерных ролей и особенности поведения (напористость/кооперативность), показатель продублирован в двух категориях. Поскольку социокультурные измерения Э. Холла «высокий / низкий контекст» и Ф. Тромпенаарса «специфичные / диффузные культуры» описывают особенности разделения ролей в обществе и специфику коммуникации, эти показатели также продублированы в двух категориях: «разделение ролей: число / разграничение» и «коммуникация: характер коммуникации».

Таблица 1

Методики социокультурных измерений

	Последовательность решения задач во времени	Ход	Классик и Страбелак	Хефестеге	Ингхарт	Триашице	Шварц	GLOBE	Цыкс	Трощенагас	Бодд и Лсунг
Время	Приоритеты во времени	Полемические/модерационные культуры	Ориентация на прошлое/настоящее/будущее	Долгосрочная ориентация				Ориентация на будущее	Монотеистические/политеистические культуры	Следующие/последовательность	
Отношения в обществе	Индивид-группа		Взаимоотношения между людьми	Индивидуализм	Индивидуализм/коллективизм		Принадлежность/автономия	Коллективизм II: внутрigrупповой Коллективизм I: интигрупповый		Ориентация на прошлое/настоящее/будущее Индивидуализм/коллективизм	
	Власть, статус		Дистанция власти	Дистанция власти			Иерархия/равноправие	Дистанция власти		Достигнутый/предельный	
Отношение к правилам	Отношение к исполнению обязательств/универсальность		Исполнительность	Исполнение неопределенности		Плотность		Избегание неопределенности		Универсализм/партикуляризм	
Разделение ролей	Между мужчинами/женщинами		Терпимость/отражения	Терпимость/отражения				Гендерный эгалитаризм			
	Число/разграничение	Высокий/низкий контекст		Маскулинность		Сложность				Специфичность/диффузность	
Деятельность	Человек – окружающий мир		Отношения человека/окружающий мир			Гармония/мастерство				Внутренний/внешний контроль	
	Альтруизм/эгоизм		Человеческая природа					Гуманизм			Социальный цинизм
	Конкуренция/кооперация		Детельность	Маскулинность				Напористость			
	Целеполагание			Выживание-самовыражение				Ориентация на приваилительность			
Коммуникация	Стиль								Монотеистические/политеистические культуры	Нейтральность/аффективность	
	Характер коммуникации	Высокий/низкий контекст							Реактивные культуры	Специфичность/диффузность	
Картина мира	Картина мира		Традиционные/секулярно-рациональные								Динамичность/экстернность
Использование пространства		Пространство									

Источник: составлено автором.

Из табл. 1 следует, что наибольшей частотностью (и, соответственно, значимостью) обладают культурные измерения, описывающие отношения в обществе между индивидом и группой (6 культурных измерений), отношения в обществе по поводу власти и статуса (6 культурных измерений), а также особенности расстановки приоритетов во времени (4 культурных измерения).

Таким образом, накопление эмпирической базы социокультурных измерений позволяет, с одной стороны, проводить межстрановые сопоставления, с другой стороны – фиксировать выраженность социокультурных характеристик в разных странах и оценивать их влияние на социально-экономические отношения. Кроме того, одновременное использование социокультурных измерений из разных методик, но принадлежащих к одному смысловому блоку, позволяет повысить точность выводов, получаемых на основе качественного и количественного анализа данных.

3. Инвестирование и проблема амортизации

Другим ключевым требованием, предъявляемым Р. Солоу к термину «социальный капитал», является существование «наблюдаемого» процесса инвестиций, приводящего к росту запаса социального капитала, а также обратного ему процесса амортизации. Отвечая на этот пункт критики, Л. Гуизо, П. Сапиенза и Л. Зингалес обращаются к особенностям культурной трансмиссии, применимой как в отношении социального (гражданского) капитала, так и культуры.

В настоящее время выделяют несколько каналов трансляции культурных ценностей: семья, школа, университет, церковь, СМИ, армия, тюрьма [Аузан, 2013]. К основным относят семью и образование [Bisin, Verdier, 2010; Guiso et al., 2010]. Причем, как и в случае с социальным (гражданским) капиталом, развитие ценностей сопряжено с издержками: затрачиваются либо ресурсы семьи (время, контроль за исполнением правил), либо общественные ресурсы (оказание образовательных услуг, наказание за несоблюдение распространенных в обществе норм и т.д.) [Guiso et al., 2010].

Кроме того, как и в случае с социальным (гражданским) капиталом, отдача от инвестиций в культурный капитал и сами инвестиции, как правило, разнесены во времени. Это обусловлено особенностями основных каналов трансмиссии: межпоколенческая передача ценностей и формирование ценностей в процессе обучения требуют времени.

Что касается амортизации, то, как и в случае с социальным (гражданским) капиталом, «износ» культурного капитала может происходить по нескольким каналам. Во-первых, за счет притока мигрантов, принадлежащих к другой культуре и, соответственно, обладающих другим набором ценностей и поведенческих установок. Во-вторых, культурный капитал может уменьшаться из-за увеличения мобильности населения и глобализационных процессов. Вместе с тем глобализация и рост мобильности населения могут приводить к исчезновению одних ценностей и поведенческих установок, но к укреплению других. В частности, можно предположить, что мобильность населения способствует формированию нормы терпимости к представителям других культур. В-третьих, культурный капитал может уменьшиться в силу исторических событий, меняющих соотношение выгод и издержек следования определенной норме, а также меняющих убеждения людей о допустимости того или иного поведения.

4. Продуктивность культурного капитала

Анализ исследований, описывающих влияние культуры на экономическое развитие, а также обзор методик социокультурных измерений позволяют предположить существование ряда каналов продуктивности культурного капитала. Среди них:

- 1) снижение неопределенности среды;
- 2) снижение транзакционных издержек¹;
- 3) использование конкурентных преимуществ, обусловленных социокультурными факторами;
- 4) гармонизация формальных и неформальных правил и др. (рис. 1).

Так, культура (культурный капитал) позволяет снизить уровень неопределенности и перевести ее из структурного типа в параметрический. То есть культура может рассматриваться в качестве структурирующего фактора, исполняющего координационную функцию и, соответственно, снижающего транзакционные издержки взаимодействия между членами сообщества. Причем, поскольку влияние культуры проявляется в большей степени при отсутствии формаль-

¹ Несмотря на кажущуюся схожесть каналов 1 и 2, они выделены в отдельные виды, поскольку снижение неопределенности не всегда сопровождается снижением транзакционных издержек. В частности, при взаимодействии представителей мажоритарных, напористых культур, неопределенность взаимодействия снижается, но транзакционные издержки – нет.



*Рис. 1. Продуктивность культурного капитала
Источник: составлено автором.*

ных институтов, можно констатировать сравнительно более высокую продуктивность культуры (культурного капитала) при осуществлении взаимодействий в отсутствие формальных правил.

Другой канал продуктивности культуры (культурного капитала) связан с экономией на транзакционных издержках, возникающих в случае различий в поведении, предписываемом разными культурными нормами. В табл. 2 представлены результаты анализа транзакционных издержек, генерируемых различиями по отдельным социокультурным измерениям и сгруппированным в тематические блоки (см. табл. 1)¹.

Результаты проведенного анализа показывают, что наибольшее влияние на эффективность взаимодействия между представителями разных культурных групп оказывают различия по социокультурным измерениям, описывающим отношения в обществе по поводу власти и статуса, отношения между человеком и группой, отношение к неопределенности, а также отношение ко времени. Что касается отдельных видов транзакций, то при осуществлении транзакций сделки можно ожидать появление дополнительных издержек, возникающих из-за различий по социокультурным измерениям, описывающим после-

¹ В настоящее время существует несколько подходов к определению и типологизации транзакционных издержек. Среди них – подходы Дж. Уоллиса и Д. Норта, Э. Фуруботна и Р. Рихтера, П. Милгрона и Дж. Робертса, Т. Эггертсона, Р.И. Капелюшникова, А.Е. Шаститко и др. Поскольку универсальной классификации транзакционных издержек в настоящее время не существует, выбор подхода, как правило, обуславливается исследовательской задачей. При анализе транзакционных издержек, генерируемых различиями по социокультурным показателям, далее использовались первые три классификации.

Таблица 2

Трансакционные издержки, генерируемые различиями по социокультурным измерениям

	Уоллис-Норт			Фуруботн-Рихтер			Милграм-Робертс	
	Exante	Exinterim	Expost	Рыночные	Управленческие	Политические	Координационные	Мотивационные
	Группы социокультурных измерений							
Время	–	2	2	2	2	–	2	–
	последовательность решения задач во времени							
	приоритеты во времени	1	–	2	1	2	–	–
Отношения в обществе								
	индивид-группа	1	1	–	2	1	–	2
	власть, статус	1	–	2	2	2	2	2
Отношение к правилам								
	отношение к неопределенности	2	2	2	2	–	2	–
	обязательность правил	–	–	–	–	1	1	2
	терпимость/ограничения	–	–	–	–	1	–	–
Разделение ролей								
	между мужской и женской	–	–	–	–	1	–	–
	число, разграничение	–	–	–	–	2	–	2
	человек-окружающий мир	–	–	–	–	1	1	–
	целелогание	–	–	–	–	1	–	–
Деятельность								
	конкуренция/кооперация	–	–	–	–	1	2	1
	альтруизм/эгоизм	1	–	1	1	1	–	–
	стиль	1	–	–	1	1	–	–
Коммуникация								
	характер коммуникации	1	–	–	1	1	–	–
Картины мира								
	Использование пространства	–	–	–	–	1	–	1
		–	–	–	–	1	–	–

Источник: составлено автором.

Примечание. Цифрами 1 (средняя) и 2 (высокая) обозначена интенсивность трансакционных издержек, генерируемых вследствие различий по соответствующему социокультурному измерению.

довательность решения задач во времени, отношения в обществе между человеком и группой, отношения по поводу власти и статуса, а также отношение к неопределенности. Для трансакций управления наибольшее значение будут также иметь различия в отношении ко времени, отношениях между человеком и группой, отношениях по поводу власти и статуса, особенностях распределения ролей в обществе, а также преобладание кооперативного или конкурентного типа поведения.

Социокультурный профиль (набор ценностей, поведенческих установок) может определять набор конкурентных преимуществ при осуществлении определенных видов деятельности. Например, общества с низким избеганием неопределенности будут обладать сравнительными преимуществами в инновационной деятельности, общества с высоким избеганием неопределенности – в тех видах деятельности, которые требуют точного соблюдения инструкций и стандартов [Hofstede, 2001].

Наконец, в зависимости от того, как соотносятся между собой нормы, предписываемые формальными институтами и культурой, культура (культурный капитал) может быть продуктивным, контрпродуктивным или нейтральным фактором экономических взаимодействий. Соответственно, еще одно направление продуктивного использования культурного капитала сопряжено с гармонизацией формальных и неформальных институтов [Аузан, Никишина, 2013].

Вероятно, существуют и другие каналы продуктивности культурного капитала. При этом нельзя говорить о существовании единственной успешной культурной формулы как на макро-, так и на микроуровне. Успешность обусловливается не конкретным набором характеристик, а тем, используется их продуктивный потенциал или нет.

Подводя итог изложенному в параграфах 2–4, можно констатировать, что используемое рабочее определение культуры (культурного капитала) в целом отвечает требованиям, которые предъявлял Р. Солоу к термину «социальный капитал», и может рассматриваться в качестве капитала, фактора эффективности экономических отношений. Чтобы подчеркнуть продуктивность культуры, далее используется следующее рабочее определение культурного капитала: *культурный капитал – культура в ее экономическом понимании, которая обладает свойствами измеримости, накопления, амортизации, продуктивности благодаря снижению неопределенности среды и трансакционных издержек, реализации специфических конкурентных преимуществ, гармонизации формальных и неформальных правил и т.д.*

5. Продуктивность культурного капитала на примере межстрановой торговли

В параграфе 4 были представлены четыре канала продуктивности культурного капитала. В параграфе 5 на примере международной торговли проверяется продуктивность двух каналов, связанных со снижением неопределенности, а также трансакционных издержек, возникающих при взаимодействии культурно близких групп. Выбор межстрановой торговли в качестве объекта исследования позволяет нивелировать методологическую проблему, обусловленную различными уровнями анализа культуры и экономики. В данном случае и характеристики культуры, и показатели экономической активности рассматриваются для агрегированного уровня, уровня страны [Beugelsdijk, Maseland, 2014].

В современных исследованиях по международной торговле положительное воздействие общего культурного признака (языка, религии, цивилизации, колонии и т.д.) на двустороннюю торговлю не подвергается сомнению [Rauch, 1999; De Groot, 2004; Gokmen, 2013]. Вместе с тем отсутствует консенсус относительно характера влияния на межстрановую торговлю культурных расстояний, рассчитанных на показателях Г. Хофстеде и Ш. Шварца. [De Groot et al., 2009; Ng S. et al., 2006]. Наконец, существуют работы, зафиксировавшие позитивное влияние на двустороннюю торговлю культурных сетей, создаваемых мигрантами, а также общими (как правило, доминирующими) этническими, лингвистическими или религиозными группами [Rauch, Trinidad, 2002].

В рамках данного исследования рассматривались две гипотезы:

- 1) наличие одинаковых этнических, лингвистических, религиозных групп в двух странах (доминирующих или вторых по величине) увеличивает объем двусторонней торговли.
- 2) на двустороннюю торговлю влияют расстояния по отдельным социокультурным измерениям.

При проверке гипотез использовались данные по международной торговле из базы ООН United Nations' COMTRADE. Фиктивные переменные для лингвистических, этнических и религиозных групп были построены на основе данных, собранных Т. Эллингсен за период с 1945 по 1994 г., а также базы данных ЦРУ World Factbook за период с 1995 по 2013 г. Расчет культурных расстояний производился по формуле Б. Когута и А. Сингха [Kogut, Singh, 1998] на данных Г. Хофстеде и проекта GLOBE. Большая часть контрольных

переменных была взята из базы данных Т. Майера¹. В силу того, что чувствительность различных групп товаров к культуре неодинакова, при проверке гипотез использовалась разработанная Дж. Раухом разбивка на три категории: гомогенные товары, товары с референтной ценой и дифференцированные товары² [Rauch, 1999].

Для проверки гипотез³ применялась следующая спецификация гравитационной модели [Gokmen, 2013]:

$$\log Imports_{ijt} = a + \gamma C_{ij} + \alpha_k \tau_{kijt} + R_i + R_j + \varepsilon_{ijt},$$

где $Imports_{ijt}$ – импорт страны j из страны i в период времени t ; C_{ij} – переменные, отвечающие за культуру; τ_{kijt} – контрольные переменные, описывающие торговые барьеры; R_i – фиксированные эффекты для страны-экспортера; R_j – фиксированные эффекты для страны-импортера.

В табл. 3 представлены результаты оценки регрессионных моделей для импорта дифференцированных товаров.

Полученные оценки коэффициентов соответствуют базовым предпосылкам стандартной теории международной торговли. Так, расстояние между странами увеличивает транспортные издержки, снижая торговые потоки, в то время как наличие между странами общей границы при прочих равных условиях торговлю увеличивает. Вхождение двух стран в ВТО, наличие между странами регионального торгового соглашения, общая валюта – все это снижает издержки осуществления обмена, увеличивая межстрановые торговые потоки. Сосуществование двух стран в рамках одного колониального государства, принадлежность к одной и той же правовой системе снижают неопределенность взаимодействия, в результате чего при прочих равных условиях межстрановая торговля повышается.

¹ См. персональную страницу Т. Майера. URL; <http://econ.sciences-po.fr/thierry-mayer/data>.

² Гомогенные товары – товары, торгуемые на бирже (например, зерно, нефть и др.). Товары с референтной ценой – товары, не торгуемые на бирже, но цены на которые публикуются в специализированных торговых изданиях (например, продукты полимеризации и сополимеризации, сигареты и др.). Дифференцированные товары – все прочие товары, не торгуемые на бирже и не обладающие референтной ценой (например, обувь, одежда и т.д.).

При выделении продуктовых групп использовалась классификация товаров SITC-2.

³ Оценка гравитационных моделей производилась в статистическом пакете STATA при помощи команды `reg2hdfe`, реализующей алгоритм Guimarães и Portugal (2009) для оценки многомерных линейных регрессий с фиксированными эффектами. При расчетах производилась кластеризация стандартных ошибок.

Таблица 3

Результаты оценки влияния параметров культуры на межстрановую торговлю

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
Majority-majority ethnic groups	0,908***							
Majority-majority linguistic groups		0,848***	0,270***	0,786***	0,382***	0,182***		
Minority-majority ethnic groups								
Minority-minority ethnic groups								
Minority-minority linguistic groups								
Minority-minority religious groups								
log dist uncertainty avoidance								
log dist uncertainty avoidance								
Ln Distance	-1,477***	-1,428***	-1,479***	-1,517***	-1,505***	-1,497***	-1,417***	-1,413***
contiguity	0,687***	0,739***	0,724***	0,718***	0,824***	0,572***	0,058	0,039
Both GATT	0,649***	0,641***	0,639***	0,642***	0,653***	0,668***	0,383***	0,390***
RTA	0,824***	0,834***	0,813***	0,836***	0,816***	0,845***	0,123*	0,111
Common currency	0,216*	0,158	0,202*	0,337**	0,384***	0,272***	-0,421***	
GSP	0,404***	0,409***	0,403***	0,443***	0,251***	0,434***	0,662***	0,682***
Same legal origin	0,482***	0,396***	0,482***	0,527***	0,475***	0,512***	0,363***	0,361***
colony	1,018***	0,853***	0,985***	0,995***	0,738***	1,061***	0,683***	0,695***
Importer-year-effect	YES							
Exporter-year-effect	YES							
N	331,990	331,105	331,105	271,903	227,509	245,443	112,218	112,218
R ²	0,763	0,764	0,763	0,754	0,746	0,766	0,873	0,873

Примечания. Зависимая переменная: логарифм импорта дифференцированных товаров¹ в соответствии с либеральной классификацией Дж. Рауха.

* $-p < 0,1$; ** $-p < 0,05$, *** $-p < 0,01$

¹ В столбцах 1–6 приведены результаты расчетов для периода 1995–2013 г., в столбцах 7–8 – для периода 1972–2013 г. Разбиение данных в случае 1–6 на два периода (до 1995 г. и после 1995 г.) обусловлено отсутствием единого источника, в котором бы была собрана информация по культурным группам.

Что касается социокультурных параметров, то из таблицы видно, что совпадение этнических, лингвистических и религиозных групп в двух странах при прочих равных условиях приводит к увеличению объемов межстрановой торговли. Этот эффект объясняется как спросом, который меньшинства могут предъявлять на культурно-специфичные дифференцированные товары, произведенные в «стране происхождения» (столбцы 1–3), так и снижением транзакционных издержек при взаимодействии представителей одной культурной группы (столбцы 1–6).

Принимая во внимание деперсонализированный характер обмена, свойственный международной торговле, а также анализ транзакционных издержек, генерируемых различиями по отдельным социокультурным показателям, приведенный в табл. 2, можно также ожидать сравнительно меньших объемов торговли между странами, различающимися по культурному измерению «избегание неопределенности». Причем основной канал, через который расстояние по показателю «избегание неопределенности» может влиять на межстрановую торговлю, – это генерирование транзакционных издержек, существенных для эффективности заключения сделки. Избегание неопределенности (степень, с которой люди избегают неопределенных ситуаций) влияет как на транзакционные издержки измерения и поиска информации, необходимой для подготовки к заключению контракта, так и на процесс переговоров и заключение контрактов. Соответственно, различия в уровне избегания неопределенности будут приводить к значительному росту рыночных транзакционных издержек, что будет снижать объемы межстрановой торговли. Результаты проведенных расчетов (столбцы 7–8) подтверждают выдвинутую гипотезу. Полученные эффекты статистически значимы для валового импорта в целом, а также для дифференцированных товаров и товаров с референтной ценой в частности¹.

Подводя итог эмпирической части, можно констатировать, что проведенные расчеты в целом подтверждают гипотезы о каналах

¹ Для проверки устойчивости полученных результатов были также построены регрессии для альтернативного источника данных по международной торговле с разбивкой на товары с референтной ценой, дифференцированные и гомогенные товары – ВАСИ СЕРП, а также для альтернативного источника данных по уровню избегания неопределенности (данные GLOBE). Проведенные расчеты в целом подтвердили негативную связь между расстоянием по показателю избегание неопределенности и объемом межстрановой торговли, а также положительную связь между общими культурными группами и объемом межстрановой торговли.

продуктивности культурного капитала, связанных со снижением неопределенности и транзакционных издержек. При прочих равных условиях объем межстрановой торговли будет выше для стран, в которых есть общие культурные группы, а также для стран, незначительно отличающихся по культурному показателю «избегание неопределенности».

Заключение

В настоящее время термин «культурный капитал», в отличие от социального капитала, еще не вошел в категориальный аппарат экономистов, которые вместо него обычно используют термин «культура». Анализ понятия культуры в соответствии с пунктами критики Р. Солоу в отношении термина «социальный капитал» позволяет говорить о культуре в терминах капитала. Можно предположить, что сейчас существуют по крайней мере четыре способа продуктивного использования культурного капитала:

- 1) за счет снижения неопределенности;
- 2) за счет снижения транзакционных издержек;
- 3) за счет использования конкурентных преимуществ, обусловленных социокультурной спецификой;
- 4) за счет гармонизации формальных и неформальных правил.

В данной работе на примере межстрановой торговли показана продуктивность культурного капитала, обусловленная эффектом снижения неопределенности и транзакционных издержек.

Предложенный подход к анализу способов продуктивного использования культурного капитала на основе теории транзакционных издержек может применяться на микро- и макроуровне, в том числе, при институциональном проектировании, а также определении направлений повышения конкурентоспособности сообщества. Результаты эмпирического анализа могут быть полезны при решении ряда практических проблем в области межстранового взаимодействия, например, для совершенствования торговой политики и разработки мер, снижающих негативные эффекты, вызванные культурными расстояниями. Дальнейшие направления исследования связаны с поиском и доказательством других каналов продуктивного применения культурного капитала в социально-экономических отношениях.

Список литературы

1. *Аузан А.А., Никушина Е.Н.* Долгосрочная экономическая динамика: роль неформальных институтов // Журнал экономической теории. 2013. № 4.
2. *Лебедева Н.М., Татарко А.Н.* Культура как фактор общественного прогресса. М., 2009.
3. *Тросби Д.* Экономика и культура. М., 2013.
4. *Шастинко А.Е.* Новая институциональная экономическая теория. М., 2010.
5. *Beugelsdijk S, Maseland R.* Culture in Economics. Cambridge, 2014.
6. *Bisin A., Verdier T.,* The Economics of Cultural Transmission and Socialization // NBER Working Papers. 2010. N 16512.
7. *Boyd R., Richerso, P.* Culture and the Evolutionary Process. Chicago, 1985.
8. *Casson M.* Culture and Economic Performance // Handbook of the Economics of Art and Culture. 2006. Vol. 1.
9. *Bourdieu P.* The Forms of Capital // Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education/ Ed. by J. Richardson. N.Y., 1986.
10. *De Groot H., Linders G. et al.* The Institutional Determinants of Bilateral Trade Patterns // Kyklos, Wiley Blackwell. 2004. Vol. 57 N 1.
11. *Gokmen G.* Are Cultural Differences a Barrier to Trade? // SSRN Website. 2013. October. URL: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2347644 (last accessed data: 15.08.2015).
12. *Greif A.* Cultural Beliefs and the Organization of Society: A Historical and Theoretical Reflection on Collectivist and Individualist Societies // The J. of Political Economy. 1994. Vol. 102.
13. *Guiso L., Sapienza P., Zingales L.* Does Culture Affect Economic Outcome // J. of Economic Prospective. 2006. Vol. 20. N 2.
14. *Guiso L., Sapienza P., Zingales L.* Civic Capital as the Missing Link // Social Economics Handbook. 2011. Vol. 1.
15. *Henrich J.* Does Culture Matter in Economic Behavior? Ultimatum Game Bargaining among the Machiguenga of the Peruvian Amazon // American Economic Rev. 2000. Vol. 90. N 4.
16. *Hofstede G.* Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations across Nations. Sage, 2001.
17. *Kogut B., Singh H.,* The Effect of National Culture on the Choice of Entry Mode // J. of International. Business. Studies., 1988. Vol. 19. N 3.
18. *Ng S., Lee J.A., Soutar G.N.* Are Hofstede's and Schwartz's Value Frameworks Congruent? // International Marketing Rev. 2007. Vol. 24. N. 2
19. *Rauch J.* Networks Versus Markets in International Trade // J. of International Economics. 1999. Vol. 48. N 1.
20. *Reisman D.* Theories of Collective Action: Downs, Olson and Hirsch. L., 1990.

21. *Shelling T.* The Strategy of Conflict. Cambridge, Mass., 1960.
22. *Solow R.* Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity (Book Review) // The New Republic. 1990. N 213.

The List of References in Cyrillic Transliterated into Latin Alphabet

1. *Auzan A.A., Nikishina E.N.* Dolgosrochnaja jekonomicheskaja dinamika: rol' neformal'nyh institutov, *Zhurnal jekonomicheskoy teorii*, 2013, N 4.
2. *Lebedeva N.M., Tatarko A.N.* Kul'tura kak faktor obshhestvennogo progressa, M, 2009.
3. *Shastitko A.E.* Novaja institucional'naja jekonomicheskaja teorija, M, 2010.
4. *Trosbi D.* Ekonomika i kul'tura, M, 2013.

ОТРАСЛЕВАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

А.З. Бобылева¹,

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

Е.Н. Жаворонкова²,

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

О.А. Львова³,

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

ОЦЕНКА МОДЕЛЕЙ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ НЕФТЯНОГО СЕКТОРА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ⁴

В статье рассматриваются ключевые параметры современной налоговой системы в нефтяной отрасли России и зарубежных стран, анализируются налоговая нагрузка крупнейших российских и иностранных нефтяных компаний, их инвестиционные и финансовые возможности, которые являются результатом как действующего в разных юрисдикциях налогового регулирования, так и последних экономических и геополитических изменений. На основе проведенного исследования сделан вывод о целесообразности стратегического пересмотра налогового режима нефтяной отрасли России и сформулированы основные направления его совершенствования.

Ключевые слова: налоговые режимы нефтяной отрасли различных стран мира, роялти, бонусы, налог на добавленный доход (НДД), налог на финансовый результат (НФР), налоговая нагрузка нефтяных компаний, инвестиционные возможности нефтяных компаний, стратегические изменения системы налогообложения нефтяной отрасли России.

¹ Бобылева Алла Зиновьевна, д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой финансового менеджмента ф-та государственного управления; e-mail: bobyleva@spa.msu.ru

² Жаворонкова Елена Николаевна, канд. экон. наук, доцент кафедры финансового менеджмента ф-та государственного управления; e-mail: javoronkova@spa.msu.ru

³ Львова Ольга Александровна, канд. экон. наук, ст. преподаватель кафедры финансового менеджмента ф-та государственного управления; e-mail: lvova@spa.msu.ru

⁴ Исследование проведено в соответствии с Госконтрактом № 14/14113070019. 241/05/162 совместно с НИУ ВШЭ.

A.Z. Bobyleva,

Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia),

E.N. Zhavoronkova,

Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia),

O.A. Lvova,

Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia)

THE ASSESSMENT OF TAXATION MODELS IN THE OIL SECTOR OF RUSSIA AND FOREIGN COUNTRIES

The article focuses on the key parameters of the modern tax system in the oil industry of Russia and foreign countries, the tax burden of the largest Russian and foreign oil companies and their investment and financial opportunities resulting from different tax regimes, as well as recent changes in the economic and geopolitical conditions. On the basis of the research, the conclusion about the feasibility of the strategic review of the tax regime in the Russian oil industry is made and the main directions of its improvement are suggested.

Key words: tax regimes in the oil industry around the world, royalty, bonuses, excess profits tax, tax on financial result, tax burden for oil companies, investment opportunities of oil companies, strategic changes of the oil industry taxation in Russia.

Введение

Российская нефтяная отрасль в настоящее время – один из главных доходобразующих секторов экономики. Она вносит основной вклад в формирование государственного бюджета страны и ВВП. Поэтому мультипликативный экономический и геополитический эффект от любых происходящих в ней изменений вызывает повышенное внимание к проблемам отрасли. Продолжающееся истощение основных месторождений, появление новых конкурентов на нефтяном рынке, переход многих стран к использованию неуглеродных источников энергии, ухудшение геополитической обстановки с введением секторальных санкций – все эти серьезные вызовы требуют адекватного ответа. Важным шагом в решении проблем нефтяного сектора и во многом зависящей от него экономики страны является выбор адекватного режима налогообложения нефтяных компаний, позволяющего, с одной стороны, обеспечить изъятие природной ренты и наполняемость бюджета, с другой – сохранить

возможность развития и инвестиционную привлекательность отрасли.

Мировая теория и практика еще не предложила идеального и универсального налогового режима для минерально-сырьевого сектора. В связи с этим *целью исследования* стало проведение сравнительного аналитического исследования налоговых систем различных стран мира с учетом их роли в экономике страны и влияния налоговых режимов на крупнейших производителей нефти для построения эффективной системы налогообложения в России.

Задачи исследования:

- определить ключевые параметры налоговой системы нефтяной отрасли России и таких стран – производителей нефти, как США, Канада, Великобритания, Норвегия, Казахстан;
- оценить налоговую нагрузку в разрезе крупнейших российских и иностранных нефтяных компаний, их инвестиционные возможности;
- обосновать основные направления развития налоговой системы России.

Объектом исследования являются налоговые системы крупнейших нефтедобывающих стран в сопоставлении с налоговым режимом нефтяной отрасли России и крупнейшие российские и иностранные компании – производители нефти. Для обоснования объекта исследования рассмотрены основные параметры нефтяной отрасли в крупнейших нефтедобывающих странах (табл.1).

Таблица 1

Краткая характеристика нефтегазового сектора США, Канады, Великобритании, Норвегии, Казахстана и России

Параметры нефтяной отрасли	Страны					
	США	Канада	Великобритания	Норвегия	Казахстан	Россия
Производство нефти (конец 2013 г.), млн барр./день	10,0	3,95	0,86	1,83	1,78	10,8
Доля страны в общемировом производстве нефти (2013 г.)	10,8%	4,7%	1,0%	2,0%	2,0%	12,9%

Параметры нефтяной отрасли	Страны					
	США	Канада	Великобритания	Норвегия	Казахстан	Россия
Подтвержденные запасы нефти (конец 2013 г.), млрд барр.	44,2	174,3	8,7	11,2	30	93
Крупнейшие нефтегазовые производители	Conoco, BP, Exxon, Shell, Chevron	Synchrude, Suncor, AOSP	BP, Shell	Statoil, Norway State DFI, Exxon	«КазМунайГаз», Chevron, Exxon	«Роснефть», «Газпром», «Лукойл»

Источник: [BP Statistical..., 2014].

Несмотря на то, что мировым лидером по производству нефти является Саудовская Аравия (13,9% мировой добычи в 2013 г.), анализ налоговых систем стран Ближнего Востока остался за рамками исследования в связи с тем, что нефтяная промышленность там обычно находится в ведении государственных предприятий, налоговые условия часто задаются индивидуально для каждого проекта и не могут служить основанием для заимствования опыта.

Объемы добычи нефти рассмотренных в исследовании крупнейших компаний-производителей представлены в табл. 2.

Таблица 2

Объемы добычи крупнейших российских и иностранных нефтяных компаний (млн барр. нефтяного эквивалента)

Компании	9 мес. 2014 г.	2013 г.	2012 г.	2011 г.	2010 г.
Российские компании					
ОАО «Роснефть»	1390	1622	989	944	920
ОАО «ЛУКОЙЛ»	628	804	794	791	828
ОАО «Газпром нефть»	357	915	878	843	779
ОАО «Татнефть»	145	194	193	192	191
ОАО «Башнефть»	97	120	115	113	106
Иностранные компании					
SHELL	832	1750	1770	1720	1775
Exxon	1050	1 524	1 547	1 645	1 623
BP	583	1 164	1 200	1 245	1 377
STATOIL	556	607	644	582	604

Источник: составлено авторами по данным финансовой отчетности компаний.

Предметом исследования являются взаимосвязи, позволяющие раскрыть специфику налоговых систем в нефтяной отрасли различных стран мира, налоговая нагрузка на нефтяные компании России и мира, степень мотивации ключевых игроков нефтяного рынка на долгосрочное развитие.

В качестве гипотезы научного исследования предполагалась целесообразность стратегического пересмотра налогового режима нефтяной отрасли России для обеспечения наполняемости бюджета и развития потенциала отрасли в новых экономических и геополитических условиях на основе более тесной привязки налоговых отчислений к финансовому результату и увеличения прозрачности налоговой системы.

Исследование базировалось на финансовой отчетности российских и зарубежных компаний, нормативно-правовых актах Российской Федерации и исследуемых стран, Энергетической стратегии Российской Федерации на период до 2030 года, работах экспертов института им. Е.Т. Гайдара, энергетического центра «Сколково», других монографиях, статьях и аналитических отчетах.

1. Ключевые параметры современной налоговой системы нефтяной отрасли в России и зарубежных странах

Современные концепции налогообложения нефтяного сектора можно условно разделить на две группы:

- концессионная модель, при которой компании получают исключительное право разработки недр и выплачивают комплекс стандартных платежей (бонусы, роялти, рентные налоги и налоги на прибыль);
- контрактный режим, основанный на разделе продукции между нефтедобывающей компанией и государством как собственником природных ресурсов.

Концессионная модель традиционно применяется в странах с развитым минерально-сырьевым сектором – США, Канаде, Великобритании, Норвегии, тогда как соглашения о разделе продукции (СРП) характерны в основном для развивающихся стран – Китая, Индии, Египта. В Казахстане и России используются обе модели: доминирующей является концессионная система, а СРП встречаются в единичных случаях.

Налоги, получаемые от реализации нефтяных проектов в странах с концессионной моделью, можно условно разделить на две категории: аккордные (разовые и регулярные платежи – бонусы, роялти,

реналс, взимаемые либо по фиксированной ставке, либо с валовых объемов добычи) и подоходные (общий корпоративный налог на прибыль и так называемые налоги на сверхприбыль). В США, Канаде, Казахстане и России применяются обе группы инструментов, тогда как в Великобритании и Норвегии налогом облагается только финансовый результат нефтяных компаний.

Привлекательность взимания роялти, бонусов и реналс для государства обусловлена тем, что они относительно легко администрируются и обеспечивают стабильные налоговые поступления с ранних стадий реализации бизнес-инициатив. Однако такие налоги не учитывают экономические и технические параметры проектов, требуют принятия адресных льгот для стимулирования инвестиционной привлекательности капиталоемких проектов, что очень характерно для России.

В табл. 3 представлены результаты анализа применения аккордных налогов в выбранных нефтедобывающих странах.

Хронологически первыми выплатами являются **бонусы** – разовые платежи, взимаемые в начале проекта за выдачу разрешения (лицензии) на разработку недр. **Рентные налоги** представляют собой арендные платежи за поиск, оценку и разведку месторождений. В чистом виде они применяются только в некоторых американских штатах (налог на эксплуатацию недр) и провинциях Канады, где в зависимости от региона варьируется ставка и база этого налога.

Наиболее распространенный вид платежа – **роялти** – подразумевает регулярные выплаты за право добычи, которые исчисляются либо с единицы продукции (*unit royalty*), либо в процентах от валовой стоимости добытой нефти (*ad valorem royalty*). В основном везде приняты скользящие шкалы роялти, когда ставка увеличивается с ростом производства или соответственно некоторой формуле: например, в Канаде она учитывает экономические и технологические различия добычи, изменение цен на нефть, продуктивность скважин, время открытия месторождения, различия в качестве добываемой нефти [Бобылев, Турунцева, 2010].

В качестве аналога роялти в Казахстане и России обычно рассматривается налог на добычу полезных ископаемых (НДПИ), взимаемый с объема добычи. В Казахстане налоговой базой является стоимость добытой продукции, которая при экспорте основывается на ценах мирового рынка без корректировок; ставки НДПИ на сырую нефть определяются по годовому объему производства и устанавливаются в фиксированном выражении по скользящей шкале.

Применение бонусов, роялти и рентных налогов в России и западных странах

Вид платежа	США	Канада	Велико-британия	Норвегия	Казахстан	Россия
Бонусы	Подписные бонусы: определяются по соглашению с владельцем сырья (проекты на суше) или в ходе торгов (на суше и на офшорных участках) <i>Аляска:</i> минимальная ставка бонуса — от 5 до 10 долл. за акр ¹	Подписной бонус: определяется в ходе торгов <i>Альберта:</i> минимальная ставка бонуса — 1–2 долл. за гектар. По факту бонус составляет в среднем 300–480 долл. за гектар ²	нет	нет	<ul style="list-style-type: none"> • Подписной бонус. • Бонус коммерческого обнаружения (0,1%)³ 	Разовые платежи за пользование недрами при наступлении событий, оговоренных в лицензии — не менее 10% годового НДПИ к уплате в расчете на среднегодовую мощность компании
Рентный налог	Налог на эксплуатацию недр (<i>Severance Tax</i>) подлежит уплате в бюджет штата; ставки различаются ⁵	<i>Альберта:</i> Рентный налог 3 долл. за гектар ежегодно (минимум 50 долл. в год) на протяжении всего срока лицензий ⁶	нет	нет	Рентный налог на экспортную нефть от 7 до 32% при-меняется, когда мировые цены на сырую нефть превышают до 40 долл./барр. При цене от 20 до 40 долл. применяется нулевая ставка	Экспортные пошлины [*]

Вид платежа	США	Канада	Велико-британия	Норвегия	Казахстан	Россия
Роялти	– На суше: 12,5–30% от валовой стоимости добытой нефти. – На офшорных участках: 18,75% – для лицензий, полученных после 19.03.2008; 16,667% – для не-которых предыдущих и 12,50% – для всех остальных лицензий	От 10 до 45% в зависимости от режима провинции	нет	нет	НДПИ: ставки (0,5–18%) зависят от добытого объема и реализации на внутреннем или внешних рынках	НДПИ на сырую нефть; базовая ставка 766 руб./т (с поправкой на коэффициент) ³

Примечания.

* Экспортные пошлины, применяемые в России, обычно относятся либо к роялти, либо к рентным налогам [2014 Global Oil..., 2014; Torbo, 2007], что, однако, не является принципиальным, так как они в любом случае не зависят от доходности месторождений.

¹ [Agalliu, 2011]

² По итогам 2014 г. средний размер подписного бонуса, выплаченного нефтяными инвесторами в канадской провинции Альберта, составил 483,76 долл. за гектар против 314,87 долл. в 2013 г. [Alberta Oil..., 2014]

³ С 1 января 2014 г. значение базовой ставки составило 493 руб. за тонну; с 1 января 2015 г. – 766 руб. (до ноября 2014 г. предполагалось значение 530 руб.); в 2016 г. – 857 руб. (против изначально озвученных 559 руб.) [Налоговый кодекс РФ, 2015]

⁴ Налоговый кодекс Республики Казахстан.

⁵ Например, в штате Техас, где развита нефтегазовая промышленность, ставка роялти составляет от 20 до 25%, а рентаге (Severance Tax) варьируется в пределах 4,6–7,5% валового дохода [Oil & Gas..., 2013].

⁶ [Mines and Minerals...].

В российской экономике платежи за использование недр при добыче нефти представлены именно НДС и экспортной пошлиной на нефть и нефтепродукты. Налоговый кодекс РФ предусматривает возможность применения пониженной ставки НДС для определенных месторождений, что, с одной стороны, говорит о гибкости налоговой системы, с другой – об ее адресном характере, возможности селективного подхода, лоббирования, использования специальных льгот.

Компании, осуществляющие деятельность в сегменте переработки и сбыта, платят экспортные пошлины при вывозе нефтепродуктов и акцизные сборы при продажах на внутреннем рынке. Действующий режим регулирования привел к тому, что первичная переработка остается более выгодной, чем экспорт сырой нефти, глубокая переработка нефти развивается медленно, ставки акциза не позволяют конечному потребителю в полной мере использовать эффект более низких оптовых цен на внутреннем рынке, имеет место кросс-субсидирование между добычей и переработкой.

Важно отметить, что в России роялти не являются адвалорными, но обеспечивают около 95% налоговых поступлений, тогда как в других странах, применяющих аналогичную по структуре концессионную модель, доля аккордных налогов обычно формируется пропорционально налогу на прибыль, учитывающему экономическую эффективность и технологические особенности проектов.

Налог на прибыль корпораций является главным фискальным инструментом в нефтяной отрасли большинства стран. В США действует федеральный налог на прибыль в размере 35%, который взимается с валового дохода за вычетом роялти и налога на прибыль на уровне штата (он колеблется в диапазоне от 0 до 12%); налоговые базы федерального налога и налога на уровне штата могут как совпадать, так и отличаться. В Канаде налог на прибыль с резидентов также взимается на федеральном уровне (по эффективной ставке 15%) и на уровне провинций (от 10 до 16%); региональный налог добавляется к федеральному, обеспечивая таким образом изъятие от 25 до 31% прибыли.

В Великобритании к нефтяным компаниям помимо общего налога (30%) применяется «дополнительный налог» (*Supplementary Charge*) – 32% – с прибыли от деятельности по разведке и добыче. В то же время для месторождений, лицензия на разработку которых получена до 16 марта 1993 г., помимо общего налога на прибыль действует «налог на доход от нефти» (*Petroleum Revenue Tax*), взимаемый по ставке 50%. Таким образом, предельная ставка налога на прибыль

для «новых месторождений» составляет 62%, для «старых» – 80% [2014 Global Oil..., 2014].

Система Норвегии похожа на британскую: помимо общего налога на прибыль (27%) к нефтяным компаниям применяется «специальный нефтяной налог» (*Special Petroleum Tax*) на сверхприбыль со ставкой 51%, т.е. общая ставка доходит до 78%. Такие высокие ставки налогообложения дохода нефтегазовых компаний в указанных странах компенсируются щедрыми налоговыми скидками и вычетами (так называемым аплифтом), когда компании разрешается в течение ряда лет компенсировать затраты в объеме, на установленный процент (в Норвегии – на 22%) превышающем сумму, фактически израсходованную на освоение, разведку и оценку месторождения [Oil & Gas..., 2013].

В Казахстане система тоже двухуровневая: корпоративный подоходный налог составляет 20%, а налог на сверхприбыль взимается с части чистого дохода, которая после уплаты корпоративного подоходного налога превышает 25% суммы налоговых вычетов. Ставки определяются по скользящей шкале и применяются к траншам дополнительной прибыли.

В целях достижения баланса между изъятием природной ренты и сохранением инвестиционной привлекательности нефтяной отрасли для разработчиков во всех нефтедобывающих странах используется система налоговых льгот, которые могут включать: ускоренное начисление амортизации внеоборотных активов, списание затрат на геологоразведку, нематериальных затрат на бурение и предоставление налоговой скидки за истощение недр (в США); разделение затрат различных категорий на пулы для последующего годового вычета в определенном процентном соотношении (в Канаде); возможность переноса убытков на будущее, стимулирование НИОКР посредством предоставления специальных налоговых кредитов или стопроцентного вычета этих затрат, отдельные налоговые преференции (в Казахстане); нулевая ставка НДС, сниженные экспортные пошлины для ряда месторождений (в России).

Несмотря на сходство основных элементов налоговых систем изученных стран, сопоставимые масштабы нефтяной отрасли России и США, уровень нефтегазовых доходов в государственных бюджетах сильно отличается: в России эти доходы обеспечивают около 50% доходов бюджета, в Великобритании – 24%, в Норвегии и нефтедобывающих провинциях Канады – примерно 27%. Таким образом, адаптация отдельных успешных практик зарубежного опыта (адваторные ставки роялти, отказ от экспортных пошлин, налогообложе-

ние сверхприбыли) к российской системе налогообложения нефтяного сектора требует обязательного учета структурных особенностей и возможностей диверсификации экономики России.

2. Налоговая нагрузка в нефтяной отрасли в разрезе крупнейших российских и иностранных компаний

В России совокупная налоговая нагрузка нефтяных компаний включает такие налоги и сборы, как НДС, акцизы, экспортные пошлины, которые относятся к «отраслевым» налогам, а также общие для всех отраслей налоги – налог на прибыль, имущество, прочие налоги.

Анализ структуры налоговых выплат компаний нефтяного сектора России за 2010–2013 гг. и 9 мес. 2014 г. подтверждает тезис о преобладании в структуре налоговых платежей экспортных пошлин и налога на добычу полезных ископаемых (рис. 1). При этом в период 2010–2013 гг. заметна тенденция к постепенному снижению доли экспортных пошлин и росту доли НДС в структуре налоговой нагрузки компаний нефтяного сектора России, что в целом соответствует плану реализации стратегии корректировки налогового режима.

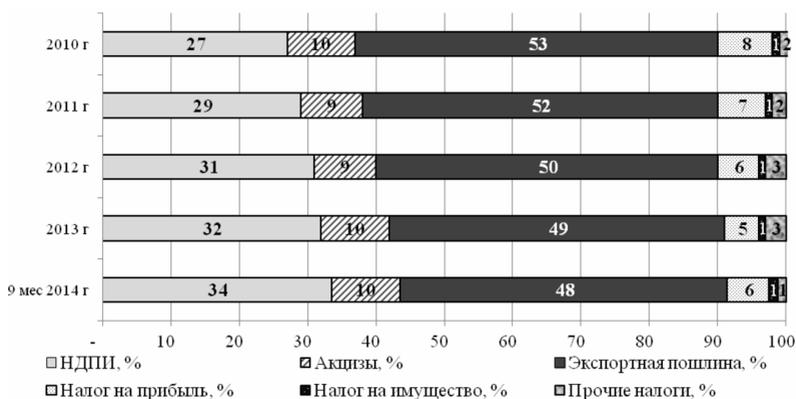


Рис. 1. Структура налоговых выплат компаний нефтяного сектора России за 2010–2013 гг. и 9 мес. 2014 г. (средние значения по отрасли, %)

Источник: расчеты авторов по данным финансовой отчетности компаний.

Максимальные выплаты НДС среди рассматриваемых российских нефтяных компаний в период 2010–2013 гг. и за 9 мес. 2014 г. были у ОАО «Роснефть». Это связано с объемами добычи компании:

в 2013 г. они выросли на 64% по сравнению с 2012 г., что объясняется приобретением компании TNK-BP.

У всех рассматриваемых российских нефтяных компаний за период 2010–2013 гг. и за 9 мес. 2014 г. наблюдается рост выплат по НДС, что связано с ростом объемов добычи углеводородов (ЖУВ) и ставок НДС (происходит постепенный перенос на этот налог в полном объеме задачи изъятия природной ренты). Так, объемы добычи углеводородов за 9 мес. 2014 г. для рассматриваемых российских нефтяных компаний выросли в среднем на 6% по сравнению с объемами добычи за 9 мес. 2013 г. Однако темпы роста объемов добычи углеводородов в 2014 г. замедлились по сравнению с уровнем 2013 г., когда средний темп роста добычи для рассматриваемых российских компаний составил 13%.

Лидером отрасли по размеру экспортных пошлин в период 2010–2013 гг. и за 9 мес. 2014 г. являлась ОАО «Роснефть». У этой компании, а также ОАО «ЛУКОЙЛ», ОАО «Башнефть» наблюдаемый рост объемов выплат экспортных пошлин за период 2010–2013 гг. объясняется увеличением экспорта. У ОАО «Газпром нефть» и ОАО «Татнефть» в период 2010–2013 гг. были заметны колебания объемов выплат экспортных пошлин, так как объемы экспорта у них достаточно волатильны.

В период 2010–2013 гг. и за 9 мес. 2014 г. максимальная величина акцизов, как и максимальный объем реализации нефтепродуктов, был у ОАО «ЛУКОЙЛ». В 2013 и 2014 г. второй в отрасли по объемам акцизов и объемам реализации нефтепродуктов стала ОАО «Роснефть» (вследствие объединения с компанией TNK-BP). В период 2010–2011 гг. второе место по размерам акцизов принадлежало ОАО «Газпром нефть», но объемы реализации нефтепродуктов ОАО «Газпром нефть» были ниже объемов реализации ОАО «Роснефть». Подобная ситуация объясняется разницей в структуре реализации корзины нефтепродуктов этих двух компаний.

Для иностранных нефтяных компаний общая налоговая нагрузка включает налог на прибыль и отраслевые налоги (бонусы, роялти, рентные налоги). При этом если налог на прибыль входит в состав расходов консолидированных отчетов о совокупном доходе компаний или в формы 20-F¹, то отраслевые налоги в составе отчетности не раскрываются, их суммы в некоторых случаях указываются в годовых отчетах и приложениях к финансовой отчетности.

¹ Форма годовых отчетов компаний-нерезидентов, которые требует предоставлять Комиссия по ценным бумагам и биржам США (SEC).

Что касается структуры налоговой нагрузки иностранных нефтяных компаний, то у Shell, Statoil, BP в ней преобладает налог на прибыль (рис. 2). В структуре налоговой нагрузки Exxon преобладают налоги за исключением налога на прибыль (их доля в общей налоговой нагрузке составляет в среднем 73%).

В период 2011–2013 гг. у иностранных компаний наблюдалась тенденция к снижению доли налога на прибыль и росту доли прочих налогов в структуре налоговой нагрузки, что объясняется снижением доналоговой прибыли компаний. В среднем за период 2010–2013 гг. и 9 мес. 2014 г. доля налога на прибыль в структуре налогов у компаний Shell, Exxon, Statoil, BP колебалась от 61% (2010 г.) до 76% (2013 г.), а доля налогов, за исключением налога на прибыль, составляла 24% в 2013 г. против 39% в 2010 г.

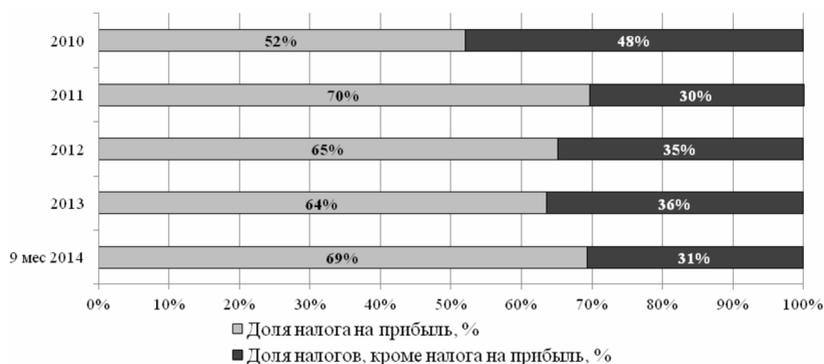


Рис. 2. Динамика структуры налоговой нагрузки в среднем для крупнейших иностранных нефтяных компаний за 2010–2013 гг. и 9 мес. 2014 г. (%)

Источник: расчеты авторов по данным финансовой отчетности компаний.

Сравнение налоговой нагрузки российских и иностранных компаний показывает, что доля общей налоговой нагрузки в выручке компаний нефтяного сектора России существенно выше аналогичного показателя крупнейших иностранных нефтяных компаний (табл. 4). Например, в 2013 г. максимальное значение доли налогов в выручке компаний нефтяного сектора России было у компании ОАО «Роснефть» (53% от совокупной выручки), минимальное – у компании ОАО «ЛУКОЙЛ» (27% от совокупной выручки).

Таблица 4

**Доля общих налогов в выручке компаний нефтяного сектора России
и крупнейших иностранных нефтяных компаний**

Компании	9 мес. 2014 г.	2013 г.	2012 г.	2011 г.	2010 г.
Российские компании					
ОАО «Роснефть»	0,54	0,53	0,54	0,51	0,47
ОАО «ЛУКОЙЛ»	0,26	0,27	0,28	0,28	0,29
ОАО «Газпром нефть»	0,36	0,37	0,39	0,37	0,39
ОАО «Татнефть»	0,49	0,52	0,51	0,53	0,38
ОАО «Башнефть»	0,44	0,33	0,33	0,33	0,32
Иностранные компании					
SHELL	0,04	0,05	0,06	0,06	0,05
Exxon	0,20	0,21	0,21	0,22	0,23
BP	0,03	0,04	0,04	0,05	0,01
STATOIL	0,15	0,17	0,20	0,22	0,19

Источник: рассчитано авторами по данным финансовой отчетности компаний.

Среди иностранных компаний максимальное значение доли налогов в выручке в 2013 г. наблюдалось у компании Exxon (21% от совокупной выручки). При этом если для российских нефтяных компаний высокая доля налогов в выручке является следствием значительных «отраслевых» налогов (НДПИ, экспортные пошлины, акцизы), то у крупнейших иностранных нефтяных компаний (кроме Exxon) доля «отраслевых» налогов в выручке невелика и составляет 1–2% (табл. 5).

Таблица 5

**Показатель доли «отраслевых» налогов в выручке компаний
нефтяного сектора России
и крупнейших иностранных нефтяных компаний**

Компании	9 мес. 2014 г.	2013 г.	2012 г.	2011 г.	2010 г.
Российские компании					
ОАО «Роснефть»	0,51	0,50	0,50	0,46	0,43
ОАО «ЛУКОЙЛ»	0,23	0,25	0,25	0,25	0,25
ОАО «Газпром нефть»	0,32	0,33	0,36	0,33	0,35
ОАО «Татнефть»	0,44	0,66	0,64	0,71	0,45
ОАО «Башнефть»	0,41	0,39	0,38	0,36	0,33
Иностранные компании					
SHELL	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
Exxon	0,15	0,15	0,15	0,16	0,18

Компании	9 мес. 2014 г.	2013 г.	2012 г.	2011 г.	2010 г.
BP	0,01	0,02	0,02	0,02	0,02
STATOIL	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01

Источник: рассчитано авторами по данным финансовой отчетности компаний.

В табл. 6 представлены показатели общей налоговой нагрузки на баррель добычи нефтяного эквивалента (н.э.). Нефтяные компании России имеют большую налоговую нагрузку на баррель добычи н.э. В период 2010–2012 гг. у российских предприятий наблюдался рост налоговой нагрузки на баррель добычи н.э., в период 2012 г. – 9 мес. 2014г. этот показатель падал. При этом самая высокая налоговая нагрузка на баррель добычи н.э. характерна для относительно небольших компаний – ОАО «Башнефть» и ОАО «Татнефть» – вследствие более низких объемов добычи по сравнению с лидерами отрасли.

Таблица 6

**Общая налоговая нагрузка на баррель добычи н.э. компаний
нефтяного сектора России
и крупнейших иностранных нефтяных компаний (долл./барр. н.э.)**

Компании	9 мес. 2014 г.	2013 г.	2012 г.	2011 г.	2010 г.
Российские компании					
ОАО «Роснефть»	45	47	56	45	32
ОАО «ЛУКОЙЛ»	46	48	49	48	36
ОАО «Газпром нефть»	32	19	22	18	16
ОАО «Татнефть»	43	53	55	53	39
ОАО «Башнефть»	54	61	64	55	44
Иностранные компании					
SHELL	16	12	15	16	10
Exxon	63	60	66	66	55
BP	12	12	13	16	2
STATOIL	17	27	40	40	28

Источник: рассчитано авторами по данным финансовой отчетности компаний.

Иностранные нефтяные компании имеют более низкие налоговые платежи на баррель добычи н.э. Средняя налоговая нагрузка на баррель добычи н.э. у них составляет 30 долл./барр. н.э. Самая высокая налоговая нагрузка характерна для компании Exxon. За период 2010 г. – 9 мес. 2014 г. она составила в среднем 62 долл./барр.

н.э. Вторая по величине налоговая нагрузка на баррель добычи н.э. у относительно небольшой Statoil из-за высокой налоговой нагрузки компании и относительно низких объемов добычи.

В целом можно заключить, что доля общей налоговой нагрузки в выручке компаний нефтяного сектора России существенно выше аналогичного показателя крупнейших иностранных нефтяных компаний. При этом если для российских нефтяных компаний высокая доля налогов в выручке является следствием высоких «отраслевых» налогов (НДПИ, экспортные пошлины, акцизы), то у крупнейших иностранных нефтяных компаний (кроме Exxon) доля «отраслевых» налогов в выручке невелика и составляет 1–2%.

3. Инвестиционные и финансовые возможности российских нефтяных компаний

Цель государственного регулирования нефтяной отрасли подразумевает изъятие природной ренты для наполнения бюджета страны без ущерба финансово-экономической устойчивости и обеспечение инвестиционных возможностей нефтяных компаний. Это предполагает, помимо оценки действующих механизмов налогообложения, оценку инвестиционного потенциала нефтяных компаний.

Изучение динамики капитальных вложений крупнейших нефтедобывающих компаний (табл. 7) показало, что капитальные затраты в 2011–2013 гг. практически у всех рассматриваемых компаний росли быстрыми темпами.

Среди российских компаний наиболее быстро наращивали объемы капитальных вложений ОАО «ЛУКОЙЛ» (свыше 30% в год), ОАО «Газпром нефть» (свыше 20% в год), ОАО «Роснефть» (около 20%). Темпы роста капитальных вложений у рассмотренных западных компаний ниже. Только Shell показывала темпы роста более 20% в год. В 2014 г. темпы роста и даже абсолютные объемы инвестиций у ряда как российских, так и зарубежных компаний сократились, что связано со снижением цен на нефть и, соответственно, сокращением инвестиционных возможностей.

Тем не менее у российских компаний сохраняется высокая потребность в инвестициях. Это связано со следующими факторами:

- производственные фонды отрасли изношены (по оценкам экспертов, степень износа основных фондов в нефтедобыче составляет почти 60%, в нефтеперерабатывающей промышленности – 80 %) [Буренина, 2011];

Объемы капитальных вложений (CAPEX) и их динамика

Компании	9 мес. 2014 / 2013 г.		2013 г.		2012 г.		2011 г.	
	млн долл.	% к предыдущему периоду	млн долл.	% к предыдущему периоду	млн долл.	% к предыдущему периоду	млн долл.	% к предыдущему периоду
ОАО «Роснефть»	10 577 / 11 684	97,8	18 667	118,4	15 667	121	13 033	100
ОАО «ЛУКОЙЛ»	11 040 / 10 432	110,0	14 957	128,4	11 647	141,2	8 249	100
ОАО «Газпром нефть»	5 174 / 4 401	127,5	6 374	123,3	5 571	129	4 063	100
ОАО «Татнефть»	1 069 / 1 193	97,4	1 735	111,8	1 673	101,7	1 550	100
ОАО «Башнефть»	903 / 710	137,4	929	98,7	1 014	123,2	776	100
Shell	23 136 / 25 637	90,2	40 145	123,2	32 576	123,9	26 301	100
BP	16 646 / 17 722	94,1	24 520	105,6	23 222	129,2	17 978	100
Statoil	82,1 / 75,7	108,4	16 797	109	17 017	112,6	14 028	100
Exxon	N/A	N/A	33 669	98,2	34 271	106,5	30 975	100

Источник: рассчитано авторами по данным финансовой отчетности компаний.

Примечание. Для обеспечения сопоставимости капитальные затраты всех компаний показаны как в валюте страны, так и в долларовом эквиваленте, рассчитанном по курсу доллара ЦБ РФ на 31 декабря каждого года (в первом столбце — на 30 сентября 2014 г. и 2013 г. соответственно).

- оборудование для добычи и переработки морально устарело, не соответствует мировому научно-техническому уровню;
- отсутствие комплексных технологий добычи приводит к нерациональному недропользованию — низкому коэффициенту извлечения нефти;
- истощение основных нефтяных месторождений, падение или стагнация добычи по зрелому ресурсному фонду вызывают необходимость освоения нефтяных ресурсов континентального шельфа арктических и дальневосточных морей, Восточной Сибири и Дальнего Востока, где, помимо вложений непосредственно в отрасль, требуются инвестиции в развитие инфраструктуры. В проекте Энергетической стратегии России на период до 2035 г. отмечается, что текущие запасы и ресурсы распределенного фонда недр в основных районах добычи нефти и газа могут обеспечить воспроизводство минерально-сырьевой базы в ближайшие 10–15 лет не более чем на 50% [Энергетическая стратегия..., 2014]. Остальные запасы нужно прирастить на новых объектах, в том числе на шельфах;
- прирост запасов топливно-энергетических ресурсов, осуществляемых за счет геолого-разведочных работ, отстает от объемов добычи нефти;
- увеличение доли трудноизвлекаемых запасов (сверхвязкая нефть, природный битум и др.) требует дополнительных вложений;
- глубина нефтепереработки на заводах остается низкой — на уровне 75%. В соответствии с планами модернизации предполагается ее повышение до 95% лишь к 2020 г., хотя развитые страны уже сейчас добились этих результатов.

Следует отметить, что инвестиционные задачи, которые соответствуют перечисленным выше проблемам, направлены не столько на увеличение добычи и переработки, сколько на введение новых месторождений взамен истощенных, повышение рациональности недропользования, рост коэффициента извлечения нефти и глубины ее переработки. Такая позиция связана в первую очередь с тем, что значительное увеличение спроса не прогнозируется: мировые потребности в нефти растут низкими темпами, на нефтяной рынок выходят новые конкуренты, развитые страны переходят к использованию неуглеродных источников энергии, нетрадиционных видов топлива.

Эксперты считают, что дополнительное увеличение экспорта нефти и продуктов ее переработки можно ожидать лишь на азиатско-тихоокеанском рынке при сокращении традиционных поставок в Западную Европу из-за нацеленности стран Евросоюза на значительный рост энергоэффективности и инновационное развитие на фоне замедления экономического роста и стабилизации численности населения¹. Однако переориентация на азиатско-тихоокеанские рынки потребует серьезных дополнительных капитальных вложений не только на освоение новых месторождений, но и на развитие инфраструктуры.

Нужно также учитывать, что западные компании остаются более производительными по сравнению с российскими. Так, выручка Shell почти в 3 раза выше выручки ОАО «Роснефть» и в 3,2 раза выше выручки ОАО «ЛУКОЙЛ», хотя по величине активов эти компании различаются не столь сильно. Сравнение показателей объема капитальных вложений на баррель добычи также не в пользу российских компаний (табл. 8).

Таблица 8

**Капитальные вложения на баррель добычи н.э.
(долл./барр. н.э.)**

Компании	2013 г.	2012 г.	2011 г.
Российские компании			
ОАО «Роснефть»	12	16	14
ОАО «ЛУКОЙЛ»	19	15	11
ОАО «Газпром нефть»	8	3	5
ОАО «Татнефть»	10	9	9
ОАО «Башнефть»	8	9	7
Иностранные компании			
SHELL	23	18	15
Exxon	22	22	19
BP	21	19	14
STATOIL	26	22	22

Источник: рассчитано авторами по данным финансовой отчетности компаний

Более высокие показатели капитальных вложений на баррель добычи и производительность зарубежных компаний косвенно подтверждают, что последние лучше оснащены технически и подготов-

¹ В краткосрочной перспективе снижение спроса может быть связано и с санкциями.

лены к добыче в новых районах, имеют возможность добывать трудноизвлекаемые запасы.

Исследование источников финансирования инвестиционных проектов показывает, что большинство как российских, так и зарубежных компаний отправляет основную долю прибыли на развитие и редко выплачивает по дивидендам более трети чистой прибыли. Однако в экономических условиях конца 2014 г. – начала 2015 г. прогнозировать увеличение и даже сохранение предыдущих объемов прибыли, направляемых на развитие, не приходится.

Уровень использования заемных средств нефтяными компаниями представлен в табл. 9. Анализ показал, что как российские, так и иностранные нефтяные компании преимущественно используют консервативную стратегию финансирования и привлекают относительно немного заемных средств. Эффектом финансового рычага в полной мере пользовались в последние годы лишь Statoil и ОАО «Роснефть».

Таблица 9

Соотношение заемного и собственного капитала

Компании	30.09.2014 г.	2013 г.	2012 г.	2011 г.
Российские компании				
ОАО «Роснефть»	1,53	2,59	1,0	0,92
ОАО «ЛУКОЙЛ»	0,4	0,33	0,34	0,36
ОАО «Газпром нефть»	0,67	0,57	0,53	0,57
ОАО «Татнефть»	0,3	0,34	0,41	0,58
ОАО «Башнефть»	1,5	0,89	0,87	0,93
Иностранные компании				
SHELL	0,98	0,97	0,99	1,11
Exxon	N/A	0,92	0,94	1,06
BP	1,44	0,74	0,66	0,62
STATOIL	1,52	1,49	1,45	1,69

Источник: рассчитано авторами по данным финансовой отчетности компаний.

Следует отметить, что в последние годы стоимость заемных средств для российских компаний мало чем отличалась от их стоимости для зарубежных компаний. Так, у ОАО «ЛУКОЙЛ» средневзвешенная ставка по кредитам и займам в валюте в 2013 г. составляла 2–4%, у ОАО «Роснефть» средняя стоимость долгового портфеля снизилась в течение 2013 г. с 3,5 до 3,1%; у ОАО «Татнефть» кредиты в рублях были получены в среднем под 7,25%, в валюте почти половина – на условиях LIBOR+1–2% в зависимости

от банка. То есть можно констатировать, что российские нефтяные компании в 2011–2013 гг. имели доступ к дешевым финансовым ресурсам. Однако во второй половине 2014 г. положение кардинально изменилось: секторальные санкции закрыли российским компаниям доступ к западным рынкам капитала, на внутреннем рынке вслед за ключевой ставкой ЦБ выросли ставки по кредитам российских банков. Правительство и сами компании предпринимают определенные шаги по переориентации заимствования на внутренний и азиатский рынок, однако оценить успех данных попыток пока не представляется возможным.

Таким образом, в экономических условиях конца 2014 г. – начала 2015 г. говорить об увеличении или сохранении предыдущих объемов инвестиций сложно. Современная ситуация диктует необходимость активизировать меры по управлению рисками и разрабатывать антикризисные программы компаний, включающие как меры макро-, так и микроуровня: кардинальный пересмотр фискальной политики государства, разработку новых подходов к балансированию бюджета и стимулированию инвестиций, пересмотр портфеля проектов (частичный отказ от дорогостоящих проектов освоения Арктики и т.д.).

Заключение

Проведенное исследование подтвердило гипотезу о целесообразности стратегического пересмотра налогового режима нефтяной отрасли России, выявило его узкие места и позволило сформулировать основные направления его совершенствования на основе изучения лучших мировых практик и их адаптации к российским условиям. Основные выводы представлены ниже.

В России около 95% налоговых поступлений обеспечивают платежи с валовых объемов добычи – роялти, к которым в нашей стране относится НДС. В отличие от западных стран доля налога на прибыль в структуре налоговой нагрузки крайне мала.

Если в России инвестиционная привлекательность капиталоемких проектов определяется возможностью получения адресных льгот по выплатам роялти, то в других странах используется более прозрачный инструмент – налог на прибыль, который позволяет учитывать экономическую эффективность и технологические особенности проектов.

Формирование гибкой российской налоговой системы, способной учитывать изменения ключевых рыночных параметров, предпо-

лагает полный переход на адвалорную ставку НДС, которая применяется во всех изученных крупнейших нефтедобывающих странах с аналогичной налоговой структурой. Адвалорная ставка роялти является более прогрессивным налоговым инструментом по сравнению с фиксированной ставкой и может способствовать повышению адаптивности системы налогообложения и привлечению дополнительных инвестиций. Опыт Канады может быть использован для корректировки формулы расчета роялти (НДС), что позволит учитывать индивидуальные экономические и технические параметры проектов, изменение цен на нефть, уровень добычи на конкретных месторождениях, время открытия скважины и качество добываемой нефти.

Мировой опыт демонстрирует отказ от экспортных пошлин как инструмента налогообложения нефтяного сектора в развитых странах. В перспективе в России представляется целесообразным постепенное снижение и полный отказ от экспортных пошлин. Положительный эффект будет достигнут за счет создания адекватных ценовых ориентиров для участников рынка, сокращения субсидирования нефтеперерабатывающего сектора для создания реальных стимулов к его модернизации, роста энергоэффективности и высвобождения дополнительных объемов нефти для экспорта.

Применяемая в Великобритании, Норвегии и Казахстане практика налогообложения финансового результата или сверхприбыли (НДД/НФР) нефтяных компаний позволяет учитывать конкретные особенности проектов: геологические условия добычи нефти, степень истощения недр на конкретном участке и т.д. При этом обеспечивается максимальный уровень изъятий на прибыльных месторождениях и стимулируется реализация проектов ТРИЗ, поскольку обычно налог не взимается до окупаемости капитальных затрат или предполагает возможность апlifта (в Норвегии).

В целом можно заключить, что важной составляющей стратегического реформирования налогового режима России является введение НДС или НФР. Однако переход на НДС (НФР) в современных российских условиях нельзя однозначно оценить как благо. Проведенный нами SWOT-анализ показал, что к сильным сторонам введения НДС (НФР) относится снижение налоговой нагрузки на компании, увеличение возможностей инвестирования, создание стимулов для разработки сложных месторождений. Однако есть слабые стороны и угрозы: требуется формирование новой системы контроля затрат и администрирования налогов на доходы (финансовый результат); многие проектные, ценовые, валютные риски должно бу-

дет взять на себя государство. Таким образом, одномоментный переход на НДС (НФР) невозможен. В представленном исследовании намечены некоторые этапы перехода.

Список литературы

1. *Бобылев Ю.Н., Турунцева М.Ю.* Налогообложение минерально-сырьевого сектора экономики. М., 2010.
2. *Буренина И.В.* Роль нефтяной промышленности в энергетической стратегии России // Электронный научный журнал «Нефтегазовое дело». 2011. № 6. URL: http://ogbus.ru/authors/Burenina/Burenina_2.pdf (дата обращения: 09.09.2015).
3. Налоговый кодекс РФ // КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. М., 2015. Режим доступа: свободный. URL: <http://www.consultant.ru/popular/nalog1/> (дата обращения: 05.01.2015)
4. Энергетическая стратегия Российской Федерации на период до 2035 года: проект // Министерство энергетики Российской Федерации: сайт. 2014. URL: <http://www.minenergo.gov.ru/upload/iblock/621/621d81f0fb5a11919f912bfa6b3248d6.pdf> (дата обращения: 12.09.2015).
5. 2014 Global Oil & Gas Tax Guide. Ernst&Young, 2014.
6. *Agalliu I.* Comparative Assessment of the Federal Oil and Gas Fiscal Systems. Cambridge, Massachusetts, 2011.
7. Alberta Oil & Gas Industry. Quarterly Update. Reporting on the period: June 15, 2014 to Sept. 30, 2014 // Alberta, Canada Website. Fall 2014. URL: http://www.albertacanada.com/files/albertacanada/OilGas_QuarterlyUpdate_Fall2014.pdf (last accessed data: 10.09.2015).
8. BP Statistical Rev. of World Energy // BP Website. June 2014. URL: <http://www.bp.com/content/dam/bp/pdf/Energy-economics/statistical-review-2014/BP-statistical-review-of-world-energy-2014-full-report.pdf> (last accessed data: 15.09.2015).
9. Mines and Minerals Administration Regulation. Alberta Regulation 262/1997 (With amendments up to and including Alberta Regulation 202/2014). Sec. 20 (1, 2) // Alberta Queen's Printer Website. 1995–2015. URL: http://www.qp.alberta.ca/documents/Regs/1997_262.pdf (last accessed data: 12.09.2015).
10. Oil & Gas for beginners. Markets Research. Deutsche Bank AG, London, 2013.
11. *Tordo S.* Fiscal Systems for Hydrocarbons: Design Issues. The World Bank, Washington, 2007.

The List of References in Cyrillic Transliterated into Latin Alphabet

1. *Bobylev Ju.N., Turunceva M.Ju.* Nalogooblozhenie mineral'no-syr'evogo sektora jekonomiki. M., 2010.

2. *Burenina I.V.* Rol' neftjanoj promyshlennosti v jenergeticheskoj strategii Rossii, *Jelektronnyj nauchnyj zhurnal «Neftegazovoe delo»*, 2011, N 6. URL: http://ogbus.ru/authors/Burenina/Burenina_2.pdf (data obrashhenija: 09.09.2015).
3. Nalogovyj kodeks RF, *Konsul'tantPljus [Jelektronnyj resurs]*, M., 2015, Rezhim dostupa: svobodnyj. URL: <http://www.consultant.ru/popular/nalog1/> (data obrashhenija: 05.01.2015)
4. Jenergeticheskaja strategija Rossijskoj Federacii na period do 2035 goda: proekt, *Ministerstvo jenergetiki Rossijskoj Federacii: sajt*, 2014. URL: <http://www.minenergo.gov.ru/upload/iblock/621/621d81f0fb5a11919f912bfafb3248d6.pdf> (data obrashhenija: 12.09.2015).

ВОПРОСЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Е.А. Шварц¹,

Всемирный фонд природы (Россия),

А.Ю. Книжников²,

Всемирный фонд природы (Россия),

А.М. Пахалов³,

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

М.Ю. Шерешева⁴,

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

ОЦЕНКА ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ НЕФТЕГАЗОВЫХ КОМПАНИЙ, ДЕЙСТВУЮЩИХ В РОССИИ: РЕЙТИНГОВЫЙ ПОДХОД

В статье проанализированы методические особенности и результаты первого российского экологического рейтинга нефтегазовых компаний. Актуальность рейтинга обусловлена тем, что российская нефтегазовая отрасль, имеющая системообразующее значение для национальной экономики, является неблагополучной и непрозрачной с экологической точки зрения. Целью исследования является сравнительная оценка экологической ответственности нефтегазовых компаний, действующих в России. Методика исследования основана на комплексном анализе качественных и количественных показателей деятельности компаний по трем направлениям: экологический менеджмент, воздействие на окружающую среду и раскрытие информации. Результаты рейтинга свидетельствуют о высокой дифференциации российских нефтегазовых компаний по уровню экологической ответственности и прозрачности. Среди факторов, оказывающих положительное влияние на уровень экологической ответственности нефтега-

¹ Шварц Евгений Аркадьевич, д-р геогр. наук, директор по природоохранной политике; e-mail: eshvarts@wwf.ru

² Книжников Алексей Юрьевич, руководитель программы по экологической политике ТЭК; e-mail: aknizhnikov@wwf.ru

³ Пахалов Александр Михайлович, аспирант экономического ф-та, директор по развитию Центра исследований сетевой экономики; e-mail: apahalov@econ.msu.ru

⁴ Шерешева Марина Юрьевна, д-р экон. наук, профессор кафедры прикладной институциональной экономики экономического ф-та; e-mail: sheresheva@econ.msu.ru

зовых компаний, выделены листинг на фондовых биржах и наличие взаимосвязей между владельцами компаний и населением регионов, в которых ведется добыча сырья.

Ключевые слова: нефтегазовая отрасль, экологическая ответственность, рейтинг, экологический менеджмент, раскрытие информации, нефинансовая отчетность.

E.A. Shvarts,

WWF Russia,

A.Yu. Knizhnikov,

WWF Russia,

A.M. Pakhalov,

Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia),

M.Yu. Sheresheva,

Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia),

THE ASSESSMENT OF ENVIRONMENTAL RESPONSIBILITY OF OIL AND GAS COMPANIES OPERATING IN RUSSIA: THE RATING APPROACH

The paper analyses methodological features and results of the first Russian oil and gas companies environmental rating. This rating is relevant because Russian oil and gas industry plays a key role in the national economy and at the same time it is unfavorable and nontransparent from an environmental point of view. Our study aims to provide a comparative assessment of environmental responsibility of oil and gas companies operating in Russia. The study is based on a comprehensive analysis of qualitative and quantitative corporate indicators in three areas: environmental management, environmental impact and disclosure. Results of the rating indicate a high differentiation among Russian oil and gas companies in terms of environmental responsibility and transparency. Public listing of shares as well as linkages between shareholders and regional communities are among factors that have positive impact on the level of environmental responsibility of oil and gas companies.

Key words: oil and gas industry, environmental responsibility, rating, environmental management, disclosure of information, non-financial reporting.

Введение

В настоящее время вопросы экологического регулирования и экологической ответственности компаний стали предметом ши-

рокой дискуссии как в академической среде, так и среди практиков бизнеса. Это находит отражение в растущем числе исследований и публикаций по данной теме, а также в появлении новых форматов и механизмов, позволяющих перевести полемику об экологической ответственности бизнеса в практическую плоскость.

Современное экологическое регулирование в условиях рыночной экономики состоит из комбинации мер государственного регулирования, в основном «отсекающих» компании, пытающиеся минимизировать издержки в области экологической ответственности «ниже рынка», и использования компаниями добровольных механизмов и стандартов экологической ответственности как существенной составляющей более широкой системы стандартов корпоративной социальной ответственности.

Добровольное следование экологическим стандартам подтверждается или заверяется «третьей» независимой стороной (сертификацией, аудитом или заинтересованными независимыми сторонами). В этой связи возрастает актуальность создания методик оценки экологической ответственности компаний, среди которых важное место занимают рейтинговые подходы, основанные на комплексном анализе качественных и количественных показателей.

В данной статье на основе теоретических подходов к пониманию роли и места экологической составляющей в корпоративной социальной ответственности на рынках нефти и газа проанализированы предпосылки создания, методические особенности и результаты первого российского экологического рейтинга нефтегазовых компаний.

Корпоративная социальная ответственность (КСО) и добровольное раскрытие экологической информации

Проблематика КСО рассматривается в большинстве теоретических работ в тесной связи с вопросами добровольного раскрытия информации. Это вытекает из понимания КСО как совокупности принципов и обязательств, предусматривающих «добровольную интеграцию социальных и экологических проблем в деятельность бизнеса и его взаимодействие со стейкхолдерами» [European Commission..., 2002], к которым относят не только акционеров, партнеров и работников компании, но и локальные сообщества, а также общество в целом. Управление взаимоотношениями со всеми заинтересованными сторонами предполагает существование доста-

точной степени открытости для снижения негативного эффекта от асимметрии информации.

В настоящее время существует два основных теоретических подхода к пониманию выгод от добровольного раскрытия информации в сфере корпоративной социальной ответственности [Giannarakis et al., 2014]. Сторонники первого подхода, получившего название теории политических издержек (political cost theory), рассматривают добровольное раскрытие информации как превентивную меру, позволяющую снизить вероятность введения государством некомфортных для компаний норм и правил [Healy, Palepu, 2001]. Второй подход – теория легитимности (legitimacy theory) – основывается на концепции «корпоративного гражданства», в рамках которой раскрытие информации по корпоративной социальной ответственности рассматривается как способ узаконить деятельность компании [Hooghiemstra, 2000; Brammer, Pavelin, 2008]. Многие эмпирические исследования показывают, что существует связь между активностью компаний в сфере корпоративной социальной ответственности и их конкурентоспособностью, а также финансовой состоятельностью в долгосрочной перспективе [Beurden, Gosslin, 2008; Stuebs, Sun, 2015].

Степень раскрытия информации напрямую связана с уровнем корпоративной прозрачности, качеством менеджмента и способностью менеджмента наращивать прибыльность бизнеса в будущем [Daub, 2007; Eccles et al., 2011]. Кроме того, на современных рынках достаточный уровень прозрачности компании является основой доверия со стороны рынков капитала и условием доступа к более «длинным и дешевым» финансовым ресурсам [Qu, Leung, 2006]. Соответственно, раскрытие информации в сфере корпоративной социальной ответственности выступает не в качестве дополнительной повинности, навязываемой бизнесу, а в качестве инструмента повышения конкурентоспособности.

В зависимости от рынка, на котором действует компания, те или иные элементы корпоративной социальной ответственности приобретают более высокую значимость. В частности, на «экологически чувствительных» рынках, к которым относится в том числе нефтегазовый сектор, компании используют в качестве конкурентного преимущества добровольные механизмы и стандарты экологической ответственности [Shvarts, Gerasimchuk, 2010; Stuebs, Sun, 2010; Prakash, Potoski, 2012; Earnhart et al, 2014].

Наиболее известным добровольным международным стандартом нефинансовой отчетности является «Руководство по отчетно-

сти в области устойчивого развития» (далее – Руководство), разработанное неправительственной организацией «Глобальная инициатива по отчетности» (Global Reporting Initiative, GRI) при участии представителей делового, экспертного и финансового сообществ. Руководство включает принципы, стандарты и рекомендации по внедрению отчетности в области устойчивого развития. GRI была основана в 1997 г. С этого момента она занимается разработкой и совершенствованием рекомендаций по вопросам нефинансовой отчетности. В 2006 г. была опубликована третья версия Руководства GRI G3, которая была обновлена до версии G3.1 в 2011 г. В рамках версий G3 и G3.1 было выделено три уровня рекомендаций GRI: А (продвинутый), В (промежуточный) и С (базовый). В случае наличия внешнего заверения отчетности со стороны профессиональной или общественной организации компания получала право добавить к своему уровню знак «+». В мае 2013 г. было опубликовано Руководство GRI четвертого поколения – GRI G4. В отличие от предыдущей версии в нем выделено только два варианта (уровня) соответствия рекомендациям GRI: «основной» и «расширенный» [GRI, 2013].

Экологическая ответственность в российском нефтегазовом секторе

Многолетние усилия экологических организаций и увеличивающееся внимание к экологическим рискам со стороны международных финансовых институтов (EBRD, ADB, IFC и др.) и особенно национальных экспортно-импортных агентств (Япония – JBIC/NEXI, Швеция – EKN и др.) в последние годы привели к более значимому учету экологических рисков и повышению открытости деятельности нефтегазовых компаний.

Нефтегазовая отрасль России – одна из наиболее экологически неблагоприятных в стране. Эта отрасль, являющаяся основой экономики государства и составившая около 71,6% стоимости российского экспорта в 2013 г. [Росстат, 2014], до самого последнего времени была одной из наиболее «закрытых» отраслей российской экономики, мало чувствительной к требованиям в области экологической ответственности и прозрачности. Эксперты отмечают, что добровольные экологические стандарты успешнее внедряются, например, в лесной промышленности и в добыче морских биоресурсов [Шварц и др., 2015]. Россия является вторым крупнейшим производителем природного газа и третьим крупнейшим произво-

дителем жидких углеводородов в мире после США и Саудовской Аравии [U.S. Energy Information Administration, 2015]. Высокие цены на нефть в 2000-е гг. были ведущим ключевым фактором экономического развития страны в указанный период. Российские нефтегазовые компании активно вовлечены в международную торговлю (более 70% нефти и газа экспортируется). Более того, 60% российской нефти и 90% российского газа экспортируется в страны Европейского союза, что делает данную отрасль сильно зависимой от европейских партнеров [Paillard, 2010]. До двукратного падения цен на нефть во второй половине 2014 г. рынок нефти и газа был скорее «рынком продавца», чем «рынком покупателя». Поэтому повышение стандартов экологической ответственности и прозрачности нефтегазовой отрасли через «мягкие» механизмы ответственности является самостоятельной и важной задачей снижения экологических рисков и улучшения экологического регулирования. В частности, существует ограниченное количество свидетельств того, что международные финансовые институты на практике учитывают экологические и социальные риски в соответствии с собственными политиками и процедурами при финансировании реализации крупных нефтегазовых проектов [Douma, 2010].

Российский экологический рейтинг нефтегазовых компаний

Цель и задачи рейтинга

Проект по составлению экологического рейтинга нефтегазовых компаний, действующих в России, был осуществлен в 2014 г. WWF России и консультационной группой «Креон» при участии «Национального рейтингового агентства» [Рейтинг экологической ответственности..., 2014].

Рейтинг разрабатывался в качестве инструмента оценки корпоративных рисков на основе объективного сравнения и анализа экологической ответственности компаний, а также качества и зрелости их менеджмента¹. Целью рейтинга было создание негосударственного механизма сравнительной оценки экологической ответственности компаний нефтегазового сектора для стимулирования повышения эффективности использования углеводородных ресурсов, защиты

¹ В качестве подготовительного этапа создания рейтинга нужно рассматривать кампанию WWF России по раскрытию информации об эмиссии и увеличению использования попутного газа [Кирюшин и др., 2013].

окружающей среды и ведения социально ответственного бизнеса в России. Задачей рейтинга было получение объективной и сопоставимой информации об уровне экологической ответственности компаний нефтегазового сектора, действующих в России, и масштабе воздействий их деятельности на окружающую среду. Такая информация может представлять существенный интерес и для потребителей продукции нефтегазовых компаний, и для инвесторов и кредитных организаций.

При создании рейтинга в качестве основы экологических критериев был использован документ, сформулированный коалицией общественных природоохранных организаций [Совместные экологические требования..., 2004]. В рамках подготовительного этапа рейтинга прошло открытое обсуждение проекта методики с представителями отрасли, общественными организациями и иными заинтересованными сторонами. Оценка производилась по всем сегментам – от добычи до переработки, числовые показатели рассчитывались совместно для добычи и переработки¹.

Рейтинг о деятельности компаний в России базируется только на данных, имеющихся в публичном пространстве. Расчет рейтинга осуществлялся профессиональным рейтинговым агентством («Национальное рейтинговое агентство»), выбранным на основе конкурсной процедуры.

Выборка рейтинга

Список компаний для рейтинга определялся по объему добычи (нижняя граница – объем добычи нефти 1,5 млн т на 2013 г.). Всего в выборку вошло 19 компаний. В табл. 1 представлены их названия и справочные данные: объем добычи углеводородов (млн т в 2013 г.), листинг на фондовой бирже (площадки), наличие зарубежных акционеров, участие государства в акционерном капитале, итоговый балл и место в рейтинге.

Следует отметить, что некоторые компании, представленные в табл. 1, являются собственниками других компаний, включенных в эту же таблицу («Газпром» – «Газпром нефть» и «Сахалин Энерджи»; «Газпром нефть» и «Роснефть» – «Славнефть» и «Томскнефть ВНК»). Все компании в табл. 1 в ходе рейтингования рассматривались как самостоятельные, поскольку сохраняют собственные кор-

¹ Хотя транспортировка углеводородов вносит значимые риски и вклад в воздействие на окружающую среду, в данном рейтинге она не учитывается из-за недостатка информации.

поративные политики, в том числе в сфере экологической и социальной ответственности. Кроме того, указанные компании операционно не подчиняются своим акционерам.

Методика составления рейтинга

Рейтинг состоит из трех разделов: экологический менеджмент, воздействие на окружающую среду и раскрытие информации. В разделе 1 (экологический менеджмент) оценивается качество управления охраной окружающей среды в компаниях. Включенные в него критерии жестче требований российского природоохранного законодательства, однако они соответствуют лучшим мировым практикам в нефтегазовом бизнесе. Масштаб воздействия нефтегазовых компаний на окружающую среду оценивается в разделе 2. В частности, показывается степень ущерба природным средам (воздуху, водным ресурсам, земле) в ходе реализации проектов, а также уровень экологичности производств. Составляющие большинства критериев – элементы государственной статистической отчетности в области охраны окружающей среды. В этом разделе представлены количественные показатели, которые переводятся в качественную шкалу при помощи среднеотраслевых значений по каждому из критериев. Среднеотраслевой показатель, при его отсутствии в официальных источниках, вычисляется как среднее арифметическое показателей по компаниям, представленным в рейтинге. Для проведения сравнительного анализа между компаниями используются удельные показатели, которые вычисляются путем деления валовых значений на объем добытых и переработанных углеводородов. В разделе 3 оценивается степень готовности компаний раскрывать информацию о воздействии на окружающую среду в ходе производственной деятельности.

Расчет рейтинга производится следующим образом. Для каждой компании каждому критерию присваивается цветовой уровень: зеленый, желтый, красный. Если критерий нерелевантный для данной компании (например, компания не производит топливо), то уровень не присваивается. Если в публичном пространстве нет информации по тому или иному критерию, компании присваивается красный уровень по отсутствующему критерию.

На следующем этапе происходит рейтингование компаний по каждому из разделов. Красному уровню присваивается значение 0, желтому – 1, зеленому – 2. Выводится среднее арифметическое значение по каждому разделу для каждой компании. При этом ко-

личество критериев, используемых для подсчета среднего, определяется количеством цветовых уровней, т.е. нерелевантные критерии в этом расчете не участвуют. В итоге каждая компания получает итоговое значение по разделу менеджмента, по разделу воздействия на окружающую среду и по разделу прозрачности. Итоговые значения варьируются от 0 до 2. На данном этапе определяется лидер по каждому из трех направлений: управленческому, операционному, информационному. Наконец, рассчитывается итоговый рейтинг компаний путем осреднения трех значений в соответствии с предыдущим этапом для каждой компании.

Методика рейтинга предполагает комплексный анализ 29 критериев, объединенных в три раздела. Обоснование выбранных критериев представлено в документе «Рейтинг экологической ответственности нефтегазовых компаний России» (2014).

Раздел 1 «*Экологический менеджмент*» включает 7 качественных критериев:

- 1) наличие системы экологического менеджмента, сертифицированной на соответствие стандарту ИСО 14001;
- 2) наличие в экологической политике компании и сопутствующих публичных документах ряда требований, запретов и обязательств (требования по проведению дополнительной оценки рисков на экологически чувствительных территориях, обязательств по снижению фрагментации ландшафтов и площади нарушенных территорий и др.);
- 3) наличие политики (или иного утвержденного компанией документа) по взаимодействию с коренными малочисленными народами Севера;
- 4) учет прямых и косвенных выбросов парниковых газов и наличие программы по их снижению;
- 5) учет энергопотребления и наличие программы по его снижению (энергоэффективность);
- 6) наличие программы по сохранению биоразнообразия в регионах присутствия компании;
- 7) наличие компонента по спасению животных в планах по предупреждению и ликвидации разливов нефти и (или) в планах локализации и ликвидации последствий аварий.

Раздел 2 «*Воздействие на окружающую среду*» включает 13 качественных параметров (оценки по каждому из критериев этого раздела выставляются на основе сопоставления показателя конкретной компании со средним значением по выборке; предполагается, что

нефтегазовые компании заведомо располагают данными по показателям, включенным в методику):

- 1) удельные валовые выбросы в атмосферу вредных веществ (кг/т.у.т.);
- 2) уровень утилизации попутного нефтяного газа (ПНГ);
- 3) удельное водоотведение в поверхностные водоемы загрязненных вод (м³/т.у.т.);
- 4) удельный водозабор (м³/т.у.т.);
- 5) отношение образования отходов за год к их утилизации за год;
- 6) отношение площади загрязненных земель на конец года к началу года;
- 7) отношение площади нарушенных земель на конец года к началу года;
- 8) отношение площади нарушенных и загрязненных земель к общей площади эксплуатируемых компанией земель;
- 9) удельная частота порывов трубопроводов (шт. / 1 тыс. км трубопроводов);
- 10) удельное количество разлитой нефти, конденсата и нефтепродуктов в результате аварий и порывов (кг /т.у.т.);
- 11) доля сверхнормативных платежей в общем объеме платы за негативное воздействие на окружающую среду;
- 12) доля высокоэкологичного топлива (высокооктановый бензин «Евро 4–5», дизель класса 3–4–5, газомоторное топливо и биотопливо) в общем объеме производства топлива;
- 13) доля энергопроизводства из возобновляемых источников энергии (ВИЭ), в том числе для собственных нужд, в общем объеме производства энергии.

Раздел 3 «Раскрытие информации (прозрачность)» включает 9 качественных критериев:

- 1) наличие нефинансовой отчетности в соответствии с требованиями Руководства GRI (Global Reporting Initiative);
- 2) внешнее подтверждение (заверение) нефинансовой отчетности в соответствии с требованиями Руководства GRI;
- 3) доступность оценки воздействия на окружающую среду (ОВОС) для общественности с обязательным размещением в сети Интернет (в том числе сохранение доступа к документам ОВОС после завершения общественного обсуждения);
- 4) доступность ПЛАРН и ПЛА для общественности с обязательным размещением в сети Интернет в части минимизации воздействия на окружающую среду;

- 5) информирование общественности об авариях со значительным социально-экологическим ущербом, включая деятельность компаний-подрядчиков;
- 6) информирование общественности о наличии экологических конфликтов¹ на территориях присутствия компании, включая деятельность компаний-подрядчиков;
- 7) наличие установленного порядка работы с обращениями граждан;
- 8) доступность за отчетный период на сайте или в открытых источниках информации, соответствующей пунктам 1–7 раздела «Экологический менеджмент»;
- 9) доступность за отчетный период на сайте или в открытых источниках информации, соответствующей пунктам 1–13 раздела «Воздействие на окружающую среду».

Следует отметить, что ряд критериев оценки экологической ответственности нефтегазовых компаний, которые были приняты в настоящем рейтинге, соответствуют рекомендациям недавнего анализа Morgan Stanley Research Global [Alsford et al., 2015] по учету воздействий на изменения климата и эмиссию парниковых газов. Это критерии рейтинга «1.4. Учет прямых и косвенных выбросов парниковых газов и наличие программы по их снижению», «2.2. Уровень утилизации попутного нефтяного газа (ПНГ)» и «2.13. Энергопроизводство из возобновляемых источников энергии (ВИЭ), в том числе для собственных нужд».

Результаты рейтинга

Результаты рейтинга экологической ответственности нефтегазовых компаний, действующих на территории России, представлены в табл. 1.

Уровень информационной открытости нефтегазовых компаний

Поскольку базовым принципом рейтинга является использование исключительно публичных данных, то наибольшее внимание в процессе сбора сведений было уделено полноте и качеству рас-

¹ Экологический конфликт определяется как противодействие компании и заинтересованных сторон (госорганов, СМИ, местного населения, эко-НПО и пр.) по вопросам обеспечения экологической безопасности при подготовке и осуществлении хозяйственной деятельности.

**Результаты рейтинга экологической ответственности нефтегазовых компаний,
действующих на территории России**

Компания	Листинг на фондовой бирже	Наличие иностранных акционеров ¹	Участие государства в акционерном капитале ²	Итоговый балл		Итоговое место
				рейтинга	рейтинга	
«Сургутнефтегаз»	Да	Нет	Нет	1,6164	1	1
«Сахалин Энерджи» (Сахалин-2)	Нет	Да (Shell, Mitsui, Mitsubishi)	Да	1,5253	2	2
«Газпром»	Да	Нет	Да	1,3545	3	3
«Латнефть»	Да	Нет	Да	1,2870	4	4
ИНК («Иркутская НК»)	Нет	Нет	Нет	1,1106	5	5
«Салым Петролеум»	Нет	Да (Shell)	Да	1,0996	6	6
«Роснефть»	Да	Да (BP)	Да	1,0860	7	7
«Зарубежнефть»	Нет	Нет	Да	1,0536	8	8
«Лукойл»	Да	Нет	Нет	0,9943	9	9
«Газпром нефть»	Да	Нет	Да	0,8717	10	10
«Башнефть»	Да	Нет	Да ³	0,7315	11	11
«НОВАТЭК»	Да	Нет	Нет	0,7205	12	12
«Славнефть»	Нет	Нет	Да	0,4312	13	13
«Томскнефть ВНК»	Нет	Нет	Да	0,3757	14	14
«Руснефть»	Нет	Нет	Нет	0,2804	15	15
«Эксон НЛ» (Сахалин-1)	Нет	Да (Exxon)	Да	0,2698	16	16
«Альянс»	Нет	Нет	Нет	0,1852	17–19	17–19
«Белкамнефть»	Нет	Нет	Нет	0,1852	17–19	17–19
«Тоталь РРР»	Нет	Да (Total, Statoil)	Нет	0,1852	17–19	17–19

Источник: информация компаний, расчеты НРА.

¹ Учтены компании с долей участия иностранных инвесторов не менее 10%.

² Учтены компании с долей государственного участия не менее 10%.

³ На момент составления рейтинга основным владельцем компании «Башнефть» являлась частная корпорация АФК «Система». В декабре 2014 г. АФК «Система» и ее дочерние структуры передали контрольный пакет акций «Башнефти» в собственность Российской Федерации в лице Росимущества в соответствии с решением Арбитражного суда г. Москвы.

крытия компаниями экологической информации. В течение практической реализации рейтинга в июне—октябре 2014 г. его организаторы направляли запросы в нефтегазовые компании с предложением разместить в публичном пространстве соответствующую информацию. Многие откликнулись на этот призыв и значительно расширили объем экологически значимых сведений на своих сайтах. Часть компаний пообещала сделать это в 2015 г.

Нефтегазовые компании, включенные в рейтинг, обладают различным уровнем информационной открытости в части экологических параметров своей деятельности. Можно выделить три уровня такой открытости:

- 1) *высокий*: на сайте компании имеется достаточно информативный специальный раздел, посвященный вопросам экологической политики и охраны окружающей среды; компания ежегодно публикует отчет об устойчивом развитии и (или) экологический отчет. Компании высокого уровня открытости: «Роснефть», «ЛУКОЙЛ», «Газпром», «Сургутнефтегаз», «Татнефть», «Газпром нефть», «Башнефть», «Сахалин Энерджи», «НОВАТЭК», «Зарубежнефть»;
- 2) *средний*: на сайте компании имеется достаточно информативный специальный раздел, посвященный вопросам экологической политики и охраны окружающей среды, однако компания не публикует отчетов по вопросам устойчивого развития и экологии. Компании среднего уровня открытости: «Салым Петролеум», ИНК;
- 3) *низкий*: на сайте компании либо полностью отсутствует раздел, посвященный экологическим вопросам, либо соответствующий раздел не является информативным и содержит исключительно общие слова (в лучшем случае — перечень принципов экологической политики); отчеты по вопросам устойчивого развития и экологии не публикуются. Компании низкого уровня открытости: «Славнефть», «Томскнефть», «РуссНефть», «Белкамнефть», «Альянс», «Эксон НЛ», «Тоталь РРР».

Как видно из представленного анализа, все публичные компании обладают высоким уровнем информационной открытости в части экологии. Это объясняется тем, что инвесторы обращают внимание на все исходящие от компании информационные сигналы, в том числе и связанные с экологией. Компания, публикуя подробную информацию о своей работе в области охраны окружающей среды, снижает уровень неопределенности, связанный с ее деятельностью,

и повышает таким образом свою инвестиционную привлекательность. Следует также отметить низкий уровень прозрачности дочерних компаний. В качестве примера можно привести абсолютно непрозрачные компании «Славнефть» и «Томскнефть». Обеими этими компаниями на паритетных началах владеют «Газпром нефть» и «Роснефть». Поскольку материнские компании подходят к своей экологической открытости достаточно серьезно, возникает предположение о том, что как минимум некоторые их стандарты деятельности в области экологической политики не распространяются на дочерние общества. Это же касается большинства российских «дочек» транснациональных корпораций. Наконец, прослеживается некоторая корреляция между объемами добычи и уровнем информационной открытости.

Важно отметить, что в последние годы уровень информационной прозрачности нефтегазовых компаний, действующих в России, значительно вырос. Например, государственная компания «Зарубежнефть» в 2013 г. впервые опубликовала отчет об устойчивом развитии, подготовленный с учетом требований GRI 3.1 (уровень применения – «С», имеется общественное заверение). В 2014 г. данная компания вновь опубликовала отчет, но уже с учетом требований GRI G4 – отчет стал еще полнее и объемнее. Этот пример демонстрирует то, как компания, которая ранее была практически полностью информационно закрытой, делает серьезные шаги по принятию международных стандартов в области нефинансовой отчетности.

Результаты рейтинга в разрезе отдельных критериев

Меньше всего проблем возникало со сбором информации по *разделу экологического менеджмента*. Практически все компании (15 из 19) опубликовали сведения о наличии сертификатов ISO 14001, также многие разместили на сайте текст об экологической политике или аналогичного документа. Большая часть компаний, включенных в рейтинг, имеют программы по снижению выбросов парниковых газов, по энергоэффективности и по работе с коренными и малочисленными народами (КМНС). Эти программы чаще всего описаны в отчетах об устойчивом развитии, иногда опубликованы на сайте в виде отдельных документов. Хуже обстоят дела с программами по биоразнообразию: полноценный документ есть только у одной компании, еще у семи – отдельные проекты в этом направ-

лении. Наконец, самые большие проблемы отмечаются с компонентом по спасению животных в ПЛАРН. Такой компонент предусмотрен только у 3 из 19 компаний. Значительная часть компаний вообще не размещает в публичном пространстве ПЛАРН.

Что касается содержания экологических политик компаний, в частности наличия дополнительных требований сверх требований законодательства, то картина получается следующая. Большинство требует распространения своих экологических стандартов на деятельность подрядчиков. Более трети респондентов имеют обязательства по сохранению путей миграции животных в различных формулировках (забота о естественной среде обитания животных, меры по мониторингу и сохранению условий жизни рыб и других животных, изучение и охрана мест обитания животных, птиц и растений и пр.). В пяти компаниях есть обязательства по снижению фрагментации ландшафтов и площади нарушенных территорий в виде часто встречаемой формулировки «рекультивация нарушенных земель». Практически не встречается стремление избегать проведения работ на особо охраняемых природных территориях (ООПТ), их охранных зонах, объектах Всемирного природного наследия (ВПН). Редкостью также является проведение дополнительных оценок рисков на экологически чувствительных территориях (всего 2 компании ответили положительно).

Наиболее сложным оказался процесс сбора информации по *разделу воздействия на окружающую среду* — единственному блоку рейтинга, предполагающему анализ количественных, а не качественных показателей. У 7 компаний, которые практически полностью информационно закрыты, нет значений ни по одному из количественных показателей воздействия на окружающую среду. Далее рассматриваются 12 оставшихся компаний с высоким и средним уровнем открытости. Из этих 12 компаний 11 публикуют данные по утилизации ПНГ (один из важнейших показателей экологического воздействия компаний, подробная информация по которому представлена в табл. 2), 11 — по водозабору, 10 — по выбросам в атмосферу, 9 — по образованию и утилизации отходов. С публичным размещением остальных показателей раздела 2 ситуация обстоит хуже. Например, данные по сбросам загрязненной воды в поверхностные водоемы, а также статистику по порывам трубопроводов раскрывают лишь 7 компаний. Сведения о загрязненных землях публикуют только 7 компаний, о нарушенных — 5. Также лишь 5 компаний раскрывают долю сверхнормативных платежей в общем объеме платы за негативное воздействие на окружающую среду, только

б раскрывают количество разлитой в течение года нефти в результате аварий и утечек. Долю нарушенных и загрязненных земель в общей площади эксплуатируемых компанией земель раскрывает лишь одна компания (в связи с чем в этом году данный критерий не учитывался при расчете рейтинга, хотя он очень важен, поскольку позволяет оценить, насколько рационально эксплуатирует компания свои земельные ресурсы).

Таблица 2

**Утилизация попутного нефтяного газа (ПНГ)
в нефтегазовых компаниях России (%)¹**

Компания	2011 г.	2012 г.	2013 г.
«Башнефть»	81,9	75,2	75,4
«Газпром»	86	85	99,5
«Газпром нефть»	64,5	69,3	79,9
«Зарубежнефть»	Нет данных	Нет данных ²	20,44
«Иркутская НК»	Нет данных	Нет данных	46,85
«ЛУКОЙЛ»	79,3	87,6	88
«Роснефть»	53,4	53,5	69,8
«Салым Петролеум»	30,6	89,6	97,2
«Сахалин Энерджи»	93	93	97
«Сургутнефтегаз»	97,81	99,2	99,17
«Татнефть»	94,9	95	95,1

Источник: отчеты об устойчивом развитии и иные информационные материалы, размещенные на официальных корпоративных ресурсах.

Проблема, которая обозначилась во время сбора и обработки информации — сильно разнящиеся значения показателей некоторых критериев раздела 2, что значительно затрудняет и иногда делает невозможным расчет среднеотраслевого значения критерия. Особенно это касается отведения загрязненных вод в поверхностные водоемы (наименьшее и наибольшее значения различаются на 3 порядка) и удельного объема разлитой нефти (разница — 5 порядков). Наиболее вероятными объяснениями такого феномена могут быть

¹ В таблице представлены компании, включенные в выборку рейтинга и имеющие опубликованные данные по ПНГ хотя бы за один год из трех.

² За 2012 г. доступны данные в разрезе двух дочерних компаний «Зарубежнефти». Уровень утилизации ПНГ в ООО «СК «РУСВЬЕТПЕТРО» составлял в 2012 г. 21,02%, а в ОАО «АМНГР» — 2,1%.

проблемы в размерностях либо в неоднозначном понимании компаниями экологических показателей. Возможным решением вопроса указанной нестыковки могла бы стать рабочая встреча по сопоставлению данных между компаниями и приведению их к единообразию. По некоторым показателям рейтинга расчет среднеотраслевого значения не имел смысла. Например, выработка энергии из ВИЭ является абсолютной новинкой в нефтегазовой отрасли. Поэтому пока лишь одна компания – «Газпром» – производит 0,001% своей энергии из ВИЭ и использует ее для целей энергообеспечения вспомогательного оборудования. Среднеотраслевые значения для большинства количественных критериев, используемых в рейтинге, представлены в табл. 3.

Таблица 3

Средние по выборке значения критериев по данным рейтинга

Критерий	Среднее по выборке значение
Удельные валовые выбросы в атмосферу вредных веществ	3,82 кг/т.у.т.
Уровень утилизации ПНГ	78,92%
Удельный водозабор	2,03 м ³ /т.у.т.
Отношение образования отходов за год к их утилизации за год	1,58
Отношение площади загрязненных земель на конец года к началу года	0,39
Отношение площади нарушенных земель на конец года к началу года	0,97
Удельная частота порывов трубопроводов	25,14 шт. / 1 тыс. км трубопроводов
Доля сверхнормативных платежей в общем объеме платы за негативное воздействие на ОС	0,43
Доля высокоэкологичного топлива в общем объеме производства топлива	0,946

Источник: отчеты компаний, расчеты НРА.

Что касается третьего раздела рейтинга (информационная открытость), то можно отметить следующее: уровень корпоративной *прозрачности* в вопросах экологии во многом определяется качеством нефинансовой отчетности. Российские нефтегазовые компании публикуют три вида нефинансовой отчетности: экологические отчеты, социальные отчеты и отчеты об устойчивом развитии. Последний из перечисленных типов отчетности носит наиболее универсальный характер и раскрывает информацию о деятельности организа-

ции в экономической, экологической и социальной области, а также в области менеджмента. Согласно данным Национального регистра нефинансовых отчетов, именно отчеты об устойчивом развитии являются наиболее популярной формой нефинансовой отчетности среди компаний российского нефтегазового сектора [РСПП, 2015].

Экологические и социальные параметры своей деятельности в том или ином виде раскрывают 12 из 19 компаний, включенных в выборку рейтинга. Восемь из этих 12 компаний публикуют только отчеты об устойчивом развитии («Роснефть», «ЛУКОЙЛ», «Газпром нефть», «Татнефть», «Башнефть», «Сахалин Энерджи», «НОВАТЭК» и «Зарубежнефть»), одна компания – только экологические отчеты («Сургутнефтегаз»), еще одна компания – отчеты об устойчивом развитии и экологические отчеты («Газпром»). Оставшиеся две компании (ИНК и «Салым Петролеум») не составляют нефинансовую отчетность в привычном понимании этого термина, однако ежегодно публикуют информационные материалы, содержание которых имеет прямое отношение к деятельности в области устойчивого развития. По состоянию на 2014 г. большинство российских компаний продолжают использовать именно Руководства GRI третьего поколения (версии G3 и G3.1). Восемь из 9 отчетов об устойчивом развитии, рассмотренных при составлении рейтинга, соответствовало именно этим версиям Руководства на уровнях от «В» до «А+». Наивысшим уровнем соответствия обладают отчеты об устойчивом развитии компаний «Роснефть» и «Татнефть». Самым популярным способом сертификации нефинансовой отчетности является общественное заверение со стороны Совета РСПП по нефинансовой отчетности. Эту процедуру прошли 7 из 9 изученных отчетов об устойчивом развитии. По состоянию на конец 2014 г. единственной российской нефтегазовой компанией, применившей при составлении нефинансовой отчетности Руководство GRI G4, является «Зарубежнефть». Отчет об устойчивом развитии этой компании соответствует рекомендациям GRI G4 на «основном» уровне.

Заключение

Результаты составленного рейтинга показали отсутствие значимых различий между уровнем экологической ответственности и прозрачности деятельности частных и государственных компаний. Среди лидеров рейтинга есть как полностью частные компании, так и компании, бенефициарами которых являются государственные структуры.

Факторами, оказывающими однозначно позитивное влияние на экологическую ответственность и прозрачность нефтегазовых компаний, являются листинг на фондовых биржах и, в меньшей степени, привлечение финансирования международных финансовых институтов. Мировые институциональные инвесторы предъявляют высокие требования к качеству менеджмента компаний, и экологический менеджмент здесь не исключение. Кроме того, положительную роль в обеспечении экологической ответственности ряда российских организаций играет тесное взаимодействие владельцев и менеджмента компании с населением регионов, например как в «Сургутнефтегазе», «Татнефти». Головные офисы этих предприятий находятся непосредственно в регионах, где ведется добыча и переработка сырья, что обеспечивает повышенное внимание руководства компаний к социально-экологическим проблемам, связанным с производственной деятельностью.

Дочерние компании зарубежных корпораций и российских государственных гигантов менее прозрачны, чем их материнские структуры. В частности, «Томскнефть ВНК» и «Славнефть» входят в число самых информационно закрытых компаний: на их сайтах отсутствовала большая часть сведений, необходимых для составления рейтинга. Решение проблемы должно состоять в обеспечении единства требований экологической политики и стандартов нефинансовой отчетности в материнских и дочерних компаниях, что требует большей прозрачности и строгости экологической политики последних. В качестве «промежуточного» решения в отчетах материнских структур нужно раскрывать количественную и качественную информацию по дочерним компаниям (например, так делает компания «Зарубежнефть»).

В тройке лидеров рейтинга оказались компании, в бизнес-стратегиях которых особое внимание уделяется газу. «Сургутнефтегаз» – передовая компания по полезному использованию ПНГ, «Сахалин Энерджи» реализует первый в стране СПГ проект, «Газпром» по определению фокусируется на газе. С точки зрения экологов, этот результат рейтинга имеет особое значение, поскольку именно газ является топливом «переходного периода» к энергетике без ископаемого топлива.

Можно говорить о том, что за последние годы в России сформировалась тенденция к учету экологических рисков и повышению открытости деятельности нефтегазовых компаний. Это подтверждается как динамикой утилизации попутного нефтяного газа компаниями сектора, действующими в России, так и постепенным разви-

тием заверяемой нефинансовой отчетности по современным международным стандартам.

Экологический рейтинг нефтегазовых компаний позволил создать канал взаимодействия отрасли с заинтересованными сторонами, что подтверждается активным участием в разработке методики как общественных организаций, так и самих нефтегазовых компаний. Благодаря рейтингу начата работа по формированию среднеотраслевых количественных показателей воздействия, что по мере увеличения выборки станет важным ориентиром для самооценки предприятий.

Список литературы

1. *Кирюшин П.А., Книжников А.Ю., Кочи К.В., Пузанова Т.А., Уваров С.А.* Попутный нефтяной газ в России: «Сжигать нельзя, перерабатывать!»: Аналитический докл. об экономических и экологических издержках сжигания попутного нефтяного газа в России. М., 2013.
2. Национальный Регистр и Библиотека корпоративных нефинансовых отчетов // РСПП: сайт. 2015. URL: <http://www.rspp.ru/simplepage/157> (дата обращения: 01.03.2015).
3. Рейтинг экологической ответственности нефтегазовых компаний России. WWF России, Сгеон, Национальное рейтинговое агентство. М., 2014.
4. Совместные экологические требования общественных природоохранных организаций к нефтегазовым компаниям. М., 2004.
5. Товарная структура экспорта и импорта Российской Федерации. М.: Росстат, 2014. URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b14_11/IssWWW.exe/Stg/d02/26-04.htm (дата обращения: 01.03.2015).
6. *Шварц Е.А., Книжников А.Ю., Пахалов А.М.* Рейтинг экологической ответственности нефтегазовых компаний, действующих в России // Бюлл. «Использование и охрана природных ресурсов в России». 2015. № 1.
7. An Introduction to G4. The Next Generation of Sustainability Reporting. Amsterdam, GRI, 2013.
8. *Alsford J., Chapelow V., Felton R., Zlotnicka E.* Embedding Sustainability in Valuation. A Global Framework for Analysing Environmental, Social and Governance Risks and Opportunities. Morgan Stanley Research Global, 2015, January 27.
9. *Beurden P., Gossling T.* The Worth of Values – a Literature Review on the Relation between Corporate Social and Financial Performance // J. of Business Ethics. 2008. Vol. 82. N 2.
10. *Brammer S., Pavelin S.* Factors Influencing the Quality of Corporate Environmental Disclosure // Business Strategy and the Environment. 2008. Vol. 17. N 2.

11. *Daub C.H.* Assessing the Quality of Sustainability Reporting: an Alternative Methodological Approach // *J. of Cleaner Production*. 2007. Vol. 15. N 1.
12. *Douma W.Th.* The EBRD and Russia: Stimulating European Principles for the Environment // *Environmental Finance and Responsible Business in Russia: Legal and Practical Trends / W. Th. Douma and F. M. Mucklow (eds)*. Hague, 2010.
13. *Earnhart D.H., Khanna M., Lyon T.P.* Corporate Environmental Strategies in Emerging Economies // *Rev. of Environmental Economics and Policy*. 2014. Vol. 8. N 2.
14. *Eccles R.G., Serafeim G., Krzus M.P.* Market Interest in Nonfinancial Information // *J. of Applied Corporate Finance*. 2011. Vol. 23. N 4.
15. European Commission (EC). Green Paper: Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility. Brussels, 2001. DOC/01/9.
16. *Healy P.M., Palepu K.G.* Information Asymmetry, Corporate Disclosure, and the Capital Markets: a Review of the Empirical Disclosure Literature // *J. of Accounting and Economics*. 2001. Vol. 31. N1/3.
17. *Hooghiemstra R.* Corporate Communication and Impression Management: New Perspectives Why Companies Engage in Corporate Social Reporting // *J. of Business Ethics*. 2000. Vol. 27. N 1/2.
18. *Giannarakis G., Konteos G., Sariannidis N.* Financial, Governance and Environmental Determinants of Corporate Social Responsible Disclosure // *Management Decision*. 2014. Vol. 52. N 10.
19. *Paillard C.-A.* Russia and Europe's Mutual Energy Dependence // *J. of International Affairs*. 2010. Vol. 63.
20. *Prakash A., Potoski M.* Voluntary Environmental Programs: A Comparative Perspective // *J. of Policy Analysis and Management*. 2012. Vol. 31. N 1.
21. *Shvarts E., Gerasimchuk I.* Environmental Policy and the International Competitiveness of the Russian Economy // *Environmental Finance and Responsible Business in Russia: Legal and Practical Trends / W. Th. Douma and F. M. Mucklow (eds)*. Hague, 2010.
22. *Stuebs M., Sun L.* Corporate Governance and Environmental Performance // *J. of Accounting, Ethics and Public Policy*. 2010. Vol. 11. N 3.
23. *Stuebs M., Sun L.* Corporate Governance and Social Responsibility // *International J. of Law and Management*. 2015. Vol. 57. N 1.
24. World Bank. Russia Environmental Management System: Directions for Modernization. Washington, 2009. May.

The List of References in Cyrillic Transliterated into Latin Alphabet

1. *Kirjushin P.A., Knizhnikov A.Ju., Kochi K.V., Puzanova T.A., Uvarov S.A.* Poputnyj neftjanoy gaz v Rossii: «Szhigat' nel'zja, pererabatyvat'!»:

- Analiticheskij dokl. ob jekonomicheskikh i jekologicheskikh izderzhkah szhiganija poputnogo neftjanogo gaza v Rossii, M, 2013.
2. Nacional'nyj Registr i Biblioteka korporativnyh nefinansovyh otchetov, *RSPP: sajt*, 2015. URL: <http://www.rspp.ru/simplepage/157> (data obrashhenija: 01.03.2015).
 3. Rejting jekologicheskij otvetstvennosti neftegazovyh kompanij Rossii, WWF Rossii, Creon, Nacional'noe rejtingovoe agentstvo, M, 2014.
 4. Sovmestnye jekologicheskie trebovanija obshhestvennyh prirodoohrannyh organizacij k neftegazovym kompanijam, M, 2004.
 5. Tovarnaja struktura jeksporta i importa Rossijskoj Federacii, M: Rosstat, 2014. URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b14_11/IssWWW.exe/Stg/d02/26-04.htm (data obrashhenija: 01.03.2015).
 6. *Shvarc E.A., Knizhnikov A.Ju., Pahalov A.M.* Rejting jekologicheskij otvetstvennosti neftegazovyh kompanij, dejstvujushhh v Rossii, *Bjull. «Ispol'zovanie i ohrana prirodnyh resursov v Rossii»*, 2015, N 1.

П.А. Кирюшин¹,
МГУ имени М.В. Ломоносова (Москва, Россия),
М.А. Стрыгина²,
МГУ имени М.В. Ломоносова (Москва, Россия),
Е.С. Каширина³,
Филиал МГУ имени М.В. Ломоносова (Севастополь, Россия)

ОЦЕНКА ПОТЕНЦИАЛА РЕАЛИЗАЦИИ ТЕХНОЛОГИЙ «ЗЕЛеноЙ» ЭКОНОМИКИ В ВУЗАХ⁴

«Зеленая» экономика, предполагающая повышение благосостояния населения, социальную справедливость и улучшение качества окружающей среды, является одним из важных направлений развития многих стран, в том числе и России. Для нашей страны формирование этой экономики также связано с модернизацией и уходом от экспортно-сырьевой зависимости. Способствовать развитию данного процесса могут высшие учебные заведения, поскольку традиционно как в мире, так и в России на базе университетов осуществляются некоторые экологические инициативы и могут формироваться будущие экологические лидеры.

Для ускорения реализации принципов «зеленой» экономики в статье предложен подход «Университет как модель “зеленой” экономики». В его основе лежит возможность разработки, апробации и дальнейшего тиражирования «зеленых» технологий на базе вузов, в частности, повышения энергоэффективности, развития переработки отходов, популяризации экотранспорта и т.д. В данной работе проведен анализ пилотных проектов в сфере «зеленой» экономики по организации раздельного сбора отходов (РСО) в Главном здании МГУ имени М.В. Ломоносова и в Филиале МГУ в Севастополе. Сделаны выводы о значительном потенциале реализации «зеленых» технологий как для развития «зеленой» экономики, так и для самих вузов.

¹ Кирюшин Петр Алексеевич, канд. экон. наук, доцент экономического ф-та; e-mail: pkiryushin@gmail.com

² Стрыгина Мария Александровна, аспирант факультета государственного управления; e-mail: mariya.kurilina@gmail.com

³ Каширина Екатерина Сергеевна, преподаватель Филиала МГУ в г. Севастополе; e-mail: e_katerina.05@mail.ru

⁴ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта «Разработка комплексного междисциплинарного подхода для оценки эколого-экономической эффективности биоэкономики (на примере биоэнергетической отрасли)» № 14-06-00385 А.

Ключевые слова: «зеленые» университеты, «зеленая» экономика, экологические инновации, раздельный сбор отходов, твердые бытовые отходы.

P.A. Kiryushin,

Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia),

M.A. Strygina,

Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia),

E.S. Kashirina,

Lomonosov Moscow State University in Sevastopol (Sevastopol, Russia)

THE ASSESSMENT OF THE POTENTIAL OF “GREEN” ECONOMY TECHNOLOGIES IN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

Promotion of “green” economy, that assumes increasing of the population welfare, social justice and improving of environmental quality, is one of the most important trends in the development of many countries including Russia. For our country building of “green” economy is also linked to the modernization and breaking with export-dependence on raw materials. Higher education institutions could contribute to the development of this process: traditionally both in the world and in Russia at universities environmental initiatives could be implemented and future environmental leaders could grow.

To speed up the transition to of “green” economy we have proposed an approach “University as a model of “green” economy”. It is based on the possibility of developing, testing and further replication of “green” technologies at universities – in the areas of energy efficiency, waste management, eco-friendly transport, etc. We carried out the analysis of the pilot projects in the field of “green” economy – two cases of separate waste collection: in the Main building of Lomonosov Moscow State University (LMSU) and the LMSU branch in Sevastopol. We conclude that there is a significant potential of the implementation of “green” technologies for the development of “green” economy and for the development of universities themselves.

Key words: “green” universities, “green” economy, ecological innovations, separate waste collection, municipal waste management.

1. «Зеленая» экономика

«Зеленая» экономика – это концепция новой экономики, предполагающая повышение благосостояния населения и снижение ри-

сков для окружающей среды [Бобылев, Захаров, 2012]. Согласно определению ООН, «зеленая» экономика должна внести вклад в переход общества на путь устойчивого развития. В свою очередь, устойчивое развитие предполагает возможность удовлетворения потребностей нынешнего поколения без ущерба для возможностей удовлетворения своих потребностей будущими поколениями [Наше общее будущее..., 1989]. В основе «зеленой» экономики лежит рациональное использование природных ресурсов, внедрение новых технологий, повышение уровня экологической культуры.

Среди макроэкономических характеристик данной концепции можно выделить следующие [Бобылев, Захаров, 2012]:

- новые индикаторы развития, дополняющие или заменяющие традиционные индикаторы, такие как, например, валовой внутренний продукт;
- ресурсоэффективность, в том числе экономически и экологически эффективное использование энергетических и водных ресурсов;
- интернализацию экологических экстерналий — включение воздействия экономики на окружающую среду в стоимость товаров и услуг;
- снижение выбросов парниковых газов, рост содержания которых в атмосфере, по мнению ряда ученых, является одной из причин климатических изменений;
- учет стоимости экосистемных услуг, «услуг природы», при реализации экономической деятельности.

Принципы «зеленой» экономики воплощают развитые и активно развивающиеся страны, например, Германия, Дания, Бразилия, Китай, Казахстан. В частности, план развития Китая на 2011–2015 гг. включает раздел по формированию «зеленой» экономики. Среди ключевых показателей данного плана — снижение энергоемкости ВВП, повышение доли возобновляемых источников в энергобалансе, уменьшение выбросов углекислого газа, увеличение площади лесов [Сарафанова, 2013]. Однако причины перехода на принципы «зеленой» экономики в разных странах могут существенно отличаться. К примеру, построение «зеленой» экономики в Дании может быть связано с ориентацией на экспорт высокотехнологичной продукции и на обеспечение электоральной поддержки элит. Переход же к «зеленой» экономике в Китае может быть обусловлен задачами предотвращения экологического кризиса и необходимостью улучшения здоровья населения. Для России потенциальные выгоды от реализации принципов «зеленой» экономики следующие: эко-

номическая модернизация, обновление технологических фондов, уход от экспортно-сырьевой зависимости, социокультурное развитие и другие возможности, обеспечивающие долгосрочное устойчивое развитие страны [Кирюшин, 2014]. В табл. 1 представлены некоторые возможные факторы развития «зеленой» экономики в нашей стране.

Таблица 1

Факторы развития «зеленой» экономики в России

Факторы развития «зеленой» экономики в России	Характеристика фактора
Выполнение национальных стратегических задач	Ряд задач, соответствующих принципам «зеленой» экономики, отражен в таких в государственных документах, как указы Президента РФ от 07.05.2012, Концепция долгосрочного социально-экономического развития до 2020 года, стратегии инновационного и энергетического развития и др.
Требования устойчивого развития на региональном и местном уровне	Повышение благосостояния населения включает улучшение качества воздуха и природной среды, решение проблемы твердых бытовых отходов, транспортных проблем, экономии ресурсов, энергообеспечение удаленных районов
Улучшение международного взаимодействия	Реализация экологической повестки в международных организациях, включение экологических параметров в правила международного экономического взаимодействия, осуществление международных проектов, например, Чемпионата мира по футболу в 2018 г., требуют учета экологических параметров
Удовлетворение «общественного спроса на экологию»	Рост благосостояния жителей ведет к повышению спроса на экологически чистые продукты питания и экотовары; появляется необходимость учета гражданской экоактивности населения, проявляющейся как в акциях по облагораживанию территорий, так и в форме протестов с требованием удовлетворения экологических прав
Новые условия для бизнеса	Для российских компаний все большее значение приобретает использование экологических стандартов и стандартов корпоративной социальной ответственности; идет процесс формирования «зеленых» рыночных ниш и новых бизнес-моделей; вводятся новые экологические международные правила взаимодействия бизнеса

Несмотря на ряд факторов, которые должны способствовать переходу на принципы «зеленой» экономики в России, существует ряд барьеров, мешающих этому процессу. Среди них можно выделить:

- отсутствие достаточного политического интереса и политической воли к реализации технологий «зеленой» экономики, например, к увеличению доли альтернативных источников в энергобалансе, переработке отходов, внедрению наилучших доступных технологий;
- инертность трансформации экономической модели (от экспортно-сырьевой к инновационной), а также отсутствие возможностей или желания изменить ситуацию в бизнес-среде;
- недостаточная актуальность экологической проблематики в сознании лиц, принимающих решения, слабая вовлеченность в конструктивный экоактивизм населения.

Тем не менее данные барьеры, как показывает опыт развитых и активно развивающихся государств, вполне преодолимы. Существенную роль в преодолении этих барьеров и формировании «зеленой» экономики, по всей видимости, могут сыграть высшие учебные заведения.

2. Роль вузов в переходе к «зеленой» экономике

Согласно международным исследованиям, вузы могут играть важную роль в переходе к «зеленой» экономике [Zilahy et al., 2009]. В 2005–2014 гг. ООН проводила декаду «Образование для устойчивого развития» (UN Decade of Education for Sustainable Development, 2005–2014)¹, важное место в которой занимали именно университеты. Во многих ведущих зарубежных вузах, таких как Оксфорд, Гарвард или Лондонская школа экономики реализуется концепция «зеленого» вуза. Там внедряются экотехнологии, идет развитие экопросвещения, проводятся экологические акции, происходит интеграция экологической тематики в образовательную программу. В Кембриджском университете организована Живая лаборатория для устойчивого развития (Living Lab for Sustainability²), где студенты и сотрудники могут разрабатывать решения по экологизации вуза. Есть национальные и международные ассоциации, такие как Ассоциация по продвижению устойчивого развития в высших учебных заведениях (Association for the Advancement of Sustainability in Higher Education) или Международная сеть устойчивых кампусов (International Sustainable Campus Network), куда входят ведущие

¹ URL: <http://www.unesco.org/new/en/education/themes/leading-the-international-agenda/education-for-sustainable-development> (last accessed data: 15.08.2015)

² URL: <http://www.environment.admin.cam.ac.uk/getting-involved/living-laboratory-sustainability> (last accessed data: 15.08.2015).

учебные заведения мира. Помимо этого, на международном уровне существуют «зеленые» рейтинги университетов – UI GreenMetric World University Sustainability Ranking¹.

В нашей стране еще во времена Советского Союза в вузах существовали студенческие общества по охране природы. Одним из наиболее известных таких обществ, где формировались молодые экологи-лидеры, стала Дружина охраны природы МГУ. Ее члены с конца 1980-х – по начало 1990-х гг. активно участвовали в природоохранной политике. В настоящее время многие из опытных «дружинников» являются руководителями и сотрудниками экологических организаций [Ларин и др., 2003]. «Зеленые» инициативные группы в университетах существуют в России и сейчас.

Стоит отметить, что проекты по экологизации вузов есть не только в них самих, но и в других организациях. Например, российское экологическое движение «ЭКА» ведет проект «Зеленые вузы»², а компания «Тетра-Пак» совместно со Всемирным фондом дикой природы (WWF) в 2013 г. начали реализацию проекта экологизации вуза в МГИМО³.

Тем не менее, в отличие от ряда зарубежных стран, внедрение «зеленых» технологий в российских университетах носит скорее эпизодический, чем систематический характер, и не всегда активно поддерживается студентами, сотрудниками и руководством. Слабая поддержка экологических инициатив в российских вузах имеет объективные основания. Дело в том, что «зеленая» экономика в зарубежных странах часто является важной частью государственной политики. В России же реализация инициатив, связанных с «зеленой» экономикой в вузах, происходит, по сути, на фоне недостатка развития «зеленой» экономики в стране.

Но данное ограничение может стать хорошей возможностью для того, чтобы наши университеты сами активнее развивали «зеленую» экономику. Мы предполагаем, что технологии «зеленой» экономики могут разрабатываться и апробироваться вначале на базе вузов, а в потом тиражироваться во внешнюю среду. Тем самым университеты станут своего рода моделями «зеленой» экономики. Ниже, в табл. 2, представлена сравнительная характеристика традицион-

¹ URL: <http://greenmetric.ui.ac.id/> (last accessed data: 15.08.2015).

² URL: <http://ecamir.ru/projects/Programma-Zelenyie-vuzyi-Rossii.html> (дата обращения: 02.09.2015).

³ URL: URL: http://1.mgimo.ru/novosti/programma_po_ekologizatsii_rossiyskih_vuzov_Campus (дата обращения: 02.09.2015).

ного подхода – «Экоактивизм в вузах») – и нового подхода – «Университет как модель “зеленой” экономики».

Таблица 2

**Экологический активизм в вузах и «зеленые» университеты
как модель «зеленой» экономики**

Подход	«Экологический активизм в вузах»	«Университет как модель „зеленой“ экономики»
Субъекты развития	Экологические дру- жины и экологические активисты	Взаимодействие между студентами, сотрудниками и администрацией
Экологическое просвещение и образование	На уровне курсов по экологии	Интегрировано в учебные планы по различным дисциплинам, носит прикладной характер
Формирование профессиональных компетенций для «зеленой» экономики	В рамках традиционного образования и курсов – экология, биология, география и т.п.	Отдельные образовательные программы, развитие специализированных курсов, практико-ориентированные компетенции
Подготовка экологических лидеров для «зеленой» экономики	Силами экологических активистов, «низовых» инициатив (grassroot initiatives)	В сотрудничестве с администрацией и сотрудниками, формирование стартапов – некоммерческих и коммерческих организаций
Разработка технологий «зеленой» экономики	В рамках традиционных исследовательских работ	Целенаправленная разработка, в соответствии с требованиями государства и администрации
Апробация технологий для «зеленой» экономики	Нет	«Живые» лаборатории экологических инноваций

Разработанная нами концепция «Университет как модель „зеленой“ экономики», содержит несколько пунктов.

Во-первых, на базе вузов можно целенаправленно реализовывать соответствующие образовательные программы, формировать профессиональные компетенции, необходимые для «зеленой» экономики, осуществлять разработки экологических инноваций или «зеленых» технологий. Во-вторых, в университетах можно не только разрабатывать технологии «зеленой» экономики (инфраструктурные, социальные, управленческие и другие решения для «зеленой» экономики), но и проводить их апробацию в целях дальнейшего тиражирования. В-третьих, внедрение технологий «зеленой» экономики в вузах также связано с выгодами для самих университетов:

- «зеленые» технологии могут быть использованы как элемент образовательных программ и научных исследований;
- реализация технологий «зеленой» экономики дает возможность формировать соответствующие ценностные ориентиры у учащихся и сотрудников, способствует развитию университетской культуры;
- на основе научно-прикладных разработок в сфере «зеленых» технологий могут быть созданы малые инновационные предприятия (стартапы);
- «зеленые» решения могут улучшить имидж вуза, способствовать экономии бюджетных средств, развитию инновационных научно-образовательных проектов.

Реализация концепции «Университет как модель „зеленой“ экономики» дает возможность для формирования молодых лидеров и будущей элиты, которая, участвуя в практико-ориентированной деятельности, будет понимать значимость перехода на принципы «зеленой» экономики. При этом на базе вузов может быть достигнут значительный эффект масштабирования, что позволит распространять успешные практики за пределы университета. Сами учащиеся и сотрудники могут обладать инициативой для реализации успешного опыта за пределами вуза — внедрять решения «зеленых» университетов в местах проживания, в других организациях, работа в компаниях, школах, социальных учреждениях. Кроме того, эффективный пример, связанный с «зеленой» экономикой, может стать сигналом государству для создания условий и стимулов в соответствующей сфере.

Далее подробно рассмотрим потенциал реализации подхода «Университет как модель “зеленой” экономики» на примере внедрения конкретной технологии в вузах: раздельного сбора твердых бытовых отходов (ТБО) для дальнейшей переработки. Решения в сфере обращения с ТБО могут стать ключевыми для «зеленой» экономики в нашей стране.

3. Оценка организации раздельного сбор отходов в МГУ (в Москве и Севастополе)

3.1. Проблема ТБО и раздельный сбор как решение

По данным Всемирного банка, ежегодно в городах мира образуется более 1,3 млрд т ТБО, или 1,2 кг ТБО в день на душу населения [Hoornweg, Bhada-Tata, 2012]. В нашей стране в 2011 г. было произведено около 53 млн т ТБО, что составляет около 370 кг на че-

ловека. На сегодняшний день более 90% ТБО в России захоранивается на полигонах и свалках [Государственный доклад..., 2012]. Вследствие этого вопрос утилизации и эффективного использования ТБО является одним из весьма актуальных. Захоронение как способ утилизации может наносить существенный вред окружающей среде и здоровью населения: происходит загрязнение почвы, воздуха, сброс сточных вод. Помимо этого, в результате захоронения ТБО теряются ценные для экономики материальные ресурсы, которые могли бы быть использованы вторично. Во многих странах значительные объемы ТБО перерабатывают для производства новых товаров, а также используют экологичные технологии сжигания с получением тепловой и электрической энергии. Эффективность использования ТБО может являться своего рода показателем социально-экономического развития страны, уровня развития ее «зеленой» экономики.

Как показывает международный опыт, развитие переработки ТБО требует активного участия различных стейкхолдеров: необходима государственная поддержка, вовлечение населения, стимулирование бизнеса для работы в данной сфере. В нашей стране из-за отсутствия общеизвестных, успешных масштабных примеров переработки ТБО, у представителей власти может складываться представление о невозможности реализации передовых направлений переработки [Анализ доклада..., 2012]. В то же время решение задачи эффективного использования ТБО в России может во многом зависеть от локальных особенностей: наличия полигонов, инфраструктурных возможностей для переработки, готовности населения сортировать мусор, отношения местной власти к проблеме ТБО. Нужно отметить, что вопрос о ТБО не имеет однозначного ответа. Он во многом будет зависеть от местных и региональных параметров, так как решения в сфере ТБО, реализуемые в одном месте, могут быть неприменимы в другом.

Однако важно понимать, что с точки зрения «зеленой» экономики необходим переход от практически полного захоронения ТБО со значительными негативными экстерналиями и потерей ценных ресурсов к развитию переработки наиболее экологичным и экономичным способом с выделением ценных фракций. В этом отношении сепарация отходов на уровне населения – раздельный сбор – является оправданной по экономическим соображениям: «... сортировка ТБО в целях их вовлечения во вторичное материальное использование обеспечивает главный эффект в решении проблемы, позволяя максимально возможно сократить поток отходов на захо-

ронение» [Шубов и др., 2011]. Кроме того, отдельный сбор отходов «у источника» позволяет запустить процесс ответственного отношения граждан к окружающей среде.

В этой связи вузы могут выступать как площадки для апробации решений в сфере обращения с ТБО, в частности, для апробации отдельного сбора ТБО в целях дальнейшей переработки. В случае успеха такого рода решения могут быть в дальнейшем растиражированы за пределы вуза. В данном контексте ниже рассматривается опыт организации отдельного сбора отходов (PCO) в МГУ и в Филиале МГУ в Севастополе.

3.2. Решение задачи переработки ТБО на базе вузов – методика оценки

Организация системы PCO для дальнейшей переработки в вузах, как и в других организациях, представляет комплексную управленческо-экономическую задачу, включающую подзадачи по созданию инфраструктуры, выработке логистических решений, организации эффективных коммуникаций для устойчивого сбора различных фракций отходов, налаживанию взаимодействия с вывозящими и перерабатывающими ТБО компаниями. Одной из причин плохо развитой системы PCO в России является именно сложность реализации перечисленных выше подзадач. С одной стороны, у населения мало опыта и культуры обращения с отходами для их отдельного сбора. С другой стороны, существует недостаток инфраструктуры, позволяющей собирать отходы отдельно, а также крупных организаций, занимающихся вывозом отдельно собранных отходов. В то же время есть предприятия, перерабатывающие макулатуру, пластик, стекло, батарейки и др., мощности которых недогружены. При этом рынок переработки ТБО в нашей стране все еще развит слабо.

Для анализа эколого-экономического ущерба от захоронения ТБО существуют различные методики, которые позволяют дать его оценку в денежном выражении. В основу большинства методик оценки эколого-экономической эффективности утилизации положены представления о компенсации предотвращенного экологического ущерба [Ветрова, 2000]. Размещение отходов на полигоне связано с нанесением ущерба окружающей среде. Согласно Временной типовой методике [Временная методика..., 1999], величина предотвращенного экологического ущерба от размещения отходов зависит от таких факторов, как снижение площадей земель под свалками, снижение загрязненности земель химическими веществами. Суще-

ствуют методики оценки эколого-экономической эффективности отдельных этапов процесса утилизации ТБО. Так, вопросы эколого-экономической оценки доутилизационной подготовки ТБО раскрыты в статье Н.А. Бондарчука и С.М. Попова [Бондарчук, Попов, 2006]. Широкий спектр работ посвящен экономической оценке технологий переработки ТБО [Ветрова, 2000]. Есть труды, в которых большое внимание уделяется оценке экономической эффективности переработки разных фракций отходов [Киверин, 2011]. Комплексная оценка природоохранного мероприятия, к которому относится РСО, включает затраты на проведение мероприятия и выгоды от него [Временная типовая методика..., 1983].

Таким образом, существующие подходы к оценке эффективности раздельного сбора ТБО базируются на учете прямых издержек и выгод. Однако методики расчета эколого-экономической эффективности этапа РСО проработаны не до конца. В то же время при организации РСО с последующей переработкой ТБО совокупный эколого-экономический эффект с точки зрения перехода к «зеленой» экономике может состоять из ряда других составляющих. Мы предполагаем, что формула совокупного эколого-экономического эффекта может выглядеть следующим образом:

Совокупный эколого-экономический эффект = Снижение негативного эколого-экономического эффекта + Полученный положительный эффект для экономики + Положительный эффект для развития университета + Дополнительные возможности для развития «зеленой» экономики, где

- снижение негативного эколого-экономического эффекта происходит из-за предотвращения захоронения ТБО на полигоне или свалке и отсутствия необходимости дополнительного антропогенного воздействия для добычи природных ресурсов, т.к. отходы преобразуются во вторсырье или энергию;
- полученный положительный эффект для экономики достигается в результате вовлечения новых вторичных ресурсов в экономический оборот, создания новых товаров из использованных вторресурсов, производства энергетических и тепловых ресурсов;
- положительный эффект для развития университета состоит в экономии бюджетных средств, развитии междисциплинарного взаимодействия с привлечением студентов, сотрудников и руководства, улучшении имиджа вуза, создании инновационных решений и запуске новых проектов;

- дополнительные возможности для развития «зеленой» экономики — это успешная реализация проекта, которая создаст возможности для тиражирования опыта, развития новых технологий «зеленой» экономики.

Далее попробуем оценить эти эффекты на примере двух экспериментов по внедрению РСО, проведенных в Главном здании МГУ в Москве и в Филиале МГУ в Севастополе.

3.3. Эксперимент по внедрению РСО в Главном здании МГУ (Москва)

В Москве и Московской области образуется 5,5 млн т и 4,7 млн т ТБО соответственно. Данные морфологического состава ТБО по Москве представлены на рисунке.

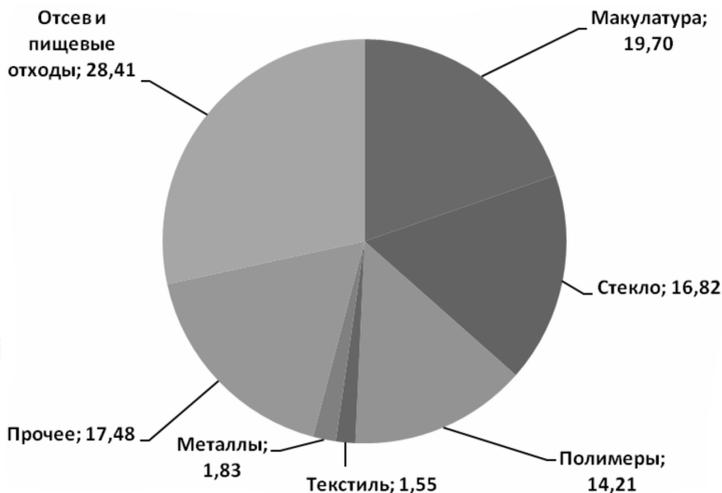


Рис. Морфологический состав ТБО в Москве [Морфологический состав..., 2014].

Проблема утилизации отходов является одной из наиболее актуальных для Москвы и Московской области. Полигоны и свалки занимают значительные площади. В Москве и Подмоскovie практически не осталось мест для захоронения, поэтому ТБО приходится вывозить в соседние регионы. Чтобы решить проблему власти Москвы в 2010 г. запланировали строительство новых мусоросжигательных заводов. Однако данный проект был негативно воспринят общественностью, обеспокоенной вопросами экологической безопасности, поэтому от него пришлось отказаться. В то же время в Мо-

ске существуют отдельные проекты по организации РСО, в частности в муниципалитетах. Также существует опыт организации РСО в университетах, например в МГИМО, Российском университете дружбы народов, МГУ.

МГУ имени М.В. Ломоносова – один из ведущих вузов России, старейший классический университет нашей страны. Численность учащихся, профессорско-преподавательского состава и научных сотрудников составляет более 50 тыс. человек¹. Основной кампус МГУ в Москве сопоставим по размерам с небольшим городом. В него входят не только учебные корпуса, но и общежития. По самым скромным оценкам, с территории МГУ вывозят более 40000 м³ ТБО в год. На базе МГУ ведутся разработки технологий, соответствующих «зеленой» экономике, есть проекты по переработке органических отходов в электроэнергию, выработке энергии из возобновляемых источников, развитию топливных элементов. Также в МГУ в рамках соответствующих дисциплин есть курсы по экообразованию.

Одна из ключевых задач вуза – лидерство в научно-технологической сфере. Для ее реализации был разработан проект по созданию Научно-технологической долины МГУ. Важную роль в развитии вуза играет формирование ценностных ориентиров для учащихся. В университете реализуются экологические инициативы: с 1960-х гг. существует Дружина охраны природы МГУ, в 1980-е гг. появился совет «Человек и биосфера», в настоящее время на базе основного кампуса регулярно проводятся акции по сбору макулатуры и субботники.

В апреле 2014 г. в Московском университете была создана общественная организация «Зеленые инновации МГУ», одним из первых проектов которой стало проведение эксперимента по РСО в Главном здании МГУ. Организация проанализировала несколько крупных экспериментов по внедрению РСО на территории Москвы и представила проект шестидневного эксперимента, который заключался в установке пункта РСО в одном из центральных холлов Главного здания МГУ. Основной задачей этой инициативы являлась проверка готовности студентов, аспирантов, преподавателей, сотрудников МГУ раздельно собирать отходы. Администрация вуза поддержала проведение данного проекта.

В рамках проекта в холле Главного здания МГУ установили четыре урны: для пластика, тары (жестяные и стеклянные банки, бу-

¹ Статистику МГУ см. на сайте. URL: <http://www.msu.ru/science/index.html#stat> (дата обращения: 17.08.2015).

тылки, упаковка тетрапак), бумаги и макулатуры. По периметру расставили стенды с информацией о проблеме отходов в стране, количестве полигонов и свалок, трудностях вывоза мусора на полигоны. Организаторы проекта описали полный цикл – от попадания отходов в урну до получения готового вторичного сырья. Также для ознакомления были представлены образцы товаров из вторичного сырья с завода «Тетра Пак».

В первый день эксперимента было собрано только 11 кг отходов. Для сравнения: в обычную урну в этот же день выбросили примерно 70 кг ТБО. В последующие дни результаты значительно улучшились, что было связано с активной агитацией и вовлечением студентов и сотрудников. Многие из них стали проявлять больший интерес к данному вопросу: читали информацию на стенде, спрашивали, для чего проводится эксперимент и зачем необходимо отдельно собирать отходы. Реакция участников эксперимента была различной. Большинство уверенно поддержало инициативу, но были и пессимистично настроенные люди, доказывающие невозможность реализации эксперимента. В итоге ровно за шесть дней методом РСО было собрано более 3 500 кг отходов.

3.4. Эксперимент по РСО в Филиале МГУ в Севастополе

На протяжении последних двух десятилетий проблема размещения ТБО остро стоит и в Севастополе. После закрытия Крымского термического завода в 1998 г. основным методом ее решения стало складирование отходов на полигонах. Сейчас полигоны, куда вывозятся ТБО, в значительной степени заполнены. На территории г. Севастополя зафиксировано около двух тысяч небольших по площади мест несанкционированного складирования отходов. В то же время в городе работают малые предприятия, которые специализируются на первичной сортировке ТБО и его транспортировке на перерабатывающие заводы: «Севастопольвторресурсы», ЧП «Копьев», «Славянская гавань».

Филиал МГУ в Севастополе – одно из крупнейших учебных заведений в Крымском регионе. Общая численность учащихся и сотрудников составляет около тысячи человек. С территории Филиала еженедельно вывозят порядка двух тонн ТБО. С 26 октября по 15 ноября 2014 г. в Филиале был реализован эксперимент РСО, который состоял из трех блоков: организация РСО, вывоз собранных отходов и информационное сопровождение проекта. Этапы реализации проекта РСО в Филиале включали предварительную подготовку

(1 неделя), проведение мероприятия открытия (1 день), непосредственный сбор ТБО (2 недели), вывоз и подведение итогов (1 день). Участники проекта и их роль описаны в табл. 3.

Таблица 3

**Участники проекта РСО в Филиале МГУ в Севастополе
и их вклад в проект**

Участники	Роль	Наиболее активные участники
Преподаватели	Инициация проекта	Несколько преподавателей (экономисты, географы)
Студенты	Организационная группа проекта	Экономисты, географы, журналисты, управленцы
Руководство – и.о. директора, заместители директора	Административная и финансовая поддержка проекта	Заместитель директора по развитию
Инженерно-техническая служба	Техническая реализация проекта	Уборщицы, коменданты учебного корпуса и общежития
Сотрудники кафедр	Участие в сборе отходов	Специалисты по учебно-методической работе

Инициаторами проекта выступили преподаватели и активная группа студентов. Поддержка администрации Филиала заключалась в организации совещаний, привлечении лиц, ответственных за организацию обращения с ТБО, к участию в проекте. Инженерно-техническая служба Филиала, представленная инженерным отделом, комендантской службой и отделом уборки, участвовала на всех стадиях технической реализации. В рассматриваемом проекте основным звеном стали студенты и персонал инженерно-технической службы.

Подготовительный этап включал анализ существующей ситуации в сфере обращения с отходами в Филиале, определение необходимых для переработки фракций, разработку территориальной схемы размещения пунктов сбора и их технического оснащения (тип контейнеров, оформление и т.п.), определение уровня поддержки инициативы с помощью опроса студентов и сотрудников. Открытие проекта представляло собой торжественное мероприятие, целью которого было привлечь внимание студентов и сотрудников, мотивировать их к раздельному сбору отходов.

Этап сбора ТБО заключался в организации работы пунктов сбора на территории Филиала, складировании собранных отходов в подсобном помещении. Собираемыми фракциями стали пластиковые бутылки и макулатура. На заключительном этапе (вывоз ТБО и подведение итогов) собранные отходы взвесили, после чего вывезли и передали на переработку специализированной компании. По итогам акции на территории Филиала за 2 недели было собрано 310 кг макулатуры и около 1000 пластиковых бутылок.

После окончания пилотного проекта отдельный сбор пластиковых бутылок продолжили в студенческом общежитии, макулатуры – в учебном корпусе.

Сравнительная характеристика экспериментов по РСО в Москве и Севастополе представлена в табл. 4.

Таблица 4

**Сравнительная характеристика экспериментов по РСО
в Главном здании МГУ (Москва) и в Филиале МГУ в Севастополе**

Параметры	Эксперимент в Главном здании МГУ (Москва)	Филиал МГУ в Севастополе
Продолжительность	6 дней	15 дней
Параметры организации	Более 10 000 учащихся и посетителей	Около 1000 учащихся и сотрудников
Система	Контейнер для пластиковых бутылок	Три отдельных пластиковых контейнера
Снижение негативного эколого-экономического эффекта	Предотвращение вывоза на полигон около 3,5 т отдельно собранного ТБО	Предотвращение вывоза на полигон 310 кг макулатуры и около 1000 пластиковых бутылок
Полученный положительный эффект для экономики	Отходы пошли на производство новых материалов	Отходы пошли на производство новых материалов
Положительный эффект для развития университета	Улучшение имиджа	Улучшение имиджа; развитие корпоративного духа Филиала; развитие новых исследовательских проектов
Дополнительные возможности для развития «зеленой» экономики	Возможность внедрения РСО во всем МГУ на постоянной основе; успешный эксперимент по РСО заинтересовал другие вузы и организации	Начало междисциплинарного сотрудничества по теме устойчивого развития в Филиале; интерес со стороны руководства города и некоммерческих организаций; развитие нового направления – «Экологический патриотизм»

Проект РСО в Филиале МГУ имеет эколого-экономический эффект как для самого вуза, так и для региона. Определение величины предотвращенного экологического ущерба от складирования отходов [Временная методика определения..., 1999] проводится по формуле:

$$\text{Упр} = 270 \text{ млн руб./га} \times 0,00002 \text{ га} \times 1,9 \times 1 = 0,01026 \text{ млн руб.}, \\ \text{или } 10,26 \text{ тыс. руб.}$$

Норматив стоимости освоения новых земель изымаемых сельскохозяйственных угодий взят как средний для VI зоны РФ (Республика Адыгея, Краснодарский край) – 270 млн руб./га – в связи со схожестью почвенного покрова регионов. Коэффициент экологической ситуации и экологической значимости территории принят равным 1,9.

Объем макулатуры, если 1 м³ соответствует 800 кг/м³, составил $310 \text{ кг} / 800 \text{ кг/м}^3 = 0,39 \text{ м}^3$.

Объем собранных пластиковых бутылок составил

$$1000 \text{ шт.} \times 1,5 \text{ л} = 1500 \text{ л} = 1,5 \text{ м}^3.$$

Общий объем собранных отходов в итоге составил 1,89 м³. Средняя мощность толщи ТБО на городском полигоне – 9 м. Соответственно, 1,89 м³ собранных отходов заняли бы 0,2 м², или 0,00002 га площади полигона. Более того, Филиал МГУ может сэкономить 226,5 руб. на организации вывоза ТБО при стоимости вывоза 120 руб. за 1 м³.

В итоге, эколого-экономическая эффективность от реализации РСО в Филиале МГУ в Севастополе составляет примерно 10886,5 руб.

4. Выводы

Результаты проведенной работы позволяют сделать определенные выводы.

Во-первых, существуют актуальные задачи, связанные с формированием «зеленой» экономики в России, в частности в сфере переработки ТБО. Некоторые из этих задач, например по апробации технологий раздельного сбора отходов, можно решить на базе вузов. Во-вторых, нами был предложен новый подход – «Университет как модель «зеленой» экономики», при котором вуз может стать моделью для отработки технологий «зеленой» экономики в целях дальнейшего тиражирования. В-третьих, как показывает экологи-

экономический анализ проектов РСО в МГУ в Москве и Севастополе, кумулятивный эффект от внедрения «зеленых» технологий для перехода на принципы «зеленой» экономики в вузах необходимо рассчитывать на основе совокупности различных элементов, не все из которых могут быть оценены в количественном и тем более денежном выражении. В то же время именно качественные эффекты могут быть наиболее значимы для развития «зеленой» экономики, так как, например, те же эксперименты по РСО могут стать отправной точкой для развития других направлений «зеленой» экономики в вузах. Поэтому необходимы адекватные оценка и учет подобных экспериментов.

В заключение необходимо отметить, что, вероятно, имеет смысл рассмотреть возможности разработки более понятной и учитывающей специфику России версии «зеленой» экономики. За основу такой версии можно взять, например, концепцию биоэкономики, задачи по формированию которой также прописаны в государственных документах нашей страны.

Список литературы

1. *Амирханов А.М.* Результаты выполнения Росприроднадзором поручений Минприроды России по подготовке плана по реализации комплекса мер, направленных на предупреждение несанкционированного сброса ТБО на территории субъектов Российской Федерации: презентация // Федеральная служба по надзору в сфере природопользования: сайт. М., 2011. URL: <http://rpn.gov.ru/node/14> (дата обращения: 18.02.2015).
2. Анализ доклада «Обоснование выбора оптимального способа обезвреживания твердых бытовых отходов жилого фонда в городах России» // Гринпис России: сайт. 2012. URL: http://www.greenpeace.org/russia/Global/russia/report/toxics/Comments_Prirodnadzor.pdf (дата обращения: 20.08.2015).
3. *Бобылев С.Н., Захаров В.М.* «Зеленая» экономика и модернизация. Эколого-экономические основы устойчивого развития // Бюлл. Института устойчивого развития Общественной палаты РФ: электронная версия. 2012. № 60. URL: http://www.ecopolicy.ru/upload/File/Bulletins/B_60.pdf (дата обращения: 20.08.2015).
4. *Бондарчук Н.А., Понов С.М.* Эколого-экономическая оценка доутилизационной подготовки ТБО // Горный информационно-аналитический бюлл. (научно-технический журнал). 2006. № 10.
5. *Ветрова Т.П.* Эффективность утилизации твердых бытовых отходов: Автореф. дисс. ... канд. экон. наук. М., 2000.

6. Временная методика определения предотвращенного экологического ущерба, утв. Председателем Государственного комитета Российской Федерации по охране окружающей среды В.И. Даниловым-Данильяном 30 ноября 1999 г. // КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. М., 1999. Режим доступа: свободный. URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=EXP;n=278825> (дата обращения: 20.07.2015).
7. Временная типовая методика определения экономической эффективности осуществления природоохранных мероприятий и оценки экономического ущерба, причиняемого народному хозяйству загрязнением окружающей среды. 1983 // КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. М., 1983. Режим доступа: свободный. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_94300 (дата обращения: 20.07.2015).
8. Государственный доклад «О состоянии и об охране окружающей среды Российской Федерации в 2012 году» // Министерство природных ресурсов и экологии РФ: сайт. 2012. URL: <http://www.mnr.gov.ru/upload/iblock/a76/gosdoklad2011.pdf> (дата обращения: 12.08.2015).
9. *Киверин С.Ю.* Экономическая и технологическая эффективность утилизации и переработки твердых бытовых отходов (ТБО) в городе Москва // Бизнес в законе. Экономико-юридический журнал. 2011. № 1.
10. *Кирюшин П.* «Зеленая экономика»: возможности и ограничения для российского бизнеса // *Russie.Nei.Visions*. 2014. August. Vol. 79.
11. *Ларин В., Мнацаканян Р., Честин И., Шварц Е.* Охрана природы России: от Горбачева до Путина. М., 2003. URL: http://www.wwf.ru/pic/docdb/publ/okhrana_ot_i_do.pdf (дата обращения: 20.08.2015).
12. Морфологический состав и ресурсный потенциал ТБО // ООО «Евротех»: сайт. 2014. URL: http://eur-tech.ru/?page_id=168 (дата обращения: 31.08.2015).
13. Наше общее будущее: Докл. Международной комиссии по окружающей среде и развитию / Пер. с англ. / Под ред. и с посл. С.А. Евтеева и Р.А. Перелета. М., 1989.
14. Программа развития Московского университета до 2020 г. // Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова: сайт. М., 1997–2015. URL: <http://www.msu.ru/projects/pr2020/> (дата обращения: 31.08.2015).
15. *Сарафанова С.М.* Китай на пути к «зеленой» экономике // Анализ потенциала инновационного экологически устойчивого развития экономики региона (на примере Калининградской области): Коллективная монография / Под ред. П.А. Кирюшина и О.В. Кудрявцевой. М., 2013. URL: <http://www.econ.msu.ru/sys/raw.php?o=8969&p=attachment> (дата обращения: 30.08.2015).

16. *Шубов Л.Я., Борисова О.Н., Доронкина И.Г.* Технологии обращения с отходами: преимущества и недостатки, мифы и реалии // Твердые бытовые отходы. 2011. № 10 (64).
17. *Hoornweg D., Bhada-Tata P.* What a Waste: a Global Rev. of Solid Waste Management. Washington, 2012.
18. *Milios L.* Municipal Waste Management in the Netherlands. European Environmental Agency, 2013.
19. *Zilahy G. et al.* Roles of Academia in Regional Sustainability Initiatives: Outreach for a More Sustainable Future // J. of Cleaner Production. 2009. Vol. 17.

The List of References in Cyrillic Transliterated into Latin Alphabet

1. *Amirhanov A.M.* Rezul'taty vypolnenija Rosprirodnadzorom poruchenij Minprirody Rossii po podgotovke plana po realizacii kompleksa mer, napravlennyh na preduprezhdenie nesankcionirovannogo sbrosa TBO na territorii sub#ektov Rossijskoj Federacii: prezentacija, *Federal'naja sluzhba po nadzoru v sfere prirodnopol'zovanija: sajt*, M., 2011. URL: <http://rpn.gov.ru/node/14> (data obrashhenija: 18.02.2015).
2. Analiz doklada «Obosnovanie vybora optimal'nogo sposoba obezvezhivaniya tverdyh bytovyh othodov zhilogo fonda v gorodah Rossii», *Grinpis Rossii: sajt*, 2012. URL: http://www.greenpeace.org/russia/Global/russia/report/toxics/Comments_Prirodnadzor.pdf (data obrashhenija: 20.08.2015).
3. *Bobylev S.N., Zaharov V.M.* «Zelenaja» jekonomika i modernizacija. Jekologo-jekonomicheskie osnovy ustojchivogo razvitija, *Bjull. Instituta ustojchivogo razvitija Obshhestvennoj palaty RF: jelektronnaja versija*, 2012, № 60. URL: http://www.ecopolicy.ru/upload/File/Bulletins/B_60.pdf (data obrashhenija: 20.08.2015).
4. *Bondarchuk N.A., Popov S.M.* Jekologo-jekonomicheskaja ocenka do-utilizacionnoj podgotovki TBO, *Gornyj informacionno-analiticheskij bjull. (nauchno-tehnicheskij zhurnal)*, 2006, N 10.
5. *Vetrova T.P.* Jefferktivnost' utilizacii tverdyh bytovyh othodov: Avtoref. diss. ... kand. jekon. Nauk, M, 2000.
6. Vremennaja metodika opredelenija predotvrashhennogo jekologicheskogo ushherba, utv. Predsedatelem Gosudarstvennogo komiteta Rossijskoj Federacii po ohrane okruzhajushhejsredy V.I. Danilovym-Danil'janom 30 nojabrja 1999 g., *Konsul'tantPljus [Jelektronnyj resurs]*, M, 1999. Rezhim dostupa: svobodnyj. URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=EXP;n=278825> (data obrashhenija: 20.07.2015).
7. Vremennaja tipovaja metodika opredelenija jekonomicheskogo jefferktivnosti osushhestvlenija prirodoohrannyh meroprijatij i ocenki jekonomicheskogo ushherba, prichinjaemogo narodnomu hozjajstvu

- zagrzajzneniem okružhajushhej srede. 1983, *Konsul'tantPljus [Jelektronnyj resurs]*, M, 1983. Rezhim dostupa: svobodnyj. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_94300 (data obrashhenija: 20.07.2015).
8. Gosudarstvennyj doklad «O sostojanii i ob ohrane okružhajushhej srede Rossijskoj Federacii v 2012 godu», *Ministerstvo prirodnyh resursov i jekologii RF: sajt*, 2012. URL: <http://www.mnr.gov.ru/upload/iblock/a76/gosdoklad2011.pdf> (data obrashhenija: 12.08.2015).
 9. *Kiverin S.Ju.* Jekonomicheskaja i tehnologicheskaja jeffektivnost' utilizacii i pererabotki tverdyh bytovyh othodov (TBO) v gorode Moskva, *Biznes v zakone, Jekonomiko-juridicheskij zhurnal*, 2011, N 1.
 10. *Kirjushin P.* «Zelenaja jekonomika»: vozmozhnosti i ogranichenija dlja rossijskogo biznesa, *Russie.Nei.Visions*, 2014, August, Vol. 79.
 11. *Larin V., Mnacakanjan R., Chestin I., Shvare E.* Ohrana prirody Rossii: ot Gorbacheva do Putina, M, 2003. URL: http://www.wwf.ru/pic/docdb/publ/okhrana_ot_i_do.pdf (data obrashhenija: 20.08.2015).
 12. Morfologicheskij sostav i resursnyj potencial TBO, *OOO «Evroteh»: sajt*, 2014. URL: http://eur-tech.ru/?page_id=168 (data obrashhenija: 31.08.2015).
 13. Nashe obshee budushhee: Dokl. Mezhdunarodnoj komissii po okružhajushhej srede i razvitiju, Per. s angl., Pod red. i s posl. S.A. Evteeva i R.A. Pereleta, M, 1989.
 14. Programma razvitija Moskovskogo universiteta do 2020 g., *Moskovskij gosudarstvennyj universitet imeni M.V. Lomonosova: sajt*, M, 1997–2015. URL: <http://www.msu.ru/projects/pr2020/> (data obrashhenija: 31.08.2015).
 15. *Sarafanova S.M.* Kitaj na puti k «zelenoj» jekonomike, *Analiz potenciala innovacionnogo jekologicheski ustojchivogo razvitija jekonomiki regiona (na primere Kaliningradskoj oblasti): Kollektivnaja monografija*, Pod red. P.A. Kirjushina i O.V. Kudrjavcevoj, M, 2013. URL: <http://www.econ.msu.ru/sys/raw.php?o=8969&p=attachment> (data obrashhenija: 30.08.2015).
 16. *Shubov L.Ja., Borisova O.N., Doronkina I.G.* Tehnologii obrashhenija s othodami: preimushhestva i nedostatki, mify i realii, *Tverdye bytovye othody*, 2011, N 10 (64).

СОЦИАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА

Р.П. Колосова¹,

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

Т.А. Медведева², Сибирский государственный университет
путей сообщения (Новосибирск)

СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ В СЕТЕВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Под влиянием глобализации и информатизации экономические системы меняют свой организационный код с иерархического на сетевой. Данный процесс выражается в развитии горизонтальных предприятий, осуществляющих свою деятельность посредством интернет-технологий на основе интерактивных информационных взаимодействий между множеством распределенных агентов. Это, в свою очередь, закладывает основы новой модели и, соответственно, новой теории и практики социально-трудовых отношений. Участники социально-трудовых отношений поставлены в условия, когда они вынуждены осваивать сетевые принципы организации, представлять и защищать свои интересы в новой экономике. Указанный новый аспект теории экономики труда и рассматривается в данной статье.

Статья имеет поисковый характер, в ней выявляются и классифицируются направления влияния сетевой экономики на социально-трудовые отношения; рассматриваются организационные основы и принципы социально-трудовых отношений в этих условиях; анализируются проблемы развития сетевых социально-трудовых отношений в России.

Ключевые слова: сетевая экономика; сетевизация социально-трудовых отношений; самоорганизация.

¹ Колосова Рюрика Пантелеймоновна, д.э.н., профессор, зав. кафедрой «Экономика труда и персонала»; Email: rio-kolosova@yandex.ru/

² Медведева Татьяна Алексеевна, к.э.н., доцент кафедры «Мировая экономика и туризм» Сибирского государственного университета путей сообщения; Email: tmedvedeva@mail.ru

R.P. Kolosova,
Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia)

T.A. Medvedeva,
Siberian Transport University (Novosibirsk, Russia)

SOCIAL AND LABOR RELATIONS IN NETWORKED ECONOMY

Under the influence of globalization and computerization of the economy, organizations are changing their structures from hierarchies to networks, resulting in the development of horizontal enterprises that operate through internet technology with multiple distributed agents. This change is bringing about a new model of social and labor relations. The participants of social and labor relations put in conditions where they are forced to learn the principles of network organization and the opportunities to represent and defense of their interests in the new economy.

Article is exploratory in nature, considering the direction of the influence networked economy on social and labor relations; identifies organizational foundations and principles of social and labor relations in networked economy; reviews the opportunities for development of the network of social and labor relations in Russia.

Key words: networked economy; networked social and labor relations; self-organization.

Влияние сетевизации экономики на социально-трудовые отношения

С начала 1990-х гг. многие ученые заговорили о становлении сетевой экономики, используя именно этот термин с целью подчеркнуть тот факт, что основное качество экономики информационного общества – организация процесса производства в сети, а не то, что в ней применяются новейшие технологии. Для становления сетевой экономики характерна одновременная трансформация экономики, труда и занятости, социально-трудовых отношений, культуры, политики, государственных институтов и в конечном счете пространства и времени. Причинами таких изменений, как отмечают М. Кастельс и Э. Киселева, являются три независимых друг от друга процесса:

- информационно-технологическая революция 1970-х гг.;
- культурные и социальные движения 1960–70-х гг.;

- кризис, приведший к перестройке двух социально-экономических систем – капитализма и этатизма [Кастельс, Киселева, 2000, с. 24].

На волне указанных трех процессов и возникла сетевая экономика.

«Сетевая экономика – данным термином принято называть состояние экономики, которое возникает, когда инфраструктура, обслуживающая функционирование экономики некоторой страны или группы стран, основывается на использовании интернет-технологий, – пишет С. Паринов. – При этом меняет свои свойства как экономическая система в целом, так и ее отдельные элементы (возникают сетевые организации и механизм координации, происходят изменения в рыночных институтах и др.)» [Паринов, 2002, с. 13].

Становление новых социально-трудовых отношений в условиях сетевизации экономики – явление сложное и неоднозначное, поэтому многие исследователи выказывают серьезную озабоченность судьбой труда и социально-трудовых отношений. Информатизация и сетевизация экономики, быстрое распространение знаний, формирование универсальной взаимозависимости, глобализация экономики – все это привело к тому, что капитал получил возможность приложения по всему миру, труд же чаще всего оказывается привязанным к месту. Многие исследования констатируют факт ухудшения положения работников. Наблюдается атомизация индивидуумов, индивидуализация труда, эрозия социального капитала. Сложившиеся в эпоху индустриальной экономики формы организации работников разрушаются, тем самым нарушаются принципы равенства возможностей всех основных участников социально-трудовых отношений представлять и защищать свои интересы. По словам М. Кастельса, общество в очередной раз раскололось на побежденных и победителей. «Никогда труд не играл столь значимой роли в процессе создания стоимости. Но никогда рабочие (безотносительно к их квалификации) не были более уязвимы для организации, ибо они стали “подтянутыми” индивидами, которые отданы на откуп гибкой сети и местоположение которых в этой сети неизвестно ей самой» [Кастельс, 2000].

Являемся ли мы участниками и свидетелями тектонических изменений в мировой экономике, в разломах которой исчезнут такие понятия и явления, как «производственная демократия», «социальное партнерство», «социальная справедливость», «трудовые права»? Действительно ли ситуация так критична? И есть ли из нее выход?

Если обобщить мнения ученых, занимающихся этой проблематикой, то общий смысл будет следующим:

- прямого следствия между сетевизацией экономики и ростом безработицы не наблюдается. На уровне предприятия сетевизация экономики в результате внедрения информационных технологий в производственный процесс действительно ведет к сокращению рабочих мест. Однако на макроуровне она способствует их созданию;
- каким будет итог от сетевизации экономики и применения высоких технологий для социально-трудовых отношений в той или иной стране, зависит от социокультурного контекста. Как правило, технологическая инновация усиливает уже сложившиеся практики социально-трудовых отношений, выступая при этом только инструментом;
- мы живем в эпоху тектонических изменений в экономике и обществе, в эпоху реструктуризации отношений между трудом и капиталом «с помощью мощных инструментов, предоставляемых новыми информационными технологиями и новой организационной формой — сетевым предприятием» [Кастельс, 2000, с. 43]. И этот процесс еще не завершился. Однако, как пишет М. Кастельс, ухудшение положения работников не предопределено «информациональной парадигмой».

Нам же представляется, что то, какими будут социально-трудовые отношения, зависит не только от работодателей, но и от работников, от их способности использовать преимущества новой организационной формы — сетевого предприятия, и, в конечном итоге, от их способности к социальному научению и самоорганизации.

Новые формы организации труда и усложнение социально-трудовых отношений

Новые формы организации труда и социально-трудовых отношений обладают рядом преимуществ, которые, в частности, наблюдаются при работе в команде: образуется группа единомышленников, уменьшается количество разногласий, повышается эффективность распределения функций, учитываются все мнения, обмен которыми происходит быстро и свободно, выкристаллизовывается формулировка задач, вырабатывается критерий важности для оценки задач, что позволяет классифицировать их по степени важности и очередности выполнения [Николаева, 2001, с. 90–91].

Однако не все исследователи склонны видеть только положительное в новых формах организации труда. Некоторые настроены крайне скептически даже по отношению к возможностям переобучения и гибкой специализации, к автономности труда и работника. Многие говорят об изоляции работника по отношению к своим коллегам и работодателю, уменьшении значимости коллективного договора, индивидуализации трудовых отношений, переливе рабочей силы из одной страны в другую, повышении контроля над работником, невозможности четко разделить дом и работу (на этой почве могут быть семейные конфликты), ощущать стимулирующее влияние команды, чувствовать синергетический эффект от совместной работы, получать оценку своего труда от коллег, иметь живое общение. Все это ведет к демотивации трудовой деятельности. Исследователи подчеркивают также невысокий статус надомной работы в современном обществе, отмечают, что одновременно с процессом распыления рабочих мест и децентрализации экономики происходит концентрация политической власти [Белова, Стриженко, 2007; Колосова и др., 2006; Колосова и др., 2008].

В целом информатизация и сетевизация экономики сильно видоизменяют и усложняют структуру социально-трудовых отношений. Эффективные партнерства и взаимодействия становятся неотъемлемым и все более существенным по своему значению условием удовлетворения потребностей участников социально-трудовых отношений. Возрастают гибкость и подвижность связей в сфере труда и социально-трудовых отношений. Варьируются их интенсивность и продолжительность, обеспечивается постоянная открытость организации социально-трудовых отношений для установления контактов с новыми партнерами. Отсюда вытекает непрерывная эволюция структуры взаимосвязей, которая означает саморазвитие или самоорганизацию системы социально-трудовых отношений. Принцип стабильности, долговременности отношений вступает в силу только в тех случаях, когда такие отношения проходят своеобразный тест на эффективность, когда бесспорно их преимущество перед имеющимися альтернативными вариантами социально-трудовых связей. Установление тех или иных связей в сфере труда и социально-трудовых отношений все чаще обуславливается экономической целесообразностью. При этом отходит на задний план мотив принадлежности к какой-либо корпорации, организации, группе, частично размываются сложившиеся в экономике вертикальные структуры и т.д. Указанные структуры становятся частью более широких систем взаимосвязей, а сложившиеся в их рамках

социально-трудовые отношения развиваются в тех случаях, когда оказываются эффективнее альтернативных вариантов. Иерархические отношения подчинения вытесняются разнообразными горизонтальными взаимодействиями.

Как в таких условиях должна развиваться практика представления и защиты интересов работника? Каковы возможные варианты? Поскольку подобная практика еще не сложилась, можно только предположить следующее:

- в условиях сетевизации экономики работник может являться членом нескольких профсоюзов (в зависимости от видов деятельности) и обращаться за помощью в конкретный профсоюз, когда у него возникают проблемы на конкретном месте работы;
- в сетевой экономике возможна коммерциализация деятельности по представительству интересов работника. Тогда он может, например, заключать индивидуальный договор с организацией, которая будет сопровождать его профессиональную деятельность, т.е. защищать его интересы в случае возникновения конфликта с любым из его работодателей, осуществлять правовое консультирование, обеспечивать информацией о возможностях профессионального развития и т.д. В такой ситуации серьезно меняются функции профсоюзов;
- работник может быть членом сетевого профессионального сообщества (и не одного), участие в котором будет способствовать его профессиональному развитию через получение необходимой информации о конференциях, грантах, проектах, участие в профессиональных дискуссиях, получение консультаций от более опытных коллег, что, в свою очередь, будет способствовать развитию сети его международных контактов, и т.д. Более того, профессиональное сообщество или ассоциация могут создаваться для представления своих профессиональных интересов, их продвижения в обществе, а также совместной защиты своих профессиональных и социально-трудовых прав;
- в дополнение к реальному работник может иметь и виртуальное место работы. Специальных законов и нормативных документов, регулирующих деятельность такого рода, на сегодняшний день нет. Однако есть Конвенция МОТ № 177 и Рекомендации МОТ № 184 «О надомном труде», в которых говорится о равенстве прав надомных и наемных работников,

о защите надомных работников от дискриминации в области труда и занятости, безопасности и гигиены труда и т.д.

В каждом из этих случаев работник, с одной стороны, реализует свои индивидуальные цели и задачи, но, с другой стороны, его интересы каждый раз являются частным случаем коллективных интересов его коллег. Вступает в действие совершенно другой механизм координации интересов: коллаборация как высшая форма кооперации. Коллаборация – это «процесс формальных и неформальных согласований между автономными акторами, в ходе которого создаются совместные правила и структуры, регулирующие взаимодействия и способы деятельности участников, или решаются объединяющие их задачи; причем эти нормы и правила разделяются всеми участниками, принося им взаимные выигрыши» [Катуков и др., 2012, с. 15]. Участники социально-трудовых отношений в интенсивном интерактивном общении вырабатывают общее видение перспектив развития, решают актуальные задачи. Таким образом, сетевые социально-трудовые отношения – это коммуникации между участниками социально-трудовых отношений, выражающиеся во взаимном координировании поведения на основе обмена информацией и ее понимания, а также в формировании общих смыслов их взаимодействия, направленных на достижение индивидуальных и коллективных целей в социально-трудовой жизни [Медведева, 2014, с. 35–41].

Организационные основы и принципы социально-трудовых отношений в условиях сетевизации экономики

Самоорганизация социально-трудовых отношений может осуществляться на разной основе вслед за новыми формами организации предприятий.

Первая основа – организация предприятий по географическому принципу, которая обусловлена их удобным расположением по отношению друг к другу, ведет к формированию определенной общности и более частым контактам. Речь идет о кластерах и промышленных округах. Индустриальный кластер (регионально связанная совокупность промышленных, сервисных, финансовых, естественных и коммуникационных структур) [Белова, Стриженко, 2007, с. 175] – это главная организационная форма сетевой экономики. Как показывает опыт Скандинавских стран, организация социально-трудовых отношений на уровне кластера или промышленного

округа может осуществляться как часть модели четверной спирали [Катуков и др., 2012, с. 31–36]. В этом случае профсоюзы могут выступать четвертым участником модели «государство (в лице местной власти) – наука – бизнес», а могут – институтом коллаборации (американский опыт) (рисунок). «Коллаборация – интерактивные сетевые взаимодействия между самоуправляемыми сетевыми системами, построенными на горизонтальных связях и непрерывных согласованиях» [Катуков и др., 2012]. Принципиально то, что цели системы социально-трудовых отношений, кластера и социально-экономические цели общества должны быть согласованы.



Профсоюзы в кластерной сети (на основе [Смородинская, 2012]).

Второй основой для новой формы социально-трудовых отношений является организация предприятий по вертикали цепочки производителей продукта. С нашей точки зрения, здесь может работать классический профсоюз, объединяющий работников данной производственной цепочки, либо ряд профсоюзов предприятий этой цепочки.

Организация горизонтальных сетевых предприятий на базе схожести видов деятельности ведет к расширению рамок таких образований, которые могут распространяться за пределы границ предприятий и национальных государств. Здесь возможны самые разные формы коллаборации.

Объединение работников может происходить и по принципу принадлежности к определенной профессии (профессиональные сообщества, практические сообщества), и на основе общих интересов (например женский профсоюз в Японии).

Представляется, что для того, чтобы формирование и функционирование сетевых социально-трудовых отношений было эффективным, должны соблюдаться следующие принципы:

- 1) заинтересованность каждого участника в данном сотрудничестве;
- 2) самостоятельность участников социально-трудовых отношений;
- 3) возможность получения синергетического эффекта от взаимодействия в сети, выраженного в инновационных решениях социально-трудовых проблем;
- 4) возможность координации действий и более эффективного регулирования отношений с внешней средой для решения социально-трудовых проблем;
- 5) использование возможностей сети для саморегулирования ее деятельности.

Социально-трудовые отношения в сети, как и отношения в сетевых организациях в целом, основываются на кооперации и конкуренции между их участниками. Кооперация направлена на скрепление отношений внутри сети, это центростремительные силы, а конкуренция – на разрушение сети, это центробежные силы. Когда в сети присутствуют конкурентно-кооперативные отношения, сеть получает возможность развиваться. В зависимости от того, что преобладает – кооперация или конкуренция, сеть либо развивается, либо саморазрушается.

Кооперация (сотрудничество) участников сетевых социально-трудовых отношений устанавливается на основе общих ценностей и целей. Конкуренция возникает из-за желания реализовать свои собственные, индивидуальные цели. Каждый участник сети социально-трудовых отношений вынужден постоянно поддерживать и обновлять свой имидж перед потенциальными партнерами, учитывать потребности развития партнеров, всей сети в целом, т.е. все время выдерживать баланс между собственными интересами и интересами развития сети партнерств. Это, в свою очередь, существенно преобразует целевую функцию организации социально-трудовых отношений, сильно видоизменяет мотивы их участников, которыми они руководствуется в своей деятельности. Сетевая организация социально-трудовых отношений обеспечивает синтез самостоятельности работников и их взаимозависимости, сотрудничества в решении общих задач. Развитие сетевой организации взаимодействия субъектов социально-трудовых отношений неразрывно связано с процессами осмысления ими своих интересов, целей, мотивов.

вазии, способов отстаивания этих интересов, совершенствования институциональной структуры.

Возможности и проблемы развития сетевой экономики и сетевых социально-трудовых отношений в России

Как подчеркивают многие исследователи, сетевые принципы организации имеют универсальный характер. Признавая верность этого вывода в целом, хотелось бы обратить внимание на то, что формы реализации данного принципа различны и зависят от социокультурной среды, традиций в сфере труда и социально-трудовых отношений, организации хозяйственной жизни.

Если говорить более конкретно о России, то, к сожалению, здесь существуют сильные традиции авторитаризма и вертикальных организаций. Авторитарный, репрессивный стиль управления является результатом долгой социально-экономической истории России и сложившихся традиций в социально-трудовых отношениях. Последние три века в нашей стране проводились перманентные реформы и социально-экономические эксперименты «сверху» в целях организации «ленивых» людей в новую систему социально-трудовых отношений. И царизм, и советский режим нуждались в хорошо подготовленной и дисциплинированной рабочей силе, которая должна была много трудиться, производя большое количество продукции, иметь скромные запросы и невысокую оплату своего труда. Советский Союз использовал развитые технологии производства и способы организации труда и таким образом вынужден был комбинировать индивидуальную инициативу и ответственность работника со старыми методами поддержания трудовой дисциплины. Советская система организации труда и социально-трудовых отношений содержала в себе как старые, так и новые методы. Такая сложная социально-экономическая история не способствовала быстрому развитию сетевых структур социально-трудовых отношений в стране.

Исследователь сетевой экономики В. Чекмарев пишет, что «кирпичиком» иерархической структуры является институт, сетевой – личность [Чекмарев, 2002, с. 42]. Ученые В. Аузан и Д. Африн отмечают следующее: если «институт основан на централизации, вертикальной субординации, штатном расписании и постановке формальных целей, то сетевая организация – на относительной автономии частей, аутсорсинге и распределении рисков. Сетевые сообщества формируются из личностей, которые несут собственное

концептуальное целеполагание, создавая под свои проекты временные виртуальные организации. Если выдвинутая идея содержит вызов, то заразившиеся ею люди собираются в своего рода кластеры. Даже если один кластер сети разрушен, остальные могут продолжать функционировать» [Аузан, Африн, 2001, с. 88]. В России же традиционное использование авторитарного стиля управления вело к подавлению личности, инициативы сотрудников, не поощрялось вовлечение работников в управленческие процессы (либо это делалось на условиях, выдвигаемых руководством), самоорганизация работников.

Наиболее зрелым рынком в России в настоящее время является рынок информационных технологий, которого в советское время просто не было. Этот рынок не имеет проблем с так называемым советским менталитетом. До недавнего времени для России были характерны самые высокие в мире ежегодные темпы роста ИКТ-сектора (25–30% в год в течение 2000–2008 гг.) и ИТ-рынка (в среднем 20% в год в 2001–2008 гг.) [Дятлов, Селищева, 2009, с. 121]. Абсолютный объем российского ИТ-сектора имел устойчивую динамику роста и составлял 1,7% ВВП до 2008 г. (в Индии – 3,3%, в Китае – 5,1%, в США – 5,3%) [Шляхтина, 2009]. Однако мировой кризис 2008 г. ухудшил картину развития рынка ИТ и в мире, и в России. Так, по словам директора IDC (Россия и СНГ) Т. Фарушина, в 2012 г. объем рынка ИТ вырос всего на 3,9%, в 2013 г. – на 7% (до 34,8 млрд долл.), что выше, чем в кризисные годы, но ниже, чем в последние десятилетия. В период с 2013 по 2017 г. ИТ-расходы будут расти в среднем на 6%, и к 2017 г. объем рынка достигнет 46,7 млрд долл. [Digit обзор, 2013; Финмаркет, 1991–2015]. На фоне других стран, например стран Восточной Европы, рынок развивается неплохо.

Однако следует отметить, что простое наращивание количества компьютерной техники не приведет к повышению эффективности производственного процесса, более того, может способствовать его хаотизации. И причина этого заключается в отставании бизнеса от возможностей новых технологий. Информационное общество отличается от индустриального в большей степени не технологическими, а социальными инновациями (экономическими, организационно-управленческими и правовыми). Сюда же относятся и инновации в сфере социально-трудовых отношений. Технические инновации недостаточны, необходимо производить инновации стратегий, процессов и моделей бизнеса.

Выводы

Развивающиеся процессы сетевизации экономики ведут к радикальным изменениям в сфере труда и социально-трудовых отношений. Коротко влияние сетевизации экономики на социально-трудовые отношения описано ниже.

- Изменившийся организационный код экономических систем с иерархического на сетевой требует аналогичного изменения организационных принципов системы социально-трудовых отношений новой экономики, в том числе организаций, представляющих интересы и защищающих социально-трудовые права работников.
- Развитие новой экономической системы во многих странах сопровождается ухудшением положения работников, но как показывают исследования, это результат текущей перестройки отношений между трудом и капиталом в условиях информатизации и сетевизации экономики.
- Растет взаимозависимость работника и работодателя. Зависимость работодателя от работника повышается потому, что новые технологии нуждаются в автономном и образованном работнике, в слаженной командной работе, в социально-трудовых отношениях сотрудничества. Без этого они не могут проявить весь свой потенциал.
- Возникает тенденция формирования ядра немногочисленных высококвалифицированных хорошо оплачиваемых работников, так называемых работников, обладающих знаниями (knowledge workers).
- Информатизация и сетевизация экономики создают возможности для улучшения условий труда и повышения его производительности. Однако эти возможности не используются менеджментом, заинтересованным в появившихся шансах резкого снижения издержек производства и увлеченным наращиванием краткосрочных прибылей.
- Повышается роль самоорганизации работников, первостепенное значение получают процессы социального научения как механизма адаптации работников и развития социально-трудовых отношений в новых условиях.
- Влияние сетевизации экономики и высоких технологий на проблемы труда и социально-трудовых отношений проявляется по-разному в разных странах. Основной причиной этого является различный социокультурный контекст

применения технологической инновации, которая выступит лишь инструментом для усиления сложившихся традиций и практик на рынке труда.

- В эпоху становления сетевой экономики, развития соответствующих ей социально-трудовых отношений, усиливающейся нестабильности системы социально-трудовых отношений, неустойчивости занятости и других негативных явлений, сопровождающих развитие новой экономической системы, значение социально-культурных ценностей возрастает, поскольку они играют стабилизирующую роль в процессе перемен.
- Меняются традиционные форматы социально-трудовых отношений: происходит постепенный переход от полного рабочего дня к частичной занятости; от четко очерченных профессиональных должностей и обязанностей к размытому содержанию профессиональной позиции; приобретает неопределенность понятие карьерной лестницы и способов продвижения по ней.
- Формат отношений купли-продажи рабочей силы, наемного труда становится неэффективным, так как не отражает существующие реалии. Развиваются отношения соучастия.
- Возрастает роль кооперативных форм организации труда и социально-трудовых отношений.
- В занятость вовлекаются те группы населения, которые раньше не могли участвовать в процессе труда, например инвалиды.
- Сетевизация экономики ведет к растущей социализации трудовых отношений, выражающейся в увеличении роли общества в регулировании социально-трудовых отношений и значимости социального диалога, в переходе от двусторонности и трехсторонности отношений в сфере труда к многосторонности.
- Намечаются изменения в сфере представления и защиты интересов и социально-трудовых прав работников. Идет формирование организаций работников, действующих на национальном уровне (объединения глобальных профсоюзов, альянсы профсоюзов из разных стран, европейские отраслевые федерации и т.д.), расширение функций профессиональных союзов, создание новых организаций, защищающих права работников, расширение числа участников социально-трудовых отношений (организации гражданского общества,

трипартизм-плюс и т.д.), коммерциализация услуг по защите интересов работников (например по лоббированию их интересов или проектированию оптимального формата социально-трудовых отношений для реализации определенного проекта).

Список литературы

1. *Аузан В., Африн Д.* Технологии против сетей // Эксперт. 2001. № 38.
2. *Белова Л.Г., Стриженко А.А.* Информационное общество: трансформация экономических отношений в мировой экономике: Монография. Барнаул, 2007.
3. *Дятлов С.А., Селищева Т.А.* Регулирование экономики в условиях перехода к инновационному развитию: Монография. СПб., 2009.
4. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура, М., 2000.
5. *Кастельс М., Киселева Э.* Россия и сетевое общество. Аналитическое исследование // Мир России. 2000. Т. IX. № 1.
6. *Катуков Д.Д., Малыгин В.Е., Смородинская Н.В.* Институциональная среда глобализированной экономики: развитие сетевых взаимодействий: Науч. докл. под ред. Н.В. Смородинской. М., 2012.
7. *Колосова Р.П., Разумова Т.О., Луданик М.В.* Формы занятости населения в инновационной экономике: Учеб. пособие. М., 2008.
8. *Колосова Р.П., Василюк Т.Н., Луданик М.В.* Дистанционная занятость в России. М., 2006.
9. *Медведева Т.А.* Расширенный системный подход: сетевая организация социально-трудовых отношений // Инновационная деятельность. 2014. № 1.
10. *Николаева Т.П.* Основы информационной экономики. СПб., 2001.
11. *Паринов С.* К теории сетевой экономики. Новосибирск, 2002.
12. *Смородинская Н.В.* Смена парадигмы мирового развития и становление мировой экономики // Экономическая социология. 2012. Т. 13. № 4.
13. Финмаркет: сайт. 1991–2015. URL: <http://www.finmarket.ru/news/3258408/> (дата обращения: 02.09.2014).
14. *Чекмарев В.В.* Экономическое пространство и его сотово-сетевая организация. Кострома, 2002.
15. *Шляхтина С.* Рынок информационных технологий 2007–2008: цифры, тенденции, прогнозы // САПР и Графика: сайт журнала. 2015. URL: <http://www.sapr.ru/article.aspx?id=18522&iid=858> (дата обращения: 02.09.2014).
16. Digit обзор. URL: <http://www.digit.ru/business/20131021/407026118.html> (дата обращения: 02.09.2014).

The List of References in Cyrillic Transliterated into Latin Alphabet

1. *Auzan V., Afrin D.* Tehnologii protiv setej, *Jekspert*, 2001, N 38.
2. *Belova L.G., Strizhenko A.A.* Informacionnoe obshhestvo: transformacija jekonomiceskikh odnoszenij v mirovoj jekonomike: Monografija, Barnaul, 2007.
3. *Djatlov S.A., Selishheva T.A.* Regulirovanie jekonomiki v uslovijah perehoda k innovacionnomu razvitiju: Monografija, SPb., 2009.
4. *Kastel's M.* Informacionnaja jepoha: jekonomika, obshhestvo i kul'tura, M, 2000.
5. *Kastel's M., Kiseleva Je.* Rossija i setevoe obshhestvo. Analiticheskoe issledovanie, Mir Rossii, 2000, T. IX, N 1.
6. *Katukov D.D., Malygin V.E., Smorodinskaja N.V.* Institucional'naja sreda globalizirovannoj jekonomiki: razvitie setevyh vzaimodejstvij: Nauch. dokl. pod red. N.V. Smorodinskoj, M, 2012.
7. *Kolosova R.P., Razumova T.O., Ludanik M.V.* Formy zanjatosti naselenija v innovacionnoj jekonomike: Ucheb. posobie, M, 2008.
8. *Kolosova R.P., Vasiljuk T.N., Ludanik M.V.* Distancionnaja zanjatost' v Rossii, M, 2006.
9. *Medvedeva T.A.* Rasshirenyj sistemnyj podhod: setevaja organizacija social'no-trudovyh odnoszenij, *Innovacionnaja dejatel'nost'*, 2014, N 1.
10. *Nikolaeva T.P.* Osnovy informacionnoj jekonomiki, SPb, 2001.
11. *Parinov S.* K teorii setевой jekonomiki, Novosibirsk, 2002.
12. *Smorodinskaja N.V.* Smena paradigmy mirovogo razvitija i stanovlenie mirovoj jekonomiki, *Jekonomiceskaja sociologija*, 2012, T. 13, N 4.
13. Finmarket: sajt, 1991–2015. URL: <http://www.finmarket.ru/news/3258408/> (data obrashhenija: 02.09.2014).
14. *Chekmarev V.V.* Jekonomiceskoe prostranstvo i ego sotovo-setevaja organizacija, Kostroma, 2002.
15. *Shljahtina S.* Rynok informacionnyh tehnologij 2007–2008: cifry, tendencii, prognozy, *SAPR i Grafika: sajt zhurnala*, 2015. URL: <http://www.sapr.ru/article.aspx?id=18522&iid=858> (data obrashhenija: 02.09.2014).
16. Digit obzor. URL: <http://www.digit.ru/business/20131021/407026118.html> (data obrashhenija: 02.09.2014).

ФИНАНСОВАЯ ЭКОНОМИКА

Е.А. Мусихина¹,

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

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ПРОЦЕССА ПЕРВОНАЧАЛЬНОГО РАЗМЕЩЕНИЯ АКЦИЙ НА КРУПНЕЙШИХ БИРЖАХ МИРА В 2001—2012 гг.

В статье исследуется активность проведения первоначального размещения акций на крупнейших биржах мира в 2001—2012 гг.

В работе выявлены основные тенденции процесса первоначального размещения акций на крупнейших биржах мира в XXI в. Для этого были поставлены и решены следующие задачи: анализ мировых и региональных биржевых центров сосредоточения IPO-активности и причин лидерства бирж различных стран и регионов в разные периоды времени.

Также был собран и проанализирован статистический и фактологический материал из ежегодных отчетов компании PricewaterhouseCoopers «IPO Watch Europe» за 2001—2012 гг. Полученные временные ряды позволили проследить изменение активности проведения IPO на различных биржах мира по двум показателям: количеству IPO и суммарному объему капитала, привлекаемого на данных биржах.

В результате проведенной работы было установлено, что в исследуемый период наиболее активно процесс проведения IPO проходил на биржах Европы, США и Большого Китая. Важной новой тенденцией стало смещение мировой активности по проведению размещений в сторону азиатских бирж. Высокая IPO-активность отмечалась на биржах стран с развивающимися рынками. Биржи Бразилии, Саудовской Аравии, Польши демонстрировали самые высокие показатели размещений в этой группе и могут претендовать на роль новых региональных центров биржевой IPO-активности в будущем. Исторические лидеры для сохранения и увеличения своих показателей активности проведения размещений вынуждены прибегать к биржевой консолидации с помощью слияний и поглощений.

Ключевые слова: первоначальное размещение акций, фондовая биржа, активность по проведению размещений.

¹ Мусихина Екатерина Александровна, магистр экономики, аспирант кафедры мировой экономики экономического ф-та; e-mail: emusihina@rambler.ru

E.A. Musikhina,
Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia)

THE MAIL TRENDS IN INITIAL PUBLIC OFFERINGS' PROCESS AT THE WORLD LARGEST STOCK EXCHANGES IN 2001–2012

This article is investigating the initial public offerings (IPO) activity at world's largest stock exchanges in 2001–2012.

The main goal of the article is to determine the main trends of the IPO process at the world largest Stock Exchanges in 2001–2012. To achieve this goal the author examines world and regional exchange centers of IPO-activity concentration and identifies the factors determining the leading position of particular stock exchanges in various countries and regions in different periods of time.

The author collects and analyses data from annual «IPO Watch Europe» reports provided by PwC Company in 2001–2012. The obtained time-series gives the opportunity to examine the variations of IPO-activity at different world Stock Exchanges along two dimensions: the overall volume and value of IPO deals at various Stock Exchanges.

The analysis proves that the IPO-activity was mostly concentrated at European, US and the Greater China stock exchanges during the period under consideration. The study reveals the shift of the world IPO-activity to Asian equity markets, with high IPO-activity indicators reported in emerging market economies. Brazilian, Saudi Arabian, Polish stock exchanges demonstrate the highest offerings indicators in this group. Thus, they are expected to become the new regional centers of IPO-activity in future. In order to maintain or increase the current IPO-activity indicators ex-leaders had to resort to the consolidation of existing facilities through M&A processes.

Key words: initial public offering (IPO), Stock Exchange, IPO-activity.

Первоначальное размещение акций (IPO, Initial Public offering) является для компаний одним из способов привлечения финансирования на мировом фондовом рынке. В эпоху либерализации национальных экономик и стремительного развития внутренних фондовых рынков капитала во всем мире в контексте глобализационных процессов мирового хозяйства популярность этого инструмента растет год от года. На активность процесса проведения IPO на биржах разных стран мира влияет совокупность факторов мирового, регионального и странового значения как стимулирующих, так и замедляющих его в разные периоды времени. Вместе с тем, пока существует биржевая торговля акциями, IPO будет оставаться востребо-

ванным способом привлечения капитала, особенно в периоды роста мировой экономики, мировых биржевых индексов и цен на акции компаний.

Основной целью работы являлось выявление основных тенденций процесса первоначального размещения акций на крупнейших биржах мира в 21 веке. Для ее реализации были поставлены и решены следующие задачи: анализ мировых и региональных биржевых центров сосредоточения IPO-активности и выявление причин лидерства бирж различных стран и регионов в разные периоды времени.

Для достижения поставленной цели был собран и проанализирован статистический и фактологический материал из ежегодных отчетов компании Прайс Уотер Хаус Куперс «IPO Watch Europe» за 2001–2012 гг. Полученные временные ряды дали возможность проследить изменение активности проведения IPO на различных биржах мира по двум показателям: количеству IPO и суммарному объему капитала, привлекаемого на данных биржах.

Сначала анализируются биржи трех регионов, Европы, США и Большого Китая, на биржах которых процесс IPO шел наиболее активно в течение исследуемого периода 2001–2012 гг. Затем рассматриваются причины лидерства бирж этих регионов, а также выделяются отдельные биржи с самыми высокими показателями размещения. Далее рассматриваются биржи других стран, которые в отдельные годы или периоды демонстрировали высокий или относительно высокий уровень IPO-активности. Наконец, выделяются основные тенденции, характерные для процесса первоначального размещения акций на мировом рынке капитала. И в заключении делается ряд выводов и прогнозов относительно выделенных тенденций.

Агрегирование собранных данных позволило получить базу для анализа, приведенную в табл. 1. Исходя из данных табл. 1, можно видеть, что **наиболее активно процесс первоначального размещения акций происходил на биржах Европы, США и Большого Китая**¹, то есть именно там фиксировались максимальные показатели размещений: число IPO и объемы привлеченного капитала.

Для большей наглядности и анализа **общей динамики размещений, на биржах рассматриваемых регионов** были сделаны графики на рис. 1 на базе данных табл. 1.

¹ Согласно ежегодным отчетам компании ПрайсУотер Хаус Куперс «IPO watch Europe», регион «Большого Китая» включает Гонконгскую, Шанхайскую, Шэньчжэньскую и Тайваньскую фондовую биржу.

Таблица 1

**Динамика первоначальных размещений акций и объемов привлеченного капитала
на крупнейших биржах мира в 2001–2012 гг.**

Название биржи	Годы											
	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001
	Количество IPO*											
<i>Биржи Европы</i>	263	430	380	126	295	819	838	598	433	149	174	309
Лондонская	73	101	114	25	99	324	426	354	305	94	91	137
Варшавская	105	203	112	38	91	104	38	35	36	6	—	—
Nyse-Euronext	19	27	232	9	23	127	134	64	48	29	32	52
Немецкая	25	18	23	5	12	62	89	23	10	1	6	25
NASDAQ-OMX	17	30	24	11	26	85	59	27	—	—	—	—
<i>Биржи США/ЛПЗ**</i>	9	9	12	10	25	34	—	—	—	—	—	—
Биржи Саудовской Аравии	7	5	9	9	13	26	—	—	—	—	—	—
<i>Биржи США</i>	146	134	168	69	57	296	242	205	236	83	88	102
NASDAQ	70	66	81	33	26	154	141	132	170	55	51	61
Нью-Йоркская	76	68	87	36	17	83	70	61	56	24	37	38
<i>Биржи Латинской Америки</i>	15	21	11	9	8	—	—	—	—	—	—	—
Бразильская биржа	3	11	11	6	4	—	—	—	—	—	—	—
<i>Биржи региона «Большой Китай»</i>	239	420	492	208	157	240	138	94	208	185	—	—
Гонконгская	62	90	104	73	49	86	62	67	70	73	—	—

Название биржи	Годы											
	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001
	Количество ПРО*											
Шанхайская	129	39	28	9	6	23	13	3	61	67	—	—
Шеньженьская	26	243	321	90	71	101	52	12	39	...	—	—
Тайваньская	22	48	39	36	31	30	11	12	33	45	—	—
Биржи Японии	46	36	22	19	49	121	188	—	—	—	—	—
JASDAQ	14	16	10	8	18	49	56	—	—	—	—	—
Токийская	30	20	6	6	7	13	29	—	—	—	—	—
	Объем привлеченных средств (млрд евро)*											
Биржи Европы	10,9	26,5	26,3	7,1	14,0	80,5	87,9	51,6	27,7	6,8	11,5	33,4
Лондонская	5,1	14,1	10,5	1,7	8,9	39,1	42,2	18,6	8,3	4,2	5,1	11,6
Варшавская	0,7	2,2	3,8	1,6	2,5	2,0	1,1	1,7	3,0	—	—	—
Nyse-Euronext	19	0,2	0,4	1,9	2,5	8,0	21,3	16,3	8,5	0,1	2,7	10,6
Немецкая	25	1,5	2,4	0,1	0,3	7,0	7,0	3,5	1,8	—	0,2	2,7
NASDAQ-OMX	0,05	0,3	2,0	0,1	0,2	3,1	2,9	2,2	—	—	—	—
Биржи США	1,3	0,6	1,5	1,4	8,0	9,1	—	—	—	—	—	—
Биржи Саудовской Аравии	1,1	0,3	0,9	0,7	6,6	3,5	—	—	—	—	—	—
Биржи США	33,2	25,6	29,1	17,3	19,1	47,4	40,4	27,5	37,5	13,3	24,4	39,7
NASDAQ	17,9	7,1	6,1	5,2	2,0	15,1	13,9	10,6	15,8	4,8	3,9	4,9

Название биржи	Годы											
	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001
	Количество IPO*											
Нью-Йоркская	15,2	18,5	22,9	12,1	14,9	24,9	23,8	16,5	21,1	8,3	20,4	34,8
<i>Биржа Латинской Америки</i>	5,0	6,2	5,7	9,1	3,2	—	—	—	—	—	—	—
Бразильская	1,6	3,0	4,3	9,0	2,8	—	—	—	—	—	—	—
<i>Биржа региона «Большой Китай»</i>	22,8	57,2	98,6	42,8	16,0	76,3	47,6	17,5	13,8	13,9	—	—
Гонконгская	9,0	25,1	43,6	23,0	5,8	27,8	34,0	16,9	10,0	7,6	—	—
Шанхайская	8,8	11,7	21,1	13,1	7,2	43,9	11,4	0,3	2,4	5,7	—	—
Шеньжэньская	4,7	20,1	33,3	6,6	2,9	4,3	1,6	0,3	1,1	...	—	—
Тайваньская биржа	0,3	0,4	0,6	0,1	0,2	0,4	0,6	0,1	0,2	0,6	—	—
<i>Биржи Японии</i>	7,2	1,5	7,8	0,4	0,9	3,1	8,1	—	—	—	—	—
JASDAQ	0,1	0,2	0,1	0,2	0,4	0,5	1,2	—	—	—	—	—
Токійская	7,1	1,1	7,5	0,2	0,3	2,0	5,8	—	—	—	—	—

Примечания: * В случае расхождения данных в разных отчетах компании Прайс Уотер Хаус Куперс за основу брались значения из более свежего отчета (например, данные за 2004 г. брались из отчета 2005 г.).

** CCAГПЗ – Совет сотрудничества арабских государств Персидского залива.

«—» – нет данных

Составлено по разным выпускам «IPO Watch Europe» и «Обзор рынка IPO в Европе».

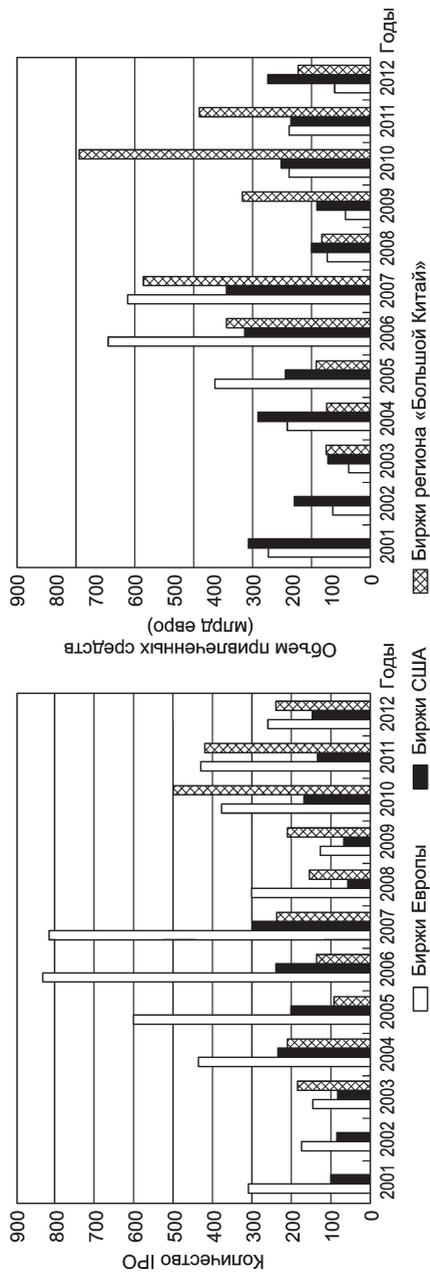


Рис. 1. Динамика первоначальных размещений акций и объема привлеченного капитала на биржах Европы, США и Большого Китая в 2001–2012 гг.

Источник: составлено автором по данным табл. 1.

Данные графиков свидетельствуют о наличии двух достаточно выраженных периодов спада и двух периодов роста показателей. Низкие показатели начала 2000-х гг. были связаны с прохождением фазы посткризисного спада в мировой экономике, вызванного обвалом пирамиды интернет-компаний. Затем в 2004–2007 гг. по мере восстановления мирового рынка ценных бумаг отмечалась резкая повышательная динамика обоих показателей. Далее последовал новый мировой экономический кризис, который привел к снижению показателей размещения на биржах всех трех регионов в 2008–2009 гг. В 2010–2012 гг. IPO-активность восстанавливалась, однако процесс шел неравномерно. Разброс динамики операций на отдельных биржах объяснялся высокой волатильностью рынков, связанной с кризисом суверенного долга в странах Западной Европы, а также событиями «арабской весны» и снижением агентством Стэндарт энд Пуэрс долгосрочного кредитного рейтинга США осенью 2011 г.

Региональный срез анализа, представленный на рис. 1 демонстрирует, что в первой половине и середине 2000-х гг. по общему количеству первоначальных размещений с большим отрывом от бирж двух других регионов лидировали европейские биржи. В 2005–2007 гг. они вышли в лидеры и по показателю суммарного объема привлеченных средств, обойдя своего основного на тот момент конкурента, лидировавшего по данному показателю до 2004 г. включительно – американские биржи. В 2005 г. было привлечено 51,6 млрд евро, в 2006 г. – уже 87,9 млрд евро, а в 2007 г. – 80,5 млрд евро. (табл. 1). В то же время, в 2007 г. быстрорастущие и активно развивающиеся биржи Большого Китая почти догнали европейские биржи по объему привлеченного капитала, составившему 76,3 млрд евро. А в 2009–2010 гг. биржи Большого Китая вышли в мировые лидеры по обоим показателям (208 и 439 IPO; 42,8 и 98,6 млрд евро, соответственно) (табл. 1). Однако, в 2011–2012 гг. европейские биржи вернули себе лидерство по числу IPO, хотя и с небольшим преимуществом над ближайшими преследователями из Большого Китая.

Остановимся более подробно на *причинах лидерства бирж разных регионов в определенные периоды времени.*

Лидерство европейских бирж по количеству IPO над биржами США до 2007 г., а также их выход в лидеры по объему привлеченных средств в 2006–2007 гг. объясняется рядом причин. Важной составляющей роста общего стоимостного объема IPO на биржах Европы в 2001–2007 гг., стало значительное число крупных размещений, проведенных как европейскими, так и иностранными компаниями.

Большое количество международных размещений¹ также являлось важной составляющей второго показателя – общего числа IPO, проведенных на биржах Европы.

Согласно данным табл. 2, наибольшее число трансграничных размещений в Европе было проведено в 2005–2007 гг. (126 IPO в 2005 г., 132 – в 2006 г., 131 – в 2007 г.), тогда же фиксировались и максимальные объемы привлеченного капитала (18,9 млрд евро в 2006 г и 21, 6 – в 2007 г.). Во многом высокая активность в этом сегменте была связана с изменением законодательства в Европе и за ее пределами. Заметную роль сыграло введение Закона Сарбейнса-Оксли в 2002 г. в США, ужесточавшего требования для проведения размещений. Большая привлекательность европейских площадок по сравнению с американскими объяснялась также активным развитием сектора альтернативных площадок. В целом, в 2005–2012 гг. европейские биржи значительно превосходили биржи США по обоим показателям (табл. 2). В то же время, на фоне затруднений в экономике Европы после кризиса 2008–2009 гг., растет число европейских компаний, получающих листинг на рынках США, что в дальнейшем может отразиться на соотношении показателей рынков Европы и США. [Обзор рынка IPO в Европе, 2012 г. – с. 19].

Высокие показатели размещений европейских площадок в середине 2000-х гг. во многом объясняются значительной активностью по проведению размещений в сегменте альтернативных площадок для компаний небольшой и средней капитализации, активно создававшихся в середине 2000-х гг. Одной из первых начала функционировать площадка альтернативных инвестиций Эйм (AIM – Alternative Investment Market), основанная на Лондонской бирже еще в 1995 г. Воодушевленные успехом Эйм, крупнейшие европейские биржи одна за другой открывали подобные площадки. Так, в 2005 г. были открыты: Альтернекст на бирже Евронекст, Entry Standard на Немецкой бирже и IEX на Ирландской фондовой бирже. В июне 2006 г. Балтийская торговая система OMX открыла площадку First North, а в августе 2007 г. на Варшавской фондовой бирже заработала площадка New Connect. Открывались также новые специализированные площадки для других целей: в 2005 г. Лондонской и Люксембургской биржами были открыты новые площадки, созданные, в первую очередь, для облигаций и размещения депозитарных расписок – Профессиональный рынок ценных бумаг (Professional

¹ Размещение компаний-эмитентом одной страны на бирже другой страны называется *международным, иностранным или трансграничным* размещением.

Таблица 2

**Динамика международных первоначальных размещений акций
в Европе и США в 2005–2012гг.**

Биржи	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
	Количество международных IPO								Объем привлеченных средств, млрд евро							
Европы	126	132	131	77	39	100	96	–	9,6	18,9	21,6	6,0	2,1	8,7	4,6	–
США	23	29	56	17	18	–	–	25	3,0	6,3	12,1	1,2	6,3	–	–	–

Источник: составлено по разным выпускам «IPO Watch Europe» и «Обзор рынка IPO в Европе».

Securities Market, сокращенно PSM) и EuroMTF, соответственно. Они пользовались высоким спросом соответствующих компаний-эмитентов благодаря упрощенным и менее затратным условиям выхода на фондовый рынок, по сравнению с основными площадками тех же бирж. Увеличение активности на альтернативных площадках свидетельствует о снижении среднего размера размещения на биржах Европы, что вполне естественно для развитых рынков, поскольку основные крупные компании уже имеют листинг на бирже и при необходимости проводят только доразмещения. Более значительные по размеру IPO проводят, в основном, иностранные компании.

Так, согласно левой диаграмме рис. 2, в 2004–2006 гг. отмечался рост показателей размещения на этих площадках, а на протяжении периода 2004–2012 гг. процентное соотношение операций на биржах Европы складывалось в пользу альтернативных площадок. В посткризисный период внутрибиржевая конкуренция между альтернативными и основными площадками по числу размещений обострилась. Доле альтернативных площадок в общем объеме капитала, привлекаемого на биржах Европы, была незначительной из-за заведомо меньшего объема сделок, проводимых на этих площадках. [См. правый график на рис. 2].

До 2007 г. AIM оставалась бесспорным лидером по обоим показателям размещения среди альтернативных площадок Европы [см. рис. 3], хотя ее относительные показатели в общеевропейских постепенно снижались по мере возникновения новых подобных площадок-конкурентов.

С 2008 г. в лидеры по числу размещений среди альтернативных площадок вышла новая площадка Варшавской биржи для молодых технологических компаний – New Connect, а максимальное число размещений (172) было проведено на ней в 2011 г. [См. левый график на рис. 3]. При этом, объемы привлекаемых средств в 2008–2012 гг. на New Connect оставались весьма незначительными. [См. правый график на рис. 3]. Кризис и проблемы евродолга привели к резкому сокращению объемов капитала, привлекаемых на AIM, начиная с 2008 г., но, за исключением 2009 г., она продолжала лидировать по этому показателю.

Оценивая *вклад отдельных бирж в общерегиональные показатели Европы*, следует отметить: Лондонскую, NYSE-Euronext, Варшавскую и немецкую биржи.

Лондонская фондовая биржа (ЛФБ) по праву считается одним из главных мировых центров проведения IPO и занимает лидирую-

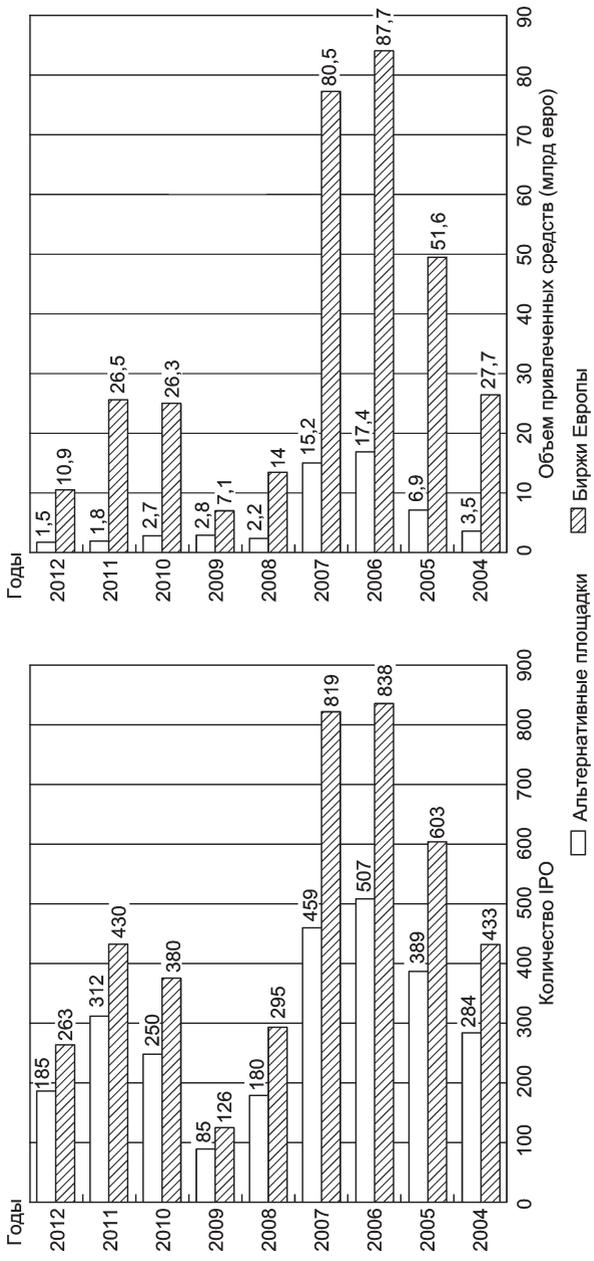


Рис. 2. Динамика первоначальных размещений акций и суммарного объема привлеченного капитала на альтернативных площадках бирж Европы в 2004–2012 гг.

Источник: составлено по разным выпускам «IPO Watch Europe» и «Обзор рынка IPO в Европе».

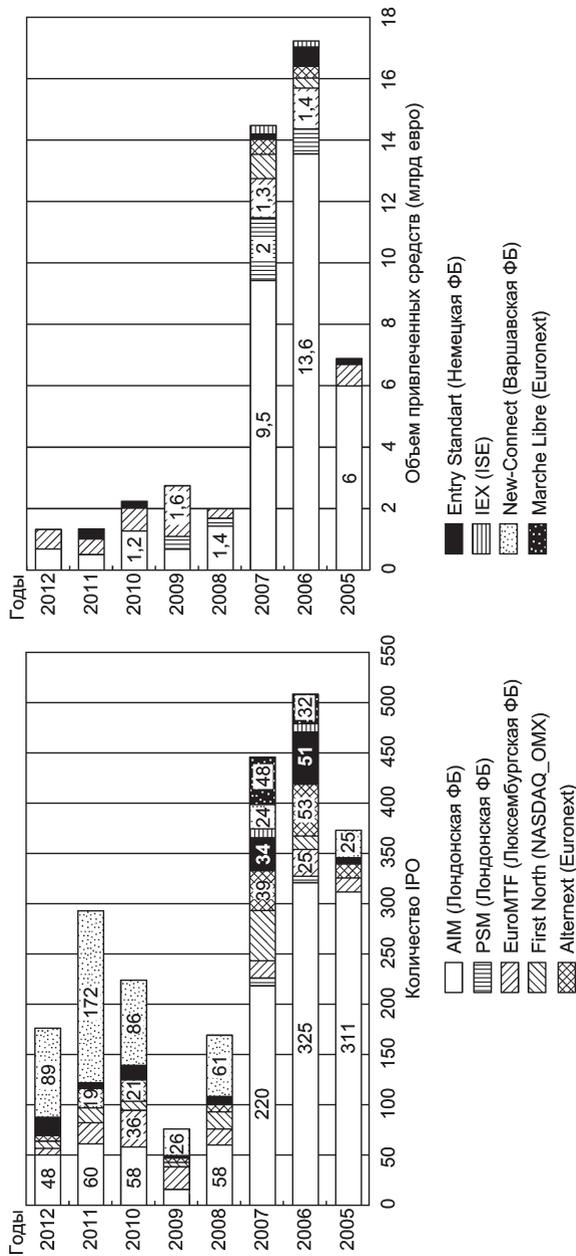


Рис. 3. Динамика первоначальных размещений акций и суммарного объема привлеченного капитала на рынках, регулируемых европейскими биржами в 2005–2012 гг.

Источник: составлено по разным выпускам «IPO Watch Europe» и «Обзор рынка IPO в Европе».

щие позиции по ряду параметров среди бирж Европы, что иллюстрируют графики рис. 4 и рис. 5. На протяжении всего периода 2001–2013 гг. она превосходила другие европейские биржи и по числу IPO (кроме 2009 и 2011 г.) и по объему привлеченного капитала (за исключением 2004 г., 2009 г. и 2012 г.). Максимальные показатели размещения (426 IPO, 42,2 млрд евро) были зафиксированы в 2006 г. Важно отметить также, что в исследуемый период Лондонская биржа являлась основным местом не только для проведения масштабных размещений среди европейских бирж, но и для проведения крупнейших международных IPO в Европе. К примеру, в 2011 г. на долю ЛФБ приходилось 56% всех международных IPO и 79% привлеченного в ходе них капитала, включая пять крупнейших международных IPO в Европе. [Обзор рынка IPO в Европе, 2011 г. – с. 17]. Еще одной причиной роста популярности Лондонской биржи стала также успешная работа площадки альтернативных инвестиций – AIM.

Второй как по количеству размещений, так и по объему привлеченных средств на европейском пространстве на протяжении 2001–2007 гг. была биржа *NYSE-Euronext*, а в 2004 г. ей даже удалось обойти ЛФБ по совокупному стоимостному объему IPO, составившему 8,5 млрд евро. [См. Табл. 1]. Высокие показатели привлеченного капитала на NYSE-Euronext часто объяснялись проведением на этой бирже *крупнейших* европейских размещений. Однако после кризиса 2008–2009 гг. NYSE-Euronext уступила свои позиции по числу размещений *Варшавской бирже* (ВФБ), демонстрировавшей рост числа размещений на протяжении 2004–2013 гг., в значительной мере объяснявшийся вступлением Польши в ЕС. Самое большое число размещений на ней проводилось в 2010–2012 гг. с максимальным значением, 203 IPO, в 2011 г. [См. табл. 1]. По объему привлеченного капитала в 2008–2012 гг. биржи поочередно менялись местами. *Немецкая биржа* в 2001–2013 гг. демонстрировала наименьшие успехи среди крупнейших бирж Европы, кроме 2012 г., когда на ней был привлечен максимальный в мире объем капитала за год.

Переходя к рассмотрению *причин выхода бирж Большого Китая в лидеры по обоим показателям в конце 2000-х гг.*, следует отметить, что усиление IPO-активности на них наблюдалось с середины 2000-х гг., особенно по показателю привлеченного капитала. Однако, вплоть до 2006 г. из-за относительной неразвитости по сравнению с биржами Европы и США биржи региона занимали лишь третью позицию. Стремительной динамикой показателей размещения биржи Большого Китая, во-многом, обязаны проведению Прави-

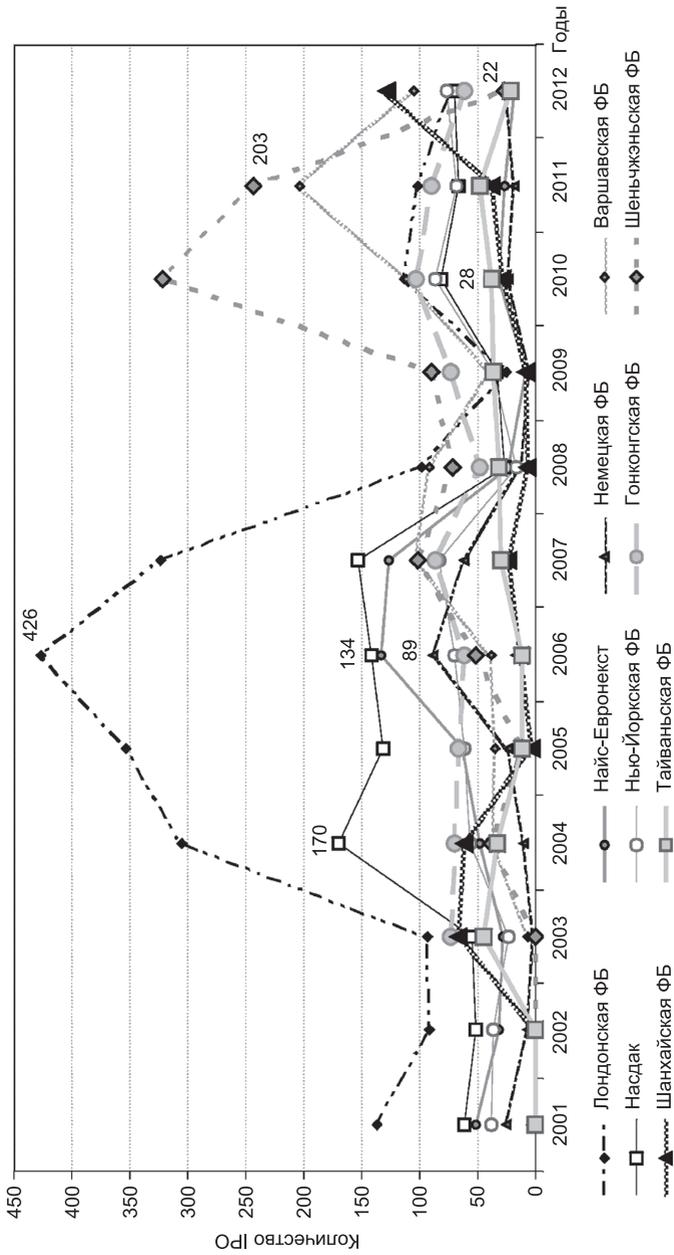


Рис. 4. Динамика первоначальных размещений акций на крупнейших биржах мира в 2001–2012 гг.
 Источник: составлено по данным табл. 1

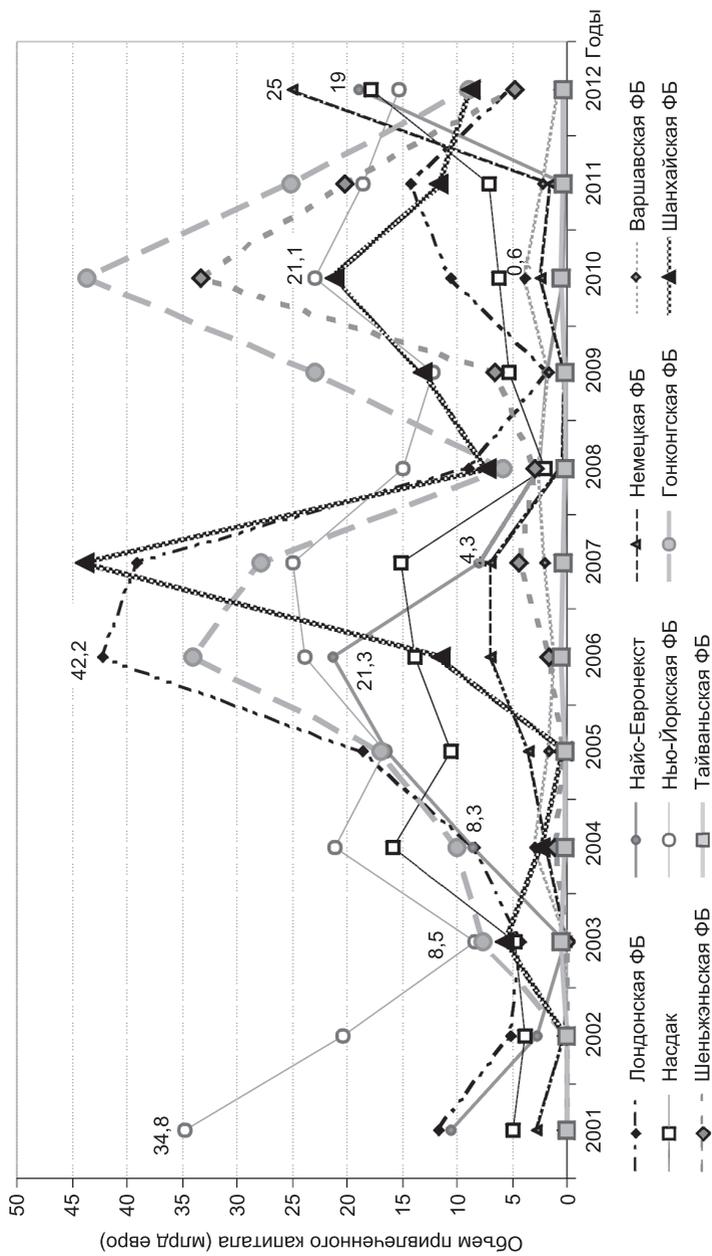


Рис. 5. Динамика объема привлеченного капитала на крупнейших биржах мира в 2001–2012 гг.
 Источник: составлено по данным Табл. 1

вительством Китая ряда реформ для развития внутреннего рынка. В их числе постепенная либерализация законодательной базы, особенно, в области доступа иностранных инвесторов к торгам акциями на внутренних биржах Китая и предоставления возможности крупным иностранным институциональным инвесторам открывать филиалы на территории страны. [Global IPO trends, 2007 – с. 26]. Высокие объемы капитала, привлекаемого на биржах Большого Китая, включая рекордные 98,6 млрд евро в 2010 г., связаны, в первую очередь, с проведением ряда крупномасштабных размещений. Среди них следует отметить IPO China Construction Bank (на 7,4 млрд евро) и the Bank of Communications (на 1,77 млрд евро) в 2005 г., [Первичные размещения акций в Европе, 2005 г. – с. 17] Industrial and Commercial Bank of China и The Bank of China (общей суммой на 21,6 млрд евро) в 2006 г.; [IPO Watch Europe, 2006 г. – с. 35] Agricultural Bank of China (15 млрд евро) и AIA (12,8 млрд евро) в 2010 г. [Обзор рынка IPO в Европе, 2010 – с. 23]. Однако, период масштабных размещений госкорпораций, отмечавшийся в 2000-е гг., постепенно уходит в прошлое. Большинство крупных госкорпораций уже вышло на публичный рынок, и сегодня основную массу размещений составляют преимущественно IPO среднего размера. [Global IPO trends, 2008 – с. 36].

Крупнейшие биржи Большого Китая в 2000-х гг. вели активную борьбу по обоим показателям размещений, особенно по объему привлеченного капитала. Но, до 2006 г. включительно, бесспорным лидером региона как по количественному, так и по стоимостному показателям была Гонконгская биржа. Шеньчженьская биржа перехватила лидерство по числу IPO у биржи Гонконга в 2007 г и удерживала его вплоть до 2012 г., уступив бирже в Шанхае. Вместе с тем, по объему привлеченного капитала биржа Гонконга уступала место лидера Шанхайской бирже лишь в 2007–2008 гг. В 2010–2011 гг. на второе место по объему привлекаемых средств резко вышла Шеньчженьская биржа, значительно сократив отрыв от лидера. Тайваньская биржа по-прежнему остается самой маленькой фондовой биржей «Большого Китая» с несопоставимыми показателями по отношению с лидерами.

Резкий рост показателей двух внутренних бирж Большого Китая (Шанхайской и Шеньчженьской) во второй половине 2000-х гг., в первую очередь, объясняется целенаправленной политикой Правительства Китая по развитию внутреннего рынка и увеличению его привлекательности для компаний-эмитентов и инвесторов наравне с рынком Гонконга или другими крупными международными пло-

щадками. Ради поставленной цели Правительство Китая с середины 2000-х гг. трижды вводило моратории на проведение IPO на внутренних биржах Большого Китая и проводило реформы. Первый раз на один год с середины 2005 г., второй – на девять месяцев до июня 2009 г., третий – с ноября 2012 до начала 2014 г. Реформы приводили к заметному росту показателей на внутренних биржах Китая. Отмена первого моратория уже в 2007 г. вывела Шеньчженьскую биржу в региональные лидеры по числу IPO, а Шанхайскую – по объему привлеченного капитала. Вторая реформа с созданием в 2009 г. новой площадки Чинекст для высокотехнологичных и быстрорастущих малых и средних предприятий на Шеньчженьской бирже, вновь вывело эту биржу в лидеры 2010 г. по числу размещений (321 IPO) и привело к резкому росту стоимостного объема проведенных IPO. [См. графики на рис. 4 и 5].

Правительство Китая активно поощряет получение компаниями Континентального Китая листинга внутри страны, всячески препятствуя получению иностранного листинга. Так, в 2007 г. Правительство Китая начало поддержку крупнейших китайских госкомпаний, включенных в списки Гонконгской фондовой биржи до 2006 г. при получении ими листинга в Шанхае. [Global IPO trends, 2008 – с. 36]. Для проведения же размещения за пределами Континентального Китая, в том числе, в Гонконге, компании Китая должны получать разрешение Регулятора, который выдает их в исключительных и редких случаях.

Следует отметить важную тенденцию, наметившуюся в конце 2000-х гг., по выходу иностранных компаний на Гонконгскую фондовую биржу. В 2010 г. на бирже в Гонконге разместились российский алюминиевый конгломерат Русал и французский производитель косметики L'Occitane, а в 2011 г. – итальянский дом моды Prada и крупнейшая в мире швейцарская компания по торговле сырьевыми товарами Гленкор (10 млрд долл.). [Glencore провела IPO в Лондоне]. Интерес иностранных эмитентов к китайским биржам был вызван как ростом ликвидности и капитализации биржи в Гонконге, так и кризисными явлениями в Европе.

Рассмотрим *основные центры активности по проведению IPO в США*.

Среди бирж США в 2001–2012 гг. выделялись два главных лидера по показателям размещения. На графиках рис. 4 и рис. 5, можно видеть, что по объему капитала на протяжении всего периода, кроме 2012 г., с большим отрывом от NASDAQ лидировала *Нью-Йоркская биржа (NYSE)*, NASDAQ до 2008 г. включительно опережала биржу

в Нью-Йорке по числу размещений, но в 2009–2012 гг. Найс вышла в лидеры и по этому показателю.

Биржи США не отличались большим числом крупных IPO на протяжении 2001–2012 гг. Однако, следует упомянуть крупнейшие за всю историю США размещения. В 2008 г. компания Виза (Visa) провела размещение на 11,5 млрд евро, что составило 60% от всего объема средств, привлеченных на биржах США за год. [Global IPO trends, 2008 – с. 21]. А в 2010 г. компания Дженерал Моторс провела IPO на 11,6 млрд евро (40% от суммарного годового объема капитала бирж США), что позволило США обойти Европу по показателю общей стоимости IPO в 2010 г. [Global IPO trends, 2010 – с. 23].

Если рассмотреть распределение IPO-активности по биржам других стран и регионов мира, то можно заметить, что *биржи Японии* демонстрировали по большей части невысокие показатели размещений. Относительно высокими они были, как и для большинства экономик мира, в 2006 г. (188 IPO на 8,1 млрд евро) и в 2007 г. (121 IPO на 3,1 млрд евро) на фоне быстрого роста мирового рынка акций. [см. табл. 1]. Почти весь объем привлеченного капитала в 2010 г. (7,8 млрд евро) был достигнут за счет четырех крупных IPO, проведенных компаниями Dai-ichi Life Insurance Company, Otsuka Holdings, Pltas и Pola Orbis Holdings. [Обзор рынка IPO в Европе, 2010 – с. 26]. Основной объем капитала в 2006–2012 гг. привлекался на бирже в Токио. По числу IPO лидировала биржа JASDAQ вплоть до 2011 г., когда ее обошла Токийская биржа.

На биржах Латинской Америки максимальное число размещений было проведено в 2010–2011 гг. и составляло 21 и 15 IPO, соответственно. [См. табл. 1]. Наибольший показатель привлеченного капитала был зафиксирован в 2009 г. (9,1 млрд евро) во многом благодаря проведению самого крупного IPO в мире в 2009 г. на 4,7 млрд на бирже Бразилии банком Santander. [Global IPO trends, 2010 – с. 25]. Большинство IPO в 2008–2012 гг. проходило на Бразильской фондовой, торговой и фьючерсной бирже BM&FBovespa.

В середине 2000-х гг., а именно в 2007–2008 гг., выросло число размещений *на биржах Ближневосточного региона*, а точнее на биржах ССАГПЗ. Более половины, а порой и более 80 % всех размещений региона проводилось на бирже Саудовской Аравии – Tadawul. [см. табл. 1]. На остальных ближневосточных биржах в 2001–2012 гг. проводилось небольшое количество размещений, сумма привлеченного капитала также оставалась незначительной. Можно отметить лишь биржу в ОАЭ, где в 2007 г. состоялось IPO компании Ди.Пи.

Уорлд (DP World) на 4 млрд евро из 5,1 млрд евро, привлеченных в результате всех IPO на ОАЭ в 2007 г. [Global IPO trends, 2008 – с. 24].

Теперь перейдем к **основным тенденциям в области проведения IPO на мировом рынке капитала.**

По-прежнему, *общемировой исторически сложившейся практикой является проведение компаниями большей части IPO на территории своей страны.* Компаниям развитых стран незачем искать другое место проведения IPO, так как биржи их стран, предлагают самые удобные и выгодные условия проведения размещения. В странах с развивающимися рынками часто существуют ограничения на проведение размещений за пределами страны, и по мере развития собственных бирж все больше компаний этих стран размещаются на внутренних биржах. С учетом того, что компании из стран с развивающимися рынками продолжают демонстрировать высокую активность по проведению IPO, можно предположить *формирование новых региональных центров IPO-активности*, как это происходит с тремя крупнейшими биржами Большого Китая.

В то же время, *у многих компаний остается интерес к получению заграничных листингов*, хотя в общемировом числе IPO трансграничные сделки все еще относительно малочисленны и в среднем в 2003–2012 гг. на них приходилось всего 10% от общемирового объема капитала и 12% от общемирового числа IPO, привлеченного за год. [Расчитано автором на основании данных графика Рис. 14]. Выход на международные рынки капитала дает возможность привлечения значительных сумм капитала и получения рыночной оценки акций, часто недоступных на биржах стран с развивающимися рынками. Именно поэтому наиболее популярным местом проведения международных размещений в 2005–2012 гг. были фондовые биржи развитых стран Европы и США. [См. табл. 2]. В конце 2000-х гг. наметился новый тренд по проведению IPO западными компаниями на Гонконгской бирже, объяснявшийся, с одной стороны, ростом ликвидности и капитализации азиатской биржи, а с другой — кризисными явлениями на европейском рынке. В то же время, во второй половине 2000-х гг., компании Большого Китая были самыми активными международными эмитентами на американских фондовых биржах: в 2009 (14 из 18 международных IPO), в 2010 (39 из 58). [IPO Watch Europe 2009 г. – с. 22; Обзор рынка IPO в Европе, 2010 г. – с. 25]. С возникновением проблем в Европе часть европейских компаний также предпочла проводить размещения в США. Таким образом, отмечается *рост взаимных потоков IPO трех регионов:*

азиатские компании идут за капиталом на западные рынки, а западные компании начинают проявлять интерес к биржам Азиатско-Тихоокеанского региона.

К созданию мощных региональных и мировых центров концентрации проведения IPO также приводит *процесс слияния и поглощения бирж*, набирающий силу в результате роста межбиржевой конкуренции. При этом, крупнейшие биржи мира (Нью-Йоркская, Лондонская биржи, Насдак и Евронекст) конкурируют не только между собой, но и с набирающими силу биржами азиатских стран, в первую очередь, в Гонконге, Шанхае, Шеньчжене, Сингапуре. Для сохранения ведущих позиций традиционными центрами биржевой торговли и расширения области влияния биржи прибегают к крайнему средству – консолидации. Наиболее значимыми примерами консолидации бирж за прошедшие два десятилетия стали создание в 2000 г. биржи Евронекст в результате объединения Парижской, Амстердамской, Брюссельской бирж, создание в 2007 г. первой трансатлантической биржи NYSE-Euronext, а также слияние Лондонской и миланской бирж Borsa Italiana в том же году. В 2008 г. NYSE-Euronext завершила поглощение Американской фондовой биржи (American Stock Exchange), проведя ее ребрендинг в Найс-Альтернекст. В том же году произошло слияние NASDAQ с биржей OMX и была образована крупнейшая в Латинской Америке бразильская биржа BMF&Bovespa, путем слияния двух самых крупных бирж страны Bovespa (the São Paulo Stock Exchange) и BMF (Bolsa de Mercadorias & Futuros). В 2011 г. произошло объединение двух крупнейших бирж России ММББ и РТС. Также биржи Лондона и Торонто объявили о завершении переговоров по слиянию двух торговых площадок с целью создания «крупнейшей в мире площадки для листинга компаний товарного, энергетического и минерально-сырьевого секторов, а также рынка “премиум” для малых, средних и быстро растущих компаний». [Фондовые биржи Лондона и Торонто объявили о слиянии торговых площадок]. В 2011 г. NYSE-Euronext и Немецкая биржа также объявили о планах возможного слияния. Вышесказанное позволяет предположить, что процесс регионального и межконтинентального укрупнения бирж будет продолжаться.

Подведем итоги. Исследование IPO-активности на протяжении исследуемого периода 2001–2012 гг. по биржам отдельных стран и регионов позволило сделать следующие **выводы**.

В целом, *процесс первоначального размещения акций на мировом фондовом рынке идет циклично*: на фоне роста мировой экономики,

мировые показатели IPO-активности растут, на фоне кризиса – напротив, снижаются. С начала 2000-х гг. наблюдались как периоды бурного роста, так и периоды резкого и значительного снижения активности по проведению первоначального размещения акций на мировом рынке капитала. При этом процесс IPO на биржах разных стран и регионов шел *с разной степенью интенсивности* и зависел от совокупности экономических и политических факторов мирового, регионального и странового масштаба.

Во-первых, можно констатировать *постепенное смещение IPO-активности* от традиционных мировых биржевых центров привлечения капитала развитых экономик США и Западной Европы к растущим биржам стран с развивающимися рынками, среди которых все больший вес приобретают биржи Большого Китая. Растет активность и на других развивающихся рынках, в частности, на некоторых биржах АТР, Бразилии, Польши и стран Ближнего Востока, что обусловлено активным развитием национальных бирж этой группы стран, приводящим к *формированию новых крупных биржевых центров концентрации IPO-активности регионального и мирового масштаба* и более равномерному распределению процесса первоначального размещения акций на мировом рынке.

Во-вторых, несмотря на то, что основная часть IPO проводится на национальных рынках, *международные размещения продолжают пользоваться спросом*. Следует отметить происходящее в настоящее время *перераспределение потоков международных размещений*. Если ранее компании с развивающихся рынков предпочитали проводить размещения на биржах развитых стран, то теперь компании развитых стран начинают проводить свои размещения на азиатских площадках. Последнее объясняется как интересом западных компаний к емкому китайскому рынку, так и экономическими проблемами западных регионов на фоне активного развития азиатских бирж. Впрочем, есть основания предполагать, что в среднесрочной перспективе *важной причиной выбора места проведения международных размещений будет отраслевая специализация бирж или их площадок*. Специализация биржи или ее сегмента предполагает наличие базы инвесторов, хорошо знакомой с конкретным типом эмитентов и достаточное количество аналогичных компаний для сравнения, что дает больше возможностей получить более точную оценку акций, предлагаемых к размещению. Биржа NASDAQ, например, это традиционное место размещения высокотехнологичных компаний, а на Лондонской бирже проходит множество размещений сырьевых компаний.

В-третьих, проведенный анализ показал, что сегодня основную массу размещений на мировом рынке составляют IPO среднего и небольшого размера. Тренд на значительное ежегодное число сверхкрупных размещений, характерный для середины — второй половины 2000-х гг., заканчивается, хотя, проведение отдельных масштабных IPO возможно, однако, преимущественно, компаниями стран с развивающимися рынками. *Доля средних и небольших размещений в общем числе размещений увеличивается*, вследствие чего во второй половине 2000-х гг. происходило активное создание на биржах всего мира альтернативных площадок для компаний небольшой и средней капитализации. При этом, отмечается рост конкуренции по обоим показателям размещения, как между различными альтернативными площадками, так и в рамках одной биржи между альтернативными и основными площадками по количеству размещений с растущим перевесом в пользу нового сегмента бирж.

Таким образом, в ближайшие годы при отсутствии форс-мажорных событий, негативно влияющих на мировую экономику и мировые рынки капитала, динамика IPO, предположительно, будет повышательной при сохранении вышеперечисленных качественных характеристик. В тоже время, сохранение факторов нестабильности мировой экономики, вызывающих рост волатильности рынка капитала, может приводить к заметным колебаниям общемировой и страновой IPO-активности даже в краткосрочном периоде

Более пристальное внимание при дальнейшем изучении процесса первоначального размещения акций на крупнейших биржах мира должно быть уделено активному развитию национальных бирж стран с развивающимися рынками, возникновению новых центров концентрации капитала, а также процессу внутристрановой, внутрирегиональной и межрегиональной консолидации бирж, поскольку именно эти процессы в значительной степени будут определять дальнейшее распределение IPO-активности на мировом и региональных рынках капитала.

Список литературы

1. ОАО “Московская биржа ММВБ-ПТС”. URL: <http://www.rbc.ru/companies/rts-micex.shtml> (дата обращения: 09.04.2014).
2. Обзор рынка IPO в Европе, 2010 г. URL: <http://www.russianipo.com/downloads/ipo-watch-europe-2010-ru.pdf> (дата обращения: 18.02.2014).

3. Обзор рынка IPO в Европе, 2011 г. URL: https://www.pwc.com/en_UA/ua/services/capital-markets/assets/ipo-watch-europe-2011-ua-ru.pdf (дата обращения: 18.02.2014).
4. Обзор рынка IPO в Европе, 2012 г. – с. 2,3,8,22,23,29,25,30. URL: <http://www.pwc.ru/ru/capital-markets/ipo-watch-2012-review.jhtml> (дата обращения: 18.02.2014).
5. Первичные размещения акций в Европе, 2005 г. – с. 5, 16, 17. URL: <http://www.pwc.com/cz/en/ipo-watch-europe/assets/pdf/2005-summary.pdf> (дата обращения: 18.02.2014).
6. Фондовые биржи Лондона и Торонто объявили о слиянии торговых площадок. URL: <http://www.newsru.com/finance/09feb2011/birzhi.html> (дата обращения: 09.04.2012).
7. Factbox: A history of global exchange merger activity. URL: <http://www.reuters.com/article/2011/05/16/us-factbox-exchanges-idUSTRE74-F4RJ20110516>. (дата обращения: 08.04.2014).
8. Glencore провела IPO в Лондоне. URL: <http://www.rosbalt.ru/business/2011/05/19/850283.html>. (дата обращения: 08.04.2014).
9. Global IPO trends, 2007 – с. 61. URL: http://www2.eycom.ch/publications/items/2007_global_ipo_trends_report/ey_2007_global_ipo_trends_report.pdf (дата обращения: 10.02.2014).
10. Global IPO trends, 2008 – с. 36. URL: http://www.ey.com/GL/en/Services/Strategic-Growth-Markets/SGM_IPO_Trends_2008 (дата обращения: 10.02.2014).
11. Global IPO trends, 2010 – с. 23. URL: <http://www.unternehmensfinanzierung.at/static/cms/sites/unfin/media/de/pdf/studien-statistiken/ernst-young-global-ipo-trends-2010.pdf> (дата обращения: 10.02.2014).
12. IPO Watch Europe 2009 г. – с. 4, 20, 21, 23, 25. URL: http://www.pwc.com/cz/en/ipo-watch-europe/assets/pdf/2009_summary.pdf (дата обращения: 18.02.2014).
13. IPO Watch Europe, 2008 – с. 4, 21, 22, 23. URL: http://www.pwc.com/cz/en/ipo-watch-europe/assets/pdf/2008_summary.pdf (дата обращения: 18.02.2014).
14. IPO Watch Europe, 2007 г. – с. 4, 18, 19, 20. URL: http://www.pwc.com/cz/en/ipo-watch-europe/assets/pdf/2007_summary.pdf (дата обращения: 13.01.2009).
15. IPO Watch Europe, 2006 г. – с. 4, 19, 20. URL: <http://www.pwc.com/extweb/pwcpublishings.nsf/docid/19D063E421B1C353802572BB0034198C> (дата обращения: 11.06.2006).
16. IPO Watch Europe, 2004 г. – с. 5, 13, 15. URL: http://www.pwc.pl/en/ipo-watch-europe/2004_summary.pdf (дата обращения: 18.02.2014).
17. IPO Watch Europe, 2003 г. – с. 8, 16. URL: http://www.pwc.com/pl/eng/ins-sol/publ/ipo_watch/2003.html (дата обращения: 11.06.2006).
18. IPO Watch Europe, 2002 г. – с.4, 10. URL: http://www.pwc.com/pl/eng/ins-sol/publ/ipo_watch/2002.html (дата обращения: 11.06.2006).

19. NYSE Euronext — самая известная биржа мира. URL: <http://forex-lab.ru/nyse-euronext.html/> (дата обращения: 09.04.2014).

The List of References in Cyrillic Transliterated into Latin Alphabet

1. Fondovye birzhi Londona i Toronto obyavili o sliyanii torgovykh ploshchadok. Retrieved from <http://www.newsru.com/finance/09feb2011/birzhi.html>
2. OAO “Moskovskaya birzha MMVB-RTS”. Retrieved from <http://www.rbc.ru/companies/rts-micex.shtml>.
3. Obzor rynka IPO v Evrope, 2010. Retrieved from <http://www.russianipo.com/downloads/ipo-watch-europe-2010-ru.pdf>
4. Obzor rynka IPO v Evrope, 2011. Retrieved from https://www.pwc.com/en_UA/ua/services/capital-markets/assets/ipo-watch-europe-2011-ua-ru.pdf
5. Obzor rynka IPO v Evrope, 2012. Retrieved from <http://www.pwc.ru/ru/capital-markets/ipo-watch-2012-review.jhtml>
6. Pervichnye razmeshchenie aktsiy v Evrope, 2005. Retrieved from <http://www.pwc.com/cz/en/ipo-watch-europe/assets/pdf/2005-summary.pdf>

ВОПРОСЫ УПРАВЛЕНИЯ

М.С. Шахова¹,

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

ОРГАНИЗАЦИЯ ФРАНЧАЙЗИНГОВОЙ СИСТЕМЫ: ЭТАПЫ СОЗДАНИЯ ФРАНШИЗЫ

В статье рассматривается процесс организации франчайзинговой системы, определяются основные этапы формирования франшизы, которые необходимы для создания качественного франшизного предложения и эффективного развития франчайзинговой сети в будущем; анализируется деятельность франчайзеров, работающих на российском рынке, и их подходы к реализации франчайзинговой стратегии. Особое внимание уделяется такому ключевому этапу в построении франчайзинговой сети, как продвижение франшизы.

Ключевые слова: франшиза, франчайзинговая стратегия компании, франчайзинговая сеть, франчайзинговый рынок.

M.S. Shakhova,

Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia)

THE ORGANIZATION OF FRANCHISING SYSTEM: STEPS OF FRANCHISE DEVELOPMENT

This article discusses organization of franchise systems, identifies the main stages of formation of franchise which are necessary for creation of quality franchise proposals and efficient development of the franchise network in the future. Also, the article analyses the activity and strategies of Russian franchisors on market. Special attention is paid to the promotion of a franchise as a key step in building a franchise network.

Key words: franchise, franchise strategy, franchise network, franchise market.

В последние годы в российском бизнес-сообществе растет интерес к использованию франчайзинга как концепции быстрого и эф-

¹ Шахова Маргарита Сергеевна, канд. экон. наук, доцент кафедры экономики инноваций экономического ф-та, e-mail: Shakhova@econ.msu.ru

фективного расширения предпринимательской деятельности. Активная динамика франчайзингового рынка подтверждается данными Российской ассоциации франчайзинга. В первые пять лет существования франчайзинга в России с 1995 по 1999 г. образовались 22 франчайзинговые системы, к концу 2001 г. их было уже более 40. В 2003 г. существовало около 100 компаний-франчайзеров, а к концу 2005 г., по разным оценкам, насчитывалось более 200 систем и примерно 6 тыс. операторов. За период с 2008 по 2010 г. франчайзинг в России вырос на 98%, что является самым высоким показателем среди стран Европы и США. В 2010 г. в стране работало 595 франчайзеров и 22,8 тыс. франчайзи [Информационный бюллетень РАФ..., 2010]. В 2013 г. количество франчайзеров увеличилось до 980, а франчайзи – до 30,2 тыс. [Лидеры российского франчайзинга..., 2014].

Основное преимущество, которое получают франчайзеры, формирующие франчайзинговую сеть, заключается в увеличении рынков сбыта продукции. Франчайзинговая сеть позволяет франчайзеру быстро расширить бизнес и освоить новые рынки с минимизацией собственных финансовых вложений, развитие происходит за счет средств франчайзи. Франчайзинг – оптимальный способ проникновения на региональные и зарубежные рынки. Это связано с близостью франчайзи к потребителю и возможностью гибко и оперативно реагировать на изменение рыночной ситуации. Кроме того, франчайзер получает высокомотивированный управленческий персонал в лице франчайзи. Личная заинтересованность франчайзи как владельца собственного предприятия в получении больших доходов и процветании своей компании в конечном итоге влияет на эффективность всей системы.

Создание франшизы – комплексная задача, алгоритм решения которой предложен в данной статье с учетом примеров из практики организации франчайзинговых систем российскими франчайзерами.

Франчайзинговая стратегия компании устанавливает цели, задачи, принципы создания и развития сети, определяет действия, которые необходимо предпринять для реализации франчайзингового проекта.

На практике в реализации любого франчайзингового проекта выделяют несколько этапов:

- во-первых, планирование франшизы, которое заключается в оценке готовности компании к развитию по модели франчайзинга;

- во-вторых, разработка франшизы, которая включает определение ключевых параметров будущей франчайзинговой системы и подготовку пакета соответствующей юридической документации;
- в-третьих, продвижение на рынок разработанной франшизы;
- в-четвертых, продажа франшизы и формирование единой франчайзинговой сети;
- в-пятых, доработка франшизы на основе опыта открытия и функционирования франшизных предприятий, а также изменений во времени.

Каждый из названных этапов нужно рассмотреть подробнее.

Предпосылки для создания франшизы

М. Мендельсон, автор одного из первых и наиболее полных изданий по франчайзингу, отмечает, что франчайзинг – это не путь к спасению неуспешного предприятия. Франчайзинг должен начать свое развитие на здоровой финансовой и деловой основе. Принимая решение о создании франчайзинговой сети, потенциальный франчайзер должен быть уверен в том, что:

- 1) концепция предприятия, включая производимые товары и услуги, проверена практикой и доказала свою эффективность;
- 2) хозяйственная система, методы ведения дел, общественный имидж предприятия оригинальны;
- 3) существует возможность успешной передачи этой системы и методов другим;
- 4) финансовые поступления от операций в системе франчайзинга достаточны для того, чтобы обеспечить оператору окупаемость капиталовложений, рациональную оплату труда и возможность выплачивать франчайзеру разумное вознаграждение за предоставляемые им услуги;
- 5) доход, получаемый франчайзером от создаваемой системы, покрывает его накладные расходы и принесет разумную прибыль [Мендельсон, 1995, с. 48].

Сказанное выше можно свести к трем факторам, которые обуславливают эффективность франчайзинга: система предоставления продукта или услуги потребителям обладает определенной ценностью; существует возможность сведения этой системы к совокупности операционных правил, которые могут быть стандартизированы

и задокументированы; количество потенциальных покупателей концепции должно быть достаточным для того, чтобы первоначальное вложение средств в построение франшизной системы было выгодным [Шейн, 2006, с. 208].

Готовая бизнес-модель делает приобретение франшизы более предпочтительным для потенциальных франчайзи, чем начало собственного бизнеса с нуля. Ценность бизнеса может заключаться в уникальной технологии производства, продажи или обслуживания клиентов, в занимаемой нише, где отсутствуют конкуренты, либо в известном бренде. При этом на технологии и изобретения должен быть получен патент, а товарный знак – обязательно зарегистрирован. Бизнес должен быть успешен и проверен временем, чтобы гарантировать франчайзи надежность и прибыльность открытого по франшизе предприятия.

Интересен вопрос о количестве времени, которое потребуется компании для достижения успеха, и моменте старта франчайзинга. Результаты исследования Международной ассоциации франчайзинга (США) показали, что чем позже компания приступает к внедрению франчайзинга, тем больше у данной системы шансов на успех. Например, ресторанному бизнесу необходимо проработать на рынке более 9 лет, чтобы приступить к внедрению франчайзинга, компании в сфере розничной торговли продуктами питания – более 16 лет, а компании, оказывающей туристические услуги, – достаточно 1–2 лет [Lafontain, 1998]. Следует отметить, что российский франчайзинговый рынок в этом вопросе имеет свою специфику. На нашем рынке присутствует большое количество франшизных предложений от компаний без сильного бренда и устоявшейся репутации у потребителей, которые, по сути, представляют начинающий бизнес, но их создатели планируют реализовываться и развиваться в формате франчайзинга. Несмотря на отсутствие важной составляющей франчайзинга, такого рода франшизы имеют спрос, прежде всего из-за своей низкой стоимости.

Важным условием «франшизоспособности» бизнес-системы является ее тиражируемость. То есть концепция должна быть такой, чтобы ее можно было легко воспроизвести, изложить в виде письменных процедур и правил; научить ведению бизнеса по данной концепции не обладающих опытом предпринимательской деятельности людей в течение короткого периода времени. Например, компания Subway, крупнейший франчайзер в сфере ресторанного бизнеса, за две недели обучает франчайзи всем премудростям своей

бизнес-модели, после чего они начинают работать самостоятельно [Сеть ресторанов Subway..., 2015].

Для оценки готовности компании к разработке франшизы применяются специально разработанные тесты. На сайте консалтинговой компании «Франкон» такой «тест на франшизоспособность» состоит из нескольких вопросов, ответив на которые, потенциальный франчайзер имеет возможность оценить, насколько его идея работать по франчайзингу легко реализуема и выполнима [Компания «Франкон»..., 2014].

Следует отметить, что далеко не все сферы бизнеса являются «франшизоспособными». Традиционно успешными франчайзинговыми отраслями считаются общественное питание, розничная торговля продовольственными и непродовольственными товарами, услуги населению и бизнесу.

Таким образом, результатом данного этапа является определение готовности компании к внедрению франчайзинга и принятие решения о целесообразности его использования для дальнейшего развития.

Разработка франшизы

Разработка франшизы включает в себя несколько последовательных процессов.

Стратегия пилотного бизнеса

Большинство компаний-франчайзеров обращаются к пилотной стратегии, чтобы превратить теоретическую концепцию расширения бизнеса в реально действующий франчайзинг. Реализация проекта должна показать, насколько бизнес удовлетворяет рыночный спрос; в какие сроки можно передать технологию ведения бизнеса не имеющему опыта подобной работы предпринимателю-франчайзи; приемлем ли период времени, за который владелец франшизы можеткупить свой капитал.

Пилотный проект – это экспериментальное предприятие, типичное по целому ряду параметров: размер предприятия по занимаемой площади и количеству персонала, сумме затрат, охвату потребительского рынка и т.п. В процессе его деятельности отрабатываются основные элементы будущей франшизной цепочки:

- функционирование (выбор места, планировка помещения, установка оборудования и технологических линий, набор

- персонала, обеспечение материалами и комплектующими изделиями);
- менеджмент (бухгалтерский и управленческий учет, система обучения персонала, контроль со стороны франчайзера);
 - маркетинг (создание и поддержание имиджа, реклама, продвижение товаров и услуг и т.д.)

В процессе функционирования пилотного предприятия появляется возможность определить оптимальную расстановку оборудования и допустимые размеры помещения, скорректировать внутренний дизайн и внешнее оформление, чтобы в дальнейшем внести изменения в первоначальный имидж.

В некоторых случаях целесообразно организовать несколько пилотных предприятий. Это дает возможность опробовать большее количество вариантов всех упомянутых элементов, а самое главное – проанализировать влияние территориального расположения на эффективность работы предприятия.

Подготовка франчайзингового пакета

В результате деятельности пилотных предприятий, обычно через год после начала работы, франчайзер получает возможность написать все руководства по функционированию, которые составляют основу франшизного пакета.

Прежде всего, формируются требования к размещению бизнеса. Как правило, для выбора места будущего франчайзингового предприятия разрабатываются специальные оценочные анкеты. Необходимость специальных процедур по оценке подчеркивают многие франчайзинговые сети – от нежестко стандартизированных (магазин подарков «Красный Куб» [Компания «Красный куб»..., 2015], агентство праздников «КнязевЪ» [Агентство праздников «КнязевЪ»..., 2015]) до максимально приближенных к формату делового франчайзинга (универсам «Пятерочка» [X5Franchising..., 2014], лаборатория ИНВИТРО. [Лаборатория «ИНВИТРО»..., 2015]).

В системе оценок компании Concept Club (франшиза магазинов женской молодежной одежды) важным является расположение магазина в современных торговых центрах или помещениях на первом этаже на оживленной улице с витринами и отдельным входом. Рекомендуемая торговая площадь магазина в зависимости от численности населения города составляет: от 100 до 300 тыс. человек – от 130 до 170 м², от 300 тыс. и выше – от 150 до 250 м² [Компания Concept Club..., 2015].

Для тиражирования технологий и способа ведения бизнеса требуются эффективные программы обучения. Следует определиться, какое именно обучение необходимо для персонала предприятия, какова его продолжительность, структура. Обучение должно быть организовано таким образом, чтобы по окончании курса франчайзи был способен действовать самостоятельно и выполнять свои контрактные обязательства.

Большинство франчайзинговых сетей имеют собственные учебные центры (SUBWAY, 1С, X5 Retail Group), в которых предусмотрены различные курсы и программы. Обучение чаще всего проводится бесплатно, так как его стоимость включена в пакет франшизы.

Завершающим этапом подготовки франшизного пакета является разработка пособия (или руководства) для франчайзи. Оно должно содержать полное описание порядка и методов работы франчайзи и детально излагать все аспекты ежедневного ведения дел.

Пособие не должно быть слишком объемным, чтобы не затруднять работу и не ограничивать свободу и самостоятельность франчайзи. В связи с этим целесообразно разделить пособие на две части, одна из которых должна быть обязательной (использование прав, соблюдение технологии производства, стандартов обслуживания и принципов франчайзера), другая – рекомендательной (найм сотрудников, организация рабочих мест, информационное обеспечение) [Рыкова, 2000, с.112].

Так, московская сеть кофеен «Шоколадница» прежде чем предложить на рынке франшизу занялась стандартизацией своих корпоративных кофеен. Было создано единое для всех кафе меню, утверждены стандарты работы персонала и подготовлены все необходимые для организации франчайзинговой сети документы [Сеть кофеен «Шоколадница»..., 2015].

В конечном итоге во франчайзинговый пакет, как правило, входят следующие документы:

- технико-экономическое обоснование (ТЭО) франшизного предприятия;
- коммерческое предложение, описывающее основные параметры франшизного предложения для заинтересованных лиц, и перечень обязательных минимальных требований, которым должен соответствовать потенциальный франчайзи;
- пакет фирменных стандартов франшизного предприятия;
- руководство (пособие) по управлению франшизным предприятием;
- договор франчайзинга (коммерческой концессии).

Поиск и отбор франчайзи

Когда сформирована бизнес-концепция и пилотный проект доказал эффективность бизнеса, франчайзер может приступить к подбору франчайзи.

Обычно франчайзеры разрабатывают так называемый портрет франчайзи, который представляет собой «усредненное» описание качеств и квалификации потенциальных партнеров. При составлении «портрета» следует ориентироваться на определенные параметры, описанные ниже.

Собственные средства для покупки франшизы. Вложение личных финансовых средств в проект является обязательным условием, в противном случае у франчайзи не будет сильной мотивации к успеху бизнеса. Для крупных проектов (универсам, ресторан) франчайзеры могут попросить подтверждение о наличии финансовых ресурсов и активов.

Наличие подходящих площадей в собственности или аренде. Собственники торговых площадей как потенциальные франчайзи имеют безусловное преимущество перед остальными кандидатами, но нужно, чтобы помещение соответствовало требованиям франчайзера.

Опыт предпринимательской деятельности. Здесь возможен различный подход. Есть франшизы, где предпринимательский опыт необходим. Однако многие франчайзеры считают, что предыдущий опыт не важен, более того, он может мешать получению новых знаний и ведению бизнеса по франшизе.

В компании «АБК» (сеть универсамов) важнейшим фактором при выборе партнера является наличие у франчайзи собственных средств (или возможности привлечь средства, необходимые для ремонта и оснащения магазина оборудованием, согласно стандартам сети) и помещения под магазин (или возможности аренды). Кроме этого, франчайзи должен предоставить франчайзеру все необходимые юридические документы, подтверждающие его право на ведение предпринимательской деятельности [Сеть универсамов «АБК»..., 2009]. Что касается опыта работы в торговле, то «АБК» не считает это необходимым требованием к франчайзи.

Стоимость одной из самых динамичных франшиз¹ российского рынка «ИНВИТРО» (диагностические лаборатории) для Москвы

¹ С момента начала франчайзинговой деятельности (2005 г.) компания открыла 358 (сентябрь 2014 г.) франшизных лабораторий на территории Российской Федера-

составляет 500 тыс. рублей, однако чтобы стать франчайзи не требуется медицинское образование или опыт работы в этой сфере [Лаборатория «ИНВИТРО»..., 2015].

Предпринимательские и менеджерские характеристики. Идеального франчайзи часто называют «облегченной разновидностью предпринимателя» (entrepreneur light). Франчайзи, с одной стороны, должен обладать всеми качествами предпринимателя: силой воли, энергичностью, организаторскими способностями, умением эффективно вести переговоры, решительностью и готовностью к ситуациям, связанным с риском. С другой стороны, чтобы соблюдать стандарты и принципы сети, ему требуется дисциплинированность, умение подчиняться, готовность принимать и выполнять решения франчайзера, желание работать в системе и для нее. Мириться с позицией подчиненного, владея собственным бизнесом, готовы далеко не все предприниматели-франчайзи. В российской практике известны случаи, когда франчайзи на определенном этапе пытаются стать независимыми и нарушают стандарты франчайзера. Как правило, такие случаи приводят к конфликту между сторонами франчайзинговых отношений и закрытию предприятия-франчайзи.

Принятие философии компании. Этот критерий как самый главный при отборе франчайзи выделяет компания «Экспедиция» – сеть магазинов товаров для активного отдыха. Практика показывает, что наиболее прибыльные магазины оказываются у тех франчайзи, которые разделяют общие взгляды и убеждения компании-франчайзера и поддерживают соответствующий образ жизни. Так, например, многие франчайзи «Экспедиции» вместе с продавцами своих магазинов периодически ходят в поход, вместе путешествуют, где тестируют свои товары [Компания «Экспедиция»..., 2015].

Продвижение франшизы

После разработки франшизы наступает следующий этап реализации франчайзингового проекта – продвижение франшизы на рынке. На этом этапе франчайзер решает, какие способы продвижения франшизы могут быть использованы, какие результаты должны быть достигнуты и в какие сроки, а также определяет ресурсы (денежные, трудовые), которые необходимо для этого исполь-

ции. URL: http://www.invitro.ru/franchaizing/economic_indicators.php (дата обращения: 20.07.2015).

зовать. Задействованные на данном этапе ресурсы продвижения франшизы применяются для привлечения потенциальных франчайзи, а также формируют общественное мнение о франшизе.

Процесс продвижения франшизы заслуживает особого внимания, поскольку российский франчайзинговый рынок находится в стадии активного развития, несмотря на некоторое замедление темпов роста в связи с общей неблагоприятной экономической ситуацией.

При разработке стратегии продвижения франшизы, франчайзеры должны учитывать следующие тенденции:

- *глобализация рынка франшиз*. Так, ежегодно новые иностранные компании-франчайзеры выходят на российский рынок; ряд российских компаний продают свои франшизы за рубеж;
- *усиление конкуренции* не только между франшизами компаний, работающих в одной отрасли, но и в смежных отраслях. Например, потенциальный франчайзи может проявить равнозначный интерес к франчайзинговым проектам магазина обуви и магазина одежды или к проектам магазина косметики и магазина бижутерии;
- *качественные изменения потенциального франчайзи*. Новый тип потенциального франчайзи имеет хорошее образование, разбирается во франчайзинге, использует современные возможности информационных технологий;
- *рост доступности информации*, прежде всего, за счет развития сети Интернет, с помощью которой можно найти информацию о любом франшизном предложении.

Программа продвижения франшизы предполагает решение ряда задач: определение субъекта продвижения — целевой аудитории; определение масштабов продвижения — целевых регионов; определение стратегии продвижения; анализ и выбор способов продвижения.

Исходя из критериев, заложенных в «портрет» потенциальных франчайзи, определяется целевая аудитория, на которую будет ориентировано продвижение той или иной франшизы.

Кто чаще всего становится покупателем франшизы?

Прежде всего, это уже *действующие франчайзи*. По данным руководителя консалтинговой компании «Франкон», 20% приобретающих франшизу с помощью этой компании уже владеют франшизами [Семина, 2008]. Убедившись в эффективности ведения бизнеса по франчайзингу, они стремятся к расширению своего дела. Это

самая образованная (во франчайзинге) и мотивированная целевая аудитория. Основная задача продвижения франшизы такой аудитории – убедить ее, что покупка новой франшизы повысит прибыльность существующего бизнеса.

Другая большая группа потенциальных покупателей – *владельцы собственного бизнеса*. Причины покупки могут быть различны. Компания «Миэль» – сеть офисов недвижимости – провела анализ покупателей франшизы, который показал, что большая часть обратившихся – люди уже имеющие собственное агентство, остальные – это управляющие и руководители риэлторских агентств. Как правило, к покупке франшизы прибегают агентства и руководители, достигшие максимума в своем деле, но желающие двигаться далее и перейти на более высокий и принципиально новый уровень развития и работы [Агентство недвижимости «Миэль»..., 2015].

Кроме того, владельцы собственного бизнеса, могут приобрести франшизу, опасаясь выхода на рынок конкурента.

Специалисты и менеджеры, которые хотят реализовать себя как предприниматели и управлять собственным бизнесом, однако из-за рисков создания новой компании выбирают франшизу как наиболее безопасный вариант открытия предприятия. У менеджеров есть опыт управления людьми, они привыкли следовать правилам, у них, как правило, накоплены средства для реализации стартапа. Все это делает их наилучшими кандидатами на получение франшизы.

Наемные работники, потребители, поставщики – те, кто хорошо знаком с бизнесом франчайзера. Преимущество этой аудитории как потенциальных франчайзи состоит в том, что они понимают специфику данной франшизы и заинтересованы в ее развитии, недостаток – в возможном отсутствии достаточных средств для открытия бизнеса. Некоторые франчайзеры, стремясь поддержать предпринимательскую инициативу своих сотрудников, финансируют их на старте или выступают гарантом при получении кредита в банке. Например, компания «Унция», имеющая сеть концептуальных магазинов кофе, чая и аксессуаров, оказывает финансовую помощь бывшим продавцам своих магазинов, желающим открыть новые магазины по франшизе [Сеть чайных магазинов «Унция»..., 2015].

Часто франшизу покупают успешные бизнесмены для своих жен, чтобы они могли заняться красивым бизнесом. Так, большим спросом пользуются магазины бижутерии, кофейни, бутики чая и кофе (та же «Унция»), маникюрные студии, образовательные центры для малышей.

Столкнувшись с трудностями трудоустройства, покупателями франшизы становятся выпускники вузов, которые для этого прибегают к финансовой помощи и поддержке родителей. Наиболее активны в этом вопросе выпускники экономических факультетов. Однако узкоспециализированные франчайзинговые проекты интересны и студентам соответствующих специальностей, например, франшизу образовательного центра готовы рассматривать выпускники педагогических вузов.

Следующая задача продвижения франшизы — *определение целевых регионов*, наиболее перспективных для открытия франчайзинговых предприятий как на внутреннем, так и международном рынке. При этом регионы ранжируют по степени приоритетности.

Привлекательность региона определяют, прежде всего, по таким данным, как средний уровень заработной платы, оборот розничной торговли или оказанных услуг на душу населения, индекс цен, обеспеченность современными торговыми площадями. В условиях динамичного развития сетевых компаний в России большинство фирм ориентируются на присутствие на локальном рынке конкурентов. На основе анализа их деятельности оценивается объем рынка и перспективность открытия в городе франшизной точки.

Оптимальный путь расширения сети обычно начинают с открытия собственного предприятия в одном из крупных городов региона, первые франшизы продают в города с численностью населения от миллиона человек, потом рассматривают города с населением более 500 тыс. человек и с наиболее высоким уровнем заработных плат, далее — города с меньшей численностью.

Первые франшизы следует продавать в соседние регионы, что позволит франчайзеру поддерживать тесный контакт с франчайзи, быстро реагировать на проблемы, оказывая оперативную помощь. Успешные франчайзинговые предприятия становятся самыми лучшими «продавцами» франшизы.

Следующий этап *продвижения франшизы* — выбор *стратегии*. Условно можно выделить три стратегии, которые используют франчайзеры на российском рынке: активная (активное продвижение франшизы и бренда); активно-пассивная (активное продвижение бренда и пассивное продвижение франшизы, либо пассивное продвижение бренда и активное продвижение франшизы); пассивная (пассивное продвижение франшизы и бренда).

Репутация бренда компании является залогом успеха ее франшизной системы. Ценный бренд обеспечивает франшизе конкурентное преимущество и привлекает новых партнеров в сеть. Осо-

знаявая это, многие франчайзеры на российском рынке активно рекламируют свой товарный знак / знак обслуживания и активно либо пассивно продвигают свою франшизу.

Например, активно рекламируют свои бренды такие компании, как «Г.М.Р. Планета Гостеприимства» (бренды Sbarro, «Елки-Палки», «Маленькая Япония», «Восточный базар», Viaggio); «Росинтер Ресторантс» (бренды «IL Патио», «Планета Суши», «1-2-3 кафе», T.G.I. Friday's); X5 Retail Group (бренды «Пятерочка», «Перекресток», «Копейка»). Однако многие потенциальные франчайзи не знают о существовании франшиз этих компаний. При этом компании не испытывают недостатка в покупателях и демонстрируют достаточно хорошую динамику развития франчайзинговой сети.

Другие франчайзеры активно рекламируют франшизу, при этом их товарный знак или знак обслуживания мало знаком покупателям: например, сеть ресторанов азиатской кухни Menza, магазины одежды Westland, магазины чая и кофе «Унция», мини-маркеты розничной торговли газет и журналов «Хорошие новости», магазин подарков «Экспетро!», организация развлекательного научного шоу для детей «Шоу профессора Николая».

Значительная часть франчайзеров российского рынка пассивна и демонстрирует слабое продвижение и товарного знака, и франшизы. Такая ситуация не является преднамеренно выбранной стратегией. Она часто обусловлена плохой проработкой франшизы, неуверенностью компании в эффективности развития по франчайзингу, недостаточным рекламным бюджетом. Очевидно, что в этом случае сеть развивается медленно. В качестве примера можно привести следующие франшизы: магазина детских игр «Маленький гений», магазина предметов декора и интерьера Garda Decor, фотошколы «Академия фотографии», детского развивающего центра Talento, кредитно-страхового брокера Finance Group, организации детских праздников «Сумасшедшая наука» и другие.

К сожалению, зачастую действительно инновационные технологии, пока нераспространенные на российском рынке, страдают из-за недостатка силы бренда. В качестве примера можно привести франшизу экологичной мойки автомобилей GeoWash. Ее технологии безвредны для окружающей среды [Компания GeoWash...]. Такой способ мойки автомобилей уже получил широкое распространение за рубежом. Но из-за слабого продвижения бренда и франшизы в России франчайзинговое предложение не пользуется успехом у российских покупателей.

К компаниям, которые используют активную стратегию продвижения, относятся «33 пингвина» (продажа премиального мороженого через сеть мини-кафе), KANZLER (магазины мужской одежды), Sun School (частные детские сады), «ИНВИТРО» (медицинские лаборатории), «Шоколадница» (сеть кофеен). Они рекламируют свой бренд в комплексе с франшизой, в частности, используя возможности самого значительного российского форума по франчайзингу BUYBRAND¹.

При активном продвижении франшизы франчайзеры также обращаются за помощью к консалтинговым компаниям. Услуги посредников в данном случае включают в себя разработку и реализацию индивидуальной рекламной кампании по продвижению франшизы.

Использование услуг консалтинговых компаний по продвижению франшизы может быть основным (или даже единственным) способом привлечения франчайзи либо дополнительным. При этом консалтинговая компания может также оказывать услуги по продаже франшизы (консультированию и отбору потенциальных франчайзи) на эксклюзивной и не эксклюзивной основе. Эксклюзивный договор с посредником накладывает на консалтинговую компанию обязательство заниматься активным продвижением франшизы, вести переговоры и отбор всех заинтересованных во франшизе лиц, на франчайзера – платить компании-брокеру за каждого привлеченного в сеть франчайзи. Такого рода сотрудничество освобождает франчайзера от затрат на продвижение франшизы, проведение переговоров с потенциальными франчайзи и содержание департамента развития.

Привлечение франчайзинговых брокеров для продвижения и продажи франшизы целесообразно для компаний, развивающих сеть небольших по формату магазинов и бутиков одежды, аксессуаров, подарков, косметики, бижутерии и других товаров, поскольку здесь не требуется специальных знаний (недвижимость, производство). В США продаваемые через посредников франшизы в основном принадлежат сфере услуг [Olson, 2007].

Продвижение франшизы с помощью консалтинговой компании оказывается результативным для начинающих франчайзеров, не имеющих опыта и возможностей для организации системы про-

¹ Международная выставка бизнеса по франчайзингу, инвестиционных и партнерских возможностей. URL: <http://www.expo.buybrand.ru/> (дата обращения: 18.08.2015).

движения и продажи франшизы, а также для иностранных франчайзеров, заинтересованных в развитии франчайзинговой сети на российском рынке, особенности которого хорошо известны франчайзинговому брокеру.

Однако продвижение и продажа франшизы через посредника имеет и ряд отрицательных сторон. Во-первых, подобные услуги достаточно дороги, что является главным сдерживающим фактором сотрудничества франчайзеров с брокерами в России. Во-вторых, в компаниях, которые имеют собственный отдел развития франчайзинга, может возникнуть нездоровая конкуренция между менеджерами и франчайзинговыми брокерами в борьбе за потенциального франчайзи. В-третьих, услуги неквалифицированных брокеров могут нанести ущерб репутации компании и привести к потере возможных партнеров. В этой связи франчайзеру следует тщательно подходить к выбору посредника и осуществлять контроль за его работой.

Большинство компаний занимаются продвижением франшизы в России исключительно собственными силами. Однако роль посредников, услуги которых становятся все более разнообразными, на рынке франшиз в последние годы имеет тенденцию к увеличению. [Магазин франшиз FRshop..., 2014].

Следующей задачей этапа продвижения франшизы является выбор *способов и инструментов привлечения франчайзи*:

- связи с общественностью — направленные действия, способствующие установлению и выстраиванию управляемых взаимоотношений с различными контактными аудиториями (потребителями, инвесторами, потенциальными франчайзи, сотрудниками);
- реклама — публичное представление франшизы потенциальным франчайзи с помощью различных средств распространения информации;
- персональные продажи — представление франшизы конкретным лицам, которые соответствуют критериям потенциального франчайзи;
- выставки и семинары — специально организованные публичные мероприятия, основная или не основная цель которых — продажи или увеличение продаж франшиз на конкретной территории (стране, регионе, городе).

Перечисленные средства маркетинговых коммуникаций в совокупности образуют «коммуникационный комплекс» маркетинга франшизы. На практике выбор способов привлечения франчайзи

осуществляется, как правило, на основе опыта франчайзеров-конкурентов.

По мере расширения франчайзинговой сети используемые способы продвижения франшизы меняются. Создание сети эффективно работающих франшизных предприятий – это самый лучший способ для франчайзера привлечь внимание потенциальных франчайзи, которые будут покупать франшизу по рекомендациям успешно действующих франчайзи.

Продажа франшизы

Процесс продажи франшизы идет параллельно с процессом продвижения и находится с ним в тесной взаимосвязи. На этапе продажи формируется концепция отбора франчайзи, подбирается команда специалистов по продаже франшизы, создаются инструменты продажи франшизы (инвестиционный меморандум, презентационные материалы, макеты).

Этот этап имеет свою специфику, которая заключается в проведении большого количества организованных специальным образом переговоров с будущими партнерами для определения наиболее подходящих претендентов. Важно соблюдать высокий уровень конфиденциальности, в частности: до подписания договора франчайзи не должен получить доступ к коммерческой тайне, секретам передаваемых ноу-хау и технологий. Перед заключением договора потенциальному франчайзи предоставляется возможность оценить экономические выгоды франчайзингового сотрудничества и достоверность информации о франшизе, а франчайзеру – возможность оценить кандидата на соответствие требованиям, предъявляемым партнеру.

Доработка франшизы

По мере роста франчайзинговой сети пересмотру, уточнению, дополнительной разработке могут быть подвергнуты процедуры и стандарты бизнеса, схема организации бизнеса, условия предоставления франшизы, согласно которым корректируются и процессы продвижения и продажи франшизы. Например, рост франчайзинговой сети и проводимые рекламные кампании увеличивают ценность бренда франчайзера, что дает возможность франчайзеру увеличить стоимость франшизы (паушальный взнос). Еще один пример: первоначально весь процесс приготовления гамбургеров

происходил непосредственно в ресторане McDonalds, но со временем концепция изменилась, теперь производственный комплекс готовит полуфабрикаты, а в ресторанах их доводят до готовности [Лав, 2007, с. 542].

В идеале, прежде чем продать первую франшизу, франчайзер должен предусмотреть и самым подробным образом описать все нюансы взаимоотношений с будущими партнерами. На практике часто случается, что эти документы серьезно корректируются уже в процессе работы с франчайзи.

Например, первоначальная франчайзинговая программа компании KANZLER (магазины мужской одежды), которая готовилась больше года, состояла из нескольких разделов. В первом приводилась информация о компании, ее миссии, разъяснялась ее корпоративная политика и суть стратегического партнерства, описывалась фирменная система франчайзинга и маркетинговая политика компании. Второй раздел был посвящен стандартам работы и ассортиментной политике фирменного магазина KANZLER, содержал руководство по его ежедневному функционированию. Третий рассказывал о торгово-кредитной политике компании. В приложении приводились образцы франчайзинговых договоров.

Несмотря на тщательную проработку документов, после открытия первого партнерского магазина компании пришлось внести 5–7 важных поправок: потребовалось более четко прописать обязанности сотрудников; в должностную инструкцию продавца был включен целый сценарий, описывающий, как общаться с клиентом, возможные вопросы со стороны покупателя и ответы на них. Часть положений программы были смягчены. Например, в первоначальном варианте программы речь шла о том, что коллекция одежды, представленная в торговом зале, должна обновляться в каждом новом сезоне. Но опыт работы показал, что часть старой коллекции можно эффективно продавать и в дальнейшем.

KANZLER создал свою франчайзинговую сеть, следуя всем классическим рекомендациям. Первую франшизу компания продала только после двенадцати лет работы на российском рынке, в 2010 г [Компания KANZLER..., 2015].

Завершая статью, следует отметить, что выбор компанией франчайзинговой стратегии развития ставит перед ней сложную задачу создания качественной франшизы. Как показывает практика и опыт франчайзеров российского рынка, алгоритм решения данной задачи предполагает прохождение ряда этапов, в результате которых формируется стандарт франчайзинговой концепции. Только в этом слу-

чае франчайзер может создать успешную бизнес-модель и найти надежного партнера-франчайзи, способного эффективно управлять и развивать франшизу.

Список литературы

1. Агентство праздников «КнязевЪ»: сайт. 2015. URL: http://www.event-franshiza.ru/Trebovaniya_k_franchayzi_Franshiza_Agentstvo/ (дата обращения: 10.08.2015).
2. Агентство недвижимости «Миэль»: сайт. 2010–2015. URL: <http://master.miel.ru/mielpress/6255> (дата обращения: 10.08.2015).
3. Информационный бюллетень РАФ. Вып. № 5. Ноябрь 2010 // Российская Ассоциация франчайзинга: сайт. URL: http://www.ru.rusfranch.ru/upload/download/bulletinRAF_november2010.pdf (дата обращения: 15.08.2015).
4. Компания «Красный Куб»: сайт. 1996–2015. URL: <http://www.redcube.ru/franchising-redcube-alessandro-frenza/> (дата обращения: 20.08.2015).
5. Компания «Франкон»: сайт. 2009–2014. URL: http://francon.ru/area_test (дата обращения: 20.08.2015).
6. Компания «Экспедиция»: сайт. 2015. URL: <http://e-xpedition.ru/franshiza/?r=servis> (дата обращения: 28.08.2015).
7. Компания Concept Club: сайт. 2005–2015. URL: <http://www.conceptclub.ru/franchayzing> (дата обращения: 21.08.2015).
8. Компания GeoWash: сайт. URL: <http://geowash.ru/biznes-s-geowash> (дата обращения: 10.08.2015).
9. Компания KANZLER: сайт. 2015. URL: <http://www.kanzler-style.ru/franchise/> (дата обращения: 10.08.2015).
10. Лаборатория «ИНВИТРО»: сайт. 2004–2015. URL: <https://www.invitro.ru/franchaizing/claim.php>; URL: https://www.invitro.ru/franchaizing/about_franchise.php (дата обращения: 30.07.2015).
11. *Лав Дж.* McDonald's. О чем молчит БИГМАК? М., 2007.
12. Лидеры российского франчайзинга. Каталог франшиз. Российская ассоциация франчайзинга, 2014.
13. Магазин франшиз FRshop: сайт. 2001–2014. URL: <http://frshop.ru/> (дата обращения: 28.07.2015).
14. *Мендельсон М.* Руководство по франчайзингу. М., 1995.
15. *Рыкова И.В.* Франчайзинг: новые технологии, методология, договоры. М., 2000.
16. *Семина Н.* Согласно инструкции // Бизнес-журнал. 2008. № 1.
17. Сеть кофеен «Шоколадница»: сайт. 2015. URL: http://new.shoko.ru/moskva/franchajzing/usloviya_franchajzinga (дата обращения: 09.08.2015).
18. Сеть ресторанов Subway: сайт. 2015. URL: <http://subway.ru/franchising/faq/> (дата обращения: 10.08.2015).

19. Сеть универсамов «АБК»: сайт. 2009. URL: <http://www.abk.ru/Franchaizing> (дата обращения: 12.08.2015).
20. Сеть чайных магазинов «Унция»: сайт. 2015. URL: <http://www.chay.info/sotrud/franch/> (дата обращения: 12.08.2015).
21. *Шейн С.* От мороженого к Интернету: Франчайзинг как инструмент развития и повышения прибыльности вашей компании / Пер. с англ.; Под науч. ред. Е.Е. Козлова. Днепропетровск, 2006.
22. X5Franchising: сайт. 2014. URL: <http://fr.x5.ru/shops/pyaterochka/> (дата обращения: 19.08.2015).
23. *Lafontain F., Shaw K.* Franchising Growth and Franchisor Entry and Exit in the U.S. Market: Myth and Reality // *J. of Business Venturing*. 1998. N 13.
24. *Olson S.* Dealing with Franchise Brokers: Winning the Game is Knowing How to Play // *FranchiseUpdate*. 2007. URL: www.franchise-update.com/articles/327/

The List of References in Cyrillic Transliterated into Latin Alphabet

1. Agentstvo prazdnikov «Knjazev»: sajt. 2015. URL: http://www.event-franshiza.ru/Trebovaniya_k_franchayzi_Franshiza_Agentstvo/ (data obrashhenija: 10.08.2015).
2. Agentstvo nedvizhimosti «Mijel'»: sajt. 2010–2015. URL: <http://master.miel.ru/mielpress/6255> (data obrashhenija: 10.08.2015).
3. Informacionnyj bjulleten' RAF. Vyp. № 5. Nojabr' 2010 // Rossijskaja Associacija franchajzinga: sajt. URL: http://www.ru.rusfranch.ru/upload/download/bulletinRAF_november2010.pdf (data obrashhenija: 15.08.2015).
4. Kompanija «Krasnyj Kub»: sajt. 1996–2015. URL: <http://www.redcube.ru/franchising-redcube-alessandro-frenza/> (data obrashhenija: 20.08.2015).
5. Kompanija «Frankon»: sajt. 2009–2014. URL: http://francon.ru/area_test (data obrashhenija: 20.08.2015).
6. Kompanija «Jekspedicija»: sajt. 2015. URL: <http://e-xpedition.ru/franshiza/?r=servis> (data obrashhenija: 28.08.2015).
7. Kompanija Concept Club: sajt. 2005–2015. URL: <http://www.conceptclub.ru/franchayzing> (data obrashhenija: 21.08.2015).
8. Kompanija GeoWash: sajt. URL: <http://geowash.ru/biznes-s-geowash> (data obrashhenija: 10.08.2015).
9. Kompanija KANZLER: sajt. 2015. URL: <http://www.kanzler-style.ru/franchise/> (data obrashhenija: 10.08.2015).
10. Laboratorija «INVITRO»: sajt. 2004–2015. URL: <https://www.invitro.ru/franchaizing/claim.php>; URL: https://www.invitro.ru/franchaizing/about_franchise.php (data obrashhenija: 30.07.2015).

11. Lav Dzh. McDonald's. O chem molchit BIGMAK? M, 2007.
12. Lidery rossijskogo franchajzinga. Katalog franshiz. Rossijskaja asociacija franchajzinga, 2014.
13. Magazin franshiz FRshop: sajt. 2001–2014. URL: <http://frshop.ru/> (data obrashhenija: 28.07.2015).
14. *Mendel'son M.* Rukovodstvo po franchajzingu. M., 1995.
15. Rykova I.V. Franchajzing: novye tehnologii, metodologija, dogovory. M, 2000.
16. *Semina N.* Soglasno instrukcii, *Biznes-zhurnal*, 2008, N 1.
17. Set' kofeen «Shokoladnica»: sajt. 2015. URL: http://new.shoko.ru/moskva/franchajzing/usloviya_franchajzinga (data obrashhenija: 09.08.2015).
18. Set' restoranov Subway: sajt. 2015. URL: <http://subway.ru/franchising/faq/> (data obrashhenija: 10.08.2015).
19. Set' universamov «ABK»: sajt. 2009. URL: <http://www.abk.ru/Franchajzing> (data obrashhenija: 12.08.2015).
20. Set' chaynyh magazinov «Uncija»: sajt. 2015. URL: <http://www.chay.info/sotrud/franch/> (data obrashhenija: 12.08.2015).
21. *Shejn C.* Ot morozhenogo k Internetu: Franchajzing kak instrument razvitija i povyshenija pribyl'nosti vashej kompanii, Per. s angl.; Pod nauch. red. E.E. Kozlova. Dnepropetrovsk, 2006.
22. X5Franchising: sajt. 2014. URL: <http://fr.x5.ru/shops/pyaterochka/> (data obrashhenija: 19.08.2015).

НАУЧНАЯ ЖИЗНЬ

В.В. Герасименко¹,

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

АЛЬТЕРНАТИВЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА: ДИСКУССИИ ЭКОНОМИСТОВ В МГУ

В январе 2015 г. в МГУ состоялась ежегодная научная конференция «Ломоносовские чтения». Она была посвящена 260-летию университета. В рамках Ломоносовских чтений на экономическом факультете был организован научный симпозиум «Альтернативы экономической политики в условиях замедления экономического роста: разработки и рекомендации экономистов МГУ». Прошедшие на этом симпозиуме дискуссии позволили сформулировать ключевые тренды экономической политики, направленные на повышение экономического роста и преодоление кризисных явлений в экономике.

Ключевые слова: экономическая политика, кризис, экономический рост.

V.V. Gerasimenko,

Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia)

THE ALTERNATIVES OF ECONOMIC POLICY UNDER THE CRISIS: ECONOMISTS DISCUSSIONS AT LOMONOSOV MOSCOW STATE UNIVERSITY

In January 2015, Moscow State University held its annual scientific conference “Lomonosov readings”. The conference was dedicated this year’s 260th anniversary of Moscow State University. As part of the Lomonosov readings at the Economics Faculty of Moscow State University hosted a scientific conference “Alternatives of economic policy in conditions of slowdown in economic growth:

¹ Герасименко Валентина Васильевна, д-р экон. наук, профессор, зам. декана экономического ф-та.

working-out and recommendations of economists at the MSU". Discussions at the conference allowed us to formulate the key areas of economic policy aimed at increasing economic growth and overcoming the crisis in the economy.

Key words: economic policy, crisis, economic growth.

Основными темами многих исследований и научных дискуссий в современных условиях являются вопросы экономического регулирования, поиска новых подходов к стимулированию экономического роста и преодолению кризиса в российской экономике. Напрямую затронула эти вопросы и научная конференция «Альтернативы экономической политики в условиях замедления экономического роста: разработки и рекомендации экономистов МГУ». Она состоялась в рамках Ломоносовских чтений в январе 2015 г. на экономическом факультете МГУ. Конференция была организована совместно экономическим факультетом МГУ имени М.В. Ломоносова, Высшей школой государственного администрирования МГУ имени М.В. Ломоносова, Московской школой экономики МГУ имени М.В. Ломоносова при содействии Новой экономической ассоциации.

Проблематика дискуссий на конференции отличалась особой актуальностью, так как касалась сложной экономической ситуации и задач преодоления кризисных явлений в России. Надо отметить, что эта актуальность сохраняется и сейчас, по прошествии нескольких месяцев после конференции.

Ситуация в российской экономике остается по-прежнему сложной, хотя, по оценкам Центробанка и Минэкономразвития, наметились некоторые признаки стабилизации: пройден пик изменения курсовых соотношений и происходит некоторое укрепление рубля. В то же время растет безработица, что является показателем экономической нестабильности: число официально зарегистрированных безработных россиян увеличилось до 1 млн человек. Многие предприятия закрываются или проводят сокращения, но эти данные не сразу попадают в статистику. В действительности ключевые проблемы российской экономики по-прежнему связаны с довольно серьезными рисками. В их числе глубокая рецессия, катастрофические темпы оттока капитала, дефицит бюджета, высокие инфляционные и девальвационные ожидания, проблемы наполнения международных резервов, слабость промышленного сектора и сложности импортозамещения. Часть этих рисков обусловлена снижением цен на энергоресурсы, и Россия не в силах повлиять на ситуацию на рынке энергоресурсов. Положение осложняется

и тем, что за несколько десятилетий наша страна так и не диверсифицировала структуру и источники роста национальной экономики, сохранив зависимость от нефтяных цен.

Прогнозы и оценки перспектив экономического развития в таких условиях не могут быть достаточно надежными, поскольку исходные параметры не всегда достоверны, а политические условия нестабильны. Сложно спрогнозировать цену на нефть, потому что она зависит от внешних параметров. Однако у правительства есть определенный набор мер, которые они могут применить для стабилизации ситуации в экономике, в частности, господдержка системообразующих предприятий, докапитализация банков [Королева, 2015].

В поисках альтернатив экономической политики многие государства сейчас пытаются сравнивать текущий кризис с кризисами 1998 г. и 2008 г. Это имеет определенные основания. Структурно экономика России с тех пор существенно не изменилась, но изменились многие экономические параметры и политические условия, поэтому и последствия будут отличаться. Например, сегодня эксперты полагают, что массовой безработицы не будет: нет провала экспортного спроса, поскольку мировая экономика в отличие от 2008–2009 гг. находится на подъеме; объем внешней задолженности не так опасен; ступенчатая девальвация, обесценив доходы населения и зарплаты, позволила сохранить в значительной части доходы компаний и банков. Все это смягчает циклический спад выпуска, вызванный падением цены на нефть и санкциями. В обновленном прогнозе Центробанк даже предполагает снижение оттока капитала и масштаба расходования резервов в текущем году, а также сокращение инфляции. Считается, что благотворное влияние на показатель оттока капитала окажет ухудшение финансового состояния российских компаний. Это уменьшит инвестиции в зарубежные активы, прежде всего в форме прямых инвестиций за рубеж, что частично компенсирует сокращение инвестиций нерезидентов в российские активы [Журавлев, 2015].

В свете последних событий и сложившейся ситуации исходный вопрос для прогнозирования кризисных тенденций в экономике России на конференции был сформулирован так: «Дисбалансы в глобальной экономике: угрозы стабильности или драйверы роста?» Участники мероприятия обсудили несколько аспектов экономических дисбалансов: в темпах экономического роста, по счету текущих операций, в уровне чистых внешних активов, в экономической политике.

Программа конференции включала три панельные дискуссии на пленарной сессии и секционные заседания.

На первой сессии обсуждалась тема «Внешние шоки и экономическая политика России». Модератором заседания стал А.А. Аузан (д-р экон. наук, профессор, декан экономического ф-та МГУ, председатель исполнительного совета, вице-президент Новой экономической ассоциации). Открыл дискуссию С.А. Афонцев (д-р экон. наук., профессор, зав. отделом экономической теории Института мировой экономики и международных отношений РАН). Он представил доклад «Дисбалансы в глобальной экономике: угрозы стабильности или драйверы роста». Оппонентами выступили В.П. Колесов (д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой мировой экономики, президент экономического ф-та МГУ) и М.Ю. Головнин (д-р экон. наук, зам. директора Института экономики РАН, доцент Московской школы экономики МГУ, зам. председателя исполнительного совета Новой экономической ассоциации).

Вторая сессия называлась «Макроэкономическое регулирование: антикризисные приоритеты». Модерировал заседание А.Д. Некипелов (д-р экон. наук, академик РАН, директор Московской школы экономики МГУ). Основной доклад в рамках данной сессии представил В.М. Полтерович (д-р экон. наук, академик РАН, зам. директора Московской школы экономики МГУ, почетный президент Новой экономической ассоциации) – «Институты и политика стимулирования роста в России-2015: проблемы реформирования».

Оппонентами выступили А.Н. Клепач (канд. экон. наук, зав. кафедрой макроэкономической политики и стратегического управления экономического ф-та МГУ) и Е.Т. Гурвич (канд. физ.-мат. наук, президент Ассоциации независимых центров экономического анализа, член экспертного совета Новой экономической ассоциации).

Третья сессия – «Власть и бизнес: помогать или не мешать?» – затронула вопросы взаимодействия государства и бизнеса. Модерировал заседание В.Л. Макаров (д-р экон. наук, академик РАН, директор ЦЭМИ РАН, директор Высшей школы государственного администрирования МГУ). Участники сессий обсуждали доклад А.Е. Шашитко (д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой конкурентной и промышленной политики экономического ф-та МГУ) «Зачем нужна конкурентная политика, если есть промышленная?». Оппонентами докладчика выступили Р.С. Гринберг (д-р экон. наук, чл.-корр. РАН, директор Института экономики РАН, профессор Московской школы экономики МГУ, президент Новой экономической ассоциации) и Г.Б. Клейнер (д-р экон. наук, чл.-корр. РАН,

профессор Московской школы экономики МГУ, профессор экономического ф-та МГУ).

В рамках конференции также работало свыше десяти секций и подсекций. На каждой из них по итогам дискуссий были сделаны определенные выводы и даны соответствующие рекомендации.

Секция «Демографическая, семейная и миграционная политика».
Руководители: В.В. Елизаров (канд. экон. наук, руководитель Центра по изучению проблем народонаселения), В.А. Ионцев (д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой народонаселения экономического ф-та МГУ).

Выводы и рекомендации по итогам дискуссии

1. Согласно последним официальным данным Росстата, через 10 лет (начало 2025 г.), при условии, что рождаемость останется на достаточно высоком уровне и продолжительность жизни сохранит позитивную динамику, население нашей страны составит по низкому варианту прогноза – 138,2 млн, по высокому – 149,9 млн, по среднему – 144,3 млн человек, т. е. примерно столько же, сколько сегодня. Но данный прогноз был рассчитан без учета того факта, что население России увеличилось за счет присоединения Крыма (прибавилось 2,3 млн человек, население нашей страны составило около 146,3 млн человек). Поэтому необходимо скорректировать целевые показатели Концепции демографической политики и обновить прогнозы Росстата на период до 2030 г.

2. МРОТ в России в настоящее время составляет 5965 руб. Чтобы покупательная способность населения была такой же, как несколько лет назад, МРОТ сегодня должен был бы составить 16,5–17 тыс. руб. (прожиточный минимум одного взрослого с ребенком). В связи с этим нужно увеличить МРОТ и провести индексацию пособий с учетом возросшей инфляции, а не в размере ранее запланированных цифр. Целесообразно также увеличить налоговые льготы семьям с детьми.

3. Исследования показали недостаточную согласованность исходных параметров и целевых показателей прогноза социально-экономического развития до 2030 г. с целевыми показателями Концепции демографической политики Российской Федерации на период до 2025 года, указа Президента Российской Федерации от 07.05.2012 № 606 с другими документами долгосрочного характера. Поэтому необходимы дополнительные исследования и расчеты, базирующиеся на детальном демографическом прогнозе, которые позволят уточнить, в какой степени демографические изменения неизбежно повлияют на развитие конкретных социально-экономических

сфер, и ответить на вопрос, как учесть все возможные изменения и минимизировать будущие риски и угрозы.

4. Новые регуляторы миграции, появившиеся в 2012–2014 гг., имеют преимущественно ограничительный характер и усугубляют снижение миграционной привлекательности России в связи с экономическим кризисом, начавшимся осенью 2014 г. В таких условиях новая методология текущего учета миграции может привести к тому, что показатели миграционного прироста в 2015 г. резко сократятся, так как уменьшившийся приток будет сочетаться с массовым окончанием временной регистрации большого потока мигрантов 2014 г., которые с 2011 г. включаются в число долгосрочных мигрантов. Поэтому необходим пересмотр избыточно ограничительных мер миграционной политики, что позволит сгладить стремительное сокращение миграционного притока при сохраняющемся спросе на иностранную рабочую силу в ряде секторов экономики.

Секция «Социальная политика в новых экономических условиях». Подсекция № 2 «Труд и занятость в условиях экономической неопределенности». Руководитель: Р.П. Колосова (д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой экономики труда и персонала экономического ф-та МГУ).

Выводы и рекомендации по итогам дискуссии

1. В условиях замедления экономического роста необходимо проведение переориентации и реструктуризации государственной социально-трудовой политики по следующим направлениям:

- разработка государственной программы сокращения неустойчивой занятости применительно как к ее традиционным, так и новым нестандартным формам;
- разработка государственных и региональных мер по резкому усилению мотивации и работников, и работодателей к легализации занятости (масштабы задачи по официальным оценкам – 20 млн человек);
- разработка мер по активному усилению эффективной координации деятельности и четкому разграничению функций и ответственности органов исполнительной власти различных уровней в сфере развития занятости при определяющей роли органов исполнительной власти субъектов РФ в подготовке и реализации социально-экономических программ, ориентированных на смягчение последствий кризиса;
- разработка и утверждение на федеральном уровне статуса и нового перечня депрессивных регионов и территорий

- по состоянию рынка труда и занятости, которые могут сформироваться в условиях нового кризиса;
- разработка национальной программы роста производительности труда «Достойная заработная плата за достойный труд»;
 - разработка и внедрение мотивационных систем повышения доходов экономически активного населения, четко ориентированных на существенный рост результатов хозяйственной деятельности и повышение производительности труда;
 - расширение практики применения системы сбалансированных показателей и системы ключевых показателей КРП в государственном секторе экономики, бюджетных и социальных отраслях в целях обеспечения зависимости вознаграждения от трудового вклада сотрудника и выполнения стратегических планов организации.
2. Для стабилизации ситуации и сохранения уровня жизни населения на достойном уровне необходимы следующие меры:
- поддержание доходов населения посредством защиты уязвимых категорий на рынке труда, низкооплачиваемых категорий наемных работников, повышения размеров пособий по безработице до прожиточного минимума с последующей корректировкой в зависимости от адаптации к динамике рынка труда;
 - повышение МРОТ до ожидаемой величины прожиточного минимума, государственная поддержка доходов нуждающихся домохозяйств;
 - введение минимального гарантированного дохода.
3. Необходимо резкое повышение качества подготовки кадров в сфере профессионального образования по следующим, редко акцентируемым аспектам:
- мировоззренческим социально-трудовым вопросам оздоровления морально-нравственной атмосферы во власти, бизнесе и обществе, их солидарности в действиях, направленных на увеличение общего блага, повышение качества трудовой жизни;
 - обучению студентов методологии и навыкам разработки комплексных региональных программ повышения уровня и качества трудовой жизни населения, учитывающих особенности социально-экономического развития регионов, увязанных с долгосрочными прогнозами развития экономики, но

значительно развертывающих трудовую и социальную компоненты;

- активизации применения практико-ориентированных технологий обучения; увеличению числа баз практик на предприятиях-работодателях и привлечению опытных работников из профессиональной сферы в образовательный процесс;
- формированию планов набора студентов и открытию новых программ с обязательным учетом прогнозов региональных рынков труда; формированию в вузах резерва кадров высшего управленческого звена промышленности; расширению практики создания центров интеграции науки, образования и промышленности.

4. Следует углублять научные исследования в социально-трудовой сфере. Это обусловлено глубокими изменениями в данной области, вызванными информатизацией, распространением знаний и их универсальной взаимозависимостью, глобализационными процессами, возрастающей экономической неопределенностью. В настоящее время сформировалась необходимость обновления идей, концепций, методологических подходов, политики в сфере труда, институтов и практики социально-трудовых отношений в целях реализации фундаментальной миссии экономики труда как науки и как предмета преподавания: повышения эффективности труда, усиления равенства и социальной справедливости в экономике и обществе, которые в совокупности позволят сформировать концепцию «Новой экономики труда». В числе актуальнейших проблем для научных исследований участники секции назвали:

- социальную защищенность в сфере труда, в том числе пути снижения бедности;
- занятость как предмет множественного анализа, эконометрического моделирования и междисциплинарного научного поиска на основе концепции методологического плюрализма;
- развитие в России системы рабочих мест на основе структурной переориентации экономики с сырьевых отраслей на обрабатывающие, а также — на сектор высоких технологий;
- изменения в дифференциации и гибкости сегментов рынка труда России под воздействием факторов диверсификации и сетевизации экономики, НТП, формирования новых «нестандартных» форм занятости и новых типов трудовых отно-

- шений (индивидуализации); новые модели ценообразования на рабочую силу;
- специальные мероприятия и программы по улучшению здоровья нации и, прежде всего, молодого поколения, программы по обеспечению охраны труда и безопасного производства;
 - механизмы защиты трудовых прав и репутации работников в условиях замедления экономического роста; изменения роли профсоюзов;
 - пенсионную систему и пенсионное страхование как элемент социальной защищенности в сфере труда;
 - исследование, обобщение и популяризацию лучших наработок в стратегии и практике кадровой политики, в управлении персоналом (управление талантами, конфликтами, формирование организационной культуры компании и др.);
 - особое внимание к социально уязвимым и наименее защищенным группам граждан, обеспечение достойного труда которых требует специальных усилий (например, профессиональная и социальная реабилитация инвалидов боевых действий и военной службы);
 - развитие волонтерства в России: анализ государственных и корпоративных программ, специализированных информационных ресурсов, создание методики мониторинга волонтерства в России, системы оценки реального социально-экономического эффекта.

Подсекция № 3 «Политика развития социальной сферы». *Руководитель:* Е.В. Егоров (д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой экономики социальной сферы экономического ф-та МГУ).

Выводы и рекомендации по итогам дискуссии

1. В современных экономических условиях возрастает значение поиска оптимального соотношения государственных и рыночных регуляторов в отраслях социальной сферы для сохранения базовых социальных гарантий в условиях роста бюджетных ограничений и коммерциализации ее учреждений. Для этого индексация всех видов пенсий и социальных пособий должна быть не ниже уровня инфляции, которая в 2014 г., по оценкам Росстата, составила 11,4%.

2. Необходимо постоянно развивать механизм реализации обязательств государства в форме установления гарантированного уровня оплаты труда, предусматривающего «доведение средней заработной платы работников учреждений культуры до средней заработной платы в соответствующем регионе».

3. Развитие рыночных отношений создает широкие возможности для стимулирования производства культурных благ в нужных для общества объемах и надлежащего качества, а также привлечения дополнительных финансовых ресурсов в сферу культуры. С этой целью в законодательные акты должны быть включены нормы, регулирующие предоставление налоговых льгот государственным и муниципальным учреждениям культуры, а также физическим и юридическим лицам, вкладывающим собственные средства в развитие культуры в РФ.

4. Следует развивать инструменты налогового протекционизма, направленного на стимулирование благотворительной деятельности, использование механизма прямого участия граждан в распределении бюджетных средств (институт бюджетных назначений («процентная благотворительность»)), а также целевых налогов.

Секция «Математические и инструментальные методы в принятии экономических решений». *Руководители:* М.В. Грачева (д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой математических методов анализа экономики экономического ф-та МГУ), М.И. Лугачев (д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой экономической информатики экономического ф-та МГУ), Д. Фантащини (канд. экон. наук, доцент кафедры эконометрики и математических методов экономики Московской школы экономики МГУ).

Выводы и рекомендации по итогам дискуссии

1. Индустриализация поставки данных требует специфической подготовки специалистов предметной области для работы с массивами информации. На кафедре экономической информатики накоплен опыт по информационному моделированию отдельных секторов экономической деятельности.

2. Существующие методы сбора и обработки региональных статистических данных не обеспечивают адекватного определения вклада развитых регионов в темпы экономического роста страны. Необходима корректировка оценок ВРП, в частности, для мегаполисов и развитых регионов.

3. Учет влияния уровня неравенства доходов, а также степени удаленности от технологической границы на динамику совокупного выпуска позволяет сформулировать рекомендации в области политики по обеспечению устойчивого экономического роста. Так, политика заимствования технологий будет способствовать увеличению темпов экономического роста только в странах, достигших определенного уровня близости к мировой технологической границе, в то

время как в отстающих странах эффективной будет политика, направленная на наращивание человеческого капитала.

4. Как показал эконометрический анализ, на современном этапе экстенсивные факторы развития финансовой системы не способствуют экономическому росту. Это означает, что экономическая политика государства должна сдерживать перетекание ресурсов в эту отрасль из других секторов народного хозяйства.

Секция «Институты развития малого и среднего предпринимательства: инновационная экосистема Московского университета». *Руководитель:* Н.П. Иващенко (д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой экономики инноваций экономического ф-та МГУ).

Выводы и рекомендации по итогам дискуссии

1. Следует ввести курсы по выбору и межфакультетские курсы по малому и среднему бизнесу для формирования предпринимательского мышления и мотивации студентов к самостоятельной коммерческой деятельности; привлечь внимание студентов, аспирантов к проблемам создания и ведения собственного дела в целях формирования профессиональных предпринимательских компетенций в процессе обучения в университете.

2. Необходимо консолидировать ученых, практиков, бизнесменов, экспертов, студентов и аспирантов для совместного исследования предпринимательского климата в стране, условий функционирования малого и среднего бизнеса, эффективности системы его государственной поддержки для выработки оптимальной модели развития российского малого и среднего предпринимательства и рекомендаций по совершенствованию его государственного регулирования в кризисных условиях.

3. Нужно больше внимания уделить междисциплинарному подходу, первые признаки которого проявились в МГУ: формирование межфакультетских команд, ориентированных как на проведение совместных исследований, так и на реализацию совместных проектов, в том числе предпринимательских, инновационных.

4. Следует сделать особый акцент на факторах, способствующих развитию инновационной инфраструктуры.

Секция «Конкуренция и антимонопольная политика». *Руководитель:* А.Е. Шаститко (д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой конкурентной и промышленной политики экономического ф-та МГУ).

Выводы и рекомендации по итогам дискуссии

В ходе секции был рассмотрен ряд актуальных вопросов о конкурентной и промышленной политике, зачастую находящихся отра-

жение в практике Федеральной антимонопольной службы России и других органов власти, а также частных российских компаний. Авторы докладов продемонстрировали важность экономического анализа при оценке эффектов вводимых правовых норм, методов их применения и дискреционных мер экономической политики. В условиях жестких финансовых ограничений при замедлении темпов роста российской экономики потери «мертвого груза» от непроработанных политических решений становятся еще более болезненными, потому что они не могут быть компенсированы государственной казной. В этой ситуации важность антимонопольной политики и конкурентных решений возрастает. Пренебрежение в антициклических целях долгосрочными задачами построения рыночной экономики, основанной на свободной конкуренции, может привести к тому, что проблемы, казавшиеся циклическими, приобретут хронический характер.

Секция «Проблема адаптации экономической политики России к шокам “недружественной” глобализации». *Руководители:* В.П. Колесов (д-р экон. наук, засл. профессор, президент экономического ф-та МГУ), М.Ю. Головнин (д-р экон. наук, зам. директора ИЭ РАН, доцент Московской школы экономики МГУ, зам. председателя исполнительного совета Новой экономической ассоциации).

Антикризисные рекомендации участников секции по итогам выступлений

1. Страна должна иметь четкую стратегию развития, включающую краткосрочный, среднесрочный и долгосрочный периоды, рассматриваемые в рамках единой системы.

2. Поскольку в условиях плавающего курса его резкие изменения оказывают существенное влияние на экономику, в стратегии развития должны быть предусмотрены варианты использования как удорожания, так и обесценения рубля. В случае удорожания рубля должны быть подготовлены варианты функционирования тех производств, которые станут локомотивом развития экономики в течение длительного времени. Поступающие валютные ресурсы при дорогом рубле нужно расходовать на импорт необходимых технологий именно для таких производств. В случае резкого обесценения рубля (как это было в декабре 2014 г.) указанные производства станут основой импортозамещения. Избежать резких колебаний национальной денежной единицы в развивающейся рыночной экономике без значительных расходов золотовалютных резервов невозможно. Как показывает опыт многих стран, эффективность использования

золотовалютных резервов для поддержания падающего курса очень низкая.

3. При выработке антикризисной программы (задача, поставленная президентом В.В. Путиным правительству 21.01.2015) дешевый рубль должен быть в центре внимания программы. Должен быть составлен конкретный список импортных товаров, на которые допустимо тратить валютные резервы в текущих условиях. В первую очередь это касается различных добавок для производства пищевой и фармацевтической продукции.

4. Исходя из стратегии развития, также должен быть составлен список конкретных производств, для которых нужно импортировать технологии, оборудование, материалы, несмотря на дешевый рубль, и под строгим контролем следует выделять для этих целей валютные ресурсы.

Секция «Потенциал развития и факторы торможения российской экономики». *Руководитель:* К.А. Хубиев (д-р экон. наук, профессор, зам. зав. кафедрой политической экономии экономического ф-та МГУ).

Выводы по итогам дискуссии

1. В России наступил системный кризис, в котором сошлись факторы разной природы:

- структурная деформация;
- рентная нагруженность экономики;
- неподготовленные вступления в ВТО;
- падение цен на нефть;
- политические санкции, направленные на разрушение экономики.

2. Для выхода из кризиса необходимо задействовать комплекс факторов разной природы и длительности действия.

Рекомендации по итогам дискуссии:

- выработать стратегию социально-экономического развития и разработать модель национально-государственного и институционального устройства;
- выработать промышленную политику и стратегический план ее реализации;
- в соответствии с промышленной политикой внести коррективы в систему подготовки кадров, ориентированных на инновационные технологии;
- научные разработки в академических и образовательных учреждениях направить на новую промышленную политику через механизм госзаказа на научные исследования;

- разработать план реализации основных направлений промышленной политики с определением основных участников и источников финансирования;
- на базе промышленной политики выработать программу реиндустриализации на инновационной основе;
- в условиях ограничения доступа к мировым финансам выработать и реализовать чрезвычайную программу инвестиционной экспансии с мобилизацией государственных и частных накоплений (под государственные гарантии) и средств предприятий;
- отказаться от макроэкономических показателей, рост которых прямо связан с истощением природных ресурсов; воспользоваться показателями, рекомендованными ООН и направленными на оценку уровня и комфортности среды обитания. В качестве варианта может быть использован показатель «Индекс человеческого счастья», разрабатываемый в литературе и применяемый в ряде стран;
- в рамках государственно-частного партнерства выработать и реализовать программу превращения ресурсных преимуществ в конкурентные преимущества реального сектора экономики России;
- провести диверсификацию экономики через вертикальную и горизонтальную интеграцию;
- создать альтернативу нынешней денежно-кредитной и фискальной политике, которой должна стать воспроизводственная экономическая политика, направленная на превращение ресурсных преимуществ в конкурентные преимущества реального сектора;
- в сфере промышленности обеспечить бюджетную поддержку базовых отраслей и предприятий (особенно в моногородах);
- в сфере сельского хозяйства поддержать субсидиями оборотные средства, расходы на горючее и электроэнергию, арендные ставки, минеральные удобрения;
- развивать кооперативную форму хозяйства на селе;
- создать зоны экологически чистых производств и последовательно их расширять;
- в экспериментальном порядке по аналогии со свободными и особыми экономическими зонами с сильной административной и информационной поддержкой и в соответствии с их нормативной базой создать и последовательно расширять «зоны безоткатных инвестиций»;

- в экспериментальном порядке ввести вмененный региональный налог с инвестиционным стимулированием дополнительных региональных доходов.

Секция «Стратегическое управление развитием экономики». *Руководитель:* А.Н. Клепач (канд. экон. наук, зав. кафедрой макроэкономического регулирования и планирования экономического ф-та МГУ).

Выводы и рекомендации по итогам дискуссии

В результате работы секции были определены пути развития экономики России в долгосрочной и среднесрочной перспективе (5–6 лет). Основой действенного стратегического управления экономикой являются:

- эффективное взаимодействие государства и бизнеса на разных уровнях власти;
- применение современных методов управления изменениями экономической системы (методы анализа внутренней среды, PELSLEDET-анализ внешней среды, Benchmarking, модель Портера, модель и матрица Менделоу и т.д.);
- включение в систему экономических агентов моногорода (и аналогичных моносистем) в целях повышения производительности экономики России.

Секция «Методология и история экономического развития: альтернативные подходы». *Руководители:* Л.А. Тутов (д-р филос. наук, профессор, зав. кафедрой философии и методологии экономики экономического ф-та МГУ), М.Г. Покидченко (д-р экон. наук, профессор кафедры истории народного хозяйства и экономических учений экономического ф-та МГУ).

Основной вывод по итогам работы секции следующий: необходим междисциплинарный подход к проблемам экономического роста и развития. Для их анализа и решения следует привлекать как историко-экономические данные, так и методологию смежных с экономикой социально-гуманитарных дисциплин (истории, философии, социологии, политологии).

Секция «Методология и история экономического развития: альтернативные подходы». *Подсекция «М.В. Ломоносов как антикризисный дирижист».* *Руководитель подсекции:* Ю.М. Осипов (д-р экон. наук, профессор, зав. лабораторией философии хозяйства).

Выводы по итогам дискуссии

Правящим кругам необходимо осознать тот важнейший исторический факт, что выход из системного пореформенного кризиса возможен только на постреформенном пути. Это предпола-

гает масштабную структурную перестройку российского национального хозяйства с коренным изменением характера проводимой в стране экономической политики. «Косметический антикризисный ремонт» уже не поможет. Решение глубоких, острых и судьбоносных проблем возможно на основе антикризисного государственно-корпоративного дирижизма национальной направленности. Современный дирижизм рассматривается как неодирижизм, который не отрицает открытости экономики и принципов частной хозяйственной инициативы. Неодирижизм способен сочетаться с либерализмом, но признающим наличие государственно-корпоративного дирижизма. Последний должен носить побудительный, косвенный, контекстовый характер. Сегодня важно понять, что только национальное единение всех хозяйственных агентов-игроков способно обеспечить выживание, развитие и процветание суверенной России, которая нужна и нации, и государству, и всем хозяйствующим субъектам без исключения. Обострившаяся международная ситуация должна способствовать такому единению и радикальной переориентации национальной социально-экономической политики.

Список литературы

1. *Королева А.* Стабильно напряженно // Expert Online. 2015. 26 марта. URL: <http://expert.ru/2015/03/26/stabilno-napryazhenno> (дата обращения: 20.06.2015).
2. *Журавлев С.* Причудливый микст неопределенности и лукавства // Эксперт OnLine. 2015. 21 марта. URL: <http://expert.ru/expert/2015/13/prichudliviy-mikst-neopredelennosti-i-lukavstva/?n=171> (дата обращения: 20.06.2015).

The List of References in Cyrillic Transliterated into Latin Alphabet

1. *Koroleva A.* Stabil'no napryazhenno, *Expert Online*, 2015, 26 marta, URL: <http://expert.ru/2015/03/26/stabilno-napryazhenno> (data obrashhenija: 20.06.2015).
2. *Zhuravlev S.* Prichudlivyj mikst neopredelennosti i lukavstva, *Jekspert OnLine*, 2015, 21 marta, URL: <http://expert.ru/expert/2015/13/prichudliviy-mikst-neopredelennosti-i-lukavstva/?n=171> (data obrashhenija: 20.06.2015).

Т.Н. Супрун¹,
МГУ имени М.В. Ломоносова (Москва, Россия),
М.М. Крюков²,
МГУ имени М.В. Ломоносова (Москва, Россия)

7-Е ТАТЬЯНИНСКИЕ ЧТЕНИЯ: LUDI PRINCIPIA (ПО ИТОГАМ ЕЖЕГОДНОГО МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КРУГЛОГО СТОЛА)

Статья посвящена 7-м Татьянинским чтениям, состоявшимся в Центре языков и культур экономического факультета МГУ, на которых обсуждались вопросы создания оптимальных условий для преподавательского и научного творчества в целом и применения игровых методов в высшем экономическом образовании в частности.

Ключевые слова: творческое освоение знаний, научное развитие, игра, правила.

T.N. Suprun,
Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia),
M.M. Kryukov,
Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia)

THE 7TH TATIANA'S ROUND TABLE: LUDI PRINCIPIA (OVERVIEW OF THE ANNUAL INTERDISCIPLINARY EVENT)

The paper offers an overview of the 7th Tatiana's Round Table held annually at the Faculty of Economics' Centre of Language and Culture. Participants looked into the issues related to the optimum conditions for the research activity in *academia* in general and application of gaming methods in economic education in particular.

Key words: creative acquisition of knowledge, scientific development, game, rules.

¹ Супрун Татьяна Николаевна, канд. культурологии, доцент, кафедра иностранных языков экономического ф-та; e-mail: ta-tatiana@mail.ru

² Крюков Михаил Михайлович, канд. экон. наук, доцент, кафедра экономики природопользования экономического ф-та; e-mail: mikhailkryukov@yandex.ru

Академическая среда в идеале должна создавать условия для творческого освоения и развития имеющихся знаний (навыки и умения рассматриваются как их неотъемлемая часть) студентами и преподавателями. Качество данной среды является крайне важным для преподавателей и исследователей, поскольку для них это часто вопрос профессиональной жизни и смерти: если такая функция среды не срабатывает, возможности для научного творчества резко снижаются. Когда же речь идет о студентах, необходимо помнить также о культурной и воспитательной роли высшего образования, особенно гуманитарного. Эти две задачи — усилить стремление к научному творчеству и способствовать личностному становлению наших выпускников как людей высокой культуры — определили тематику ежегодных Татьянинских чтений, проводимых в рамках празднования дня основания университета на экономическом факультете.

27 января 2015 г. в Центре языков и культур экономического факультета МГУ в формате круглого стола прошла встреча на тему *Ludi principia* — «общие положения, принципы игры». Организаторы предложили для обсуждения вопросы как теоретические, касающиеся предрасположенности человека к игровой деятельности и роли игры в учебном и исследовательском процессе, так и практические, непосредственно относящиеся к нашей преподавательской работе: какие именно виды игровой деятельности наиболее полезны в обучении студентов-экономистов? как сделать так, чтобы соблюдение правил из обязанности, вызывающей протест, могло превратиться в ценностную установку, реализуемую с энтузиазмом, которая не только не мешает творческому процессу, но способствует ему, делает его вообще возможным?

В работе круглого стола приняли участие преподаватели нескольких кафедр экономического факультета МГУ, представители вузов Москвы и специалисты по играм из других областей.

Тема чтений оказалась в большой степени созвучна проблематике институциональной экономики, что и отметил в своем выступлении декан экономического факультета, профессор А.А. Аузан, сказавший о значении игры для экономики, деятельность субъектов которой должна проходить в соответствии с определенными правилами. В экономике, особенно в сфере бизнеса, существует много видов деятельности, воспринимаемых участниками как игровой процесс. Есть и объективные признаки, по которым их можно отнести к категории игры. Поэтому для нас, как для исследователей, очень важно понимать их природу, а как для преподавателей, — использовать это понимание в обучении студентов.

Правила существуют не только в бизнесе, но и во всякой профессиональной деятельности, в том числе академической. Хотя применение термина «игра» здесь достаточно спорно, вопрос о правилах, по которым строится жизнь российского академического сообщества, не может не волновать его членов. Заведующая кафедрой иностранных языков экономического факультета МГУ, доцент Л.В. Кулик дала развернутый обзор современной ситуации в глобальном высшем образовании с позиций сторон, участвующих в нем, подчеркнув важность в расстановке акцентов при формулировании миссии университета: в мировом академическом сообществе растет понимание приоритетности преподавательской деятельности, и мы в России должны это учитывать. Она также рассказала об опыте применения элементов игровых методик в преподавании английского языка на экономическом факультете и о трудностях, с которыми при этом сталкивается преподаватель.

Доцент кафедры экономики природопользования М.М. Крюков рассказал о значении игры для экономического образования, уделив особое внимание развитию у студентов умения строить творческое поведение на базе неукоснительного соблюдения правил. Для этого нужно осмысление правил, которые именно тогда приобретают черты более общих принципов. Такой процесс, в котором, по его мнению, и заключается механизм игры, М.М. Крюков назвал имманентным преодолением ее правил.

В ходе дискуссии обнаружилось, что отсутствует общее понимание термина «игра». Оказалось, что, говоря об игре, люди часто имеют в виду тот или иной вид манипуляций; некоторые участники воспринимали «игру» в психологическом ключе. Однако для целей, стоящих перед преподавателями и исследователями, а именно для создания среды, способствующей научному творчеству, необходимо четко определить, какое понимание термина является конструктивным и, исходя из такого понимания, использовать игру как эффективное средство обучения, исследования и воспитания.

Все участники круглого стола принимали живое участие в обсуждении предложенных вопросов и докладов. Был сделан вывод, что тема игры, ее правил и принципов является очень важной для экономического образования. Необходима дальнейшая разработка данного направления; снятие терминологических разногласий, что будет способствовать повышению качества игровых методик, применяемых на экономическом факультете.

Требования к статьям, принимаемым к публикации в журнале «Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика»

Материал, предлагаемый для публикации, должен являться оригинальным, не публиковавшимся ранее в других научных изданиях, соответствовать профилю и научному уровню журнала. Решение о тематическом несоответствии может быть принято редколлегией без специального рецензирования и обоснования причин.

Подача статьи осуществляется в электронном виде на адрес электронной почты редакции: econeditor@econ.msu.ru.

Оформление статьи

Статья должна быть представлена на русском языке в виде файла в формате MS Word (.doc или .docx) стандартным шрифтом Times New Roman (12 пт.) с полуторным межстрочным интервалом.

Файл с текстом статьи *не должен* содержать сведений об авторе или элементов текста, позволяющих идентифицировать авторство. Сведения об авторах отправляются отдельным файлом (см. ниже).

Объем статьи

Рекомендуемый объем статьи – от 30 тыс. до 45 тыс. знаков (с пробелами).

Структура статьи

Статья должна начинаться с названия (не более 10 слов), аннотации (100–150 слов) и ключевых слов (не более 8) на русском и английском языках. В аннотации должны быть указаны предмет и цель работы, методология, основные результаты исследования, область их применения, выводы. Несоответствие между русскоязычной и англоязычной аннотацией не допускается.

Структура основной части статьи должна строиться по принятым в международном сообществе стандартам: введение (постановка проблемы по актуальной теме, цели и задачи, четкое описание структуры статьи), основная часть (обзор релевантных научных источников, описание методологии, результаты исследования и их анализ), заключение (выводы, направления дальнейших исследований), список литературы.

Сведения об авторах

К статье необходимо *отдельным файлом* приложить сведения об авторе (авторах):

- полные фамилия, имя и отчество, основное место работы (учебы), занимаемая должность;
- полный почтовый адрес основного места работы (учебы);
- ученая степень, звание;
- контактный телефон и адрес электронной почты.

Все указанные сведения об авторе (авторах) должны быть представлены на русском и английском языках.

Список литературы

Список литературы должен содержать библиографические сведения обо всех публикациях, упоминаемых в статье, и не содержать указаний на работы, на которые в тексте нет ссылок. В списке литературы помещаются сначала публикации на русском языке (в алфавитном порядке), затем публикации на языках, основанных на латинском алфавите (также в алфавитном порядке). Дополнительно должен прилагаться список русскоязычных источников в романском алфавите (транслитерация). Программой транслитерации русского текста в латиницу можно воспользоваться на сайте <http://www.translit.ru>

Оформление ссылок

Ссылки на список литературы даются в тексте в следующем виде: [Oliver,1980], [Porter, 1994, p. 45], [Иванов, 2001, с. 20], [Porter, 1994; Иванов, 2001], [Porter, Yansen, 1991b; Иванов, 1991]. Ссылки на работы трех и более авторов даются в сокращенном виде: [Гуриев и др., 2002] или [Bevan et al., 2001]. Ссылки на статистические сборники, отчеты, сборники сведений и т.п. даются в виде: [Статистика акционерного дела..., 1898, с.20], [Статистические сведения..., 1963], [Устав..., 1992, с. 30].

Все данные должны иметь сноски на источник их получения, таблицы должны быть озаглавлены. Ответственность за использование данных, не предназначенных для открытых публикаций, несет в соответствии с законодательством РФ авторы статей.

Статьи, соответствующие указанным требованиям, регистрируются, им присваивается регистрационный номер (сообщается по электронной почте). Все статьи проходят процедуру двойного «слепого» рецензирования.

Отклоненные статьи не возвращаются авторам. В случае отказа в публикации автору статьи направляется мотивированный отказ, основанный на результатах рецензирования. По запросам авторов рукописей и экспертных советов ВАК редакция предоставляет соответствующие рецензии на статью без указания имен рецензентов.

Автор дает согласие на воспроизведение статьи на безвозмездной основе в Интернете.

Журнал является открытым – любой автор, независимо от гражданства, места работы и наличия ученой степени, имеет возможность опубликовать статью при соблюдении требований редакции.

Выплата гонорара за публикации не предусматривается. Плата за публикацию рукописей не взимается.

Адрес редколлегии: Москва, Ленинские горы, МГУ, 3-й учебный корпус, экономический факультет, ком. 326. **Электронная почта:** econeditor@econ.msu.ru