

beneficium

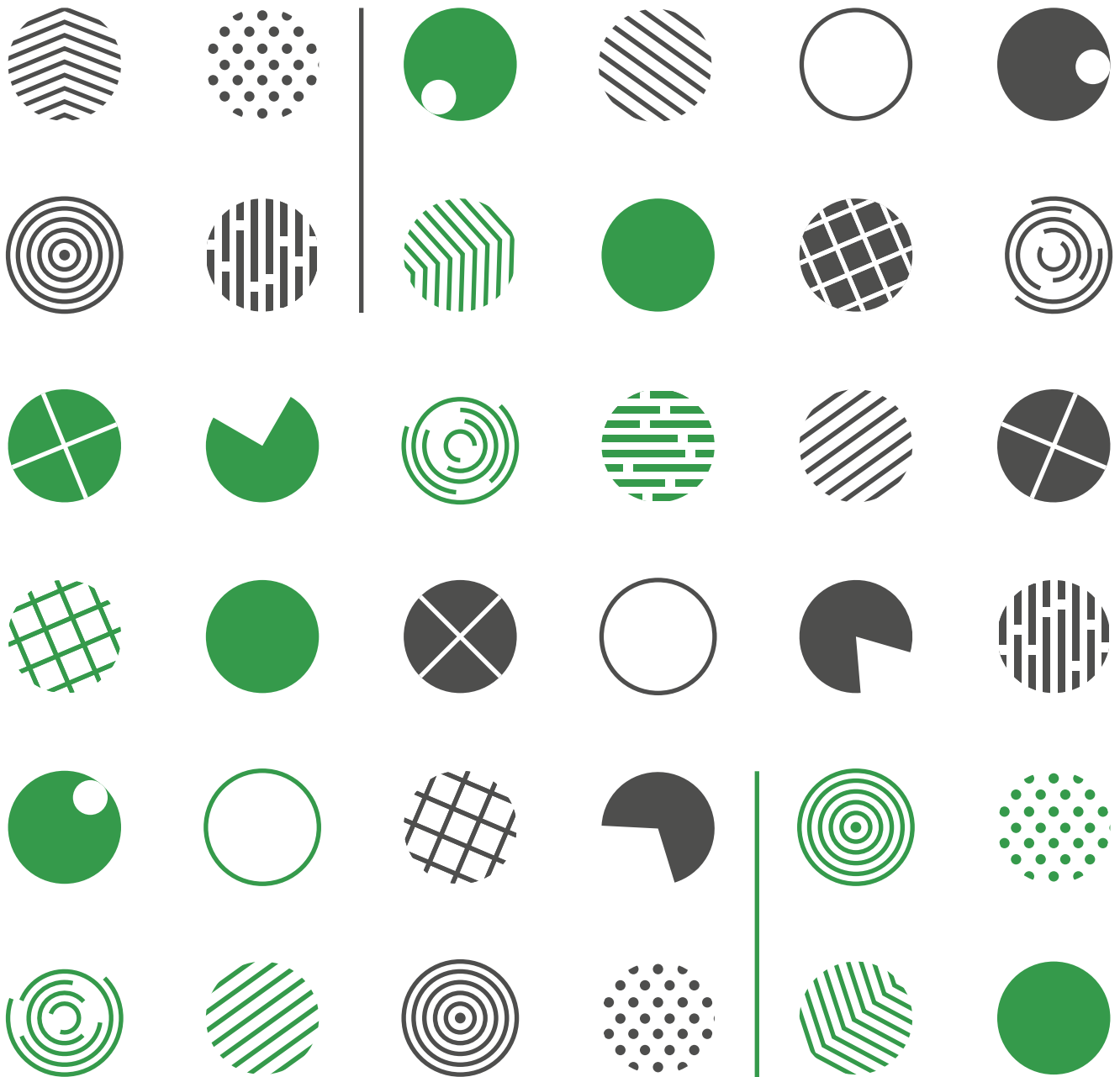
научное периодическое
сетевое издание

4 (33) | 2019

новгородский
государственный
университет имени
ярослава мудрого

институт экономики,
управления
и права

великий
новгород



beneficium

scientific periodical
online journal

4 (33) | 2019

yaroslav-the-wise
novgorod state
university

school of economics,
management
and law

veliky
novgorod

BENEFICIUM. 2019. 4(33)

Главный редактор	Трифонов В.А. – к.э.н., доцент; профессор РАЕ, директор Института экономики, управления и права НовГУ, Великий Новгород, Россия. E-mail: tva@novsu.ru
Зам. главного редактора	Иванова О.П. – д.э.н., профессор; заместитель директора Института экономики, управления и права НовГУ, Великий Новгород, Россия. E-mail: Olga.Ivanova@novsu.ru
Ответственный секретарь	Паттури Я.В. – к.э.н., доцент; доцент кафедры отраслевого менеджмента НовГУ, Великий Новгород, Россия. E-mail: Yanina.Patturi@novsu.ru

Редакционная коллегия

Багиев Г.Л.	д.э.н., профессор; Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербург, Россия
Борис О.А.	д.э.н., доцент; Северо-Кавказский федеральный университет, Ставрополь, Россия
Гранберг Л.	профессор; Университет Хельсинки, Хельсинки, Финляндия
Гущина Е.Г.	д.э.н., доцент; Волгоградский государственный технический университет, Волгоград, Россия
Казак Б.Б.	д.ю.н., профессор; Псковский государственный университет, Псков, Россия
Карачевская Е.В.	к.э.н., доцент; Белорусская государственная сельскохозяйственная академия, Горки, Республика Беларусь
Качалов Р.М.	д.э.н., профессор; Центральный экономико-математический институт РАН, Москва, Россия
Селищева Т.А.	д.э.н., профессор; Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербург, Россия
Станиславский Р.	профессор; Лодзинский технический университет, Лодзь, Польша
Сэтре А.-М.	профессор; Университет Уппсала, Уппсала, Швеция
Фабричный С.Ю.	д.ю.н., профессор; Член Совета Федерации от законодательного (представительного) органа государственной власти Новгородской области, Москва, Россия
Фихтнер О.А.	д.э.н., доцент; НовГУ, Великий Новгород, Россия

BENEFICIUM. 2019. 4(33)

Editor-in-Chief	Trifonov V.A. – PhD in Economics, Docent; Professor of RANH, Director of the NovSU School of Economics, Management and Law, Veliky Novgorod, Russia. E-mail: tva@novsu.ru
Deputy Editor-in-Chief	Ivanova O.P. – Doctor of Economics, Professor; Deputy Director of the NovSU School of Economics, Management and Law, Veliky Novgorod, Russia. E-mail: Olga.Ivanova@novsu.ru
Executive Secretary	Patturi Ya.V. – PhD in Economics, Docent; Associate Professor at the Department of Industrial Management of the NovSU, Veliky Novgorod, Russia. E-mail: Yanina.Patturi@novsu.ru

Editorial Board

Bagiev G.L.	Doctor of Economics, Professor; Saint Petersburg State University of Economics, Saint Petersburg, Russia
Boris O.A.	Doctor of Economics, Docent; North-Caucasus Federal University, Stavropol, Russia
Granberg L.	Professor; University of Helsinki, Helsinki, Finland
Guschina E.G.	Doctor of Economics, Docent; Volgograd State Technical University, Volgograd, Russia
Kazak B.B.	Doctor of Juridical Science, Professor; Pskov State University, Pskov, Russia
Karachevskaya E.V.	PhD in Economics, Docent; Belarusian State Agricultural Academy, Gorki, Republic of Belarus
Kachalov R.M.	Doctor of Economics, Professor; Central Economics and Mathematics Institute of Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia
Selischeva T.A.	Doctor of Economics, Professor; Saint Petersburg State University of Economics, Saint Petersburg, Russia
Stanisławski R.	PhD in Economics, Professor; Lodz University of Technology, Lodz, Poland
Sartre A.-M.	Professor; Uppsala University, Uppsala, Sweden
Fabrichniy S.Yu.	Doctor of Juridical Science, Professor; Member of the Federation Council of the Legislative (Representative) Agency of State Power of the Novgorod region, Moscow, Russia
Fichtner O.A.	PhD in Economics, Docent; NovSU, Veliky Novgorod, Russia

СОДЕРЖАНИЕ

СТАТЬИ. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННОГО РАЗВИТИЯ

Давыденко Е.В., Колесникова Т.В. Инвестиционное сотрудничество Китая и России на современном этапе	4
Карачевская Е.В. Планирование инновационного развития отрасли лекарственного растительного сырья Республики Беларусь на основе стратегического анализа	14
Кузнецова П.В., Гордиенко М.С. Оценка российского рынка банковского корпоративного кредитования: степень конкуренции и вектор развития	23
Мельникова Е.Н. Влияние программ государственной поддержки на развитие инновационного предпринимательства в России	34

СТАТЬИ. ВОЗМОЖНОСТИ МАРКЕТИНГА В УПРАВЛЕНИИ РАЗВИТИЕМ

Аскерова М.А., Канищева Н.А. Маркетинг территории как инструмент развития региона: некоторые теоретические и прикладные аспекты	42
Афанасьева Т.С., Кудряшова Т.В., Юрина Н.Н. Разнообразие видов и функций маркетинга в концепции устойчивого развития	50
Соколова Е.С. Сущность и типология маркетинговых стратегий продвижения инновационных продуктов на рынок	65

СТАТЬИ. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И ЧАСТНЫХ ИНСТИТУТОВ В НАУКЕ И ПРАКТИКЕ

Александрова М.А. Гендерная дискриминация в праве женщин на выбор профессии	74
Меньшикова Н.С. Партнерство государства и институтов гражданского общества как предмет анализа в современном зарубежном обществоведении	84
Митюнова И.Г. О реализации административного законодательства Российской Федерации органами местного самоуправления	94
Прохорова К.С., Макарова Е.А. Проблемы практической реализации института расторжения брака в Новгородской губернии в конце XIX – начале XX вв.	101
Сведения об авторах	107

CONTENTS

ARTICLES. TOPICAL ISSUES OF INNOVATION AND INVESTMENT DEVELOPMENT

Davydenko E.V., Kolesnikova T.V. Investment Cooperation between China and Russia at the Present Stage _____	4
Karachevskaya E.V. Innovations in the Medicinal Plant Materials Industry in Belarus Based on Strategic Analysis _____	14
Kuznetsova P.V., Gordienko M.S. Russian Corporate Lending: Dynamics of Development and Degree of Competition between Banks _____	23
Melnikova E.N. Impact of State Support Programmes on the Development of Innovative Entrepreneurship in Russia _____	34

ARTICLES. MARKETING POTENTIAL FOR MANAGING DEVELOPMENT

Askerova M.A., Kanischeva N.A. Destination Marketing as a Tool for the Development of a Region: Some Theoretical and Applied Aspects _____	42
Afanaseva T.S., Kudryashova T.V., Yurina N.N. Types and Functions of Marketing of Sustainable Development Framework in Russia _____	50
Sokolova E.S. How to Successfully Bring Innovative Product to Market (Features and Typology of Marketing Strategies) _____	65

ARTICLES. LEGAL REGULATION OF PUBLIC AND PRIVATE INSTITUTIONS IN SCIENCE AND PRACTICE

Aleksandrova M.A. Gender Inequality in Right for Women to Choose a Profession _____	74
Menshikova N.S. Partnership of the State and Civil Society Institutions as a Subject of an Analysis in the Modern Foreign Science of the Society _____	84
Mityunova I.G. On the Implementation of Russian Administrative Legislation by Local Governments _____	94
Prokhorova K.S., Makarova E.A. Divorce in Novgorod Province in the late 19th and early 20th Centuries _____	101
Authors _____	107

СТАТЬИ. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННОГО РАЗВИТИЯ / ARTICLES. TOPICAL ISSUES OF INNOVATION AND INVESTMENT DEVELOPMENT

УДК 339.92

[https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4\(33\).4-13](https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4(33).4-13)

ИНВЕСТИЦИОННОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО КИТАЯ И РОССИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

ДАВЫДЕНКО Е.В.

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

КОЛЕСНИКОВА Т.В.

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

В статье в контексте инвестиционного взаимодействия Китая и России рассмотрены приоритетные направления сотрудничества и наиболее крупные инвестиционные проекты двух стран. Приводится ряд статистических данных и результаты исследований, свидетельствующих о высокой доле китайского капитала в экономике России в 2011-2018 гг. Особое внимание уделяется особенностям и мотивам инвестирования, а также перспективам инвестиционных связей России и Китая. Авторы делают вывод, что в настоящее время, несмотря на позитивную динамику внешнеэкономического и внешнеполитического взаимодействия двух стран, российско-китайское инвестиционное сотрудничество характеризуется существенным дисбалансом, нестабильностью и противоречивостью протекания инвестиционных процессов. Китай, в отличие от России, выступает крупным инвестором в российской экономике. К особенностям инвестиционного сотрудничества России и Китая также можно отнести преимущественно межправительственный характер взаимодействия, сильный институциональный фактор в развитии инвестиционного сотрудничества, осуществление значительной части китайских прямых

Образец цитирования:

Давыденко Е.В., Колесникова Т.В. (2019). Инвестиционное сотрудничество Китая и России на современном этапе. *BENEFICIUM*. 2019. 4(33): 4-13. doi: [https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4\(33\).4-13](https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4(33).4-13).

For citation:

Davydenko E.V., Kolesnikova T.V. (2019). Investment Cooperation between China and Russia at the Present Stage. *BENEFICIUM*. 2019. 4(33): 4-13. (In Russ.). doi: [https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4\(33\).4-13](https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4(33).4-13).

инвестиций через оффшорные юрисдикции, вложение существенной доли китайских инвестиций в добычу минеральных ресурсов, сельское хозяйство и лесоводство, а также ощутимое влияние политических мотивов (например, санкций США и Европейского Союза по отношению к России) на экономические настроения частных китайских инвесторов. Кроме того, специфика китайского подхода к инвестициям в России заключается в долгосрочном исследовании рынка, в ведении длительных переговорных процессов, которые зачастую завершаются с нулевым результатом. Тем не менее, авторы подчеркивают, что потенциал инвестиционного сотрудничества России и Китая колоссален, и в современной геополитической ситуации оно будет лишь усиливаться.

Ключевые слова: внешняя экономика; инвестиции; инвестиционное сотрудничество; Китай; прямые иностранные инвестиции; Россия.

INVESTMENT COOPERATION BETWEEN CHINA AND RUSSIA AT THE PRESENT STAGE

DAVYDENKO E.V.

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

KOLESNIKOVA T.V.

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

In the article, in the context of investment cooperation between China and Russia, the priority areas of cooperation and the largest investment projects of the two countries are considered. A number of statistical data and research results are presented, indicating a high share of Chinese capital in the Russian economy in 2011-2018. Special attention is paid to the peculiarities and motives of investment, as well as the prospects of investment relations between Russia and China. The authors conclude that at present, despite the positive dynamics of foreign economic and foreign policy cooperation between the two countries, Russian-Chinese investment cooperation is characterized by a significant imbalance, instability and inconsistency of investment processes. China, unlike Russia, is a major investor in the Russian economy. The peculiarities of investment cooperation between Russia and China can also be attributed mainly to the inter-governmental nature of interaction, a strong institutional factor in the development of investment cooperation, the implementation of a significant part of Chinese direct investment through offshore jurisdictions, the investment of a significant share of Chinese investments in mineral resources, agriculture and forestry, as well as the tangible impact of political motives (for example, USA

and European Union sanctions against Russia) on the economic sentiment of private Chinese investors. In addition, the specificity of the Chinese approach to investment in Russia is a long-term market research, in the conduct of long-term negotiation processes, which often end with a zero result. Nevertheless, the authors emphasize that the potential of investment cooperation between Russia and China is colossal, and in the current geopolitical situation it will increase.

Keywords: foreign economy; investments; investment cooperation; China; foreign direct investments; Russia.

В настоящее время российско-китайское внешнеэкономическое и внешнеполитическое сотрудничество активно развивается, при этом демонстрируя хорошие перспективы для дальнейшего взаимовыгодного партнерства. Значительные успехи наблюдаются в сфере внешней торговли России и Китая: с 2010 г. Китай является крупнейшим торговым партнером России. В 2018 г. российско-китайский товарооборот вырос на 24.5% по сравнению с 2017 г. и составил 108 млрд. долл. США. Экспорт из России в Китай в 2018 г. увеличился на 44.05% по сравнению с 2017 г. и составил 56 млрд. долл. США, импорт России из Китая в 2018 г. увеличился на 8.69% по сравнению с 2017 г. и составил 52 млрд. долл. США [Торговля между Россией и Китаем в 2018 г., 2019].

По итогам января-июля 2019 г. товарооборот России и Китая составил 59.9 млрд. долл. США (за аналогичный период 2018 г. – 59.29 млрд. долл. США) [Межгосударственные отношения России и Китая, 2019], что подтверждает устойчивость экономического взаимодействия. Согласно заявлениям политиков, к 2024 г. предполагается, что объем взаимного товарооборота достигнет 200 млрд. долл. США [Китайские инвестиции: сейчас подходящее время для выхода на российский рынок, 2019]. Таким образом, потенциал внешнеторгового сотрудничества России и Китая колоссален.

В отличие от внешнеторговых связей инвестиционное сотрудничество наших стран развивается не столь динамично и стремительно. В российско-китайских инвестиционных отношениях наблюдается существенный дисбаланс, нестабильность и противоречивость.

К сожалению, оценить реальное присутствие китайских инвестиций в Российской Федерации крайне сложно в силу специфики китайской модели инвестирования. Свыше 80% всех китайских инвестиций осуществляются через офшоры (Багамские, Виргинские острова, Нидерланды и др.) [Кашин, Дружинин, 2018]. «Любовь» к офшорам характерна и для российских инвестиций. Согласно статистике Центрального банка Российской Федерации (ЦБ РФ), прямые китайские инвестиции всех видов в Россию в 2016 г. составили 350 млн. долл. США [Статистика внешнего сектора, 2019]. По данным Отчета о развитии экономического сотрудничества и китайских инвестициях за рубеж, в 2015 г. прямые инвестиции в российскую экономику составили около 2.96 млрд. долл. США. При этом их накопленный к концу 2015 г. объем равнялся 14.02 млрд. долл. США. Таким образом, Россия занимает третье место по накопленному объему инвестиций в Европе после Нидерландов и Великобри-

тании и второе (после Нидерландов) место по их привлечению за год [Report on Development of China's Outward Investment and Economic Cooperation, 2016]. Очевидно, что статистические данные китайской и российской сторон существенно разнятся, из чего следует, что китайская статистика учитывает роль офшоров в своих инвестиционных маршрутах.

Приведем еще ряд оценок, свидетельствующих о высокой доле китайского капитала в экономике России. Так, по данным ЦБ РФ, в 2011-2017 гг. объем прямых китайских инвестиций в России составил 16.3 млрд. долл. США. Однако согласно исследованию Московской школы управления «Сколково», данные цифры вдвое ниже реального объема китайских инвестиций, осуществляемых в российские проекты, – за семь лет китайские компании инвестировали в российский рынок около 35.9 млрд. долл. США [Ремыга, Лазарива, Киценко, 2018]. Таким образом, в целом можно сделать вывод, что Китай выступает одним из крупных инвесторов в российскую экономику.

В таблице 1 на основе данных платежного баланса Российской Федерации и ЦБ РФ систематизированы статистические данные по прямым иностранным инвестициям из Китая в Россию и из России в Китай. Несмотря на заниженность и неполную достоверность статистических данных (о чем мы говорили выше), табличные сведения позволяют проследить общий тренд в динамике взаимных инвестиций и превалирующее значение китайских инвестиций в экономике России над российскими инвестициями в экономике Китая.

Таблица 1. Прямые иностранные инвестиции Китая в Россию и России в Китай в 2008-2018 гг., млн. долл. США

	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Инвестиции Китая в Россию	240	410	594	568	660	4080	6872	5401	345	140	4189
Инвестиции России в Китай	60	52	35	31	30	14	54	11	6	33	247

Источник: составлено авторами по [Статистика внешнего сектора, 2019]

Инвестиционные вложения подчиняются законам рынка, и никакие политические соглашения на высшем уровне не могут повлиять на решения частных инвесторов в случае нестабильности экономической ситуации и снижения рентабельности инвестиционных вложений. В полной мере это касается и инвестиций Китая в Россию. Как видно из таблицы, в 2016-2017 гг. китайские инвестиции в Россию резко снизились, что можно объяснить внутренней государственной политикой Китая по улучшению структуры инвестиционного

портфеля своих капиталовложений за рубежом. По данным ЦБ РФ, за первую половину 2018 г. китайские инвесторы вывели из России 1.005 млрд. долл. США, и общий объем их инвестиционных вложений сократился на 24% – до 3.184 млрд. долл. США [Статистика внешнего сектора, 2019]. При этом почти все эти деньги – 92% суммы (921 млн. долл. США) китайский бизнес вывел напрямую из капитала российских компаний [Китайские инвесторы бегут из России, 2019].

Одной из причин столь масштабного вывода капитала явилось пролонгирование санкций со стороны США и Европейского Союза по отношению к России. На фоне сокращения своих инвестиционных вложений в российскую экономику и вывода из нее денежных средств Китай отказался финансировать трубопровод «Сила Сибири» и инвестировать строительство крупнейшего в России газоперерабатывающего завода в Амурской области, счел нерентабельной высокоскоростную железную дорогу «Евразия», которая должна была соединить Пекин, Москву и Берлин. По мнению некоторых экспертов, уход китайских инвесторов из России и резкое сокращение китайских инвестиций следует рассматривать как временное явление, обусловленное реструктуризацией инвестиционных вложений Китая. Тем не менее, на наш взгляд, такая оценка нивелирует остроту проблемы и признание того факта, что российский инвестиционный рынок существенно проигрывает в конкуренции другим государствам.

Несмотря на вышесказанное, в российско-китайских инвестиционных отношениях наблюдается и положительная динамика. Так, в настоящее время в России с участием китайских партнеров осуществляется примерно 30 инвестиционных проекта на общую сумму 22 млрд. долл. США [Межгосударственные отношения России и Китая, 2019]. Стоит отметить, что значительная часть этих средств в размере 3.5 млрд. долл. США инвестирована в проекты на Дальнем Востоке России. Таким образом, действующая с 2009 г. между Китаем и административными единицами Дальнего Востока и Восточной Сибири Программа по усилению инвестиционного сотрудничества, приносит положительные результаты. На Восточном экономическом форуме 2019 г. также пристальное внимание уделялось инвестиционному развитию Дальнего Востока и его сотрудничеству с Китаем [Итоги Восточного экономического форума-2019, 2019].

Одной из особенностей китайского инвестиционного присутствия в России является то, что значительная часть китайских инвестиций в российскую экономику (прежде всего, энергетический сектор и масштабные инфраструктурные проекты) поступает по линии межправительственного сотрудничества. В настоящее время по линии Межправительственной комиссии по инвестиционному сотрудничеству осуществляются свыше 70 приоритетных проектов на сумму более 20 млрд. долл. США [Межгосударственные отношения России и Китая, 2019]. Ключевыми сферами китайских капиталовложений в России являются также сельское и лесное хозяйство, строительство и производство стройматериалов, торговля, легкая и текстильная промышленность и др. При этом на вложения в добычу минеральных ресурсов, сельское хозяйство и ле-

соводство приходится примерно две трети всех китайских прямых инвестиций в Россию. В таблице 2 представлены наиболее масштабные российские промышленные объекты, в которые Китай инвестировал существенные суммы денег [Степнов, 2019].

Таблица 2. Крупные российские промышленные объекты, проинвестированные Китаем

Название проекта	Примечание
Проект по сжижению газа в Арктике на 20%	Принадлежит китайской нефтегазовой компании CNPC, выкуплен у «Новатэк» еще в 2016 г. китайским Фондом шелкового пути за 1.089 млрд. евро. Совокупные инвестиции в проект – около 23.4 млрд. долл. США
Приобретение китайской инвестиционной корпорацией акций «Уралкалия»	Китайской стороне принадлежит 12.5% акций на сумму в 2 млрд. долл. США
Прямые инвестиции в «Металлы Восточной Сибири» (сфера деятельности – поиск и добыча цветных металлов на территории Бурятии)	Стоимость концерна 750 млн. долл. США
Покупка Строительным банком Китая акций ПАО «Банк ВТБ»	Китайской стороне принадлежит 2% на сумму 100 млн. долл.
Вложение китайской государственной электросетевой корпорацией инвестиций в ГК «Синтез» (сфера деятельности – транспортировка и перераспределение энергии между объектами электросетевых хозяйств низшего ранга)	Сумма китайских инвестиций – 1.1 млрд. долл. США
Покупка Китайской инвестиционной корпорацией акций Московской биржи	Китайской стороне принадлежит 5.4% акций на сумму 100 млн. долл. США
Производство сухих пиломатериалов из ели и пихты в г. Амурск Хабаровского края	Проект, созданный при участии Российско-китайского инвестиционного фонда ГК Russia Forest Products в 2017 г. Сумма инвестиций – 12 млрд. руб.

Источник: составлено авторами по [Степнов, 2019]

Для частных китайских инвесторов среди наиболее привлекательных отраслевых направлений доминируют автомобилестроение, сфера коммерческой недвижимости, электронная торговля и электронные платежи. Так, в 2017 г. Россия заняла 6-е место среди стран, привлечших наибольшие инвестиции в недвижимость из Китая [Мамаева, 2018].

Ключевыми мотивами инвестиционной стратегии Китая в России выступает доступ к сырью и создание рынка сбыта для китайских товаров и услуг. Так, приобретение китайской корпорацией акций «Уралкалия» дало возможность китайским предпринимателям обеспечить бесперебойные доставки калийных удобрений собственным аграриям (табл. 2). Собственно говоря, в

рамках данной стратегии идет покупка уже существующих объектов либо строительство транспортной инфраструктуры для развития экономики страны в качестве торгового партнера Китая. При этом китайцы стремятся получить контрольные или очень крупные для контроля и управления пакеты акций. К сожалению, такой мотив инвестирования как доступ к технологиям применительно к России со стороны Китая особо не рассматривается, поскольку сфера высоких технологий в России преимущественно ограничена оборонно-промышленным комплексом и ракетостроением, где высок уровень секретности. Соответственно по-настоящему инновационных проектов между нашими странами реализуется пока немного.

Российско-китайское научно-технологическое сотрудничество затрагивает такие сферы химия, компьютерные технологии, энергетика и др. Важным направлением взаимодействия является производство институтами РАН научного оборудования и наукоемкой продукции по заказу китайских компаний. Для иллюстрации: институты РАН поставляют в Китай промышленные ускорители и приборы для физики высоких энергий, уникальное высоковольтное оборудование, оборудование для тепловых электростанций и др. Ускорение инновационному сотрудничеству России и Китая придают китайско-российские технопарки в китайских городах Харбин, Чанчунь, Яньтай, завязываются тесные контакты между научно-исследовательскими центрами России и китайскими партнерами. На прошедшем 25-26 сентября 2019 г. в Шанхае IV китайско-российском диалоге «Инвестиции в инновации» страны еще раз подтвердили желание взаимодействовать и развивать отношения глубже.

Что касается российских инвестиций в Китай, то они очень скромные (табл. 1), что, впрочем, легко объяснимо ограниченностью финансовых ресурсов в России и желанием российских инвесторов вкладываться в более прибыльные и с меньшим государственным контролем экономики проекты (в частности, уже упоминаемые оффшоры). При осуществлении российских инвестиций китайская сторона часто ограничивает возможность прямого инвестирования – например, подобная ситуация наблюдалась при строительстве нефтеперерабатывающего завода в Тяньцзине, когда китайская сторона решила продать лишь 49% имеющихся акций [Степнов, 2019]. Ключевые направления российских инвестиций в Китае – производственная отрасль, строительство, транспортные перевозки. В таблице 3 представлены крупнейшие российские проекты, осуществляемые в Китае.

Резюмируя, можно отметить, что особенностью российско-китайского инвестиционного сотрудничества следует назвать высокий уровень институционализации отношений. Инвестиционный процесс идет преимущественно «сверху», поддерживая высокую политическую активность двух стран. Для стимулирования двусторонних инвестиций созданы многочисленные институты: Российско-китайский консультационный комитет предпринимателей, Российско-китайский инвестиционный фонд (совместный проект Российского фонда прямых инвестиций и China Investment Corporation) и др. В 2015 г. Россия и Китай подписали соглашение о сопряжении Евразийского экономиче-

ского союза и «Одного пояса, одного пути» [Инициатива «Один пояс, один путь» открывает новый путь для совместного развития Китая и России, 2019] – масштабного проекта Китая по созданию логистической сети, соединяющей Китай и Европу.

Таблица 3. Крупнейшие российские проекты, осуществляемые в Китае

Название проекта	Примечание
Завод в г. Шуаняшань (производство пентооксида ванадия)	Российские инвестиции ГК «Петропавловск» на сумму 18 млн. долл. США
Два предприятия по производству катодных блоков для алюминиевых заводов (провинция Шаньси)	Инвестиции ГК «Русал» на сумму 15 млн. долл. США
Нефтеперерабатывающее предприятие в Тяньцзине	Инвестиции ОАО «НК «Роснефть» на сумму 5 млрд. долл. США
Разработка и строительство строительных пластмасс	Инвестиции ОАО «Куйбышев Азот» на сумму 8.1 млн. долл.
Строительство предприятия в Чанчжоу (сфера деятельности – производство компонентов для изготовления солнечных батарей)	Российский партнер – концерн «Энергомера» (Ставропольский край)
Создание компании «FescoLinesChinaCompany» (сфера деятельности – логистика)	Объем инвестиций в 1.56 млн. долл. США – предприятие со 100% российским капиталом

Источник: составлено авторами по [Степнов, 2019].

Китайские инвесторы действуют очень осторожно, предпочитая в большей степени заключать соглашения, нежели вкладывать капитал. Как показывает практика, специфика китайского подхода к инвестициям в России заключается в долгосрочном исследовании рынка, в длительных переговорных процессах, которые в итоге могут завершиться с нулевым результатом. Китайские инвестиционные компании зачастую связаны с государственным финансированием, следовательно, их инвестиционные решения во многом не всегда мотивированы лишь финансовыми показателями.

Кроме того, своеобразие китайской инвестиционной стратегии состоит в том, что большая часть китайских инвестиций осуществляется «под прикрытием» из оффшоров, что можно объяснить желанием легкого вывода полученных прибылей из стран-реципиентов. Тем не менее, несмотря на вышесказанное, Китай является важнейшим перспективным партнером России. Что касается российских инвестиций в Китай, то незначительные суммы со стороны Российской Федерации обусловлены как ограниченностью капитала в стране, так и протекционистской политикой Китая по отношению к зарубежному капиталу и нежеланием предоставлять иностранным инвесторам контроль над своими предприятиями. Тем не менее, несмотря на вышесказанное, инвестиционные отношения России и Китая развиваются динамично и имеют значительный потенциал дальнейшего роста.

Библиография

1. Итоги Восточного экономического форума – 2019 (2019). Восточный экономический форум. URL: <https://forumvostok.ru/news/itogi-vostochnogo-ekonomicheskogo-foruma-2019-/> (дата обращения: 14.09.2019).
2. Кашин, В., Дружинин, А. (2018). Вопреки кризису: как китайский бизнес наращивает присутствие в России. *РБК*, 24.04.2018. URL: <https://www.rbc.ru/opinions/economics/24/04/2018/5adee8c39a7947b744df3c90> (дата обращения: 20.09.2019).
3. 中国投资：“现在进入俄罗斯是好时机” = Китайские инвестиции: сейчас подходящее время для входа на российский рынок (2019). (In Chinese). URL: <http://www.cctgroup.com.cn/cctgroup/xwzx/mtjj/635511/index.html> (дата обращения: 19.09.2019).
4. Китайские инвесторы бегут из России (2019). *Finanz.ru*. URL: <https://www.finanz.ru/novosti/aktsii/kitayskie-investory-begut-iz-rossii-1028252462> (дата обращения: 24.09.2019).
5. Мамаева, О. (2018). Россия стала шестой страной по объему китайских инвестиций в недвижимость. *Недвижимость. РБК*. URL: <https://realty.rbc.ru/news/5a7191bc9a79473c090b435b> (дата обращения: 19.09.2019).
6. Межгосударственные отношения России и Китая (2019). РИА НОВОСТИ. URL: <https://ria.ru/20190918/1558725587.html> (дата обращения: 18.09.2019).
7. 中国驻俄罗斯大使李辉：“一带一路”倡议开启中俄共同发展的新航程 = Посол Китая в России Ли Хуэй: «Инициатива «Один пояс, один путь» открывает новый путь для совместного развития Китая и России» (2019). (In Chinese). URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1610935269955576597&wfr=spider&for=pc> (дата обращения: 20.09.2019).
8. Ремыга, О., Лазарива, А., Киценко, Е. (2018). Амбиции Пекина: что приносят России китайские инвестиции. *Forbes*. URL: <https://www.forbes.ru/biznes/368413-ambicii-pekina-chto-prinosyat-rossii-kitayskie-investicii> (дата обращения: 19.09.2019).
9. Report on Development of China's Outward Investment and Economic Cooperation (2016). (In Chinese). URL: <http://fec.mofcom.gov.cn/article/tzhzcj/tzhz/upload/zgdwtzhzfzbg2016.pdf> (дата обращения: 24.09.2019).
10. Статистика внешнего сектора (2019). Центральный банк Российской Федерации. URL: https://www.cbr.ru/statistics/macro_itm/svs/ (дата обращения: 20.09.2019).
11. Степнов, Д. (2019). Китай медленно вонзает нож в легкие России. *Мировое обозрение*. URL: <https://tehnovar.ru/100312-kitaj-medlenno-vonzaet-nozh-v-legkie-rossii.html> (дата обращения: 17.09.2019).
12. Торговля между Россией и Китаем в 2018 г. (2019). Внешняя торговля России. URL: <http://russian-trade.com/reports-and-reviews/2019-02/torgovlya-mezhdu-rossiey-i-kitaem-v-2018-g/> (дата обращения: 25.09.2019).

References

1. Results of the Eastern Economic Forum – 2019 (2019). Eastern Economic Forum. (In Russ.). Retrieved September 14, 2019, from: <https://forumvostok.ru/news/itogi-vostochnogo-ekonomicheskogo-foruma-2019-/>.
2. Kashin, V., Druzhinin, A. (2018). Vopreki krizisu: kak kitayskiy biznes naryashchivayet prisutstviye v Rossii [Despite the crisis: how the Chinese business is expanding its presence in Russia]. *RBC*, 24.04.2018. (In Russ.). Retrieved September 20, 2019, from: <https://www.rbc.ru/opinions/economics/24/04/2018/5adee8c39a7947b744df3c90>.
3. 中国投资：“现在进入俄罗斯是好时机” = Chinese Investment: it is high time to enter the Russian market (2019). (In Chinese). Retrieved September 19, 2019, from: <http://www.cctgroup.com.cn/cctgroup/xwzx/mtjj/635511/index.html>.
4. Kitayskiye investory begut iz Rossii [Chinese investors flee from Russia] (2019). *Finanz.ru*. (In Russ.). Retrieved September 24, 2019, from: <https://www.finanz.ru/novosti/aktsii/kitayskie-investory-begut-iz-rossii-1028252462>.
5. Mamaeva, O. (2018). Rossiya stala shestoy stranoy po ob'yemu kitayskikh investitsiy v nedvizhimost' [Russia has become the sixth country in terms of Chinese real estate investment]. *Real Estate. RBK*. (In Russ.). Retrieved September 19, 2019, from: <https://realty.rbc.ru/news/5a7191bc9a79473c090b435b>.
6. Interstate relations between Russia and China (2019). *RNA NEWS*. (In Russ.). Retrieved September 18, 2019, from: <https://ria.ru/20190918/1558725587.html>.
7. 中国驻俄罗斯大使李辉：“一带一路”倡议开启中俄共同发展的新航程 = Chinese Ambassador to Russia Li Hui: ««One Belt, One Way» Initiative» opens up a new path for the joint development of China and Russia» (2019). (In Chinese). Retrieved September 20, 2019, from: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1610935269955576597&wfr=spider&for=pc>.
8. Remyga, O., Lazariva, A. & Kitsenko, E. (2018). Ambitsii Pekina: chto prinosyat Rossii kitayskiye investitsii [Beijing's ambitions: what Chinese investment brings to Russia]. (In Russ.). Retrieved September 19, 2019, from: <https://www.forbes.ru/biznes/368413-ambicii-pekina-chto-prinosyat-rossii-kitayskie-investicii>.
9. Report on Development of China's Outward Investment and Economic Cooperation (2016). (In Chinese). Retrieved September 24, 2019, from: <http://fec.mofcom.gov.cn/article/tzhzcj/tzhz/upload/zgdwtzhzfbg2016.pdf>.
10. Statistics of the external sector (2019). Central Bank of the Russian Federation (In Russ.). Retrieved September 20, 2019, from: https://www.cbr.ru/statistics/macro_itm/svs/.
11. Stepnov, D. (2019). Kitay medlenno vonzayet nozh v legkiye Rossii [China is plunging a knife into Russia's lungs]. *Mirovoe obozrenie*. (In Russ.). Retrieved September 17, 2019, from: <https://tehnovar.ru/100312-kitaj-medlenno-vonzaet-nozh-v-legkie-rossii.html>.
12. Trade between Russia and China in 2018 (2019). *Foreign trade of Russia*. (In Russ.). Retrieved September 25, 2019, from: <http://russian-trade.com/reports-and-reviews/2019-02/torgovlya-mezhdu-rossiey-i-kitaem-v-2018-g/>.

УДК 339.13:633,88

[https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4\(33\).14-22](https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4(33).14-22)

ПЛАНИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ ЛЕКАРСТВЕННОГО РАСТИТЕЛЬНОГО СЫРЬЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ НА ОСНОВЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

КАРАЧЕВСКАЯ Е.В.

Белорусская государственная сельскохозяйственная академия,
г. Горки, Могилевская обл., Республика Беларусь

Переход к инновационному пути является не только внутренней потребностью социально-экономического развития страны, но и ее ответом на глобальные вызовы мирового сообщества. В настоящее время место Республики Беларусь в международном рейтинге глобального инновационного индекса невысоко (88 из 120 по итогам 2017 г.). В статье представлены некоторые направления инновационного развития отрасли лекарственного растениеводства Республики Беларусь, выявленные на основе ее стратегического анализа; приведены результаты экспертной оценки прогнозируемого абсолютного и относительного эффектов от их реализации. Наряду с тем, что внедрение инноваций способствует повышению эффективности функционирования и росту конкурентоспособности отрасли в долгосрочной перспективе, избыточная инновационная активность приводит к снижению устойчивости отрасли. В связи с этим актуализируется проблема методического обоснования инновационного развития отрасли лекарственного растительного сырья на основе стратегического анализа, который предлагается осуществлять в три этапа. Акцент статьи поставлен на реализации третьего этапа стратегии, включающего разработку стратегических ориентиров деятельности предприятий-производителей лекарственного сырья. В частности, признано необходимым осуществление процесса культивирования сырьевых ресурсов в видовом ассортименте, соответствующем запросам потенциальных потребителей, и на основе применения отечественных и зарубежных инновационных разработок (расширения и оптимизации ассортимента продукции), а также внесения органических удобрений, полученных путем анаэробного сбраживания с использо-

Образец цитирования:

Карачевская Е.В. (2019). Планирование инновационного развития отрасли лекарственного растительного сырья Республики Беларусь на основе стратегического анализа. *BENEFICIUM*. 2019. 4(33): 14-22. doi: [https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4\(33\).14-22](https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4(33).14-22).

For citation:

Karachevskaya E.V. (2019). Innovations in the Medicinal Plant Materials Industry in Belarus Based on Strategic Analysis. *BENEFICIUM*. 2019. 4(33): 14-22. (In Russ.). doi: [https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4\(33\).14-22](https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4(33).14-22).

ванием биогазового оборудования, в целях повышения урожайности и товарооборота отрасли, что подтверждается приведенными экспертными оценками. Интенсификация инноваций в исследуемой отрасли будет способствовать росту стратегической устойчивости производителей, повышению обеспеченности фармацевтической отрасли страны качественным отечественным сырьем, росту конкурентоспособности отрасли лекарственного растениеводства на мировом рынке.

Ключевые слова: инновации; инновационное развитие; отрасль лекарственного растительного сырья; Республика Беларусь; стратегический анализ; стратегическое планирование.

INNOVATIONS IN THE MEDICINAL PLANT MATERIALS INDUSTRY IN BELARUS BASED OF STRATEGIC ANALYSIS

KARACHEVSKAYA E.V.

Belarusian State Agricultural Academy, Gorki, the Mogilev region,
the Republic of Belarus

The transition to an innovative path is not only an internal need for the country's socio-economic development, but also its response to the global challenges of the world community. According to the Global Innovation Index 2017, the Republic of Belarus is ranked only 88th out of 120 worldwide. The article presents some areas of innovative development of the medicinal plant industry of the Republic of Belarus, identified on the basis of its strategic analysis. The results of the expert-based evaluation of the predicted absolute and relative effects are presented. While the introduction of innovations contributes to an increase in the functioning and competitiveness of the industry in the long run, excessive innovation activity leads to a decrease in the sustainability of the industry. Consequently, the problem of methodological substantiation of the innovative development of the medicinal plant raw materials industry on the basis of strategic analysis, which is proposed to be carried out in three stages, is being updated. The article focuses on the implementation of the third stage of the strategy, including the development of strategic guidelines for the activities of enterprises producing pharmaceutical raw materials. Particularly, it was deemed necessary to carry out the process of cultivating raw materials in a specific assortment that meets the needs of potential consumers, and through the use of domestic and foreign innovative developments (expanding and optimizing the product range), as well as introducing organic fertilizers obtained by anaerobic digestion using biogas equipment, in order to increase the productivity and turnover of the industry, which is confirmed by the expert estimates. Intensifica-

tion of innovations in the industry under study will contribute to the growth of strategic sustainability of manufacturers, increase of the country's pharmaceutical production with high-quality domestic raw materials, and the growth of competitiveness of the medicinal plant industry in the world market.

Keywords: innovation; innovative development; the industry of medicinal plant materials; the Republic of Belarus; strategic analysis; strategic planning.

Необходимость перехода к инновационному вектору развития национальной экономики, актуализация доминирования инноваций в функционировании всех систем хозяйствования обусловлена динамикой мирового исторического развития, нарастанием процессов глобализации и интеграции.

Управление инновационной системой Республики Беларусь осуществляется на различных уровнях, от местных самоуправлений до президента. Каждый уровень управления наделен особыми полномочиями и функциями. Однако в рейтинге «Global Innovation Index» – Глобальный инновационный индекс, который на протяжении последних десяти лет составляет Корнельский университет США совместно со Всемирной организацией интеллектуальной собственности и школой бизнеса INSEAD, показатели Беларуси неутешительны. Согласно результатам подсчета индекса, в состав которого включены определенные критерии (уровень развития рынка, уровень развития бизнеса, научно-исследовательские достижения, результаты творческой деятельности и патентные заявки), связанные с инновационным развитием, за два последние года Беларусь потеряла 35 позиций в рейтинге 120 стран, опустившись с 53 места (в 2015 г.) на 88 место (в 2017 г.) [Беларусь – страна-инноватор, 2019].

Несмотря на текущее невысокое положение в рейтинге стран-инноваторов, Республика Беларусь проводит серьезный контроль за разработками и выполнением планов и проектов, а также, что весьма важно, финансирует инновационные проекты, причем финансирование с каждым годом увеличивается. В 2018 г. по распоряжению главы государства подготовлена и утверждена Стратегия «Наука и технологии: 2018-2040», в связи с выполнением которой инновационная деятельность Беларуси регулируется следующими тезисами:

- наука – основа передовых технологий;
- инновации должны соответствовать основным мировым тенденциям и интересам общества;
- необходим выход на новый уровень конкурентоспособности;
- научно-исследовательская деятельность должна опираться на собственные ресурсы и на международное научное сотрудничество [Беларусь – страна-инноватор, 2019].

Изучение научных позиций относительно определения самого понятия «стратегия», проведенное в рамках данного исследования, позволило установить, что при большом разнообразии среди них преобладает процедурный подход. В дополнение к существующим предлагается использовать более краткое определение стратегии, не позволяющее, однако, отождествлять ее с

планом: стратегия – общий ориентир интенсификации развития, обеспечивающий достижение долгосрочного успеха путем органической структуризации внешней окружающей среды и внутренней системы взаимодействия.

Стратегический анализ – это процесс аналитического структурирования данных, полученных в результате обработки первичной и вторичной информации о результатах функционирования объекта исследования, включающий анализ его внешней и внутренней среды, и их преобразование в стратегические ориентиры развития.

Под инновационным развитием понимают преобразование социально-экономической сферы на основе внедрения достижений научно-технического прогресса. При этом инновационная деятельность предполагает, в частности: финансирование фундаментальных исследований для осуществления качественных изменений; реализацию долгосрочных научно-технических программ с длительным сроком окупаемости; разработку и внедрение новых ресурсосберегающих технологий; производство принципиально новых видов техники, технологии, продукции; др.

Необходимость планирования инновационного развития отрасли лекарственного растениеводства Республики Беларусь обусловлена ориентацией государственной экономической политики на импортозамещение в отношении социально значимых отраслей, продуктов и изделий; а также большим потенциалом экспорта лекарственного растительного сырья, которое, как известно, является составным компонентом продукции фармацевтического, парфюмерно-косметического, пищевого, лакокрасочного, кожевенного, текстильного, полиграфического, металлургического и ряда других производств [Карачевская, 2019].

Стратегический анализ развития отрасли лекарственного растительного сырья Республики Беларусь осуществлен по представленному ниже алгоритму, включающему три этапа.

На первом этапе используется методология оценки и интерпретации показателей, характеризующих, во-первых, общие параметры самого рынка за период 2016-2018 гг., а именно его типа, емкости, средней нормы прибыли, степени баланса, динамики развития, структуры, уровня устойчивости, рисков и степени их проявления, сезонности, товарной номенклатуры и др. Во-вторых, исследование внешних по отношению к рынку параметров рассматривается в контексте факторов его микросреды, включая следующие:

1) «потребители» (оценка количества потенциальных потребителей, их платежеспособности, географической разбросанности и уровня потребления товаров анализируемого рынка);

2) «поставщики» (оценка объема, структуры, динамики и эффективности производства сырья в разрезе его видов, качественная оценка рынка основных и вспомогательных материалов);

3) «конкуренты» (оценка конкуренции между производителями и технологиями, структура конкурентов по формам собственности, уровень конкуренции, интенсивность конкуренции в отрасли, потенциал конкурентов отрасли);

4) «посредники» (структура посредников по типам, оценка развития предприятий розничной и оптовой торговли) [Любецкий, 2016; 11-12].

На втором этапе определяются соотношения внутренних и внешних факторов производственной деятельности предприятий, функционирующих на рынке: соотношение ресурсов и объема производства; анализ финансовых, трудовых и производственных ресурсов, а также влияние внешних факторов на функционирование внутренней среды предприятия. При изучении трудовых ресурсов, учитывается сезонность производства, т.е. напряженный период выполнения трудовых операций. Анализ производственных ресурсов включает изучение технологии производства, затраты материальных и сырьевых ресурсов как на единицу производимой продукции, так и на весь объем в целом. Производится расчет оптимального уровня запаса готовой продукции и период обновления уровня запасов. Проводится оптимизация производственно-сбытовой деятельности рыночных субъектов, включая оптимальную загрузку производственных мощностей и производство и сбыт продукции согласно удовлетворению спроса на готовую продукцию. В результате оценки внутренней среды проводится анализ стратегического потенциала развития отрасли, включающей в себя анализ его сильных и слабых сторон; при выявлении слабых сторон разрабатывается стратегия ликвидации узких мест, при выявлении сильных сторон выявляются направления возможного успеха субъектов рынке.

На третьем этапе на основании имеющейся информации разрабатываются стратегические ориентиры деятельности предприятий, выступающих со стороны предложения на рынке. Формируются конкурентные преимущества с учетом использования имеющихся ресурсов и путем реализации возможных перспектив.

Комплексное применение стратегического анализа и инновационных инструментов позволяет выработать эффективную стратегию развития предприятий, функционирующих на рынке, и самого рынка, разработать тактические планы развития и осуществить управленческие решения.

В ходе реализации первого и второго этапов стратегического анализа развития отрасли лекарственного растениеводства Республики Беларусь, были выявлены такие результаты:

– положительные: стабильное социально-экономическое состояние предприятий, функционирующих на рынке, рост валового сбора лекарственных трав, положительная динамика прибыли, увеличение степени охвата товарооборотом лекарственных препаратов на основе лекарственного растительного сырья денежных доходов населения, др.;

– негативные: высокие затраты труда, слабое использование результатов научно-технического процесса при культивировании лекарственных трав, замедление товарооборачиваемости, практическое отсутствие маркетинговых исследований потребительского рынка.

В ходе реализации третьего этапа стратегического анализа развития современного рынка лекарственного растительного сырья Республики Беларусь,

в частности, признано необходимым осуществление процесса культивирования сырьевых ресурсов (лекарственных трав) в видовом ассортименте, соответствующем запросам потенциальных потребителей, и на основе применения отечественных и зарубежных инновационных разработок, – т.е. рационализации (расширения и оптимизации) ассортимента продукции в целях повышения товарооборота отрасли (подробнее, [Карачевская, Рогачев, 2016]). Экспертная оценка (экспертами выступали представители отечественных фармацевтических организаций с достаточным опытом работы, соответствующей решаемым задачам) позволила оценить возможность увеличения товарооборота в результате расширения (таблица 1) и оптимизации (таблица 2) видового разнообразия продукции лекарственной растительной отрасли Республики Беларусь.

Таблица 1. Экспертная оценка возможности увеличения товарооборота отрасли за счет расширения ассортимента культивируемых лекарственных трав

Эксперт	Авторитетность мнения эксперта R _j , балл	Оценка эксперта Q _j , %	Взвешенная оценка мнения эксперта Q _в = Q _j x R _j , %
1	0.39	0.51	0.20
2	0.76	0.45	0.34
3	0.54	0.63	0.34
4	0.62	0.71	0.44
5	0.91	0.91	0.83
6	0.78	0.29	0.23
7	0.68	0.68	0.46
8	0.54	0.57	0.31
9	0.71	0.77	0.55
10	0.39	0.67	0.26
11	0.52	0.97	0.50
Итого	6.84		4.46

При расчете перспективного относительного эффекта сумма взвешенных экспертных оценок корректируется на сумму баллов авторитетности мнения эксперта: $4.46\% / 6.84 = 0.65\%$. Таким образом, по результатам экспертной оценки товарооборот отрасли может быть увеличен на 0.65%. Поскольку объем производства продукции отрасли лекарственного растениеводства в республике в 2018 г. составил 3358.4 тыс. долл., размер прогнозного абсолютного эффекта от расширения ассортимента составит: $\Delta T = 3358.4 * 0.65\% / 100\% = 21.83$ тыс. долл., с учетом дисконтирования: $21.83 / (1 + 0.095) = 19.94$ тыс. долл.¹

Относительный экономический эффект, выражающийся в приросте товарооборота от реализации мероприятий по оптимизации ассортимента куль-

¹ В качестве ставки дисконтирования принята ставка рефинансирования Национального банка Республики Беларусь (на 10.11.2019).

тивируемого лекарственного растительного сырья, на основании экспертной оценки составит 0.35% (2.38% / 6.80); абсолютный прогнозный эффект – 11.75 тыс. долл. ($3358.4 * 0.35\% / 100\%$); с учетом дисконтирования – 10.73 тыс. долл. ($11.75 / (1 + 0.095)$).

Таблица 2. Экспертная оценка увеличения товарооборота отрасли за счет оптимизации видового разнообразия лекарственного растительного сырья

Эксперт	Авторитетность мнения эксперта R_j , балл	Оценка эксперта Q_j , %	Взвешенная оценка мнения эксперта $Q_v = Q_j \times R_j$, %
1	0.51	0.34	0.17
2	0.96	0.42	0.40
3	0.73	0.23	0.17
4	0.34	0.45	0.15
5	0.66	0.43	0.28
6	0.62	0.38	0.24
7	0.81	0.29	0.23
8	0.53	0.42	0.22
9	0.74	0.26	0.19
10	0.21	0.41	0.09
11	0.69	0.33	0.23
Итого	6.80		2.38

Помимо расширения и оптимизации ассортимента выращиваемых лекарственных растений на третьем этапе анализа в качестве стратегических ориентиров деятельности предприятий с целью формирования конкурентных преимуществ рынка в целом предлагается использовать внедрение инновационных технологий, которые, естественно, влекут за собой увеличение суммы инвестиций. К примеру, сохранить плодородие почвы и увеличить урожайность лекарственных трав позволит использование высококачественных органических удобрений путем анаэробного сбраживания. При этом суммарная потребность в инвестициях на приобретение пяти биогазовых установок составит 238 млн. руб.; начало реализации проекта планируется на первый квартал 2021 г.; прогнозный срок окупаемости проекта составит 70 месяцев. По оценкам белорусских исследователей, органические удобрения на выходе биогазовых установок способны повысить урожайность по сравнению с традиционным навозом на 20-30%. В среднем по отрасли рентабельность продукции составит уже в 2021 г. 20.1%, что на 13.6 п.п. выше рентабельности 2018 г.

Анализ фактических и прогнозных данных таблицы 3 показывает, что осуществление предложенных выше мероприятий инновационного развития рынка лекарственного растительного сырья Республики Беларусь, естественно, будет сопровождаться увеличением темпов роста всех видов инвестиционных, стоимостных затрат на создание инноваций, которое при этом будет генерировать значительное повышение эффективности производства продукции и функционирования отрасли в целом.

Таблица 3. Результаты расчета показателя запаса инновационной активности до и после реализации стратегии инновационного развития отрасли лекарственного растениеводства (в среднем по отрасли)

Наименование показателя	2016 г.	2018 г.	Темп роста	
			2018 к 2016 г.	после реализации стратегии
Индекс интенсивности производственной деятельности	182.4	257.9	1.41	1.49
Спрос на продукцию отрасли (с учетом импорта), тыс. руб.	6666.5	8348.6	1.25	1.25
Предложение продукции отрасли (с учетом экспорта), тыс. руб.	2526.8	3802.9	1.51	1.55
Национальный производственный потенциал отрасли	0.36	0.54	1.50	1.54
Эффективность высокотехнологичной производственной деятельности	0.26	0.23	0.88	0.90
Совокупные затраты предприятий на производство высокотехнологичной и наукоемкой продукции, тыс. рублей	490.5	750.7	1.53	1.70
Наукоемкость	0.12	0.12	1.00	1.00
Доля занятых в наукоемком и высокотехнологичном производстве	0.01	0.012	1.20	1.32
Доля производственных площадей, занимаемых робототехникой, автоматизированным и интеллектуальным оборудованием	0.07	0.08	1.14	1.26
Доля патентованной продукции	0.06	0.07	1.17	1.18
Автоматизация производства	0.51	0.52	1.02	1.07
Доля импортозамещающих технологий при производстве продукции	0.50	0.52	1.04	1.07
Коэффициент инновационной активности			1.22	1.27

Источник: составлено автором по данным Национального комитета статистики Республики Беларусь

Таким образом, интенсификация инноваций, реализация выбранной стратегии инновационного развития отрасли лекарственного растениеводства Республики Беларусь посредством расширения видового разнообразия, оптимизации ассортимента культивируемых лекарственных трав и использование инновационных технологий способствует достижению основных стратегических целей развития отрасли: рост стратегической устойчивости производителей, повышение обеспеченности фармацевтической отрасли страны качественным отечественным сырьем, рост конкурентоспособности отрасли лекарственного растениеводства на мировом рынке.

Библиография

1. Беларусь – страна-инноватор? (2019). ViaFurure. Инновации. Стартапы. Изобретения. URL: <https://viafuture.ru/katalog-idej/innovatsii-v-belarusi> (дата обращения: 10.11.2019).
2. Карачевская, Е.В. (2019). Прогноз территориального размещения лекарственной отрасли в системе агропромышленного комплекса Республики Беларусь. *Вестник Белорусской государственной сельскохозяйственной академии*, 2019, 3, С. 25-29.
3. Карачевская, Е.В., Рогачев, А.Ф. (2016). Моделирование и оценка экономической эффективности функционирования агрофармацевтического кластера Республики Беларусь. *Modern Economy Success*, 2016, 1, С. 87-110. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=27187150> (дата обращения: 09.11.2019).
4. Любецкий, П.Б. (2016). Механизм формирования и реализации маркетинговой стратегии (на примере мясоперерабатывающих предприятий Республики Беларусь): автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук: 08.00.05. – Белорусская государственная сельскохозяйственная академия, Горки, 2016. – 31 с. URL: <file:///C:/Users/User/Downloads/ecd2462.pdf> (дата обращения: 10.11.2019).

References

1. Belarus' – strana-innovator? [Belarus – an innovating country?] (2019). ViaFurure. Innovatsii. Startapy. Izobreteniya [ViaFurure. Innovation. Startups. Inventions]. (In Russ.). Retrieved November 10, 2019, from: <https://viafuture.ru/katalog-idej/innovatsii-v-belarusi>.
2. Karachevskaya, Ye.V. (2019). Prognoz territorial'nogo razmeshcheniya lekarstvennoy otrasli v sisteme agropromyshlennogo kompleksa Respubliki Belarus' [Forecast of the territorial distribution of the drug industry in the agricultural system of the Republic of Belarus]. *Bulletin of the Belarusian State Agricultural Academy*, 2019, 3: 25-29. (In Russ.).
3. Karachevskaya, Ye.V. & Rogachev, A.F. (2016). Modelirovaniye i otsenka ekonomicheskoy effektivnosti funktsionirovaniya agrofarmatsevticheskogo klastera Respubliki Belarus' [Modeling and evaluating the economic efficiency of the functioning of the agro-pharmaceutical cluster of the Republic of Belarus]. *Modern Economy Success*, 2016, 1: 87-110. (In Russ.). Retrieved November 9, 2019, from: https://elibrary.ru/download/elibrary_27187150_31466958.pdf.
4. Lyubetskiy, P.B. Mekhanizm formirovaniya i realizatsii marketingovoy strategii (na primere myasopererabatyvayushchikh predpriyatiy Respubliki Belarus') [The mechanism of formation and implementation of a marketing strategy (for example, meat processing enterprises of the Republic of Belarus)]: abstract of the dissertation for the degree of candidate of economic sciences: 08.00.05. – Belarusian State Agricultural Academy, Gorki, 2016. – 31 p. (In Russ.). Retrieved November 10, 2019, from: <file:///C:/Users/User/Downloads/ecd2462.pdf>.

УДК 336.64:339.137.22

[https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4\(33\).23-33](https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4(33).23-33)

ОЦЕНКА РОССИЙСКОГО РЫНКА БАНКОВСКОГО КОРПОРАТИВНОГО КРЕДИТОВАНИЯ: СТЕПЕНЬ КОНКУРЕНЦИИ И ВЕКТОР РАЗВИТИЯ

КУЗНЕЦОВА П.В.Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова,
г. Москва, Россия**ГОРДИЕНКО М.С.**Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова,
г. Москва, Россия

Банковское кредитование является приоритетным источником финансирования инвестиционных проектов корпоративного сектора экономики России. Высокая конкуренция положительно сказывается на развитии данного сегмента рынка. В статье изучена специфика банковской конкуренции. Определены конкурентные преимущества современных банков, которые базируются на высоком качестве предоставляемых услуг, их широком спектре, уникальности и индивидуальности. Изучена модель функционирования российской банковской системы, а также надзорная политика Центрального Банка Российской Федерации в отношении рынка корпоративного кредитования. Представлены результаты проведенного анализа статистических данных, характеризующих особенности развития рынка корпоративного кредитования России за период 2017-2018 гг.: общий объем кредитования, средневзвешенные процентные ставки по кредитам (в том числе в отношении малого и среднего бизнеса). Приведены результаты рейтинговой оценки топ-15 российских банков по величине выданных займов корпоративным клиентам в 2017-2018 гг. Названы некоторые конкурентные преимущества, реализуемые топ-15 банками на рынке корпоративных клиентов. Рассчитанные значения структурных показателей оценки степени рыночной конкуренции (индекс концентрации и индекс Херфиндаля-Хиршмана) позволяют идентифицировать современный российский рынок банковского корпоративного кредитования как высоко концентрированный, и потому нуждающийся в надзоре со сто-

Образец цитирования:

Кузнецова П.В., Гордиенко М.С. (2019). Оценка российского рынка банковского корпоративного кредитования: степень конкуренции и вектор развития. *BENEFICIUM*. 2019. 4(33): 23-33. doi: [https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4\(33\).23-33](https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4(33).23-33).

For citation:

Kuznetsova P.V., Gordienko M.S. (2019). Russian Corporate Lending: Dynamics of Development and Degree of Competition between Banks. *BENEFICIUM*. 2019. 4(33): 23-33. (In Russ.). doi: [https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4\(33\).23-33](https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4(33).23-33).

роны антимонопольных служб. Выявленные тенденции иллюстрируют рост степени монополизации банковского рынка в секторе корпоративных клиентов в 2012-2018 гг., в том числе в ходе реализации Центральным Банком Российской Федерации активной надзорной политики. Все более устойчивые позиции на рынке приобретают системообразующие банки, пользующиеся поддержкой со стороны государства. Однако эта тенденция получила неоднозначную оценку экспертов, по мнению которых, в долгосрочной перспективе следует ожидать снижения эффективности работы банковской системы как института, обеспечивающего кредитование экономики.

Ключевые слова: банковская конкуренция; банковская лицензия; банковская система; корпоративное кредитование; Центральный Банк Российской Федерации; рынок ссудного капитала.

RUSSIAN CORPORATE LENDING: DYNAMICS OF DEVELOPMENT AND DEGREE OF COMPETITION BETWEEN BANKS

KUZNETSOVA P.V.

Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia

GORDIENKO M.S.

Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia

The values of the structural indicators for assessing the degree of market competition make it possible to identify the modern Russian market of bank corporate lending as highly concentrated and, therefore, in need of supervision not only from the main financial regulator, but also from the antitrust services. The article explores specifics of banking competition. The competitive advantages of modern banks are determined based on the high quality of the services provided, their wide range, uniqueness and individuality. The model of the functioning of the Russian banking system as well as policy for supervision of the Central Bank of the Russian Federation in relation to the corporate lending market are studied. The results of the statistical analysis on the development of the corporate lending market of Russia in 2017-2018 are presented: total lending, weighted average interest rates on loans (including SME). We also capture the trends in loans for each of the Top-15 Russian banks with the largest corporate loan portfolio in 2017-2018 and explore their competitive advantages. To assess competition in the Russian corporate banking, the concentration ratio and the Herfindahl-Hirschman index are calculated based on the amounts of loans issued to corporate clients in 2012-2018. The revealed trends illustrate that the corporate banking operates in an increasingly monopolistic environment. The largest banks supported by the state reinforce their strong market position.

Keywords: banking competition; banking license; banking system; corporate lending; Central Bank of the Russian Federation; loan capital market.

Цель функционирования банковской системы заключается в удовлетворении общественных потребностей в банковских услугах, а именно в решении задач организации денежного обращения (расчетная функция), централизации временно свободных капиталов (сберегательная функция), кредитовании тех граждан и предприятий, которые в определенный момент времени нуждаются в денежных средствах (кредитная, инвестиционная функция), за счет централизованных средств, обеспечивая большую рентабельность.

Исследование сегмента банковского корпоративного кредитования, где заемщиками выступают юридические лица, раскрывает закономерные процессы экономики, затрагивающие интересы многих субъектов хозяйственных взаимоотношений – не только коммерческих банков, как непосредственных производителей, но и предприятий и организаций реального сектора экономики, как потребителей данного вида банковских услуг. Поскольку, согласно данным Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации, 11.2% всех инвестиций в основной капитал предприятий в 2018 г. было осуществлено за счет использования ими банковских кредитов (прирост в 2001-2018 гг. составил 6.8 п.п.)¹, можно утверждать, что рынок банковского корпоративного кредитования играет существенную роль в активизации инвестиционных процессов, в ресурсном обеспечении предприятий и новых проектов, а также имеет свои рычаги влияния на эффективность будущего производства.

В России сложилась двухуровневая банковская система. К нижнему ее уровню относятся непосредственно коммерческие банки; к верхнему – одна организация – Центральный Банк Российской Федерации (ЦБ РФ) или Банк России. В Федеральном Законе №86-ФЗ от 10 июля 2002 г. «О Центральном Банке Российской Федерации (Банке России)» определены особенности правового статуса организации². Банк России регулирует рынок банковских услуг как посредством издания нормативно-правовых актов, так и посредством осуществления функций государственного управления денежно-кредитной политикой и банковскими системами. Совмещение разнообразных и противоречивых функций ЦБ РФ часто подвергается критике.

Так, в 2013-2018 гг. в ходе реализации ЦБ РФ активной надзорной политики, направленной на оздоровление банковского сектора, был отмечен массовый отзыв лицензий банков, ведущих свою деятельность в России: их число сократилось в 2.3 раза (с 1094 на начало февраля 2013 г. до 479 на начало февраля 2019 г.)³. Решительные действия ЦБ РФ получили неоднозначную

¹ Инвестиции в нефинансовые активы (2019). Федеральная служба государственной статистики. URL: https://www.gks.ru/investment_nonfinancial (дата обращения 01.12.2019).

² Федеральный Закон №86-ФЗ от 10 июля 2002 г. «О Центральном Банке Российской Федерации (Банке России)». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37570/ (дата обращения: 02.12.2019).

³ ЦБ увеличил отзыв банковских лицензий по итогам прошлого года (2019). *Газета.ru*, 28.02.2019. URL: <https://www.gazeta.ru/business/2019/02/11/12177661.shtml> (дата обращения 02.12.2019).

публичную оценку. Критика сводится к следующим четырем пунктам:

1) масштабный отзыв лицензий приводит к перетоку вкладчиков в крупные банки и банки с государственным участием, от этого процесса страдают некрупные, региональные, но добросовестно работающие банки;

2) поскольку лицензий лишаются частные банки, возникает риск увеличения диспропорций в пользу государственных банков, которые могут начать диктовать вкладчикам и заемщикам свои условия, т.е. предоставлять услуги с позиций монополистов по более высоким ценам (более высокие ставки по кредитам и более низкие ставки по депозитам);

3) банковская система из-за преобладания государственных банков станет более уязвима к будущим кризисам, поскольку государственные банки склонны принимать на себя больше рисков, осознавая, что их спасут;

4) в долгосрочной перспективе произойдет снижение эффективности работы банковской системы как института, обеспечивающего кредитование экономики [Пономаренко, Синяков, 2018].

Таким образом, одним из следствий активизации надзорной политики ЦБ РФ становится рост концентрации банковского сектора, что расценивается как негативная тенденция и актуализирует оценку степени конкуренции, в частности, в секторе банковского корпоративного кредитования.

Конкуренция, под которой можно понимать процесс экономического противостояния продавцов за наиболее выгодные и приемлемые условия производства и распределения продукции, является неотъемлемой частью рыночной среды. Банковская конкуренция представляет собой процесс соперничества между коммерческими банками и некредитными финансовыми организациями (лизинговыми компаниями, инвестиционными фондами и т.д.), в ходе которого они стремятся обеспечить себе наиболее выгодное положение на рынке банковских услуг [Валинурова, Бурганова, Балабанова, 2017]. Конкуренция является одним из стимулирующих факторов развития финансового рынка, заставляя коммерческие банки улучшать портфель и качество банковских продуктов, прибегать к снижению комиссий и тарифов на них, оптимизировать ежедневную работу офисов, в том числе, используя IT-технологии, тем самым, расширяя клиентскую базу, с целью увеличения собственной прибыли. Здесь следует отметить, что в настоящее время большая часть банков, присутствующих на финансовом рынке России, придерживается маркетинговой концепции развития, когда конкурентное преимущество базируется не только на значительной сумме активов банка и высоком качестве предоставляемых банковских услуг, но и на их индивидуальности, уникальности для клиентов. При этом важнейшую роль играет отдел маркетинга банка, среди основных задач которого – способствовать росту узнаваемости бренда потребителями, а также укреплению положения банка в рейтингах по ключевым показателям деятельности.

Для анализа уровня конкуренции в банковской отрасли существует два основных подхода – неструктурный и структурный анализ. Использование неструктурной модели анализа позволяет напрямую измерить поведение

участников рынка, что как раз и определяет уровень конкуренции. В то время как при структурном анализе происходит структурная оценка, оценивается степень связи рыночной конкуренции с рыночной концентрацией (распределением рыночных долей). На основе анализа структуры распределения связей можно сформировать вывод об общем уровне конкуренции на каком-либо рынке. В экономической литературе наибольшее распространение получил структурный анализ конкуренции. При ее оценке используются два основных структурных показателя [Салин, Третьякова, 2017]:

1) Индекс концентрации (*Concentration Ratio, CR*) определяется как сумма рыночных долей k крупнейших банков рынка (1):

$$CR = \sum_{i=1}^k q_i \quad (1)$$

где q_i – доля банка в общей сумме экономического параметра.

2) Индекс Херфиндаля-Хиршмана (*Herfindahl-Hirschman Index, HHI*) иллюстрирует степень монополизации рынка и определяется как сумма квадратов долей по какому-либо выбранному показателю всех банков, действующих на рынке (2):

$$HHI = \sum_{i=1}^n q_i^2 \quad (2)$$

где q_i – доля данного банка в объеме региона по какому-либо показателю.

Интерпретация значений индексов концентрации и Херфиндаля-Хиршмана представлена в таблице 1 [Салин, Третьякова, 2017].

Таблица 1. Интерпретация значений индексов концентрации и Херфиндаля-Хиршмана

Тип рынка	Значения индекса концентрации рынка	Значения индекса Херфиндаля-Хиршмана	Описание рынка	Контролирующие меры
1	2	3	4	5
I тип	$70\% < CR < 100\%$	$1800 < HHI < 10000$	высоко концентрированный	по каждому случаю слияния или выхода из него проводится разбирательство с участием представителей государственных органов власти и антимонопольного комитета

1	2	3	4	5
II тип	$45\% < CR < 70\%$	$1000 < HHI < 1800$	умеренно концентри- рованный	по каждому случаю входа или выхода из него необходимо полу- чить специальное раз- решение от органов власти или антимоно- польного комитета
III тип	$CR < 45\%$	$HHI < 1000$	низко концентри- рованный	барьеры для входа или выхода из него отсут- ствуют, дополнительных контролирующих мер не требуется

Для оценки концентрации и конкуренции на банковском рынке России по сегменту корпоративных клиентов были оценены индекс концентрации (1) и индекс Херфиндаля-Хиршмана (2), рассчитанные на основе сумм кредитов, выданных корпоративным клиентам за период 2012-2018 гг. (таблица 2).

Таблица 2. Показатели концентрации кредитов, выданных корпоративным клиентам банками России

Индекс	Значения показателей и соответствующий тип рынка						
	2018 г.	2017 г.	2016 г.	2015 г.	2014 г.	2013 г.	2012 г.
CR Топ-5, %	70.0 (I)	60.0 (II)	59.0 (II)	55.5 (II)	48.8 (II)	37.9 (III)	32.6 (III)
CR Топ-20, %	89.7 (I)	78.2 (I)	75.3 (I)	71.7 (I)	59.2 (II)	45.7 (II)	38.9 (III)
CR Топ-50, %	95.7 (I)	84.3 (I)	81.7 (I)	79.2 (I)	67.4 (II)	52.9 (II)	45.1 (II)
HHI Топ-5	1552.3 (II)	1183.4 (II)	1171.7 (II)	1083.0 (II)	878.6 (III)	523.1 (III)	403.9 (III)

Источник: рассчитано автором на основании данных сайта ЦБ РФ (cbr.ru)

В 2012-2018 гг. индексы концентрации (CR) по Топ-5, Топ-20 и Топ-50 российских банков по величине кредитов, выданных юридическим лицам, увеличились на 37.4 п.п., 50.8 п.п. и 50.6 п.п. (в том числе в 2017-2018 гг. – на 10.0 п.п., 11.5 п.п. и 11.4 п.п. соответственно), обеспечив изменение типа рынка с «низко концентрированного» (по Топ-5 и Топ-20 банков) и «умеренно концентрированного» (по Топ-50 банков) на «высоко концентрированный». Индекс Херфиндаля-Хиршмана за 6 лет увеличился на 1148.4, или в 3.84 раза (с 403.9 («низко концентрированный рынок») до 1552.3 («умеренно концентрированный рынок»)), в том числе в 2017-2018 гг. – на 368.9 (или 31%). Очевидна наиболее значительная динамика индекса в 2017-2018 гг.

Выявленные тенденции иллюстрируют, что политика ЦБ РФ, направленная на улучшение состояния банковского сектора, однако повлекла за собой его движение в сторону роста степени монополизации, в том числе в сегмен-

те банковского корпоративного кредитования, сужение которого подрывает инфраструктуру для ведения бизнеса. По состоянию на начало февраля 2019 г. в российской банковской сфере продолжают работать только 479 банков, при этом Топ-30 банков занимают порядка 90% рынка услуг, а из 11 крупнейших банков, 10 являются государственными¹. В таблице 3 представлен рейтинг 2017-2018 гг. Топ-15 банков России по нетто величине их активов, появившийся после массового отзыва лицензий у банков.

Таблица 3. Рейтинг российских банков по величине выданных займов корпоративным клиентам, млрд. рублей

Рей- ТИНГ	Название банка	Величина активов		Изменение	
		декабрь 2018 г.	декабрь 2017 г.	абс.	относ.
1	ПАО Сбербанк России	27.357	23.633	3.723	15.75%
2	ПАО ВТБ	13.832	9.354	4.479	47.88%
3	АО Газпромбанк	6.181	5.613	0.567	10.11%
4	АО Национальный Клиринговый Центр	3.748	3.213	0.534	16.63%
5	АО Россельхозбанк	3.278	3.118	0.160	5.13%
6	АО Альфа-Банк	3.243	2.700	0.543	20.13%
7	ПАО Московский Кредитный Банк	2.110	1.885	0.225	11.96%
8	ПАО Промсвязьбанк	1.960	1.326	0.634	47.79%
9	ПАО Национальный Банк «Траст»	1.737	0.643	1.094	169.99%
10	ПАО Банк «ФК Открытие»	1.661	2,160	-0.499	-23.09%
11	АО ЮниКредит Банк	1.452	1.172	0.279	23.83%
12	АО Райффайзенбанк	1.057	0.870	0.187	21.55%
13	ПАО Росбанк	1.018	0.929	0.089	9.57%
14	АО АБ Россия	0.988	0.806	0.182	22.56%
15	ПАО Совкомбанк	0.979	0.698	0.281	40.31%

Источник: Рейтинги Банков (<https://www.banki.ru/>).

Бесспорно, лидером российской банковской системы является ПАО Сбербанк, активы которого составляют около 30% активов всей банковской сферы России. ПАО Сбербанк предоставляет универсальные услуги широкого спектра и способен удовлетворить потребности различных групп клиентов, в том числе активно предоставляя крупные и долгосрочные инвестиции российским предприятиям, конкурируя не только с отечественными, но и с зарубежными банками. Широкая филиальная сеть ПАО Сбербанк повышает его доступность для клиентов, а также обеспечивает возможность комплексного обслуживания компаний, имеющих филиалы по всей территории России. Наличие значительного капитала позволяет банку инвестировать средства в развитие собственной инфраструктуры и внедрять новые информационные технологии.

Кроме ПАО Сбербанк в список системообразующих банков вошли ПАО ВТБ, АО Газпромбанк, а также банки, располагающиеся с 5 по 13 место в

¹ ЦБ увеличил отзыв банковских лицензий по итогам прошлого года (2019). *Газета.ru*, 28.02.2019. URL: <https://www.gazeta.ru/business/2019/02/11/12177661.shtml> (дата обращения 02.12.2019).

указанном в таблице 3 рейтинге. Системообразующие банки могут рассчитывать на государственную поддержку, а также на санацию. Большинство предприятий и организаций доверяют банкам из этого списка счета и зарплатные проекты, поскольку существует уверенность в сохранности средств и проведении всех платежей в срок [Пономаренко, Синяков, 2018].

Отметим, что находящийся на 4 месте данного рейтинга АО Национальный Клиринговый Центр (НКЦ) – это небанковская кредитная организация, которая специализируется на проведении клиринговых операций. Ее единственным акционером является ПАО Московская Биржа. НКЦ является центральным контрагентом между продавцами и покупателями на финансовом рынке. Передача клиринговой деятельности в специализированный институт позволила отделить риски клиринговой деятельности от биржевых рисков; в результате 1) повысилась эффективность деятельности биржевого холдинга; 2) выросла надежность и эффективность расчетно-клиринговых операций, поскольку НКЦ находится под жестким контролем ЦБ РФ, имея его лицензию, а также имеет доступ к инструментам рефинансирования ЦБ РФ.

Наибольшее увеличение активов в 2017-2018 гг. наблюдается у ПАО Национальный Банк «Траст», на базе которого создан фонд непрофильных активов, включающий в себя «проблемные» активы АО Рост Банк, ПАО Промсвязьбанк и АО Автовазбанк. По словам председателя правления ПАО Национальный Банк «Траст», для повышения эффективности необходимо, чтобы проблемные кредиты находились на одном балансе, и чтобы над возвратом ссуд работала одна команда, поскольку оптимизируются коммуникации внутри команды, а также коммуникации с контрагентами и надзором¹.

В целом, в современной практике отечественных банков известен широкий инструментарий привлечения корпоративных клиентов. К примеру, ПАО Сбербанк России выдает экспресс-кредиты и экспресс-овердрафты, и, хотя ставка по данным кредитам выше, они дают возможность компаниям получить денежные средства в срочном порядке незамедлительно. АО Альфа-Банк предлагает кредиты до 6 млн. рублей без залога, однако сроки кредитования меньше, чем у кредитов, предлагаемых конкурентами. ПАО ВТБ предлагает кредиты на срок до 10 лет на инвестиции и лизинг со ставкой 10%; рефинансирование кредитов в других банках на пополнение оборотных средств и развитие бизнеса. У АО Райффайзенбанк отсутствует комиссия за выдачу кредита, а также имеется возможность взять кредит без залога; ставка за овердрафты составляет 0.1% в день (в банках-конкурентах она указывается в месяц). В ПАО Промсвязьбанк и ПАО Совкомбанк доступно долгосрочное погашение займов без штрафов. ПАО Совкомбанк предлагает быстрое рассмотрение заявки от 1 дня, однако ставки по таким кредитам выше. АО Россельхозбанк специализируется, в основном, на выдаче кредитов на цели агропромышленного комплекса (требуется подтверждение расходов), для таких

¹ Интервью. Александр Соколов, Председатель правления Банка «Траст». «Мы с ЦБ создаем беспрецедентную конструкцию на российском рынке». *Ведомости*, 08.08.2018. URL: https://www.trust.ru/press/mass_media/detail181113 (дата обращения 03.12.2019).

компаний ставки по кредитам намного ниже, а срок погашения дольше. Основным конкурентным преимуществом коммерческого банка является гарантия государства о его надежности.

В краткосрочной перспективе активная надзорная политика ЦБ РФ 2013-2018 гг. не привела к серьезным негативным последствиям на российском рынке корпоративного кредитования.

По итогам 2018 г. был зафиксирован рост объемов кредитования в рублях и иностранной валюте на 9.3% и 43.4% соответственно в сравнении с аналогичными показателями на январь 2017 г. При этом рост кредитования субъектов малого и среднего предпринимательства также показал положительную динамику: 13.5% в объеме рублевых кредитах и 7.1% в кредитах, выданных в иностранной валюте; отмечается ориентация банков на финансирование малого и среднего бизнеса (таблица 4).

Таблица 4. Объем банковского кредитования юридических лиц в России, 2017-2018 гг., трлн. рублей (нарастающим итогом)

Отчетная дата	в рублях		в иностранной валюте	
	всего	в том числе малый и средний бизнес	всего	в том числе малый и средний бизнес
Январь 2017	32.4	5.2	3.18	0.14
Февраль 2017	2.0	0.3	0.21	0.002
Март 2017	4.1	0.7	0.43	0.005
Апрель 2017	7.3	1.3	0.77	0.01
Май 2017	10.1	1.8	1.16	0.02
Июнь 2017	12.9	2.3	1.38	0.08
Июль 2017	16.3	2.8	1.72	0.09
Август 2017	19.2	3.3	2.04	0.10
Сентябрь 2017	22.1	3.8	2.33	0.11
Октябрь 2017	24.9	4.3	2.68	0.11
Ноябрь 2017	27.7	4.8	2.96	0.12
Декабрь 2017	30.5	5.3	3.21	0.12
Январь 2018	34.8	6.0	3.63	0.13
Февраль 2018	2.5	0.4	0.14	0.01
Март 2018	5.4	0.8	0.34	0.01
Апрель 2018	8.8	1.4	0.65	0.02
Май 2018	12.3	1.9	1.00	0.06
Июнь 2018	15.5	2.4	1.37	0.07
Июль 2018	18.6	3.0	1.87	0.08
Август 2018	21.9	3.6	2.42	0.09
Сентябрь 2018	25.5	4.2	3.26	0.11
Октябрь 2018	28.4	4.7	3.78	0.11
Ноябрь 2018	31.8	5.3	4.19	0.14
Декабрь 2018	35.4	5.9	4.56	0.15

Источник: составлено автором на основании данных сайта ЦБ РФ (cbr.ru)

Прослеживается тенденция к снижению процентных ставок по корпоративным кредитам. Так, в октябре 2018 г. средневзвешенная процентная ставка по кредитам до 1 года снизилась на 0.99 п.п. в сравнении с аналогичным показателем в октябре 2017 г. Аналогичную динамику продемонстрировали и ставки для кредитов с более длительным сроком – в данном сегменте произошло снижение на 1.09 п.п. (таблица 5).

Таблица 5. Средневзвешенные процентные ставки по банковским кредитам в России, 2017-2018 гг., % годовых

Отчетный период	По кредитам до 1 года, включая «до востребования»		По кредитам свыше 1 года	
	по всем субъектам	в том числе субъектам малого и среднего бизнеса	по всем субъектам	в том числе субъектам малого и среднего бизнеса
Октябрь 2017	9.99	13.30	10.29	12.15
Ноябрь 2017	9.88	12.79	9.94	11.10
Декабрь 2017	9.73	12.40	9.34	10.86
Январь 2018	9.30	12.92	9.45	12.04
Февраль 2018	9.12	11.89	9.72	10.98
Март 2018	9.00	11.63	9.37	11.02
Апрель 2018	8.92	11.74	8.63	11.09
Май 2018	8.91	11.86	9.33	10.71
Июнь 2018	8.94	11.67	8.62	9.43
Июль 2018	8.88	11.69	8.75	10.65
Август 2018	8.80	11.63	8.98	10.35
Сентябрь 2018	9.09	11.16	9.48	10.40
Октябрь 2018	9.00	11.50	9.20	10.44

Источник: составлено автором на основании данных сайта ЦБ РФ (cbr.ru)

Согласно статистике ЦБ РФ, основная часть выданных кредитов в рублях является краткосрочными, на их долю приходится примерно 76% всех выданных кредитов. Размер средневзвешенной процентной ставки по рублевым вкладам в октябре 2018 г. составил 8.84% годовых, что на 1 п.п. ниже аналогичного показателя в октябре 2017 г. Если говорить о кредитах в иностранной валюте, то большая часть компаний предпочитает брать долгосрочные валютные кредиты. По итогам октября 2018 г. примерно 80% всех выданных кредитов в долларах были предоставлены на срок более 1 года, при этом для кредитов в евро аналогичный показатель составлял примерно 68%.

Динамика процентных ставок по долларovým кредитам показала небольшое увеличение за рассматриваемый период, таким образом, средневзвешенная ставка по кредитам до 1 года в октябре 2018 г. составила 5.1%, что на 1 п.п. выше аналогичного показателя октября 2017 г., при этом для кредитов в евро процентная ставка по кредитам, наоборот, показала тенденцию к снижению и в октябре 2018 г. составила 3.1%. Ставка по долгосрочным ва-

лутным кредитам увеличилась. По итогам октября 2018 г. средневзвешенная ставка по кредитам в долларах составила 6.32%, а для кредитов в евро 4.66%.

Таким образом, в 2013-2018 гг. в целом сектор корпоративных клиентов продолжает расширяться, наращивая объемы кредитования на фоне уменьшения процентных ставок. Вместе с тем отмечается тенденция значительного снижения конкуренции в секторе корпоративного кредитования банковского рынка России, движения его в сторону монополизации, ставшее, прежде всего, результатом реализации надзорной политики ЦБ РФ, получившей неоднозначную публичную оценку. Все более устойчивые позиции на рынке приобретают системообразующие банки, пользующиеся поддержкой со стороны государства. По оценкам экспертов, в долгосрочной перспективе следует ожидать снижения эффективности работы банковской системы как института, обеспечивающего кредитование экономики; снижение «ярусности» банковской системы, числа рыночных ниш, где инвестиционные проекты (заемщики) разного уровня риска могут найти своего кредитора, приведет к проблеме недокредитованности экономики [Пономаренко, Синяков, 2018].

Библиография

1. Валинурова, А.А., Бурганова Р.А., Балабанова, Н.В. (2017). Специфика банковской конкуренции в современной России. *Казанский экономический вестник*, 2017, №6(32), С. 65-70.
2. Пономаренко, А., Синяков, А. (2018). Влияние усиления банковского надзора на структуру банковской системы: выводы на основе агентно-ориентированного моделирования. *Деньги и кредит*, 2018, №77(1), С. 26-50.
3. Салин В.Н., Третьякова О.Г. (2017). *Банковская статистика*. Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 215 с.

References

1. Valinurova, A.A., Burganova, R.A. & Balabanova, N.V. (2017). Specifics of bank competition in contemporary Russia. *Kazan Economic Bulletin*, 2017, №6(32): 65-70. (In Russ.).
2. Ponomarenko, A., Sinyakov, A. (2018). Impact of Banking Supervision on Banking System Structure: Conclusion from Agent-Based Modelling. *Russian Journal of Money and Finance*, 2018, 77(1): 26-50. (In Russ.).
3. Salin, V.N. & Tretyakova, O.G. (2017). *Banking Statistics*. Finance University under the Government of the Russian Federation. – M.: Yurait Publishing House, 2017. – 215 p. (In Russ.).

УДК 338.242.4

[https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4\(33\).34-41](https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4(33).34-41)

ВЛИЯНИЕ ПРОГРАММ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ НА РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

МЕЛЬНИКОВА Е.Н.

Башкирский институт технологий и управления (филиал)
Московский государственный университет технологий и
управления имени К.Г. Разумовского (ПКУ), г. Мелеуз, Россия

Достижение научно-технологического лидерства и эффективное использование высокотехнологичных инноваций способствует формированию достойного места страны на экономической и политической аренах мира. Поддержка инновационной деятельности со стороны государства выступает в качестве ключевого элемента, направленного на достижение международной конкурентоспособности, и обязательного условия реформирования общества в инновационную модель развития. Современная система стимулирующего воздействия на инновационную сферу должна включать совокупность мероприятий, направленных на приоритетную поддержку ведущих направлений инновационного развития, на повышение заинтересованности в инвестировании средств для активного использования технических достижений науки в основном производстве, на нормативно-законодательную защиту прав собственности на объекты инноваций, а также на формирование благоприятного экономического климата в стране. В статье рассматривается роль, прямые и опосредованные формы государственной поддержки инновационной деятельности на современном этапе развития экономики России. Представлена динамика (2010-2018/2019 гг.) международных рейтинговых позиций России в отношении как условий экономического роста, так и его качества. На основе анализа практики реализации государственных программ развития инновационного предпринимательства, осуществляемых в рамках Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 г., выделены десять наиболее действенных, по мнению экспертов, мер государственной поддержки инновационного предпринимательства, а также конкурентные пре-

Образец цитирования:

Мельникова Е.Н. (2019). Влияние программ государственной поддержки на развитие инновационного предпринимательства в России. *BENEFICIUM*. 2019. 4(33): 34-41. doi: [https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4\(33\).34-41](https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4(33).34-41).

For citation:

Melnikova E.N. (2019). Impact of State Support Programmes on the Development of Innovative Entrepreneurship in Russia. *BENEFICIUM*. 2019. 4(33): 34-41. (In Russ.). doi: [https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4\(33\).34-41](https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4(33).34-41).

имущества России с точки зрения условий их влияния на инновационные процессы в экономике: «потенциально влияет», «оказала существенное влияние», «сохранит устойчивый позитивный эффект в долгосрочном периоде». Сделан общий вывод относительно текущей результативности и перспектив реализации инновационной государственной политики в России.

Ключевые слова: государственная поддержка; инновационное предпринимательство; конкурентные преимущества; стратегия инновационного развития; финансирование инноваций.

IMPACT OF STATE SUPPORT PROGRAMMES ON THE DEVELOPMENT OF INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP IN RUSSIA

MELNIKOVA E.N.

Bashkir Institute of Technology and Management (branch)
K.G. Razumovsky Moscow State University of Technologies and
Management, Meleuz, Russia

A worthy place of the state in the world political and economic arena is impossible without achieving technological and scientific leadership, effective implementation of high-tech innovations. State support for innovation is a key element aimed at staying ahead of the competition, and a prerequisite for the transition of society to an innovative model of development. The system of stimulation of innovative activity has to be provided with a complex of measures including priority support of the key directions of innovative activity; creation of the favourable economic environment stimulating interest in introduction of scientific and technical achievements and inflow of investments in the fixed capital; legislative protection of intellectual property rights. The article discusses the role, direct and indirect forms of state support for innovation at the present stage of development of the Russian economy. The dynamics (2010-2018/2019) of Russia's international ranking positions in relation to both the conditions of economic growth and its quality is presented. On the basis of the analysis of practice of implementation of the state programs of development of innovative entrepreneurship which are carried out in the framework of the Concept of long-term social and economic development of Russian Federation until 2020 («Strategy 2020»), ten the most effective tools of state support for innovative entrepreneurship are identified, as well as Russia's competitive advantages, have been identified view of the conditions of their influence on innovative processes in the economy.

Keywords: state support; innovative entrepreneurship; competitive advantages; innovation development strategy; financing of innovations.

Процесс преобразования результатов интеллектуальных разработок в продукцию или услугу с последующей их реализацией на рынке представляет собой внедрение инноваций. Стимулирование и координация данного процесса со стороны государства в форме поддержки инновационной деятельности способствует повышению уровня научно-технологического преимущества страны на мировой арене и активному экономическому развитию.

Постепенное движение в направлении развития сферы новейших технологических разработок требует вмешательства со стороны государственных органов путем реализации регулирующих и контролирующей функций, которые отражены на рисунке 1 [О государственной поддержке инноваций и стартапов, 2019].

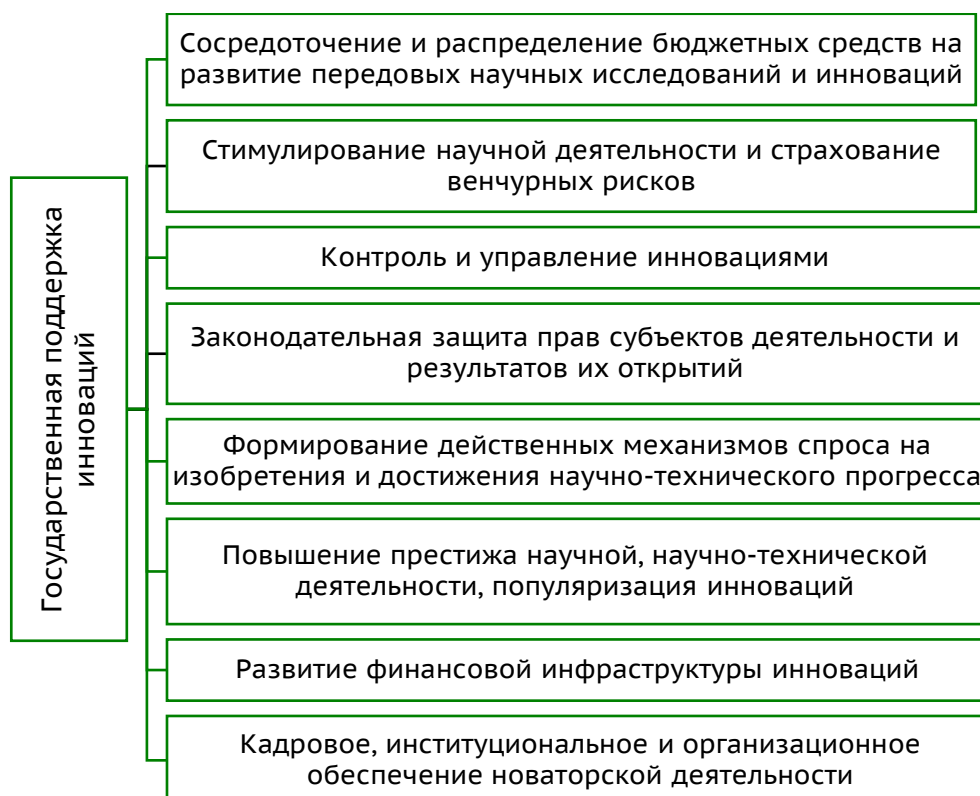


Рис. 1. Значение государственной поддержки в повышении инновационного потенциала экономики

Формы и методы государственной поддержки инновационной деятельности предполагают как прямое влияние, так и опосредованное воздействие через множество управленческих инструментов (рисунок 2).

Инновационная активность субъектов экономики существенно определяется эффективностью участия государства в инновационных процессах. Стратегией инновационного развития Российской Федерации (РФ) на период до 2020 г. (Стратегия 2020) определен главный предмет внимания государства, в качестве которого выступает обеспечение соответствия российской продукции наукоемких отраслей и производств международным стандартам, предъ-

являемым к качеству, и экологическим требованиям. Кроме того, важное направление заключается в росте конкурентоспособности данной продукции на мировых товарных рынках.

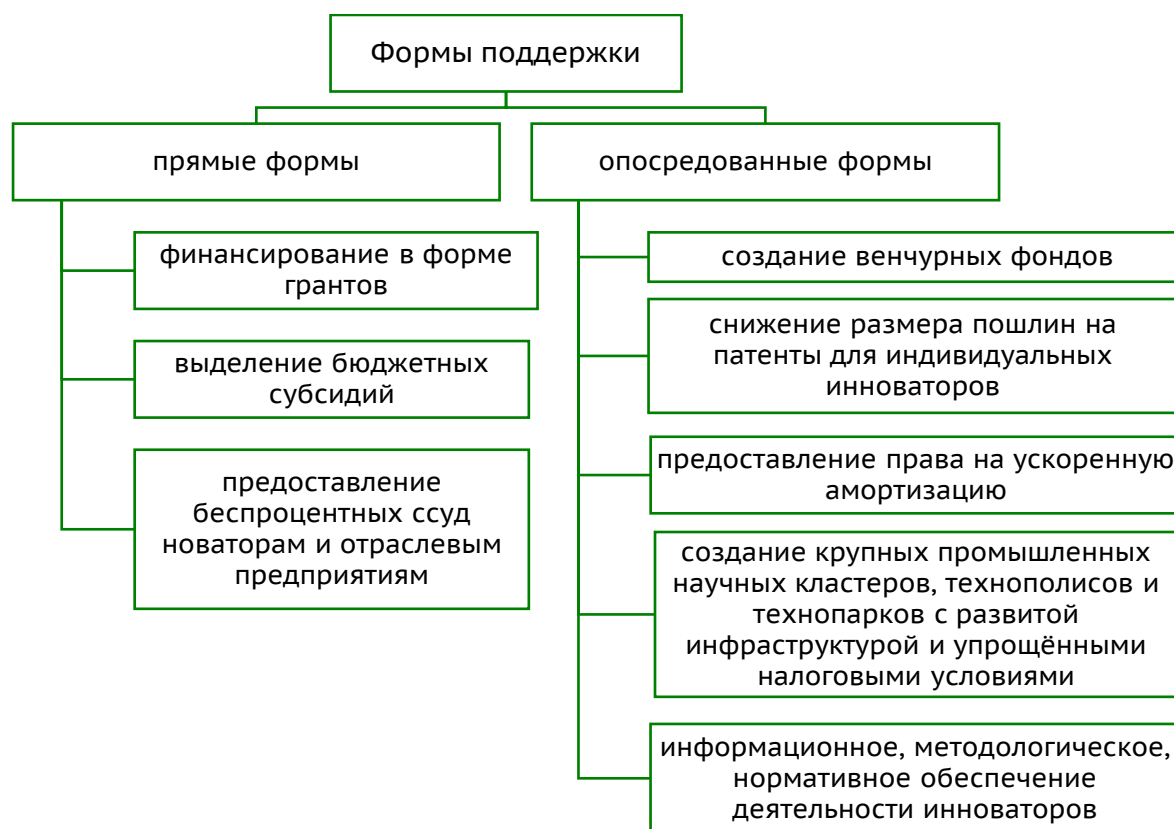


Рис. 2. Формы государственной поддержки инновационного предпринимательства

За последние несколько лет Российская Федерация существенно улучшила свои позиции, определяемые ведущими международными рейтингами, которые отражают как условия экономического роста (Global Competitiveness Index и Doing Business), так и его качество (Global Innovation Index). Наибольший рывок как в долгосрочной, так и в краткосрочной перспективах отмечается в части создания достойных условий ведения бизнеса. В рейтинге Doing Business, который характеризует условия роста экономики, Россия поднялась на 89 позиций (со 120-го места в 2010 г. до 31-го в 2019 г.). На сегодняшний день, согласно данным Всемирного банка, успешность действий государства по обеспечению деловой среды для всех видов компаний в России сопоставима с такими странами, как Нидерланды, Швейцария, Япония, Словения, Польша и Словакия. Вместе с тем, по-прежнему, наблюдается отставание от ведущих стран Евросоюза и стран-участниц Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР). Только в группе стран БРИКС Россия демонстрирует лучший текущий результат и максимальную положительную динамику в долгосрочном и краткосрочном периодах. В рейтинге Global

Competitiveness Index, отражающем качество экономического роста, Россия также показала положительную тенденцию изменения своей позиции с точки зрения глобальной конкурентоспособности, поднявшись с 63-го места в 2010 г. на 43-е в 2018 г. Почти полуторакартный рост был обеспечен, главным образом, стремительным ростом значений показателей в блоках, отражающих качество институтов, эффективность рынка товаров и услуг, конкурентоспособность компаний, которые традиционно были самыми слабыми составляющими агрегированной оценки глобальной конкурентоспособности страны. Россия также улучшила в долгосрочной перспективе и сохранила в краткосрочной свои относительно сильные позиции в блоках показателей «Инфраструктура», «Высшее образование и профессиональная подготовка», «Размер внутреннего рынка». Согласно международной оценке глобальной конкурентоспособности Россия находится на уровне таких стран, как Испания, Мальта, Польша, Индия. По-прежнему сохраняется отставание от ведущих инновационных экономик государств Евросоюза и ОЭСР. Среди стран БРИКС Россия уступает Китаю [Национальный доклад об инновациях в России 2017, 2018].

Выявленная положительная динамика позиций России в международных рейтингах во многом выступает результатом реализуемой в последние годы политики государства в области поддержки инноваций. Вместе с тем следует принимать во внимание крайне низкие стартовые позиции страны, а также сохраняющееся отставание от ведущих инновационных экономик мира и скачкообразную динамику позиций страны по отдельным составляющим интегральных индексов. Помимо рейтинговых оценок результаты развития инноваций характеризуют следующие показатели: глобальное лидерство на высокотехнологических рынках и производительность труда [Тюрина, Бондарев, 2013; 379]. Данные показатели демонстрируют значительное отставание России от большинства стран Евросоюза и ОЭСР.

Экспертный опрос, проведенный в целях оценки текущего состояния российской инновационной экосистемы и определения тенденций развития отдельных технологических отраслей, позволил выявить меры государственной поддержки, сильнее всего повлиявшие на развитие инноваций в России в последние несколько лет. В таблице 1 представлены десять наиболее значимых таких мер по мнению всех экспертов, а также распределение оценок за исключением ответов экспертов, представлявших региональные органы власти [Национальный доклад об инновациях в России 2017, 2018].

Как видно из таблицы 1, самыми действенными мерами, по мнению 67% экспертов, стали программы Фонда содействия инновациям. Со значительным отрывом за ними следуют: программа поддержки инновационных территориальных кластеров, деятельность инновационного центра «Сколково», программы поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП) Министерства экономического развития Российской Федерации, займы Фонда развития промышленности (ФРП), Постановление Правительства №218 о поддержке кооперации вузов и предприятий, программа создания технопарков в сфере высоких технологий. Если исключить ответы экспертов, представ-

лявших региональные органы власти, то оценки мер существенно изменятся. В частности, меры, нацеленные на региональное развитие – поддержка инновационных кластеров и инновационной инфраструктуры, создания технопарков – наоборот, получили совсем низкие оценки. В число мер, оказавших наименьшее влияние на развитие инноваций, попали: конкурсы и программы научных фондов (видимо, в связи с тем, что они имеют отношение к научной, а не инновационной политике), содействие закупкам инновационной продукции, создание малых инновационных предприятий при вузах и научных организациях, особые экономические зоны технико-внедренческого типа, субсидирование части затрат на НИОКР в рамках комплексных инвестиционных проектов и программы поддержки научно-технического творчества детей и молодежи.

Таблица 1. Перечень наиболее значимых мер государственной поддержки, оказавших влияние на развитие инновационного предпринимательства в России

Меры государственной поддержки	Ответы всех экспертов	Ответы экспертов за вычетом ответов представителей субъектов РФ
1. Программы Фонда содействия инновациям	67%	47%
2. Программа поддержки пилотных инновационных территориальных кластеров	30%	12%
3. Создание и развитие инновационного центра «Сколково»	27%	47%
4. Создание и развитие инновационной инфраструктуры поддержки субъектов МСП	24%	6%
5. Займы, предоставляемые ФРП на реализацию проектов, направленных на внедрение передовых технологий	18%	12%
6. Поддержка кооперации вузов и предприятий (Постановление №218)	18%	24%
7. Создание технопарков в сфере высоких технологий	15%	6%
8. Реализация ключевых проектов «дорожных карт» НТИ	15%	18%
9. Программы, проекты и фонды Группы РОСНАНО	15%	41%
10. Программы инновационного развития госкомпаний	12%	18%

Кроме того, были оценены три различных параметра влияния мер на развитие инноваций (см. таблицу 2). Интересно, что для отдельных мер – программ Фонда содействия, инновационных кластеров и поддержки МСП – фактическая результативность оказалась выше ожидаемой. При этом устойчивость эффектов оценивается выше, чем фактическая результативность, лишь в

отношении «Сколково». Иными словами, эксперты не считают эффекты большинства мер инновационной политики достаточно устойчивыми в долгосрочной перспективе.

Таблица 2. Влияние мер господдержки на инновационную систему России [Национальный доклад об инновациях в России 2017, 2018]

Меры государственной поддержки	Ответы экспертов		
	потенциальное влияние	результативность	устойчивость эффектов
1. Программы Фонда содействия инновациям	64%	83%	64%
2. Программа поддержки пилотных инновационных территориальных кластеров	37%	48%	33%
3. Создание и развитие инновационного центра «Сколково»	36%	35%	39%
4. Займы, предоставляемые ФРП на реализацию проектов, направленных на внедрение передовых технологий	27%	25%	16%
5. Создание и развитие инновационной инфраструктуры поддержки субъектов МСП	19%	27%	26%
6. Поддержка кооперации вузов и предприятий (Постановление №218)	33%	24%	23%
7. Проект 5-100	30%	20%	14%
8. Создание технопарков в сфере высоких технологий	20%	19%	15%
9. Программы инновационного развития госкомпаний	16%	17%	13%
10. Программы, проекты и фонды Группы РОСНАН	10%	19%	10%

По мнению экспертов, реализуемые меры государственной поддержки в отношении блока «Коммерциализация» оказали существенное влияние, а достигнутый результат сохранит устойчивый позитивный эффект в долгосрочном периоде. Чего нельзя сказать о предшествующем ему в инновационном цикле блоке «Исследования и разработки», долгосрочные эффекты от господдержки которого были оценены невысоко. Среди рамочных условий обращают на себя внимание блоки «Человеческий капитал» и «Ценности». Их государственное стимулирование, согласно экспертному мнению, результативно и сохраняют устойчивый позитивный эффект в долгосрочном периоде. К узким местам в рамочных условиях, определенных Стратегией 2020, эксперты отнесли «Институты» и «Инфраструктуру». Следовательно, большинство экспертов не считают эффекты меры инновационной политики достаточно устойчивыми в долгосрочной перспективе.

Таким образом, политика государства в области поддержки инноваций стимулирует инновационную активность в предпринимательской среде, тем самым оказывая положительное влияние на социально-экономические процессы, происходящие в стране. Государственные программы способствуют внедрению нововведений на всех стадиях развития в результате использования различных методов нормативной и финансовой поддержки научного развития в форме государственных контрактов на проведение НИР, функционирования эффективных систем экспертного отбора инновационных проектов, подготовки специалистов инженерной и научной направленности, а также поддержание деятельности коопераций высших учебных заведений и промышленных предприятий. Практически государственная помощь инновационным предпринимателям в России слаба, большинство программ недостаточно эффективно, т.к. инвестиции в НИОКР незначительны, а для решения системных проблем государство устанавливает контроль над деятельностью инновационных предпринимателей. В некоторых случаях наблюдаются признаки несогласованности инструментов инновационной политики между собой и с другими направлениями политики – образовательной, научно-технической, промышленной. Большинство программ имеют относительно непродолжительный срок действия. Важно обеспечить преемственность между завершенными и вновь иницируемыми программами, развивать систему мониторинга и оценки эффективности реализуемых мер, включая выбор целевых показателей и практическое применение результатов оценки.

Библиография

1. Национальный доклад об инновациях в России 2017 (2018). URL: https://www.rvc.ru/upload/iblock/c64/RVK_innovation_2017.pdf (дата обращения: 26.10.2019).
2. О государственной поддержке инноваций и стартапов (2019). Проект «Via Future». URL: <https://viafuture.ru/privlechenie-investitsij/gosudarstvennaya-podderzhka-innovatsij> (дата обращения: 25.10.2019).
3. Тюрина, В.Ю., Бондарев, С.А. (2013). Государственная поддержка инновационной деятельности. *Известия Саратовского университета. Серия Экономика. Управление. Право, 2013, Том 13, №3-2, С. 378-382.*

References

1. National Innovation Report 2017 (2018). (In Russ.). Retrieved October 26, 2019, from: https://www.rvc.ru/upload/iblock/c64/RVK_innovation_2017.pdf.
2. O gosudarstvennoy podderzhke innovatsiy i startapov [On state support for innovations and startups] (2019). Project «Via Future». (In Russ.). Retrieved October 25, 2019, from: <https://viafuture.ru/privlechenie-investitsij/gosudarstvennaya-podderzhka-innovatsij>.
3. Tyurina, V.Yu. & Bondarev, S.A. (2013). Government Support for Innovation Activity. *Izvestiya of Saratov University. Series: Economics. Management. Law, 2013, vol. 13, №3-2: 378-381.* (In Russ.).

СТАТЬИ. ВОЗМОЖНОСТИ МАРКЕТИНГА В УПРАВЛЕНИИ РАЗВИТИЕМ / ARTICLES. MARKETING POTENTIAL FOR MANAGING DEVELOPMENT

УДК 332.14

[https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4\(33\).42-49](https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4(33).42-49)

МАРКЕТИНГ ТЕРРИТОРИИ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ РЕГИОНА: НЕКОТОРЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ

АСКЕРОВА М.А.

Новгородский государственный университет
имени Ярослава Мудрого, г. Великий Новгород, Россия

КАНИЩЕВА Н.А.

Новгородский государственный университет
имени Ярослава Мудрого, г. Великий Новгород, Россия

В статье рассмотрены основные идеи концепции регионального маркетинга как возможного инструмента территориального развития: сущность, ключевые цели и возможности, в том числе в условиях цифровизации, типичные прикладные подходы к ее реализации. В стремлении укрепить свои социально-экономические позиции российские регионы вступают в конкурентную борьбу между собой, предлагая целевым группам (инвесторам, предпринимателям, жителям, туристам) специфический товар – комплекс созданных на определенной территории, в той или иной степени привлекательных, условий для осуществления инвестиций, ведения хозяйственно-экономической деятельности, обеспечения качества проживания и туристического обслуживания, др. При этом органы региональной и муниципальной власти зачастую не только испытывают дефицит разнообразных ресурсов, необходимых для эффективного продвижения региона (кадровые, инвестиционные, финансовые, природные, рекреационные, информационные, технологические ресурсы),

Образец цитирования:

Аскерова М.А., Канищева Н.А. (2019). Маркетинг территории как инструмент развития региона: некоторые теоретические и прикладные аспекты. *BENEFICIUM. 2019. 4(33): 42-49.* doi: [https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4\(33\).42-49](https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4(33).42-49)

For citation:

Askerova M.A., Kanischeva N.A. (2019). Destination Marketing as a Tool for the Development of a Region: Some Theoretical and Applied Aspects. *BENEFICIUM. 2019. 4(33): 42-49.* (In Russ.). doi: [https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4\(33\).42-49](https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4(33).42-49)

но и не имеют самого маркетингового мышления. Приведены успешные отечественные истории научного постижения концепции территориального маркетинга, а также практики ее реализации при осуществлении территориального развития регионов России, в том числе Старорусского района Новгородской области, где в 2016 г. местной администрацией совместно с профессиональной общественностью индустрии гостеприимства было принято решение разработать стратегию маркетинга Старорусской туристской дестинации. В ходе разработки стратегии удалось выявить и обозначить четкое позиционирование аутентичности территории, позволившее разработать тактический план экономического и культурного продвижения района с использованием бренда «Старорусский». В целях успешного управления запатентованным брендом предложена модель публичного франчайзинга как наиболее оптимальная для муниципального образования; обозначены дальнейшие задачи стратегии его правовой защиты.

Ключевые слова: бренд территории; инвестиционная привлекательность; маркетинг территории; Новгородская область; региональное развитие; региональный маркетинг.

DESTINATION MARKETING AS A TOOL FOR THE DEVELOPMENT OF A REGION: SOME THEORETICAL AND APPLIED ASPECTS

ASKEROVA M.A.

Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, Russia

KANISCHEVA N.A.

Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, Russia

The article discusses the main ideas of the concept of destination marketing as a possible tool for territorial development: its essence, key goals, and opportunities in the digital era. Trying to strengthen the social and economic positions, the Russian regions compete with each other, offering target groups (investors, entrepreneurs, residents, and tourists) a specific product – a positive image of a certain territory. It helps to boost overall awareness of a destination and increase the number of people who actually visit it. Unfortunately, regional and municipal authorities often do not have much experience in promoting one's territory as well as a strong marketing strategy. They are short of resources required for the effective promotion of the region (staff, financial, natural, recreational, informational, technological resources). Starorusskiy district of Novgorod region is one of the examples of successful implementation of the destination marketing strategy (from 2016 – up to now). While building a powerful tourism marketing strategy, some unique features of the destination Starorusskiy were

identified and a tactical plan for the economic and cultural promotion of the region using the Staroruskiy brand was developed. A public franchise has been proposed as the best option for a municipal entity.

Keywords: destination branding; investment attractiveness; territory marketing; Novgorod region; regional development; regional marketing.

Россия, ее регионы и города сегодня остро нуждаются в укреплении своих социально-экономических позиций, усилении конкурентных преимуществ и повышении инвестиционной привлекательности. В связи с этим, все более популярными в лексике как маркетологов, так и представителей органов власти становятся такие дефиниции как «территориальный маркетинг» или «маркетинг территорий» (place marketing), «бренд территорий» (place brand), «брендинг территорий» (place branding), «имидж территорий» (place image), и все чаще поднимается тема использования возможностей маркетинга в разработке стратегий территориального развития.

Управление территорией на основе использования концепции маркетинга позволяет рассматривать регион не только как на некий пространственный или географический объект, но и как продукт, безусловно, специфический, но обладающий той или иной потребительской ценностью для целевых групп, приоритетными из которых являются: жители, особенно молодые активные люди, предприниматели, инвесторы, туристы [Попова, Тимохина, Тесленко, 2017]. Соответственно, к ключевым целям маркетинга территории следует отнести:

- включение территории в большее количество международных и федеральных целевых программ;
- повышение инвестиционной привлекательности территории;
- создание условий для диверсификации региональной экономики;
- уменьшение оттока и увеличение притока квалифицированных кадров на территории;
- формирование и улучшение имиджа территории для жителей, рост ее престижа, деловой и социальной конкурентоспособности;
- привлечение в регион внутренних и иностранных, организованных и неорганизованных туристов.

В условиях цифровизации, как современного тренда территориального развития, ключевыми задачами маркетинга территории являются:

- привлечение трафика на интернет-ресурсы региона;
- развитие контент-маркетинга;
- формирование данных в цифровом пространстве и аналитика;
- повышение уровня предпринимательской культуры на основе установления взаимосвязей в цифровом пространстве;
- создание местной идентичности в восприятии потенциальных инвесторов, потребителей и населения с использованием цифровых маркетинговых инструментов;

- формирование инновационно-творческой среды, привлекательной как для региональных, так и внешних партнеров;
- привлечение инвесторов и бизнеса в регион посредством коммуникационных взаимодействий в цифровом пространстве;
- формирование положительного впечатления о продукции, производимой в регионе, а также стимулирование ее продажи.

Таким образом, очевидно, что маркетинг территории позволяет повысить качество и эффективность управления этой самой территорией. Практическая потребность в маркетинге территорий, возникшая в последние годы, определяет и необходимость более глубокой теоретической проработки данного вопроса.

Во многих российских регионах и городах разработка проектов маркетинга территорий сегодня выступает в качестве приоритетного направления деятельности региональных и муниципальных органов власти; при этом последние недостаточно полно используют его инструменты, не имеют маркетингового мышления, необходимого для создания имиджа региона, привлечения дополнительных инвестиций. Кроме того, многие территории не обладают достаточным объемом ресурсов (финансовые ресурсы, кадровые ресурсы, природные ресурсы, средства производства, промышленные и рекреационные зоны, информационные ресурсы, технологические ресурсы, репутация, торговые марки и т.п.), необходимым для эффективного своего продвижения. Таким образом, основой реализации эффективной концепции маркетинга территории является аудит и маркетинговое исследование, направленные, главным образом, на выявление и изучение сравнительных конкурентных преимуществ исследуемого региона, а также слабых сторон его развития; аналогичные исследования целесообразно проводить и в отношении соседних конкурентных территорий. Центральной идеей территориального маркетинга является продвижение конкретного региона, представляемого в данной ситуации в качестве товара.

В теории территориального маркетинга существуют различные проекты развития территорий; при этом наиболее типичными, заметно отражающими прикладные подходы к реализации концепции маркетинга, являются:

- использование уже имеющихся ресурсов территории, усиление ее конкурентных позиций;
- создание нового образа, переориентация социально-экономического пространства;
- разработка потенциально перспективных направлений, искусственное создание информационных поводов, легенд, мифов территории.

Анализируя отечественную историю научного постижения и практического применения концепции маркетинга территорий с уверенностью можно констатировать первенство в этом процессе сибирских регионов России. Так, Кемеровская область сделала буквально прорыв в этом отношении, который ознаменовался выходом в 1994 г. книги профессора А.М. Лаврова «Региональный маркетинг». Постепенно стал формироваться пул успешных россий-

ских профессионалов маркетинга, брендинга, репутации и конкурентоспособности территорий, представляющих практически всю страну: А.К. Стась, Д.В. Визгалов, Н.С. Макатрова, В.С. Блашенкова, А.П. Панкрухин (Москва), Д.П. Гавра, В.М. Гнедовский, А.Д. Кривонос (Санкт-Петербург), А.П. Егоршин, И.В. Арженовский (Нижний Новгород), Т.В. Сачук (Карелия), И.Е. Иванова, В.Н. Степанов (Ярославль), И.Н. Шафранская (Пермь), И.С. Важенина (Екатеринбург), И.В. Князева (Новосибирск), Н.Я. Калюжнова (Иркутск), А.В. Кузьмин (Улан-Удэ), И.П. Чернова (Владивосток) и др. Нельзя не отметить вклад в развитие маркетинга территории таких структур как Гильдия маркетологов, Российская академия государственной службы при Президенте Российской Федерации, Научно-исследовательский университет – Высшая школа экономики, Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Фонд «Институт экономики города», Институт медиа, архитектуры и дизайна «Стрелка», журнал «Большой город», интернет-портал The Village [Панкрухин, 2013].

В Новгородской области идея о необходимости использования маркетинговых стратегий в продвижении региона более четко зазвучала в 2017 г. с приходом к власти новой, молодой и инициативной команды действующего губернатора А.С. Никитина, ранее занимавшего должность генерального директора Агентства стратегических инициатив (АСИ) – участника разработки и реализации многих проектов в сфере территориального маркетинга.

Повышенный интерес к территориальному маркетингу со стороны органов местного самоуправления вполне понятен: в сложившихся современных реалиях Новгородская область вынуждена бороться за все виды ресурсов. В частности, из-за особенностей своего географического положения ей достаточно сложно конкурировать в сфере привлечения инвестиций с соседними регионами, в частности, с Ленинградской, Псковской, Тверской, Вологодской областями. Обосновано это тем, что регионы-конкуренты либо обладают более значительными ресурсами, либо имеют приграничное и приморское экономико-географическое положение, обеспечивая своим потенциальным инвесторам значительно более легкий выход к источникам сырья и/или рынкам сбыта. Привлечение инвесторов на территорию Новгородской области возможно только в случае создания более привлекательного, чем у «соседей», инвестиционного климата, а также его дальнейшего постоянного улучшения в сочетании с продвижением позитивного имиджа региона. Здесь следует отметить, что вектор развития области определен в «Стратегии социально-экономического развития Новгородской области до 2030 года», определяющей приоритетные направления этого развития; однако стратегия развития маркетинга территории, способная обозначить новые возможности ее развития и точки роста, отсутствует.

Вместе с тем, в области создано и осуществляет свою деятельность Агентство развития Новгородской области (АРНО), перед которым правительством Новгородской области поставлена задача маркетинга территории, а также привлечения инвестиций, сопровождения и реализации инвестиционных проектов. Очевидно, что высший региональный менеджмент напрямую

связывает маркетинг территории с повышением ее инвестиционной привлекательности. Данный взгляд заслуживает несомненного одобрения, поскольку чаще всего маркетинг территории все же используют в целях развития туризма.

Значительные успехи в маркетинге территории достигнуты в Старорусском муниципальном районе Новгородской области. В 2016 г. Администрация Старорусского района совместно с профессиональной общественностью индустрии гостеприимства приняли решение разработать Стратегию маркетинга Старорусской туристской дестинации. Потребность в подобном документе назрела давно, т.к. маркетинг мест и территориальный брендинг для района – это не просто модные термины. Они являются инструментами выживания Старорусского района в конкурентной борьбе на туристском (и не только) рынке. Как показала практика участия района в различных федеральных программах, конкурировать приходится не только за внимание туристов, но и за финансовые средства на инфраструктуру при их распределении между другими муниципалитетами.

Для победы в конкурентной борьбе необходимо иметь сильное позиционирование. При разработке маркетинговой стратегии Старорусского района местные власти такое позиционирование нашли: его сила заключается в одном прилагательном – «Старорусский». Ранее не замечали этого слова, не ценили его, относились к нему как к наименованию административной единицы. Но если внимательно проанализировать атрибуты такого позиционирования, то очевидно, что «Старорусский» – это не только обозначение конкретного места, но и достаточно четкое позиционирование аутентичности территории, где формировалась русская идентичность, закладывались основы национальных традиций, начиная от культурных, заканчивая гастрономическими. Такое понимание позиционирования бренда «Старорусский» значительно расширяет возможности для продвижения города на целевых рынках. Однако, одного наименования не достаточно для успешного выхода на рынок. Очень важно уметь защищать свой бренд в рамках существующего законодательства. Для этих целей в 2017 г. администрация района подала в Федеральную службу по интеллектуальной собственности (Роспатент) заявку на регистрацию словесного знака «Старорусский» по тринадцати классам Международной классификации товаров и услуг. В конечном итоге, товарный знак получил регистрацию по восьми классам. Теперь важнейшей задачей является грамотный переход к этапу управления брендом «Старорусский». Для этого может быть предложена модель публичного франчайзинга, в рамках которой муниципалитет мог бы на определенных условиях делегировать право на использование словесного знака «Старорусский» через предоставление сублицензий местным предпринимателям и инвесторам. Такая модель была поддержана Роспатентом как наиболее оптимальная для муниципального образования [Администрация Старорусского муниципального района, 2018] .

Если же говорить в целом о стратегии правовой защиты бренда «Старорусский», то она направлена на решение следующих задач. Во-первых, по-

сколько словесный знак «Старорусский» был зарегистрирован только по восьми классам, то в ближайшее время необходимо урегулировать вопросы его использования с остальными правообладателями одноименного бренда. Как известно, на рынке уже давно представлены такие товары как, например, «Старорусский хлеб» или «Старорусская колбаса». Роспатентом рекомендовано начать переговоры с владельцами схожих торговых марок, чтобы они на определенных условиях уступили право их использования Старорусскому муниципальному району Новгородской области, либо получили лицензию на использование словесного знака. В случаях, когда законный правообладатель длительный период не использует бренд «Старорусский», Роспатент готов оказать поддержку по исключению его из реестра зарегистрированных торговых знаков с последующим юридическим закреплением за Старорусским районом. Это позволит расширить перечень товарных групп, которыми в дальнейшем сможет управлять муниципалитет под брендом «Старорусский». Во-вторых, необходимо закрепить за муниципалитетом географическую идентификацию товаров и услуг, производимых на территории Старорусского района, через регистрацию наименований места происхождения товаров. Для решения данной задачи сейчас формируется пул широко известных продуктов, исторически связанных с г. Старой Руссой, как например, «Старорусский судак», «Старорусская соль», «Старорусская грязь» и др. Регистрация бренда «Старорусский» в качестве наименования места происхождения товара позволит не только защитить аутентичные товары, но и предоставить возможность местным компаниям производить продукцию со значительной добавленной стоимостью. В-третьих, в ближайшее время предстоит выбрать оптимальную модель управления маркетингом бренда «Старорусский». Очевидно, что в муниципальном образовании нет профессиональных специалистов в области территориального маркетинга или брендинга. Зато такие специалисты имеются в отраслях, заинтересованных в продвижении своей продукции под территориальным брендом. Поэтому предполагается, что муниципалитет делегирует управление брендом «Старорусский» межотраслевой ассоциации товаропроизводителей «Агентство развития Старорусской дестинации». Данная организация уже находится на стадии создания. Именно она будет от лица муниципального образования предоставлять лицензии, собирать пошальные взносы и роялти с компаний, использующих бренд «Старорусский». Часть полученных средств будет направляться в местный бюджет, другая часть – на продвижение территории и правовую защиту бренда. Пример Старорусского района наглядно демонстрирует положительные эффекты от работы над маркетингом конкретной территории, «переносит» от вопросов теории к практике.

В заключение отметим, что сегодня, решая задачи маркетинга территорий, важно избегать негативных последствий моноспециализации, а также не идти по пути «дикой» конкуренции между городами или муниципальными районами, а выстраивать систему, при которой развитие разных территорий

дает общий синергетический эффект, основу для развития региона и страны в целом.

Библиография

1. Панкрухин, А.П. (2013). Маркетинг российских территорий: состояние, прорывы и перспективы. Доклад на XI Международном симпозиуме по имиджологии «Запад – Восток: имиджевый диалог», 16-17 мая 2013 г., Берлин. URL: <http://pankrukhin.ru/wordpress/wp-content/uploads/2014/06/MARKETING-ROSSIJSKIKH-TERRITORIJJ-Berlin.pdf> (дата обращения 01.12.2019).
2. Попова, О.И., Тимохина, Г.С., Тесленко, И.В. (2017). Маркетинг территории как инструмент управления социально-экономическим развитием города. *Муниципалитет: экономика и управление, 2017, 4(21), С. 22-32.*
3. Старая Русса – первой в России среди муниципальных образований зарегистрировала товарный знак (2018). Администрация Старорусского муниципального района. URL: https://www.admrussa.ru/index.php?q=news/staraya_russa_-_pervoy_v_rossii_sredi_municipalnyh_obrazovaniy_zaregistrovala_tovarnyy_znak (дата обращения 05.12.2019).

References

1. Pankrukhin, A.P. (2013). Marketing rossiyskikh territoriy: sostoyaniye, proryvy i perspektivy [Destination marketing: current state, breakthroughs and prospects]. Report at the XI International Symposium on Imagology «West – East: Image Dialogue», May 16-17, 2013, Berlin. (In Russ.). Retrieved December 01, 2019, from: <http://pankrukhin.ru/wordpress/wp-content/uploads/2014/06/MARKETING-ROSSIJSKIKH-TERRITORIJJ-Berlin.pdf>.
2. Popova, O.I., Timokhina, G.S. & Teslenko, I.V. (2017). Destination marketing as a tool for managing socio-economic development of a city. *Municipality: economics and management, 2017, 4(21): 22-32.* (In Russ.).
3. Staraya Russa – pervoy v Rossii sredi munitsipal'nykh obrazovaniy zaregistrovala tovarnyy znak [Staraya Russa, first in Russia among municipalities to register a trademark] (2018). Administration of the Starorusskiy municipal district. (In Russ.). Retrieved December 5, 2019, from: https://www.admrussa.ru/index.php?q=news/staraya_russa_-_pervoy_v_rossii_sredi_municipalnyh_obrazovaniy_zaregistrovala_tovarnyy_znak.

УДК 339.138:504.03

[https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4\(33\).50-64](https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4(33).50-64)

РАЗНООБРАЗИЕ ВИДОВ И ФУНКЦИЙ МАРКЕТИНГА В КОНЦЕПЦИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

АФАНАСЬЕВА Т.С.

Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики, г. Санкт-Петербург, Россия

КУДРЯШОВА Т.В.

Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого, г. Великий Новгород, Россия

ЮРИНА Н.Н.

Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого, г. Великий Новгород, Россия

Концепция устойчивого развития как модель развития цивилизации исходит из необходимости соблюдения баланса между решением социальных, экономических проблем и сохранением окружающей среды. Данная концепция появилась в результате объединения трех основных областей: социальной, экономической и экологической. Устойчивое развитие предполагает, что при соблюдении баланса и симбиоза социальных, экономических и экологических факторов современное поколение должно жить так, чтобы ресурсы, доступные ему сегодня, были доступны и последующим поколениям в будущем. В статье отмечено, что происходит переход от сырьевой и индустриальной экономики к новой инновационной экономике, характеризующейся особыми свойствами. Новое «информационное общество» начинает использовать в гораздо большей мере интеллектуальные ресурсы, информационные технологии, инструменты цифровой экономики. Рассмотрены предпосылки, сложности, а также позитивные и негативные факторы, определяющие условия перехода России к устойчивому развитию. Идея устойчивого развития состоит в том, что требуется находить решения, учитывающие интересы каждой из трех областей (экономика, экология, социальная сфера). Немаловажная роль при формировании таких решений и методов принадлежит маркетинговым инструментам, доказавшим свою эффективность в развитии современного

Образец цитирования:

Афанасьева Т.С., Кудряшова Т.В., Юрина Н.Н. (2019). Разнообразие видов и функций маркетинга в концепции устойчивого развития. *BENEFICIUM*. 2019. 4(33): 50-64. doi: [https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4\(33\).50-64](https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4(33).50-64)

For citation:

Afanaseva T.S., Kudryashova T.V., Yurina N.N. (2019). Types and Functions of Marketing of Sustainable Development Framework in Russia. *BENEFICIUM*. 2019. 4(33): 50-64. (In Russ.). doi: [https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4\(33\).50-64](https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4(33).50-64)

общества. Показано, что маркетинговая составляющая в каждой из трех составляющих парадигмы устойчивого развития является исключительно важной. Приведена классификация видов и функций маркетинга в концепции устойчивого развития. Предложен ряд рекомендаций для российских компаний и организаций, которые позволят, применяя маркетинговые инструменты, помочь России в достижении глобальных целей развития человечества на пути к устойчивому развитию.

Ключевые слова: глобальные цели развития человечества; инновационная экономика; концепция устойчивого развития; маркетинг; маркетинговые технологии; развитие России.

TYPES AND FUNCTIONS OF MARKETING OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT FRAMEWORK IN RUSSIA

AFANASEVA T.S.

Saint Petersburg University of Management Technologies and Economics, Saint Petersburg, Russia

KUDRYASHOVA T.V.

Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, Russia

YURINA N.N.

Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, Russia

The concept of sustainable development as a pattern of development of civilization is about maintaining the overall balance between efficient economic growth, improved social conditions while respecting the environment. This framework combines three main pillars: economics, society, and environment. Sustainable development is defined as development that satisfies the needs of the present without compromising the ability of future generations to satisfy theirs. Now, we are witnessing the shift from commodities and manufacturing economies to innovative economy with its own hallmarks. The new 'information society' uses a lot of intellectual resources, information technologies, and tools of the digital economy. The paper focuses on prerequisites, conditions, positive and negative impacts as well as challenges of transition to sustainable development framework in Russia. The idea of sustainable development is to define viable schemes combining all three pillars: the economic, social, and environmental aspects of human activity. In this regard, green marketing has gained a competitive advantage over other marketing strategies in promoting all three pillars of the concept of sustainable development. We offer classification of the types and functions of marketing for sustainability. Guidelines are provided for Russian companies and organisations that will help them achieve global goals for human development on the path towards sustainable development.

Keywords: global goals for human development; innovative economy; sustainable development framework; marketing; marketing tools; development of Russia.

Концепция устойчивого развития как идеология развития общества сегодня известна практически каждому. Если обратиться к истории возникновения самого понятия «устойчивое развитие», то впервые этот термин был использован в документах 1970-х гг., когда появилась идея разработки Всемирной стратегии охраны природы. Ее выдвинули такие международные организации, как Международный союз охраны природы и природных ресурсов (МСОП – IUCN, International Union for Conservation of Nature and Natural Resources), Программа (комитет) ООН по окружающей среде (ЮНЕП – UNEP, United Nations Environment Programme), Всемирный фонд дикой природы (WWF, World Wildlife Fond).

На Международной комиссии по окружающей среде и развитию (МКОСР) в 1987 г. был сделан доклад «Наше общее будущее», в котором подробно рассмотрена проблема устойчивого развития. В нем утверждается, что «удовлетворение потребностей настоящего времени не подрывает способность будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности» [Наше общее будущее. Доклад МКОСР, 1989]. Т.е. ресурсы требуется использовать рационально и бережно, чтобы обеспечить равные возможности для всех поколений использовать имеющиеся природные блага, и при этом развиваться в социальном и культурном плане.

Тем не менее, при определении целей развития человечества (Millennium Development Goals (MDGs)) на Саммите тысячелетия Организации Объединенных Наций (ООН) в 2000 г. идеи устойчивого развития еще не рассматривались как всеобъемлющие и определяющие мировое развитие. Тогда целей было названо восемь:

- покончить с крайней бедностью и голодом;
- достигнуть всеобщего начального образования;
- способствовать гендерному равенству и расширению прав женщин;
- снизить детскую смертность;
- повысить материнское здоровье;
- бороться со СПИДом;
- добиваться устойчивого развития окружающей среды;
- расширить глобальное сотрудничество в целях развития [News on Millennium Development Goals, 2000].

Срок выполнения названных целей был определен – 2015 г. Но к 2015 г. стало очевидно, что основу для достижения данных глобальных целей составляет устойчивое развитие. Именно поэтому в сентябре 2015 г. на саммите ООН по устойчивому развитию была принята повестка (план деятельности человечества), определяющая цели в области устойчивого развития (the 2030 Agenda for Sustainable Development Goals (SDGs)) [Sustainable development knowledge platform, 2015].

План включает семнадцать глобальных целей развития человечества на 15 лет (ожидается, что работа над достижением целей завершится к 31 декабря 2030 г.), представленные с позиции пяти важнейших аспектов: люди, планета, процветание, мир и партнерство (people, planet, prosperity, peace and partnership). Эти цели расширяют представленный выше список, добавляя как цели в области окружающей природной среды (принятие срочных мер по борьбе с изменением климата, сохранение и рациональное использование морских ресурсов и др.), так и социальные (обеспечение всеохватного и справедливого качественного образования и др.) и экономические цели (обеспечение рациональных моделей потребления и производства и др.). Кроме того, глобальные цели устойчивого развития в большинстве своем носят комплексный интегрированный характер, объединяя различные сферы человеческой жизни на планете [Кудряшова, 2018; 55].

Концепция устойчивого развития как модель развития цивилизации исходит из необходимости соблюдения баланса между решением экономических, социальных проблем и сохранением окружающей среды. Иначе говоря, концепция устойчивого развития появилась в результате объединения трех основных областей: экономической, социальной и экологической. Устойчивое развитие предполагает, что должен соблюдаться баланс и симбиоз экономических, социальных и экологических факторов, что современное поколение должно жить сейчас так, чтобы ресурсы, доступные ему сегодня, были доступны и последующим поколениям.

Таким образом, выделяют три области устойчивого развития.

1. Первая область – экономика, с точки зрения устойчивого развития предполагает, что развитие человеческих потребностей не будет приводить к снижению его благосостояния. С экономической точки зрения концепция устойчивого развития основывается на определении дохода, данном Дж. Хиксом: «...доход индивида – это то, что он может в течение недели потратить и при этом все-таки ожидать, что и к концу недели его положение будет таким же, каким было и в начале» [Хикс, 1993; 290].

2. Вторая область – социальная, основной задачей которой является повышение уровня жизни людей. Концепция устойчивого развития направлена на сохранение социальной и культурной стабильности, в том числе на сокращение числа разрушительных конфликтов.

3. Третья область – экология, в ее основе лежит сохранение устойчивого функционирования всей окружающей среды, т.е. обеспечение стабильности биологических и физических систем.

Все три области влияют друг на друга, проникают одна в другую, непрерывно связаны между собой. Именно поэтому необходимо соблюдение баланса между ними. Они все имеют одинаково важное значение, и необходимо принимать такие решения, чтобы проводимые мероприятия, положительно влияющие на одну из них, не вызывали негативных, невозполнимых изменений в двух других. В этом и заключен основной принцип устойчивого развития.

Новое «информационное общество» начинает использовать в гораздо большей мере в приоритете интеллектуальные ресурсы, информационные технологии, инструменты цифровой экономики. Во всем мире растет ежегодный оборот высоких технологий и наукоемкой продукции. В наше время происходит переход от сырьевой и индустриальной экономики к новой инновационной экономике, характеризующейся особыми свойствами (таблица 1).

Таблица 1. Свойства новой инновационной экономики

Вид экономики	Основные характеристики
1. Постиндустриальная	Основной вектор направлен в сторону науки и области услуг, приоритет знаний, информации, социально-духовных благ, творчества
2. Информационная	Новые высокие технологии, экономическая ценность информации, становление рынка информации и знаний, их возрастающая роль в обществе потребления
3. Виртуальная	Использование электронного пространства для проведения финансовых операций
4. Сетевая	Всемирное транзакционное преобразование, использование новых высокотехнологических отраслей при производстве сетевых продуктов
5. Интеллектономика	Интеллектуализация, социализация, гуманизация общества
6. Экономика знаний	Добыча знаний становится приоритетом и важнейшим продуктом развития общества
7. Экономика образования	Наличие высокообразованных специалистов – основная тенденция новой экономики, естественный ресурс новых знаний и технологий

Разработана теория максимального потока совокупного дохода Хикса-Линдаля, которая гласит, что надо оптимизировать использование имеющихся ограниченных ресурсов, применяя при этом экологические методы, современные технологии, способы переработки и уничтожения отходов [Яковлева-Чернышева, 2015; 6]. Должны быть получены и приняты новые методы и прикладные рекомендации по управлению экономикой для повышения значения вектора устойчивого развития.

С экологической точки зрения, устойчивое развитие должно обеспечивать целостность биологических и географических природных систем. Особое значение имеет жизнеспособность экосистем, от которых зависит глобальная стабильность всей биосферы. Например, если закрыть все промышленные производства, то на планете улучшится экологическая ситуация, но при этом обратно пропорционально будет развиваться экономика.

Очевидно, что ресурсов нашей планеты на всех не хватает уже в настоящее время. К примеру, в августе 2018 г. произошла «рыбная война» между французскими и английскими рыбаками из-за передела сферы влияния в

морской акватории, где происходил улов деликатесных морских гребешков¹. Ни один год на протяжении всей истории развития человечества не проходит без локальных войн, и в основном, это войны из-за ресурсов: нефть, газ, лес, полезные ископаемые и т.д.

Если говорить о невозобновляемых ресурсах, то один из важнейших ресурсов – это вода. Проблема в том, что планета для всего человечества одна, и если где-то потребляется больше тех или иных ресурсов, это автоматически означает, что в другом месте будет потребляться этих ресурсов меньше. Кроме того, существует проблема точки возврата – ситуация, при которой в определенный момент времени система разбалансируется настолько, что не сможет восстановиться. По статистике, порядка 60% современных городов использует питьевую воду быстрее, чем она воспроизводится и очищается в природе. Следовательно, на практике полученный дисбаланс восполняется за счет других резервных источников.

Также существует проблема загрязненности мирового океана: из-за использованной и выброшенной упаковки страдают не только морские обитатели, но и человеческая популяция. Неслучайно поэтому одна из семнадцати глобальных целей развития человечества связана с решением проблем мирового океана.

В последнее время некоторые государства и террористические организации проводят рискованную международную политику, совершенно не считаясь с тем, что возникающие конфликты и малые (пока) международные войны приводят к нарушению экологической безопасности. Это выступает основным геополитическим фактором, приводящим в итоге к сокращению продолжительности жизни человека, а также проблемам в сфере природы и экологии. Следовательно, нужны новые методики и рекомендации для поддержания экологической безопасности.

Устойчивость развития всего человечества зависит от решения вышеназванных проблем, развития социальных программ и культурных организаций, своевременного погашения всех конфликтов и локальных войн. В современном обществе должен быть предусмотрен правильный, справедливый метод распределения всех полученных доходов и приобретенных благ. Человеческая популяция обязана стараться использовать данные требования, т.е. социальные последствия новой инновационной экономики должны быть приемлемыми для всего человечества.

По статистическим данным, полученным сотрудниками Мирового банка, если все имеющееся население земного шара в настоящее время захочет получить материальные или иные блага, как в странах с наибольшими доходами, то человечеству потребуется несколько планет, таких как Земля (таблица 2).

¹ «Гребешковая война» Британии и Франции сменяется крабовой (2018). URL: <https://fishnews.ru/news/34773> (дата обращения: 11.11.2019).

Таблица 2. Количество планет, необходимых для обеспечения уровня жизни, аналогичного названным странам, для всего населения планеты

Страна	Количество планет
ОАЭ	5.0 планет
США	3.9 планеты
Франция	2.5 планеты
Испания	2.4 планеты
Россия	2.3 планеты
Китай	1.1 планеты

Приведенные данные заставляют серьезно задуматься о перспективах развития человечества. По прогнозам демографов к 2050 г. население Земли достигнет 9.8 млрд. человек [Сороко, 2018; 7-8]. Рост численности населения ограничивать довольно сложно, о чем свидетельствует довольно низкая эффективность используемых мер по снижению рождаемости. Происходит активная миграция населения, вызывающая рост социальной напряженности. Еще одним немаловажным фактором современного состояния общества выступает урбанизация. По оценке экспертов в ближайшие 20 лет около 2/3 человечества будет жить в крупных городах, что приведет к дополнительной нагрузке на городскую инфраструктуру. Кроме того, необходимо учитывать такие важные критерии как голод, детский труд, инфекционные заболевания, гендерный дисбаланс, неравноправие женщин и др.

Нужно отметить, что в социальной сфере имеется и политическая составляющая. Все прекрасно понимают, что усилия человечества могут оказаться напрасными в случае возникновения глобальных войн и вооруженных конфликтов.

Идея устойчивого развития, как было отмечено выше, состоит в том, что требуется находить решения, учитывающие интересы каждой из трех областей (экономика, социальная сфера, экология), их прогрессирующий симбиоз. Немаловажная роль при формировании таких решений и методов принадлежит маркетинговым инструментам, доказавшим свою эффективность в развитии современного общества.

При разработке различных систем управления социальными и экономическими процессами причиной разного рода критических и конфликтных ситуаций является несогласованность принимаемых решений и программ с законами природы. Для обеспечения устойчивого развития и независимости от субъективных оценок необходимо решения в различных предметных областях согласовывать с динамикой и естественными законами природы, не зависящими от субъективных точек зрения [Кузнецов, Кузнецов, Большаков, 2000; 8-9].

Опыт столицы Великобритании демонстрирует конструктивный потенциал институционализации устойчивого развития на уровне региона. Данный подход может быть реализован и в субъектах Российской Федерации путем создания координирующих подразделений при региональных администраци-

ях, в состав которых должны войти как представители государственных и муниципальных органов власти, так и коммерческих и некоммерческих организаций при обязательном введении квот, обеспечивающих баланс интересов [Хайдуков, Тасалов, 2017; 787-788]. Ряд конструктивных рекомендаций, обеспечивающих устойчивое социально-экономическое развитие, на примере г. Санкт-Петербурга представлен в работе А.И. Котова [Котов, 2017; 9-11].

При рассмотрении концепции устойчивого развития применительно к России возникают следующие вопросы: какими ресурсами обладает страна; какие негативные препятствия стоят на пути ее перехода к устойчивому развитию; как происходит совершенствование маркетинга в период перехода к устойчивому развитию; как инновационные и цифровые технологии, доказавшие свою состоятельность в мировой практике, используются в маркетинге в России?

Цель предпринятого данного социально-экономического анализа заключается в выявлении заложенных в маркетинге условий эффективности развития предприятий и организаций, территорий и регионов с позиции устойчивого развития. В рамках достижения этой цели рассмотрены роль, место и функции современного маркетинга при переходе к устойчивому развитию. Проанализированы предпосылки и основные препятствия на пути такого развития в России. Определена маркетинговая составляющая в каждой из трех сфер устойчивого развития.

В работе использованы экономико-математические, структурно-логические методы исследования, проведена аналитическая обработка различных документов, положений, указов и законов. На основе представленной в [Гришакина, Манова, Манова, 2009; 132-134] методики организации процесса сбора и обработки данных в маркетинговом исследовании рынка, проведен статистический анализ показателей, отражающих динамику экономической области устойчивого развития. Использование нейросетевых технологий позволило изучить и провести маркетинговое исследование динамики функционирования рынков с нелинейной парадигмой развития в России [Афанасьева, Гришакина, Манова, 2011; 45-48].

Россия занимает первое место в мире по подтвержденным запасам природного газа, железных руд, алмазов, олова, калийной соли, второе – по запасам угля, вольфрама, цинка, золота, металлов платиновой группы, фосфатов и одно из ведущих мест по запасам нефти, боксита, никеля, меди, свинца, серебра, сурьмы, ртути, плавикового шпата [Бежанова, Стругова, 2015; 10]. С водными ресурсами ситуация обстоит несколько лучше, чем в других странах, например, оз. Байкал, расположенное на территории России, является одним из самых глубоких пресноводных озер в мире. Но в то же время регион Волжского бассейна продолжает оставаться одним из наиболее напряженных по экологической обстановке в России [Волжский бассейн. Устойчивое развитие: опыт, проблемы, перспективы, 2011; 14]. Более 60% территории России являются практически незатронутыми хозяйственной деятельностью: это и области крайнего севера, и сибирские просторы, а также морские воды, кото-

рыми окружена страна. Одной из благоприятных особенностей России является высокий интеллектуальный потенциал. Несмотря на то, что в последние годы около 200 тыс. ученых эмигрировало, в стране работает более 12% всех мировых ученых моложе 30 лет.

Отечественные ученые вплотную заняты разработкой основ экологической безопасности [Методы обоснования программ устойчивого развития сельских территорий, 2011; 33-39; Немцев, 2014; 9-10; Устойчивое экологически безопасное развитие, 2001]. Продолжается разработка научно-практических рекомендаций и маркетингового инструментария для совершенствования государственной политики на пути регионов Российской Федерации к устойчивому развитию. Правительство России понимает значимость проблемы устойчивого развития, и, как следствие, на территории страны проводятся разнообразные конференции, посвященные устойчивому развитию, международные и российские форумы. Например, в августе 2018 г. в г. Новосибирске прошел международный форум и выставка технологического развития «Технопром-2018», где были представлены новые наукоемкие технологии в промышленности, предназначенные для ускоренного внедрения. В г. Владивостоке в сентябре 2018 г. прошел международный форум «Российская энергетическая неделя – 2018». 30-31 января 2019 г. в г. Санкт-Петербурге прошла национальная научно-практическая конференция «Наука и практика в решении стратегических и тактических задач устойчивого развития России», а 14-15 марта 2019 г. там же – Всероссийская конференция «Современные проблемы гидрометеорологии и устойчивого развития Российской Федерации».

Однако, в России наблюдается низкий уровень внедрения в производство инновационных технологий, не вполне исследована специфика ресурсов инновационного развития национальной экономики, условия и факторы ресурсного обеспечения. Не достаточно разработаны инструменты эффективного управления инновационной деятельностью. Также существуют противоречия в экономических интересах субъектов рынка, имеется несогласованность их сфер пересечения. Имеющиеся связи между субъектами неэффективны, уровень профессионализма и мастерства служащих некоторых организаций является низким, не разработаны методологические основы организации процесса внедрения новшеств. Возможны отрицательные последствия варварского отношения к природным богатствам страны.

На современном этапе эволюции концепции устойчивого развития сформированы новые парадигмы корпоративной устойчивости [Белоусов, 2013, 48-50]. Успех гарантируется эффективностью маркетинговых программ современной цифровой экономики, которые также позволяют выявить и маркетинговые показатели устойчивого развития как отдельных территорий, так и страны в целом. Так в [Князев, 2018, 976-979] предложен алгоритм подсчета коэффициента потребности в озеленении городской территории. Совершенствование возможно на основе нового маркетингового инструментария для управления и развития как в экономической сфере, так и в остальных двух. Во всех трех сферах устойчивого развития маркетинговая составляющая (функ-

ция) является обязательной. Разрабатываются и применяются новые программы устойчивого развития сельских и городских территорий [Методы обоснования программ устойчивого развития сельских территорий, 2011; 33-39; Немцев, 2014; 9-10]. Маркетинг рекомендует, изменяет концепцию управления [Белоусов, 2013; 48-50; Хайдуков, Тасалов, 2015; 77-80], вносит творческий креативный подход, управляет корпоративной политикой устойчивого развития, локализует производства, ищет устойчивые конкурентные преимущества различных организаций и предприятий, популяризирует и продвигает социально направленные проекты и программы, уделяет внимание малому и социальному предпринимательству, быстро реагирует на отклики обратной связи.

Как во всем мире, так и в России, современный маркетинг использует инновационные технологии. Функции маркетинга должны усиливать все особенности инновационной экономики и реагировать на них своевременно, контролировать запросы потребителей в различных сферах (экономических и др.), учитывать финансовые и ресурсные возможности отраслей и регионов. Современный маркетинговый инструментарий должен быть, в первую очередь, подчинен законодательным актам Российской Федерации, учитывать особенности российского рынка, адаптировать зарубежные рекомендации и методы к российской реальности.

Проведенный социально-экономический анализ роли маркетинга в становлении устойчивого развития России позволил выделить следующие виды и функции маркетинга (таблица 3).

Таблица 3. Виды и функции маркетинга

Термин	Основные характеристики
1	2
Инновационный маркетинг	Изучает процессы, связанные с введением цифрового инструментария, способов и методов новых разработок для улучшения и повышения эффективности результатов деятельности компании
Банковский маркетинг	Рассматривает взаимоотношения, которые складываются между различными банками, между банками и их клиентами, формирование рынка банковских услуг, процентной политики и другой деятельности банков
Коммерческий и некоммерческий маркетинг	Коммерческий маркетинг, главным образом, связан с товарами и услугами; имеет только одну категорию клиентов – потребителей, ориентируется на обслуживание только прибыльных сегментов рынка. Некоммерческий маркетинг связан с организациями, территориями и идеями, а также товарами и услугами, имеет две категории клиентов – потребителей и спонсоров, может обслуживать экономически невыгодные сегменты рынка

1	2
Территориальный маркетинг	Управленческая деятельность в интересах территории: создание, поддержание, изменение отношений и поведения физических лиц и организаций коммерческого и некоммерческого характера
Социальный маркетинг	Социальный маркетинг имеет дело с социальными идеями, задачами или конкретными действиями как физических лиц, так и общества в целом, изучает влияние экономических факторов на различные формы социального поведения людей
Коммуникационный маркетинг	Тенденция современного рынка к маркетингово-коммуникационным услугам. Креатив в традиционных средствах маркетинговых коммуникаций. Основная составляющая – комплекс продвижения, использование креативных инструментов маркетинговых коммуникаций на рынках
Спортивно-событийный маркетинг	Применение информационно-коммуникативных технологий для подготовки и проведения различных спортивных и других мероприятий, Олимпийских и Параолимпийских игр. Усиление брендов городов в России
Экологический маркетинг	Информационно-коммуникационная и управленческая деятельность, связанная с загрязнением окружающей природной среды и жизненного пространства человека, с решением проблем, возникающих в связи с негативной деятельностью человека (войны, варварское отношение к природе и т.д.)
Агрорыночный маркетинг	Анализ, изучение и прогнозирование среды, создающей условия для развития производства и реализации сельскохозяйственной продукции с учетом требований экологической безопасности, с целью максимального удовлетворения платежеспособного спроса населения
Образовательный маркетинг	Развитие рынка образовательных услуг, актуализирует проблему определения перспектив становления образовательного маркетинга и проведения маркетинговых исследований в области образования

Можно утверждать, что маркетинговая составляющая – это удовлетворение потребителей с учетом материальных и духовных запросов на основе эффективного использования современных инновационных технологий. Устойчивое развитие Российской Федерации на микро- и мезоуровне тормозится целым рядом факторов, среди которых разнообразие и динамичный характер экономических отношений, характеризующихся противоположными тенденциями сосуществования, особой объектно-субъектной структурой. В постиндустриальной экономике России экономический рост зависит, прежде всего, не только от факторов труда и спроса, но и от характеристик самих регионов, их конкурентных преимуществ, привлекательности для инвестицион-

ных проектов, а также использования инструментов маркетинга при переходе к устойчивому развитию.

Существует ряд рекомендаций для российских компаний, разработанных в результате исследования, которые позволят, применяя маркетинговые инструменты, помочь России в достижении глобальных целей развития человечества на пути к устойчивому развитию, среди которых:

1) экологический маркетинг позволит повысить ценность компании в глазах потребителей за счет их информирования об экологической ответственности, которую несет компания, например, об использовании энергосберегающих методов производства, экологичной упаковки продукции, инновационных способов утилизации отходов;

2) использование инструментов маркетинга персоналом даст возможность достижения гендерного равенства на руководящих постах в российских компаниях;

3) использование социальной рекламы позволит популяризировать здоровый образ жизни и бережное отношение к природным ресурсам страны;

4) продвижение и популяризация такого современного направления в области образования детей и подростков, как экологическое образование.

Обобщая результаты проведенного исследования, можно сказать, что новые, более совершенные маркетинговые технологии становятся одним из важных стратегических факторов и инструментов в экономической, социальной, экологической сферах, непрерывно связывая их, помогая им на различных этапах становления устойчивого развития.

Библиография

1. Афанасьева, Т.С., Гришакина, Н.И., Манова, Н.В. (2011). Маркетинговое исследование динамики функционирования рынков с нелинейной парадигмой развития. *Вестник Новгородского государственного университета имени Ярослава Мудрого*, 2011, №61, С. 43-49.

2. Бежанова, М.П., Стругова, Л.И. (2015). *Научно-информационный справочник: «Ресурсы, запасы, добыча, потребление и цены важнейших полезных ископаемых мира»*. – М.: ОАО «ВНИИЗАРУБЕЖГЕОЛОГИЯ», 2015. – 160 с.

3. Белоусов, К.Ю. (2013). Современный этап эволюции концепции устойчивого развития и формирования парадигмы корпоративной устойчивости. *Проблемы современной экономики*, 2013, №1(45), С. 47-50.

4. *Волжский бассейн. Устойчивое развитие: опыт, проблемы, перспективы* (2011). Под ред. Г.С. Розенберга. – М.: Институт устойчивого развития Общественной палаты Российской Федерации. Центр экологической политики России, 2011. – 104 с.

5. Гришакина, Н.И., Манова, Н.В., Манова, Т.С. (2009). Организация процесса обработки данных в маркетинговом исследовании рынка. *Креативная экономика*, 2009, №10, С. 131-135.

6. Князев, Д.К. (2018). Экологическое обоснование формирования системы озеленения крупного города. *Вестник МГСУ, 2018, Т. 13, Вып. 8 (119), С. 973-983*. DOI: 10/22227/1997-0935.2018.8.973-983.

7. Котов, А.И. (2017). Задачи устойчивого социально-экономического развития: подходы и принципы к их определению. *Экономика и управление. 2017, (6), С. 4-12*.

8. Кудряшова, Т.В. (2018). Экологические проблемы России на пути к устойчивому развитию. *Актуальные вопросы социально-экономического развития современной России: Сборник статей Всероссийской научно-практической конференции*. Под редакцией Пиковского А.А. и др.; НовГУ имени Ярослава Мудрого. – Великий Новгород, 2018, С. 54-62.

9. Кузнецов, О.Л., Кузнецов, П.Г., Большаков, Б.Е. (2000). *Система природа – общество – человек: Устойчивое развитие*. – Государственный научный центр Российской Федерации ВНИИ геосистем; Международный университет природы, общества и человека «Дубна», 2000. – 272 с.

10. *Методы обоснования программ устойчивого развития сельских территорий* (2011). Моногр. под ред. В.И. Фролова. – СПб. гос. архит.-строит. ун-т., СПб., 2011. – 464 с.

11. *Наше общее будущее: Доклад Международной комиссии по окружающей среде и развитию (МКОСР) (1989)*. Пер. с англ. / Под ред. и с послесл. С.А. Евтеева и Р.А. Перелета. – Москва: Прогресс, 1989. – 371 с.

12. Немцев, И.А. (2014). Зеленое строительство: экопоселения в концепции устойчивого развития. *Урбанистика, 2014, №3, С. 8-25*. DOI: 10.7256/2310-8673.2014.3.13525. URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=13525 (дата обращения: 11.11.2019).

13. News on Millennium Development Goals (2000). (In Eng.). URL: <http://www.un.org/millenniumgoals/> (дата обращения: 10.11.2019).

14. Сороко, Е.Л. (2018). О пределах применимости демографических прогнозов ООН. *Демографическое обозрение, 2018, Т. 5, №2, С. 6-31*. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-predelah-primenimosti-demograficheskikh-prognozov-oon/viewer> (дата обращения: 11.11.2019).

15. Sustainable development knowledge platform (2015). (In Eng.). URL: <https://sustainabledevelopment.un.org/index.php?menu=2361> (дата обращения: 10.11.2019).

16. *Устойчивое экологобезопасное развитие: Курс лекций*. (2001). Под ред. А.Д. Урсула. – М.: Издательство РАГС, 2001. – 173 с.

17. Хайдуков, Д.С., Тасалов, К.А. (2017). Основы обеспечения устойчивого развития городской агломерации. *Материалы XIV Международной конференции МГУ «Государственное управление в XXI веке»*. – М.: Университетская книга, 2017. – С. 783-789.

18. Хикс, Дж. Р. (1993). *Стоимость и капитал: Перевод с англ.* / Общ. ред. и вступ. ст. Р.М. Энтова. – М.: Издательская группа «Прогресс», 1993 – 488 с. («Экономическая мысль Запада»).

19. Яковлева-Чернышева, А.Ю. (2015). Теоретические основы управления устойчивым развитием коммерческой организации. *Управление и экономика в XXI веке, 2015, №2*, С. 5-11.

References

1. Afanasyeva, T.S., Grishakina, N.I. & Manova, N.V. (2011). Marketingovoye issledovaniye dinamiki funktsionirovaniya rynkov s nelineynoy paradigmatoy razvitiya [Marketing research of the dynamics of the functioning of markets with a non-linear development paradigm]. *Vestnik of Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, 2011, No.61*: 43-49. (In Russ.).

2. Bezhanova, M.P. & Strugova, L.I. (2015). Nauchno-informatsionnyy spravochnik: «Resursy, zapasy, dobycha, potrebleniye i tseny vazhneyshikh poleznykh iskopa-yemykh mira» [Scientific reference book: World resources, reserves, production, consumption and prices of major fuels and minerals]. – Moscow: JSC «VNIIZARUBEZHGEOLOGIYA», 2015. – 160 p. (In Russ.).

3. Belousov, K.Yu. (2013). Contemporary stage of evolution of the sustainable development concept and formation of the corporate sustainability paradigm. *Problems of Modern Economics, 2013, No.1 (45)*: 47-50. (In Russ.).

4. *Volzhskiy basseyn. Ustoychivoye razvitiye: opyt, problemy, perspektivy [Volga basin. Sustainable development: experience, problems, prospects]* (2011). Ed. G.S. Rosenberg. – M.: Institute for Sustainable Development of the Public Chamber of the Russian Federation Publ. Center for Environmental Policy of Russia, 2011. – 104 p. (In Russ.).

5. Grishakina, N.I., Manova, N.V. & Manova, T.S. (2009). Organization of data processing in a market research. *Creative Economy, 2009, No.10*: 131-135. (In Russ.).

6. Knyazev, D.K. (2018). Ecological substantiation of formation of the large city planting system. *Vestnik MGSU, 2018, Vol. 13, №8(119)*: 973-983. (In Russ.). DOI: 10/22227/1997-0935.2018.8.973-983.

7. Kotov, A.I. (2017). Approaches and Principles for Determining the Objectives of Sustainable Socio-Economic development. *Economics and Management, 2017, (6)*: 4-12. (In Russ.).

8. Kudryashova, T.V. (2018). Environmental problems of Russia towards sustainable development. *Aktual'nyye voprosy sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiya sovremennoy Rossii [Topical issues of socio-economic development of modern Russia]: Coll. of papers of the All-Russian scientific conference*. Ed. A. Pikovskiy and etc.; Yaroslav-the-Wise Novgorod State University. – Veliky Novgorod, 2018, pp. 54-62. (in Russ.).

9. Kuznetsov, O.L., Kuznetsov, P.G. & Bolshakov, B.E. (2000). *Sistema priroda – obshchestvo – chelovek: Ustoychivoye razvitiye. [System nature – society – human: Sustainable development]*. – State Scientific Center of the Russian Federation RRI of Geosystems; International University of Nature, Society and Human «Dubna», 2000. – 272 p. (In Russ.).

10. *Metody obosnovaniya programm ustoychivogo razvitiya sel'skikh territoriy [Methods of substantiation of sustainable rural development programs]* (2011). Monograph under the ed. V.I. Frolov. – Saint Petersburg State University of Architecture and Civil Engineering, Saint Petersburg, 2011. – 464 p. (In Russ.).
11. Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future (1989). Retrieved November 11, 2019, from: <http://www.un-documents.net/our-common-future>.
12. Nemtsev, I.A. (2014). Green construction: eco-settlements in the concept of sustainable development. *Urban Studies*, 2014, No.3: 8-25. (In Russ.). DOI: 10.7256 / 2310-8673.2014.3.13525. Retrieved November 11, 2019, from: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=13525.
13. News on Millennium Development Goals (2000). Retrieved November 11, 2019, from: <http://www.un.org/millenniumgoals/>.
14. Soroko, E.L. (2018). On the limits of applicability of UN population projections. *Demographic Review*, 2018, Vol.5, No.2: 6-31. (In Russ.). Retrieved November 11, 2019, from: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-predelah-primenimosti-demograficheskikh-prognozov-oon/viewer>.
15. Sustainable development knowledge platform (2015). Retrieved November 10, 2019, from: <https://sustainabledevelopment.un.org/index.php?menu=2361>.
16. *Ustoychivoye ekologobezopasnoye razvitiye [Sustainable environmental development]: Lecture course*. (2001). Ed. A.D. Ursul. – M.: Publishing House RA-PA, 2001. – 173 p. (In Russ.).
17. Khaidukov, D.S. & Tasalov, K.A. (2017). Osnovy obespecheniya ustoychivogo razvitiya gorodskoy aglomeratsii [Fundamentals of sustainable development of urban agglomeration]. *Materials of the XIV International Conference of Moscow State University «Public Administration in the XXI Century»*. – M.: University book, 2017. – pp. 783-789. (In Russ.).
18. Hicks, J.R. (1993). *Cost and Capital*. - Moscow: Publishing group «Progress», 1993. – 488 p. (In Russ.).
19. Yakovleva-Chernysheva, A.Yu. (2015). Theoretical basis for managing sustainable development of the business enterprises. *Upravleniye i ekonomika v XXI veke [Management and Economics in the XXI Century]*, 2015, No.2: 5-11. (In Russ.).

УДК 339.13

[https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4\(33\).65-73](https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4(33).65-73)

СУЩНОСТЬ И ТИПОЛОГИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ ПРОДВИЖЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОДУКТОВ НА РЫНОК

СОКОЛОВА Е.С.

Уральский государственный экономический университет,
г. Екатеринбург, Россия

В статье рассматриваются теоретические аспекты стратегического маркетинга, сущность маркетинговых стратегий, уровни их проектирования и подходы классификации. Приведена краткая характеристика корпоративной стратегии, стратегий конкуренции, а также инструментальных концепций. Отдельное внимание уделено рассмотрению стратегий продвижения инновационных продуктов и их типологии. Стратегии продвижения разрабатываются в рамках маркетингового микса на основе особенностей и ожиданий целевой аудитории, определяет каналы и инструменты коммуникаций. В рамках основного подхода к выделению типов стратегий продвижения выделяют стратегии выталкивания и стратегии вытягивания. Определены содержание, условия применения, задачи, достоинства и недостатки каждой из этих стратегий. Для стратегии «проталкивания» характерны агрессивные методы торговли, характеризующиеся навязыванием продукции по цепочке продаж, маркетинговые коммуникации производитель направляет на продавцов. Стратегию выталкивания целесообразно применять для товаров с низкой марочной приверженностью. Рекламная деятельность имеет узкую направленность, поскольку она направлена преимущественно на дилеров и агентов. Стратегия вытягивания предполагает создание спроса на товары и услуги со стороны конечного потребителя, на которого направлены маркетинговые коммуникации, представляющие собой активную массовую рекламу и PR. Использование этой стратегии целесообразно для продвижения уникальных товаров, продуктов с высокой марочной приверженностью, спрос на которые высок, при этом наблюдается сильная дифференциация среди реальных или предполагаемых выгод от пользования данным товаром.

Образец цитирования:

Соколова Е.С. (2019). Сущность и типология маркетинговых стратегий продвижения инновационных продуктов на рынок. *BENEFICIUM*. 2019. 4(33): 65-73. doi: [https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4\(33\).65-73](https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4(33).65-73)

For citation:

Sokolova E.S. (2019). How to Successfully Bring Innovative Product to Market (Features and Typology of Marketing Strategies). *BENEFICIUM*. 2019. 4(33): 65-73. (In Russ.). doi: [https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4\(33\).65-73](https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4(33).65-73)

Ключевые слова: инновации; классификация маркетинговых стратегий; маркетинговая стратегия; продвижение инновационных продуктов; стратегия продвижения.

HOW TO SUCCESSFULLY BRING INNOVATIVE PRODUCT TO MARKET (FEATURES AND TYPOLOGY OF MARKETING STRATEGIES)

SOKOLOVA E.S.

Ural State University of Economics, Yekaterinburg, Russia

The article discusses the theoretical aspects of strategic marketing, the essence of marketing strategies, their design levels and approaches to classification. A brief description of corporate strategy, competition strategies as well as instrumental concepts is given. Special attention is paid to the strategies for promoting new products and their typology. Promotion strategies are an integral part of the marketing mix based on the characteristics and expectations of the target audience. They define channels and communication tools and tend to focus on how to attract the attention of consumers and motivate them to take action or make a purchase. Within promotion strategies, push strategies and pull strategies are distinguished. Push marketing is a short strategy that is more concerned with getting the immediate sale. It makes use of a company's sales force and trade promotion activities to create consumer demand for a new product. The push strategy is appropriate for products with low brand loyalty and is aimed mainly at dealers and agents. A pull marketing strategy refers to a strategy in which a company increases demand for its new products and draws consumers to it. Pull marketing strategies revolve around getting ultimate consumers to want a particular product and involve mass advertising and PR. This strategy works well for loyal customers and is used for promotion of unique products. The strategy requires creating high demand for a product, which can be difficult in a highly competitive landscape.

Keywords: innovation; classification of marketing strategies; marketing strategy; promotion of innovative products; promotion strategy.

В последние годы скорость изменения технологий значительно возросла. Из крупных технологических нововведений, оказавших сильное влияние на производителей, можно упомянуть компьютерную, лазерную, микроволновую, полупроводниковую технологии, интегрированные линии связи, робототехнику, спутниковую связь, атомную энергетику, получение синтетического топлива и продуктов питания, генную инженерию и др. В продуктовых категориях, которые характеризуются высоким уровнем привлекательности, предприниматели активно внедряют и используют инновации и разрабатывают новые

продукты. Когда речь идет об инновациях или модернизации, то, в первую очередь, подразумевается технологическая модернизация и инновации в сфере IT.

Совершенно очевидно, что для успешного продвижения любого инновационного продукта на рынке необходима грамотно разработанная маркетинговая стратегия. Главный принцип инновационного маркетинга – готовность не только к научному результату, но и его товарной форме. Иными словами, продвигать на рынок не то «что получилось», а то, что хотят видеть потребители.

Стратегия маркетинга представляет собой маркетинговый микс как реакцию предприятия на внешние воздействия. Ни один успешный бизнес не обходится без маркетинговой стратегии.

Формирование корпоративной стратегии маркетинга и менеджмента основано на миссии компании, на всех ее компонентах, и в то же время стратегия уточняет их. Очевидно, что в зависимости от ценностных ориентаций организации определяются цели, к достижению которых она стремится, формируется маркетинговая политика, выбирается рынок и способы продвижения товаров и услуг.

В стратегическом маркетинге принято выделять следующие уровни проектирования маркетинговой стратегии [PowerBranding.ru, 2019].

А) Корпоративная стратегия.

Корпоративная стратегия маркетинга заключается в разработке стратегических и тактических целей компании, оценке ее компетенций, ценностей, клиентоориентированности и способности удовлетворять многообразные потребности потребителей. Эта стратегия определяет приоритеты распределения ресурсов, таких как финансы, компетенции, персонал и мощности производства.

Существует широкая классификация корпоративных маркетинговых стратегий. В самом укрупненном виде их можно разделить на стратегии роста (стратегии усиления позиций на рынке, развития рынка, развития продукта, стратегии интегрированного роста стратегии диверсификации) и стратегии сокращения (стратегия ликвидации, стратегия «сбора урожая», стратегия сокращения издержек и т.д.).

В реальной практике компания может использовать несколько стратегий одновременно. В таком случае предприятие использует либо комбинированную стратегию роста, либо комбинированную стратегию сокращения. Более того, любая маркетинговая деятельность предприятия, так или иначе, связана с одной или несколькими базисными стратегиями. Именно поэтому в научной литературе по маркетингу принято также называть данные стратегии эталонными.

Б) Стратегии конкуренции.

Стратегии конкуренции – это система мер по наращиванию лояльности клиентов и усилению конкурентоспособности. Как указывает М. Портер, «чтобы компания могла приносить стабильный растущий доход, ей необходимо

достичь лидерства в одной из трех областей: в продукте, в цене или узкой рыночной нише» [Овсянников, 2019; 43]. Этим он обосновал три типа основных конкурентных стратегий: стратегию дифференциации и лучших достижений, стратегию захвата рынка по доле продаж, стратегию концентрации на сегменте.

В) Инструментальные (фундаментальные) стратегии.

Эти стратегии маркетинговой деятельности разрабатываются на самом последнем этапе стратегического планирования для каждого элемента инструментов маркетинга, составляющих стратегический микс.

Инструментальные стратегии маркетинга составляют ядро всего комплекса стратегического моделирования и определяются стратегическим маркетинг-миксом компании. Очевидно, что здесь выделяют следующие разновидности маркетинговых стратегий, основанных на концепции 4P:

- продуктовая стратегия;
- стратегия ценообразования;
- стратегия дистрибуции;
- стратегия продвижения.

Стратегия продвижения определяет социально-психологические особенности целевого рынка и его ценностные ожидания. В ней формулируются основные цели коммуникации и каналы информационных потоков. Стратегия определяет приоритеты выбора этих каналов (ATL, BTL или интернет-каналы), формирует план рекламных мероприятий и медиапланирования потоков рекламной информации, принципы поддержки новых и основных ассортиментных позиций продукции, определяет размер рекламного бюджета [Овсянников, 2019].

Продвижение инновационного товара или услуги на рынок подразумевает разработку системы коммуникации, под которой понимается процесс передачи информации целевой аудитории в какой-либо форме: вербальной, графической, музыкальной и т.д., причем восприятие этой информации должно соответствовать ожиданиям продавца. Коммуникация призвана повлиять на решение клиента о приобретении товара или услуги.

К основным целям продвижения, по мнению А.В. Завгородней, Д.О. Ямпольской можно отнести [Завгородняя, Ямпольская, 2019; 271]:

- «распространение информации о фирме, о товаре, о качествах товара и т.д.;
- расширение знания;
- создание впечатления о фирме, товаре и т.д.;
- создание эмоционального отношения;
- стимулирование решения о приобретении, поощрение и одобрение действий;
- снятие диссонансных ощущений после покупки товара».

Выбор конкретного направления коммуникации определяется характеристиками товара, а также положением компании на рынке. Такими направлениями могут быть:

- уникальность предложения;
- имидж торговой марки;
- конкурентное положение, к которому стремится компания;
- позиционирование торговой марки в сознании потребителя.

При формировании стратегии продвижения необходимо определить конкурентные преимущества нового товара или услуги, проанализировать структуру рынка, выявить тенденции его развития, а также принципы ценообразования. Стратегия продвижения товаров и услуг является основой ценового и целевого позиционирования. Разработка стратегии продвижения продукта, услуги или бренда на целевой рынок предполагает оценку конкурентов, определение взаимоотношений с компанией с клиентами и партнерами, проведение анализа сильных и слабых сторон компании [Григорьев, 2019].

Стратегия продвижения позволяет компании прогнозировать возможности своего развития с учетом изменений на рынке и наличия собственных ресурсов, оценивать риски, находить новые рыночные ниши или проникать на уже занятые, формировать каналы маркетинговых коммуникаций.

По мнению А.А. Болотовой, Е.К. Карпуниной, «стратегия продвижения включает в себя: стратегию дифференцирования и позиционирования; PR-стратегию; GR-стратегию; рекламную стратегию; маркетинговую стратегию; товарную стратегию; стратегию ценообразования; стратегию распространения; корпоративную стратегию; стратегию бизнес-единиц; стратегию бренда» [Болотова, Карпунина, 2013].

Большинство ученых и исследователей, рассматривая типологию маркетинговых стратегий продвижения, выделяют толкающие и тянущие стратегии.

1) Стратегия «проталкивания» (Push).

Главная задача данной стратегии – мотивация посредников в поддержании определенного уровня ассортимента товаров компании и, таким образом, обеспечении усиленной поддержки в местах продаж.

Для стратегии «проталкивания» характерны агрессивные методы торговли, характеризующиеся навязыванием продукции по цепочке продаж: производитель – оптовикам, оптовики – розничным торговцам, а те – конечным потребителям. Маркетинговые коммуникации в данном случае компания-производитель направляет на оптовиков и розничных торговцев, чтобы стимулировать их поддерживать необходимый уровень запасов, демонстрировать товар потребителям, обеспечить его выгодное размещение в торговых залах.

В целях стимулирования сбыта компании разрабатывают специальные предложения для потребителей, например, выгодные условия закупки, бесплатные партии товаров. Фирма-производитель может оказывать помощь в оформлении торгового зала, а также в финансировании рекламных кампаний.

Стратегию выталкивания целесообразно применять для товаров с низкой марочной приверженностью. По мнению В.Л. Музыканта, она также «характерна для новых товаров, когда производитель «отдает» товар, переложив на

участников маркетингового канала основные проблемы по его дальнейшему движению конечному потребителю» [Музыкант, 2017; 112].

Особенностью данной стратегии является широкое использование торгового персонала, который должен быть хорошо информирован о товаре и его особенностях, проявлять активность и дружелюбие, быть хорошо мотивированным.

Реализация стратегии «выталкивания» не требует значительного объема коммуникаций вследствие ограниченного числа посредников. Рекламная деятельность имеет узкую направленность преимущественно на дилеров и агентов. Таким образом, с одной стороны, растут расходы на промышленную рекламу, но одновременно снижаются на потребительскую.

Примером реализации стратегии «выталкивания» является продажа товара с доставкой, организация курсов для торговых посредников, увеличение скидок на поставляемую продукцию для оптовых и розничных фирм, участие в специализированных выставках, демонстрация товара на выставках.

Наиболее значимым недостатком стратегии «выталкивания» является высокая зависимость компании от посредников.

2) Стратегия вытягивания (pull).

Данная стратегия предполагает создание спроса на товары и услуги со стороны конечного потребителя, следовательно, на него и направлены маркетинговые коммуникации, которые в основном представляют собой активную массовую рекламу и PR. В результате потребители обращаются за продуктом компании к розничным торговцам, розничные торговцы – к оптовикам, а оптовики – к фирме-производителю. Так создается контур «вытягивания». При этом нивелируется зависимость компании от посредника, способного заблокировать доступ к рынку.

Использование этой стратегии целесообразно для продвижения уникальных товаров, продуктов с высокой марочной приверженностью, спрос на которые высок, при этом наблюдается сильная дифференциация среди реальных или предполагаемых выгод от пользования данным товаром.

Если речь идет о продвижении нового товара, то стратегия «вытягивания» применяется на последнем этапе создания товара для создания спроса к моменту поступления продукции в торговую сеть.

Стратегия «вытягивания», как правило, требует значительных финансовых вливаний вследствие значительного объема коммуникаций, поэтому далеко не все компании могут себе позволить ее применение.

Следует отметить, что Pull и Push стратегии не исключают, а дополняют друг друга; наиболее эффективный результат (эффект синергии) дает сочетание обоих подходов.

В работах некоторых ученых приводятся классификации стратегий продвижения и по ряду других признаков.

Например, в работе Р.В. Андриенко, А.В. Катаева в зависимости от способа воздействия на целевую аудиторию выделяются [Андриенко, Катаев, 2016]:

- рациональная стратегия, логично убеждающая потенциального клиента, взывая к его разуму;
- эмоциональная стратегия, воздействующая на эмоции, как правило, посредством ассоциаций, воспоминаний, звука, иллюстраций и т.д.

Кроме того, авторы также подразделяют стратегии продвижения на селективные (направленные на конкретные группы потребителей) и массовые.

О.А. Маркитанов указывает, что стратегия продвижения может быть локальной, региональной, общенациональной и глобальной в зависимости от охватываемой территории [Маркитанов, 2014].

Следует также упомянуть классификацию стратегий продвижения, предложенную И.М. Айзиновой. В качестве признака классификации автор использует функции стратегий. Так, различаются следующие виды стратегий [Айзинова, 2015]:

1) информативная – донесение до потребителей новой информации о новом товаре или появлении новых функциональных возможностей у уже существующего, об изменении каких-либо характеристик товара, например, о снижении цены в рамках рекламной кампании, формирование образа компании;

2) увещательная – ее основной целью является формирование предпочтения к бренду, изменение восприятия покупателем свойств товара и т.д.;

3) напоминающая – информирование о том, где можно купить продукт, напоминание о скором востребованности товара, удержание его в памяти клиентов между сезонами и т.д.

Следует отметить, что многие ученые и практикующие маркетологи отмечают, что продвижение товаров и услуг является элементом комплекса маркетинга и потому его нецелесообразно рассматривать и планировать как отдельный процесс маркетинговой деятельности компании.

В последнее время развитие рынков привело к трансформации основных инструментов маркетинга в сторону клиентоориентированности и стоимостного позиционирования. При этом концепция маркетинг-микса 4P преобразуется в концепцию маркетинга взаимоотношений 4C [Карпова, 2019]:

- потребности покупателя (customer solution);
- покупательские затраты (cost to the customer);
- информационный обмен (communication);
- удобство (convenience).

Если в традиционном подходе разработка продукта опирается на концепцию удовлетворения выявленной или созданной потребности, то в концепции маркетинга взаимоотношений основой является решение проблемы потребителя/клиента. Customer solution означает, что покупатель, приобретая продукт, не просто хочет купить стиральную машину, но решить проблему быстрой и удобной стирки. В этом случае товар «стиральная машина» будет включать в себя вывоз старой техники, доставку, установку, обслуживание и при необходимости кредитование. Такой совокупный товар будет стоить дороже и решение за клиентом.

Все остальные элементы данной стратегической концепции также связаны с решениями покупателя. В частности, такой элемент маркетингового микса как communication, коррелирующий с продвижением в классическом маркетинг-миксе 4P, – это не просто донесение информации до клиента, а создание диалога и нахождение общего языка.

Весь это комплекс несколько видоизменяет стратегию маркетинга в целом и стратегии продвижения инновационных продуктов, в частности, и превращает их в разработку программы лояльности – более дорогой, но в условиях жесткой конкуренции, более эффективный путь зарабатывания денег.

Библиография

1. Айзинова, И.М. (2015). Экономика недопотребления. *Проблемы прогнозирования, 2015, №3, С. 71-92.*
2. Андриенко, Р.В., Катаев, А.В. (2016). Стратегии продвижения предприятия: их сущность и роль. *Экономика и социум, 2016, №10 (29), С. 827-831.* URL: [https://iupr.ru/domains_data/files/zurnal_29/Andrienko%20R.V.\(Sovremennye%20tehnologii%20upravleniya%20organizaciyay\).pdf](https://iupr.ru/domains_data/files/zurnal_29/Andrienko%20R.V.(Sovremennye%20tehnologii%20upravleniya%20organizaciyay).pdf) (дата обращения 15.11.2019).
3. Болотова, А.А., Карпунина, Е.К. (2013). Роль и место маркетинговой стратегии продвижения товара в системе развития современного предприятия. *Социально-экономические явления и процессы, 2013, №4 (050), С. 36-38.* URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-i-mesto-marketingovoy-strategii-prodvizheniya-tovara-v-sisteme-razvitiya-sovremennogo-predpriyatiya> (дата обращения: 15.11.2019).
4. Григорьев, М.Н. (2019). *Маркетинг: учебник для прикладного бакалавриата.* – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 559 с.
5. Завгородняя, А.В., Ямпольская, Д.О. (2019). *Маркетинговое планирование: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры.* – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 340 с.
6. Какие бывают стратегии маркетинга и последовательность их утверждения (2019). PowerBranding.ru. URL: <http://powerbranding.ru/MARKETING-STRATEGY/TYPES/> (дата обращения: 17.11.2019).
7. Карпова, С.В. (2019). *Маркетинг: теория и практика: учебное пособие для бакалавров.* – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 408 с.
8. Маркитантов, О.А. (2014). Взаимная конфигурация воспроизводства и розничной торговли в системе товародвижения экономики: логистические аспекты конвергенции. *Национальные интересы: приоритеты и безопасность, 2014, №36, С. 50-53.*
9. Музыкант, В.Л. (2017). *Управление бренд-коммуникациями: монография.* – Издательство Директ-Медиа, 2017. – 380 с.
10. Овсянников, А.А. (2019). *Современный маркетинг. В 2 ч. Часть 2: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры.* – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 219 с.

References

1. Aizinova, I.M. (2015). Economy of underconsumption. *Studies of Russian Economic Development, 2015, No.3*: 71-92.
2. Andrienko, R.V., Kataev, A.V. (2016). Strategii prodvizheniya predpriyatiya: ikh sushchnost' i rol' [Enterprise promotion strategies: their essence and role]. *Ekonomika i sotsium [Economics and society], 2016, No. 10 (29)*: 827-831. (In Russ.). Retrieved November 15, 2019, from: [https://iupr.ru/domains_data/files/zurnal_29/Andrienko%20R.V.\(Sovremennye%20tehnologii%20upravleniya%20organizaciyay\).pdf](https://iupr.ru/domains_data/files/zurnal_29/Andrienko%20R.V.(Sovremennye%20tehnologii%20upravleniya%20organizaciyay).pdf).
3. Bolotova, A.A., Karpunina, Ye.K. (2013). Role and place of marketing strategy of advance of goods in system of development of the modern enterprise. *Social and Economic Phenomena and Processes, 2013, No. 4 (050)*: 36-38. (In Russ.). Retrieved November 15, 2019, from: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-i-mesto-marketingovoy-strategii-prodvizheniya-tovara-v-sisteme-razvitiya-sovremennogo-predpriyatiya>.
4. Grigoriev, M.N. (2019). *Marketing: a textbook for an applied laurel tank*. – 5th ed., revised and add. – Moscow: Yurayt Publishing House, 2019. – 559 p. (In Russ.).
5. Zavgorodnaya, A.V., Yampolskaya, D.O. (2019). *Marketing planning: a textbook for undergraduate and graduate programs*. – 2nd ed., revised and add. – Moscow: Yurayt Publishing House, 2019. – 340 p. (In Russ.).
6. Kakiye byvayut strategii marketinga i posledovatel'nost' ikh utverzhdeniya [What are the marketing strategies and the sequence of their approval] (2019). PowerBranding.ru. (In Russ.). Retrieved November 17, 2019, from: <http://powerbranding.ru/MARKETING-STRATEGY/TYPES/>.
7. Karpova, S.V. (2019). *Marketing: theory and practice: a textbook for bachelors*. – Moscow: Yurayt Publishing House, 2019. – 408 p. (In Russ.).
8. Markitantov, O.A. (2014). Vzaimnaya konfiguratsiya vosпроизводства i roznichnoy trgovli v sisteme tovarodvizheniya ekonomiki: logisticheskiye aspekty konvergentsii [Mutual configuration of reproduction and retail trade in the system of economic distribution of goods: logistical aspects of convergence]. *National Interests: Priorities and Security, 2014, No. 36*: 50-53. (In Russ.).
9. Muzykant, V.L. (2017). *Upravleniye brend-kommunikatsiyami [Brand Communications Management]: monograph*. – Publishing house Direct-Media, 2017. – 380 p. (In Russ.).
10. Ovsyannikov, A.A. (2019). *Sovremennyy marketing [Modern marketing]. In 2 parts. Part 2: textbook and workshop for undergraduate and graduate programs*. – Moscow: Yurayt Publishing House, 2019. – 219 p. (In Russ.).

СТАТЬИ. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И ЧАСТНЫХ ИНСТИТУТОВ В НАУКЕ И ПРАКТИКЕ / ARTICLES. LEGAL REGULATION OF PUBLIC AND PRIVATE INSTITUTIONS IN SCIENCE AND PRACTICE

УДК 349.24

[https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4\(33\).74-83](https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4(33).74-83)

Статья подготовлена в рамках международного проекта «Rise and Rise Strong Female» [2018-1-UK01-KA204-047959] по программе Erasmus+, KeyAction2 (2018-20)

ГЕНДЕРНАЯ ДИСКРИМИНАЦИЯ В ПРАВЕ ЖЕНЩИН НА ВЫБОР ПРОФЕССИИ

АЛЕКСАНДРОВА М.А.

Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого, г. Великий Новгород, Россия

Статья посвящена исследованию проблемы дискриминации женщин в российском трудовом праве в вопросе выбора ими профессии. Сегодня 456 видов работ недоступны для российских женщин, несмотря на то, что они вправе получить образование по всем этим специальностям. Список профессий определяется исходя из вредности или опасности условий труда, в связи с физическими и физиологическими особенностями женщин. Государственная политика, с одной стороны, направлена на защиту материнства и детства, но, с другой, ущемляет права тех женщин, которые ставят перед собой иные жизненные задачи. Кроме того, научно-технический прогресс за последние десятилетия помог многие виды работ сделать менее тяжелыми или опасными, а потому данные ограничения должны быть пересмотрены. В статье исследован мировой опыт и международное законодательство в области государственного регулирования выбора женщинами профессии, а также рассмотрено резонансное гражданское дело россиянки С. Медведевой, которая после пяти лет безуспешной борьбы в российских судах за гендерное равенство в возможности выбора профессии была вынуждена обратиться за защитой своих прав в Комитет ООН по ликвидации дискриминации в отношении женщин.

Образец цитирования:

Александрова М.А. (2019). Гендерная дискриминация в праве женщин на выбор профессии. *BENEFICIUM*. 2019. 4(33): 74-83. doi: [https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4\(33\).74-83](https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4(33).74-83)

For citation:

Aleksandrova M.A. (2019). Gender Inequality in Right for Women to Choose a Profession. *BENEFICIUM*. 2019. 4(33): 74-83. (In Russ.). doi: [https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4\(33\).74-83](https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4(33).74-83)

Как результат, в 2019 г. Министерство труда и социальной защиты Российской Федерации заявило о пересмотре к январю 2021 г. списка запрещенных профессий для женщин. Действующий список предлагается сократить до 79. Данный вопрос и новый перечень ограничений предложен для обсуждения, в том числе и общественного.

Ключевые слова: гендерная дискриминация женщин; гендерное равенство; трудовое право; условия труда.

GENDER INEQUALITY IN RIGHT FOR WOMEN TO CHOOSE A PROFESSION

ALEKSANDROVA M.A.

Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, Russia

The article explores the issue of discrimination against women in Russian labour law regarding their choice of profession. Today, Russian women are banned by law from 456 of professions, although they have the right to get a degree in all these areas. Employment discrimination against women is attributed to the harmful or dangerous working conditions or to the concern for their physical health. State policy, on the one hand, is aimed at protecting motherhood and childhood, but, on the other hand, it infringes women's rights of those who have different goals in life. Besides, due to scientific and technological advances over the past decades, conditions in the workplace have been improved, and therefore these restrictions should be reviewed. The article examines international practices and legislation regarding the women's choice of profession. The paper addresses the story of Svetlana Medvedeva, who had recently managed to prove in court that the ban on the professions violated the principle of equality and was discriminatory. As a result, the Russian Ministry of Labour and Social Protection has begun work on the revision of the official governmental list of 456 types of work which were prohibited for women. The list is to be revisited by 2021 and to be reduced to 79 items.

Keywords: gender discrimination against women; gender equality; labour law; working conditions.

Равноправие женщин и мужчин является центральным элементом гендерного равноправия. Несмотря на то, что законодательство многих стран, в том числе российское, предусматривает отдельные дискриминационные нормы как в отношении женщин, так и в отношении мужчин, главной целью закрепления этого принципа в международных правовых актах и конституциях является укрепление правового положения женщин в тех сферах общественной жизни, в функционировании которых они исторически либо не принимали участия, либо это участие было очень ограниченным – в политике, избира-

тельных и трудовых правах. Кроме того, женщинам предоставляются льготы и привилегии, обеспечивающие выполнение ими материнских функций. Согласно определению, данному Европейской Комиссией, «гендер является концепцией, относящейся к социальным различиям между женщинами и мужчинами, которые были усвоены как меняющиеся со временем и имеющие большие различия как внутри, так и между культурами» [One hundred words for equality: a glossary of terms on equality between women and men, 1998].

С советских времен трудовым законодательством предусмотрен запрет на применение труда женщин в определенных профессиях. Если изначально эти ограничения касались женщин детородного возраста, а также тех, кто имел медицинские противопоказания для определенного вида работ, то в современной России они распространились на всех женщин. Список профессий определяется исходя из вредности или опасности условий труда¹. На сегодняшний день женщинам, согласно Постановлению Правительства от 25 февраля 2000 г. №162 «Об утверждении перечня тяжелых работ и работ с вредными или опасными условиями труда, при выполнении которых запрещается применение труда женщин», недоступны 456 видов работ².

С одной стороны, в России декларировано равенство полов и возможностей, с другой стороны, государственная политика направлена на защиту материнства и детства. Женщина не может работать, например, водолазом, пожарным, плотником, слесарем-сантехником, машинистом экскаватора, тепловоза, электровоза, электропоезда и их помощником, машинистом железнодорожных составов и поездов метро, носильщиком багажа и ручной клади в аэропортах, работать под землей в шахтах и на строительстве подземных сооружений.

При этом, интересно, что некоторые российские законодатели открыто выражают позицию несогласия с современной мировой тенденцией к стремлению в достижения гендерного равенства во всех областях жизни. Объясняется эта позиция необходимостью обеспечения женских привилегий, а также неизбежной девальвацией положения женщин в обществе в случае обеспечения такого равенства³. Но всегда ли женщина нуждается в этих привилегиях? Кроме того, встает вопрос о гендерном равенстве как таковом. Почему у женщин должны быть привилегии или ограничения, не связанные напрямую с беременностью или кормлением ребенка, справедливо ли это по отношению к мужчинам? Сейчас, например, стоит остро вопрос о пенсионном возрасте мужчин. В среднем в России мужчины живут более, чем на десять лет меньше

¹ «Трудовой кодекс Российской Федерации» от 30.12.2001 №197-ФЗ, ст. 253. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/c373f112609e0e55e38b22be1c36f66fb738abad/ (дата обращения 10.12.2019).

² Перечень тяжелых работ с вредными или опасными условиями труда, при выполнении которых запрещается применение труда женщин, утвержденный Постановлением Правительства Российской Федерации 25 февраля 2000 г. №162 // Собрание законодательства Российской Федерации, 06 марта 2000 г., № 10, Ст. 1130.

³ Ирина Яровая выступила против гендерного равенства (2019). ТАСС, 20 ноября 2019. URL: <https://tass.ru/obschestvo/4743629> (дата обращения 10.12.2019).

женщин¹, но право выхода на пенсию по возрасту они получают на пять лет позже них. Большой процент мужчин даже не доживает до пенсионного возраста.

В вышеуказанном списке находятся многие профессии, связанные с ручным трудом и представляющие высокий риск опасности получения травм. Правительством Российской Федерации для женщин установлены нормы, ограничивающие предельно допустимые нагрузки «при подъеме и перемещении тяжестей вручную»²: допустимо поднимать и перемещать постоянно в течении рабочей смены не более 7 кг груза, а при чередовании с другой работой – не более 10 кг, включая тару и упаковку. Для сравнения: во Франции не разрешается женщинам выполнять работу, связанную с переносом тяжестей весом более 25 кг в руках и 45 кг на тележке или тачке.

За работодателем законодатель оставил право обойти эти ограничения, если им будут созданы безопасные условия труда, что сделать не просто, т.к. кроме непосредственных затрат на изменения условий труда, необходимо пройти аттестацию рабочего места, получив соответствующее заключение государственной экспертизы по условиям труда и службы госсанэпиднадзора субъекта Российской Федерации³. На практике эта возможность практически не реализуется, в особенности в связи с тем, что необходимость обычно возникает в отношении одного лишь потенциального работника – все же это исключительные случаи, когда женщины желают заниматься опасным или тяжелым видом деятельности.

Заметим, что большинству женщин в сравнение с мужчинами изначально сложнее найти желанную и достойно оплачиваемую работу в связи с тем, что они как матери чаще оформляют на свое имя больничные листы по уходу за детьми, реже соглашаются на командировки, особенно длительные; те, кто не имеют детей, рассматриваются работодателями как потенциальные матери, которые, кроме всего прочего, воспользуются и отпуском по уходу за детьми. Даже работая, российская женщина обычно имеет меньше возможностей для карьерного развития, т.к. вне рабочего времени за ней традиционно закреплено больше домашних обязанностей и обязанностей, связанных с воспитанием и обучением детей. Кроме того, выбирая кандидата на более высокую позицию, работодатель при прочих равных условиях обычно также учитывает вышеуказанные риски, связанные с подчиненным-женщиной. По этим причинам нередко женщинам приходится делать выбор между счастливой личной

¹ Официальная статистика. Население. Демография. (2019). Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации. URL: http://old.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/demography/# (дата обращения 08.12.2019).

² Постановление Правительства Российской Федерации от 06 февраля 1993 г. №105 «О новых нормах предельно допустимых нагрузок для женщин при подъеме и перемещении тяжестей вручную» // *Собрание актов Президента и Правительства Российской Федерации*, 15 февраля 1993 г., № 7, Ст. 566.

³ Постановление Правительства Российской Федерации от 25 февраля 2000 г. №162 «Об утверждении перечня тяжелых работ и работ с вредными или опасными условиями труда, при выполнении которых запрещается применение труда женщин» // *Собрание законодательства Российской Федерации*, 06 марта 2000 г., № 10, Ст. 1130.

жизнью и успешной карьерой, особенно когда это касается высокооплачиваемых и престижных видов работ. Но даже в этих случаях потенциальный или реальный работодатель не лишается в большинстве своем существующих предубеждений. Мужчинам же, как правило, не сложно совмещать успешную карьеру и семейное благополучие, особенно при высоких доходах.

Разного рода законодательные ограничения в выборе женщинами профессии предусмотрены во многих странах мира. Так, Конвенция Международной организации труда № 45 «О применении труда женщин на подземных работах в шахтах любого рода» от 21 июня 1935 г. запрещает использовать женский труд на подземных работах в шахтах. В отдельных странах существуют и совершенно специфические для мировой практики ограничения. Например, в Объединенных Арабских Эмиратах женщинам запрещено заниматься деятельностью, связанной с пометом животных; в Саудовской Аравии женщины не могут работать водителями, в том числе и легковых автомобилей; в Республике Беларусь женщинам нельзя работать на высоте более 1.3 м при заготовке плодов и лекарственного сырья с кустарников и растущих деревьев; в Кыргызстане женщинам запрещена работа по рубке голов красной рыбы.

Тем не менее, самые внушительные списки ограничений для женщин в допуске к профессии предусмотрены на 2018 г. в девяти странах бывшего СССР: Азербайджане, Беларуси, Молдове, Казахстане, Кыргызстане, России, Таджикистане, Туркменистане и Узбекистане, что, безусловно, является наследием советского законодательства и практики. При этом наибольшее ограничение предусматривает законодательство Республики Узбекистан – 477 профессий [Правозащитный отчет, 2018].

Необходимо отметить, что многие профессии, запрещенные для женщин, относятся к престижным и высокооплачиваемым, поэтому ограничения, кроме иных дискриминационных последствий, усугубляют секторальную разницу в занятости мужчин и женщин, при которой женщины в своем большинстве трудятся в низкооплачиваемых отраслях [Buchanan, 2014].

С чем же связаны ограничения? Кроме физических особенностей женщин, имеющих по сравнению с мужчинами в среднем меньший рост, вес, а также физиологические особенности, связанные с их репродуктивной системой, имеет место и ряд профессиональных заболеваний, к которым в большей степени предрасположен прекрасный пол.

Исследования в этом направлении проводились как в советское время [Алексеев, Усенко, 1988], так и сегодня [Гигиеническая оценка вредных производственных факторов и производственных процессов, опасных для репродуктивного здоровья человека, 2002; Московская, Булыгина, 2018; Кондратьева, Кравченко, Локтионов, 2019]. Согласно статистике, удельный вес женщин среди всех работников с профзаболеваниями составляет всего около 30%. Но это происходит именно вследствие ограниченного их доступа к опасным работам. Основными профзаболеваниями, которым женщины более подвержены, являются заболевания дыхательной системы, позвоночника,

костной и мышечной систем, соединительной ткани, органов желудочно-кишечного тракта. У мужчин же на первое место выходят отравления, травмы, которые, тем не менее, по количеству дней нетрудоспособности уступают по длительности женским заболеваниям. Женщины, как и мужчины, страдают от заболеваний сердца и сосудов, но они различны по своей структуре: так у женщин чаще бывает варикозное расширение вен, гипертония, тромбоз, но реже инфаркт. Женщины чаще всего страдают артритом и ревматизмом, а болезни мочевыделительной системы представлены, в основном, циститом. Наиболее эмоциональные по своей природе, женщины в разы сильнее, чем мужчины подвержены заболеваниям центральной нервной системы – неврозы, психические расстройства. Также и аллергические реакции, дерматиты, вибрационная и шумовая патологии, последствия вредного воздействия химикатов у женщин проявляются чаще.

Почему же женщины во всем мире продолжают борьбу за возможность устроиться на работу, считающуюся традиционно мужской? Многие связывают это с проявлением феминизма. Однако некоторые считают, что причина в элементарном желании зарабатывать больше. Часто мужчины теряют интерес к специальности, на которой уровень заработной платы по отношению к средней по региону падает, женщину же она может устроить. Также и модернизация производства во многом помогла уравнивать возможности мужчин и женщин. Немаловажную роль играет мировой тренд и мода на определенные виды профессий. Так, например, сейчас с каждым годом растет удельный вес женщин системных администраторов.

Кроме того, Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (ст. 5) гарантирует право на образование каждого человека независимо от пола. Как следствие, девушки, женщины могут получить образование даже по тем специальностям, по которым в дальнейшем они работать не смогут в связи с имеющимися ограничениями. Но ведь право на образование не сводится к получению диплома как такового. Женщины должны иметь возможность реализоваться в профессии. Так, в Китае женщинам нельзя не только работать, но и изучать горную промышленность, что целесообразно с экономической точки зрения, поскольку затраты государства на образование должны окупаться.

В России же произошел следующий казус: Светлана Медведева, жительница г. Самара получила образование по специальности «Судовождение на внутренних водных путях и в прибрежном плавании» и пыталась в 2012 г. устроиться в ООО «Самарское речное пассажирское предприятие» на должность «моторист-рулевой», однако на основании того, что эта работа запрещена для женщин¹, пароходство отказало ей в трудоустройстве.

¹ Перечень тяжелых работ с вредными или опасными условиями труда, при выполнении которых запрещается применение труда женщин, утвержденный Постановлением Правительства Российской Федерации 25 февраля 2000 г. №162 // Собрание законодательства Российской Федерации, 06 марта 2000 г., № 10, Ст. 1130.

Пять лет женщина провела в борьбе за свои конституционные и трудовые права. Российские суды не признали дискриминацию и нарушение трудовых прав в отношении С. Медведевой, поскольку работодатель следовал российскому законодательству, где закреплены профессиональные запреты, ограждающие от вреда «репродуктивное здоровье женщин». Истец подчеркивала, что она уже имеет двух детей и что для нее приоритетны профессиональное развитие и карьерный рост. Но Верховный Суд Российской Федерации обосновал свое решение нормами Конвенции №111 Международной организации труда «Относительно дискриминации в области труда и занятий» от 25 июня 1958 г., согласно которым не являются дискриминирующими всякие различия, исключения или предпочтения, обоснованные специфическими требованиями, связанными с конкретной работой, а также положениями Декларации ООН «О ликвидации дискриминации в отношении женщин» от 7 ноября 1967 г., согласно которым не являются дискриминационными меры по охране здоровья женщин на определенных видах работ, если они приняты с учетом физиологических особенностей их организма.

С. Медведева обратилась с индивидуальной жалобой в Комитет ООН по ликвидации дискриминации в отношении женщин (Комитет), который 25 февраля 2016 г. в своем решении – Мнении – поддержал все доводы заявительницы. Комитет, в том числе, отметил, что Россия не представила научных доказательств обоснованности включения профессии «моторист-рулевой» в Перечень запрещенных для женщин работ, а именно, что имеет место негативное влияние шума на женский организм. При этом был принят во внимание тот факт, что в российском законодательстве нет специального ограничения для работы в небезопасных условиях труда для мужчин, даже если известны риски для их репродуктивного здоровья.

Комитет потребовал от российских властей выплаты С. Медведевой компенсации; обеспечения ей доступа к работе в соответствии с ее квалификацией; внесения необходимых изменений в российское законодательство, чтобы возможные ограничения имели целью охрану непосредственно материнства (здоровья беременных и кормящих женщин), не препятствуя при этом доступу всех без исключения женщин к профессиональной реализации.

Мнения Комитета исполняются Россией на добровольных началах. Исполнение решения по делу С. Медведевой осложнилось тем, что позиция международного органа входит в противоречие с позицией Конституционного Суда Российской Федерации по этому же вопросу¹. В таких случаях даже обязательные для исполнения Россией решения Европейского Суда по пра-

¹ Определение Конституционного Суда РФ от 22 марта 2012 г. №617-О-О «Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы гражданки Клевец Анны Юрьевны на нарушение ее конституционных прав частями первой и третьей ст. 253 Трудового кодекса Российской Федерации и п. 374 раздела XXX Перечня тяжелых работ и работ с вредными или опасными условиями труда, при выполнении которых запрещается применение труда женщин». URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=129887&fld=134&dst=1000000001,0&rnd=0.7492889452439745#07629829641356676> (дата обращения: 14.12.2019).

вам человека могут быть не исполнены на законных основаниях [Александрова, 2017].

Самарский районный суд, затем Самарский областной суд указали на рекомендательный характер вышеуказанного Мнения Комитета и необязательность его исполнения. Но Верховный Суд Российской Федерации признал его новым обстоятельством, направив дело С. Медведевой на пересмотр в суд первой инстанции.

Как итог, отказ работодателя принять заявительницу на должность из «списка запрещенных профессий» в сентябре 2017 г. был признан «нарушающим запрет дискриминации женщин в сфере труда по признаку пола и принципам международного права, нормативно закрепленным в Конвенции о ликвидации всех форм дискриминации в отношении женщин». С другой стороны, Суд первой инстанции не обязал работодателя принять С. Медведеву на работу, приняв аргумент пароходства об «отсутствии вакансий»; правом на компенсацию морального вреда со стороны ответчика С. Медведева не воспользовалась, поскольку посчитала, что компенсация должна быть выплачена ей государством.

Несмотря на то, что С. Медведева не смогла добиться удовлетворения своих требований в полном объеме, ее желание добиться справедливости помогло изменить саму ситуацию – в настоящее время она работает капитаном-механиком катера на нефтеперерабатывающем заводе. Верховный Суд Российской Федерации в 2016 г. издал Обзор судебной практики, в котором указал на необходимость учета в правоприменительной практике Мнения Комитета, выраженного по делу С. Медведевой. В 2019 г. Министерство труда и социальной защиты Российской Федерации заявило о пересмотре списка запрещенных профессий для женщин. Правительством был подготовлен проект приказа «Об утверждении перечня производств, работ и должностей с вредными и(или) опасными условиями труда, на которых ограничивается применение труда женщин»¹, вступление в силу которого намечено на 01 января 2021 г. Действующий список из 456 видов работ сокращен до 79. Женщины, например, смогут водить поезда, речной и морской транспорт. Самые тяжелые и опасные виды работ, такие как, например, работа пожарными, водолазами, шахтерами, останутся для них, по-прежнему, закрытыми. Проект подлежит обсуждению, в том числе общественному, что очень важно для отражения в принимаемом акте реального запроса рынка труда.

Любая забота о женщинах и их здоровье не должна быть сопряжена с дискриминацией. Ведь не каждый мужчина, имея возможность претендовать на любой вид работ в соответствии со своим образованием, опытом и физическим здоровьем выбирает самые сложные и опасные из них, даже когда они высокооплачиваемые. Не каждая женщина ставит основной своей жизненной целью деторождение. Не всегда мужчины сильнее, выше, выносливее

¹ Проект приказа «Об утверждении перечня производств, работ и должностей с вредными и(или) опасными условиями труда, на которых ограничивается применение труда женщин». URL: <http://www.trudcontrol.ru/files/editor/files> (дата обращения: 14.12.2019).

и здоровее женщин. А, в конечном счете, лучшего кандидата на то или иное место работы выбирает работодатель. Почему им не может объективно оказаться женщина? Главное, чтобы каждый потенциальный работник был проинформирован о возможных рисках для жизни и здоровья в той или иной профессии и был с ними согласен.

Библиография

1. Александрова, М.А. (2017). Решения Конституционного Суда РФ и Европейского Суда по правам человека: проблема приоритета. *Российский судья, 2017, №7*, С. 50-54.
2. Алексеев, С.В., Усенко, В.Р. (1988). *Гигиена труда. Учебник для санитарно-гигиенических факультетов медицинских институтов*. – М.: Медицина, 1988.
3. Buchanan, T. (2014). The influence of gender role attitudes on perceptions of women's work performance and the importance of fair pay. *Sociological spectrum, 2014, Vol. 34, №3*: 203-221. (In Eng.).
4. Гигиеническая оценка вредных производственных факторов и производственных процессов, опасных для репродуктивного здоровья человека. Методические рекомендации, утвержденные Главным государственным санитарным врачом РФ 12 июля 2002 г. №11-8/240-09. (2002). URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=157882&fld=134&dst=1000000001,0&rnd=0.19406591157945308#01530999717001309> (дата обращения: 14.12.2019).
5. Кондратьева, О.Е., Кравченко, М.В., Локтионов, О.А. (2019). Разработка методики оценки риска ущерба здоровью работников электроэнергетической отрасли. *Безопасность труда в промышленности, 2019, №4*, С. 63-68.
6. Московская, М.С., Булыгина, В.Г. (2018). Гендерные различия в восприятии стресса у работников следственных органов. *Психология и право, 2018, Том 8, №3*, С. 97-110.
7. *One hundred words for equality: a glossary of terms on equality between women and men* (1998). – Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 1998. – 57 p. (In Eng.). URL: <https://eige.europa.eu/library/resource/dedupmrg200286> (дата обращения: 10.12.2019).
8. Правозащитный отчет АДЦ «Мемориал». «All Jobs For All Women» (2018). URL: <https://adcmemorial.org/www/publications/zapreshhennyiezhenshinam-professii-gendernaya-diskriminatsiya> (дата обращения: 10.12.2019).

References

1. Aleksandrova, M.A. (2017). Judgments of the Constitutional Court of the Russian Federation and the European Court of Human Rights: Priority Issue. *Rossiyskiy sud'ya, 2017, №7*: 50-54. (In Russ.).
2. Alekseev, S.V. & Usenko, V.R. (1988). *Gigiena truda. Uchebnik dlya sanitarno-gigienicheskikh fakultetov meditsinskikh institutov [Occupational health*.

Textbook for the sanitary-hygienic faculties of medical institutes]. – Moscow: Medicine Publ., 1988. (In Russ.).

3. Buchanan, T. (2014). The influence of gender role attitudes on perceptions of women's work performance and the importance of fair pay. *Sociological spectrum, 2014, Vol. 34, №3*: 203-221.

4. Gigienicheskaya otsenka vrednykh proizvodstvennykh faktorov i proizvodstvennykh protsessov, opasnykh dlya reproduktivnogo zdorovia cheloveka [Hygienic assessment of harmful production factors and production processes hazardous to human reproductive health]. Methodical recommendations approved by the Chief State Sanitary Doctor of the Russian Federation on July 12, 2002, No.11-8/240-09. (2002). (In Russ.). Retrieved December 14, 2019, from: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=157882&fld=134&dst=1000000001.0&rnd=0.19406591157945308#01530999717001309>.

5. Kondratyeva, O.E., Kravchenko, M.V. & Loktionov, O.A. (2019). Development of the Methods for Assessing the Risk of Damage to Health of the Employees of the Electric Power Industry. *Occupational Safety in Industry, 2019, №4*: 63-68. (In Russ.).

6. Moscovskaya, M.S. & Bulygina, V.G. (2018). Gender differences in perception of stress among interrogators. *Psychology and Law, 2018, Vol. 8, №3*: 97-110. (In Russ.).

7. *One hundred words for equality: a glossary of terms on equality between women and men* (1998). – Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 1998. – 57 p. Retrieved December 10, 2019, from: <https://eige.europa.eu/library/resource/dedupmrg200286>.

8. Human rights report of ADC «Memorial». «All Jobs For All Women» (2018). (In Russ.). Retrieved December 10, 2019, from: <https://adcmemorial.org/www/publications/zapreshhennyie-zhenshhinam-professii-gendernaya-diskriminatsiya>.

УДК 342.571

[https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4\(33\).84-93](https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4(33).84-93)

ПАРТНЕРСТВО ГОСУДАРСТВА И ИНСТИТУТОВ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА КАК ПРЕДМЕТ АНАЛИЗА В СОВРЕМЕННОМ ЗАРУБЕЖНОМ ОБЩЕСТВОВЕДЕНИИ

МЕНЬШИКОВА Н.С.

Санкт-Петербургский университет Министерства внутренних дел
Российской Федерации, Санкт-Петербург, Россия

Взаимодействие и сотрудничество государства и институтов гражданского общества является одной из актуальных проблем в современном обществоведении как в России, так и за рубежом. Представляют интерес и теоретические, и практические ее аспекты, прежде всего, в контексте поиска моделей государственной социальной политики, отражающей специфику модернизационных процессов XXI в. Выявлено, что чертами современной гуманитарной науки остается плюрализм подходов к рассмотрению феномена «партнерство», множество попыток дать единое и всеобъемлющее определение понятия «социальное партнерство», а также множественность подходов к анализу практики партнерского сотрудничества государства и институтов гражданского общества. Статья представляет собой обзор результатов научных исследований зарубежных ученых по вопросам, касающимся сущности и признаков партнерского взаимодействия государства и институтов гражданского общества в условиях современности. Анализ трудов R.W. McQuaid, D. Lewis, A. Fowler, J. Harriss, J. Tendler, P. Evans, A. Giddens, S. Hodgett, D. Johnson, M.M. Ahmad, H. Johnson, G. Wilson, J.M. Brinkerhoff и других ученых позволил охарактеризовать основные подходы к описанию типов партнерского взаимодействия между государственными органами и институтами гражданского общества. Сделан вывод о том, что зарубежные исследователи партнерство чаще всего рассматривают как форму организации либо как характеристику политических институтов. Подчеркнуто, что ключевым критерием в эффективном партнерстве исследователи считают доверие и акцентируют внимание на том, что только с помощью укрепления доверия между парт-

Образец цитирования:

Меньшикова Н.С. (2019). Партнерство государства и институтов гражданского общества как предмет анализа в современном зарубежном обществоведении. *BENEFICIUM. 2019. 4(33): 84-93.* doi: [https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4\(33\).84-93](https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4(33).84-93)

For citation:

Menshikova N.S. (2019). Partnership of the State and Civil Society Institutions as a Subject of an Analysis in the Modern Foreign Science of the Society. *BENEFICIUM. 2019. 4(33): 84-93.* (In Russ.). doi: [https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4\(33\).84-93](https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4(33).84-93)

нерами возможно преодоление рисков и непредсказуемости социальной жизни в современном мире. Подчеркивая, что в условиях партнерского сотрудничества ценности, цели и способы работы партнеров не всегда совпадают, исследователи в качестве главного объединяющего критерия выделяют взаимный интерес. Выделены несколько подходов, оформившихся в современном зарубежном обществоведении при оценке взаимодействия партнеров в сфере государственного управления: 1) партнерство рассматривается как форма участия (участие сообщества / населения в общественной жизни); 2) партнерство рассматривается как инструмент управления. Сделан вывод о том, что в числе существенных характеристик партнерства государства и институтов гражданского общества в современном зарубежном обществоведении выделяются: равенство партнеров; взаимное доверие; самоорганизация сторон; добровольность участия в партнерстве; взаимовыгодность участия в партнерстве; взаимодополняемость одного партнера другим; публичность и открытость деятельности в партнерстве.

Ключевые слова: государство; институты гражданского общества; партнерство; сотрудничество; социальное взаимодействие.

PARTNERSHIP OF THE STATE AND THE CIVIL SOCIETY INSTITUTIONS AS A SUBJECT OF AN ANALYSIS IN THE MODERN FOREIGN SCIENCE OF THE SOCIETY

MENSHIKOVA N.S.

Saint Petersburg University of the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation, Saint Petersburg, Russia

The interaction and the cooperation of the state and the civil society institutions is one of the actual problems in the modern science of the society both in Russia and abroad. Its theoretical and practical aspects became the interest first of all in the context of the search for models of the state social policy that reflects the specifics of modernization processes of the 21st century. It is revealed that the pluralism of the approaches to the review of the phenomenon «partnership», many attempts to give an unified and comprehensive definition of the concept «social partnership» remains the features of modern human science. The article is a review of the results of the scientific researches of the foreign scientists about the questions related to the essence and signs of partnership between the state and the civil society institutions in the modern conditions. An analysis of the works of R. W. McQuaid, D. Lewis, A. Fowler, J. Harriss, J. Tendler, P. Evans, A. Giddens, S. Hodgett, D. Johnson, M. M. Ahmad, H. Johnson, G. Wilson, J. M. Brinkerhoff and other scientist allowed us to characterize the main ap-

proaches to the description of the types of partnerships between government bodies and the institutions of the civil society. It is concluded that foreign researchers consider partnerships as a form of organization or as a characteristic of a political institutions most often. It is emphasized that researchers consider trust as a key criterion in effective partnerships and focus on the fact that only by building trust between partners is it possible to overcome risks and unpredictability of social life in the modern world. Determining that in the conditions of partnership cooperation the values, goals and methods of work of partners are not always coincided, the researchers identify mutual interest as the main criterion. The author identifies several approaches that were formed in modern foreign social science by the estimate of the interaction of the partners in the sphere of the public administration: 1) partnership takes the form of participation (community / population participation in public life); 2) partnership is research as a management tool. It is concluded that among the essential characteristics of the partnership between the state and civil society institutions in modern foreign social studies are: equality of partners; mutual trust; self-organization of the parties; voluntary participation in the partnership; mutually beneficial partnership; complementarity of one partner to another; publicity and openness of activity in partnership.

Keywords: state; the civil society institutions; partnership; cooperation; social interaction.

Проблема взаимодействия государства и общества – одна из наиболее актуальных в современном мире. Сосуществование государства и общества «выступает как сложный процесс взаимоконтроля и взаимоограничений, в котором государство – субъект, обладающий властными полномочиями, – позволяет гражданскому обществу проникать в сферу своей деятельности посредством допуска институтов гражданского общества к реализации государственных функций и контролировать функционирование механизма государства» [Nizhnik, Menshikova, 2016; 54-55; Nizhnik, 2017].

Специфика взаимоотношений государства и общества в условиях современности находится в центре внимания в рамках как теоретической юриспруденции, так и юридической практики.

Различные модели взаимоотношений государства и общества являлись реальностью общественной жизни [Nizhnik, Menshikova, 2016; 55; Nizhnik, 2017], но в современных условиях построения правового государства модель отношений государства и гражданского общества становится модель партнерского взаимодействия.

В современном зарубежном обществоведении термин «партнерство» включен в активный словарь, хотя до настоящего времени не имеет единого определения и сохраняет множество интерпретаций. Зарубежные исследователи чаще всего рассматривают партнерство как форму организации либо как характеристику политических институтов [Menshikova, 2017; 398].

Как образ сотрудничества, взаимного доверия и взаимодействия между людьми и организациями, необходимыми для достижения общей цели, рассматривают партнерство R.W. McQuaid и D. Lewis, полагающие, что партнерство связано с отношениями между двумя или более заинтересованными сторонами, объединяющими различные ресурсы с целью совместного достижения общих целей [McQuaid, 2000; 10; Lewis, 2002; 253].

Характеристику партнерству как форме организации, в которой достижения партнеров зависят от наличия доверия [Fowler, 2013; 39; Harriss, 2000; 230] и самоорганизации [Harriss, 2000; 231] дают A. Fowler и J. Harriss. Они акцентируют внимание на том, что мотивы партнерства формируются не идеями материальной выгоды или принуждения партнеров, а ощущением общей цели, поддерживаемой доверием между его участниками. Партнерство, основанное на доверии, воспринимается как длительный процесс и как результат длительных отношений между участниками [Lewis, 2002]. Доверительное партнерство J. Harriss оценивает как идеальный тип сотрудничества [Harriss, 2000; 236], а A. Fowler характеризует его как «подлинное партнерство» [Fowler, 2013; 106]. Партнерство, основанное на доверии, понимается как результат навыков взаимодействия и мотивации участников [Fowler, 2013; 104; Harriss, 2000; 230]. Такие партнерства характеризуются ориентацией на участников, их независимостью и энтузиазмом в обмене ценностями и взглядами для достижения общих задач. Партнерство, основанное на доверии, связано с идеей заинтересованных сторон, работающих вместе для взаимной выгоды, добровольно разделяющих ценности и цели в рассматриваемых отношениях [Ostrom, 1997; 91]. Намерение партнеров зависит от обязательств, а не от внешних факторов, подчеркивает S. Thompson, полагая, что партнерство может существовать только при наличии базового доверия между партнерами [Thompson, 2005; 31].

Хотя партнерство, основанное на доверии, может представлять собой «подлинный тип» сотрудничества – «взаимозависимое сотрудничество с общими намерениями» [Fowler, 2013; 106-107], многие партнерства, по утверждению J. Tandler и P. Evans, существенно отличаются от идеальных конструкций [Tandler, 1997; 98; Evans, 1997; 180], демонстрируя, что на уровень доверия и самоорганизацию партнеров влияют стимулы и возможности, создаваемые существующими институтами.

Как показывает анализ современной юридической практики, партнерские отношения связаны с неизбежным риском и неопределенностью [Thompson, 2005; 29]. Доверие трудно создать и поддерживать из-за постоянных изменений детерминант общественного развития. В обществах, где доминирует недоверие, производство и поддержание доверия осуществляется с большими трудностями [Vasconcellos, 2009; 54].

Партнерство получило широкое распространение в формальных и политических институтах, в институциональных структурах и сфере управления [PPAs, 2006; Evans, 1997; Tandler, 1997; PPPs, 2005; Menshikova, 2017]. Такое партнерство, как правило, сформировано в соответствии с правилами, поло-

жениями и действиями правительства [PPPs, 2005]: на тип сотрудничества важное влияние оказывают состояние нормативно-правовой базы, наличие стимулов и санкций, поощряющих и оценивающих инновации. Партнерские отношения данного типа основаны на взаимодополняемости организаций под руководством официальной структуры власти [Evans, 1997; 200]. Дополняемость участников, специально созданная в формальной и политической среде, фокусируется на «устранении проблем» и поиске решения конкретной общественной проблемы. Успешное решение социально значимых проблем способствует тому, что партнерские отношения «могут быть налажены в короткие сроки» [Ferreira, 2003; 176].

Тем не менее, как утверждает А. Giddens, отношения зависят от взаимной приверженности партнеров, которые остаются в отношениях столько, сколько захотят [Giddens, 1991; 89]. Цели партнеров зависят от обязательств, а не от внешних якорей, и партнерство может существовать только при наличии взаимного доверия между партнерами [Giddens, 1991; 90]. Доверие является важной составляющей механизма, с помощью которого решаются проблемы риска и неопределенности в сообществах: «связанная сильными узами солидарная община граждан, принимающих участие в политике и лояльных к власти, не могла бы существовать без горизонтального доверия, каким граждане взаимно одаривают друг друга, а также вертикального доверия к публичным институтам» [Shtompka, 2012; 59].

Общей чертой всех форм партнерства S. Hodgett и D. Johnson считают их детерминированность разделением власти [Hodgett & Johnson, 2001; 324]. Но разделение власти между партнерами в равных долях встречается не всегда; последствия неравного разделения власти между партнерами Н. Johnson и G. Wilson считают серьезной проблемой для дискурса и практики партнерства в целом [Johnson & Wilson, 2006; 72], а также для партнерств, основанных на формальных и политических институтах. В любых отношениях (даже в отношениях, основанных на доверии) партнеры всегда имеют различные статусы, которые могут быть обусловлены их планами, позицией, подходами к определению своего участия во взаимодействии [Johnson & Wilson, 2006; 72]. Участники партнерства во взаимоотношения привносят свои конкретные наборы властных позиций, ролей и обязанностей, которые определяются ценностями, навыками и организационными ресурсами. В связи с чем М.М. Ahmad утверждает, что взаимное партнерство из-за существования постоянного неравенства между партнерами невозможно [Ahmad, 2006; 75].

Несмотря на соотношение статусов, партнерские отношения – это отношения личных интересов между теми, кто видит в них преимущество. Партнерство строится даже тогда, когда партнеры не имеют общих ценностей, целей и способов совместной работы. Как утверждают Н. Johnson и G. Wilson, различия являются движущей силой для взаимности внутри партнерских арен [Johnson & Wilson, 2006; 71]. Такую точку зрения разделяет и J.M. Brinkerhoff, который акцентирует внимание на том, что партнерство основывается на взаимности, а не исключительно на обмене [Brinkerhoff, 2002; 23]. Принимая во

внимание на наличие различий в статусах партнеров, М.М. Ahmad выражает сомнение в возможности взаимности в партнерстве из-за неравенства отношений (прежде всего, неравенства властных отношений) [Ahmad, 2006; 75]. При изменении соотношения статусов партнеров в ходе их взаимодействия необходимо создание новых механизмов доверия между ними, несмотря на конкретные позиции власти в партнерстве, которые обретают организации и структуры – участники партнерского взаимодействия.

При оценке взаимодействия партнеров в сфере государственного управления в современном зарубежном обществоведении оформились два подхода:

- партнерство рассматривается как форма участия (участие сообщества / населения в общественной жизни);
- партнерство рассматривается как инструмент управления.

Характеристика партнерства как формы участия населения в общественной жизни осуществляется с учетом того, что общественное участие, появившееся в ответ на более раннее нормативное понимание партнерства для включения и разделения власти уязвимых слоев населения, постоянно используется в качестве инструмента для вовлечения в сотрудничество представителей различных слоев общества. Участие в общественной жизни – важная предпосылка обеспечения доступа к основным потребностям и реализации прав человека. Только при участии различных слоев населения возможно решение конкретных проблем по таким стратегическим направлениям, как, например, борьба с бедностью и создание устойчивых источников средств к существованию. Такой подход проявился в международных донорских, правительственных и корпоративных актах: заявлениях о миссии, годовых отчетах, планах по стратегическому планированию, специальных отчетах, программах и документации по проектам [PPAs, 2006; PPPs, 2005]. В контексте этих документов партнерство – важное средство для решения социальных и экономических задач с участием всех слоев общества; это механизм поощрения участия гражданского общества в планировании и управлении долгосрочными государственными программами, который минимизирует конфликты между различными субъектами в пользу общества в целом [PPPs, 2005].

Реализация таких подходов, зафиксированных в международных и нормативных актах, представляет сложность уже на этапе перехода от уровня проекта к уровню государственной политики. Социальные проблемы, с которыми намеревается бороться партнерство в этой перспективе, гораздо сложнее, чем механизмы, доступные для проектов многосторонних организаций. Партнерство рассматривается не просто как инструмент народного участия в публичных акциях, а как метод объединения государственных и частных ресурсов для эффективного и действенного выполнения конкретных государственных программ. В качестве существенной составляющей партнерства М.М. Ahmad признает отношения между правительством и неправительственными организациями и ассоциациями [Ahmad, 2006; 89]. Если институты гражданского общества, принимая участие в реализации функций государства, за-

нимаются лишь критикой власти, то успех такого партнерства вызывает сомнения [Ahmad, 2006; 345]. В интерпретации таких взаимоотношений презюмируется, что негативная критика будет воздействовать на государственные органы, мотивируя их к позитивным изменениям. Однако, констатирует М.М. Ahmad, фактически этого не происходит: нейтрально или конструктивно реагировать на такое воздействие властные структуры, как свидетельствуют реалии политической жизни, не способны.

Характеристика партнерства как инструмента управления осуществляется с учетом того, партнерство является стратегическим механизмом обеспечения взаимодополняемости ресурсов между государственными и частными организациями, а также экономически эффективным механизмом для реализации проектов развития с низкими затратами и высокой эффективностью [Bennett & Krebs, 1994; 120]. Партнеры ищут связи с третьими сторонами, которые могут помочь в эффективном управлении стратегическими проектами. R.J. Bennett и G. Krebs подчеркивают, что обоснование взаимодополняемости ресурсов и экономической эффективности в таких случаях опирается на конкретные характеристики, поскольку партнерство используется только для расширения бюджета или для сбалансирования экономических затрат с результатами проекта [Bennett & Krebs, 1994; 121]. В данном случае партнерство фокусируется на экономических целях и рассматривает социальные цели как следствие эффективности использования ресурсов.

Анализ достижений современной зарубежной гуманитарной науки свидетельствует о том, что в общественных движениях партнерство рассматривается как наиболее приемлемая форма для устойчивого развития и предоставления услуг [Nizhnik, Menshikova, 2016; 61-64; Menshikova, 2017; 399-400; Nizhnik, 2017; 245-249]. Акцент делается на том, что партнерство способствует участию общественности в принятии решений, ее касающихся. По мнению F. Cleaver, такой подход свидетельствует об упрощенном понимании общественности как гармоничной группы, в которой люди разделяют общие интересы и потребности, и не содействует анализу властных отношений, которые реально присущи общественности [Cleaver, 2001; 37]. Несмотря на стремление государства гарантировать полное и активное участие членов общества в программах, затрагивающих их интересы, данные, полученные и проанализированные T.J. Bowyer, свидетельствуют о том, что партнерство как механизм социальной интеграции и разделения власти эффективно работает не всегда [Bowyer, 2003; 150]. Хотя зафиксированы многочисленные примеры, когда партнерство является эффективным средством удовлетворения социальных и экономических потребностей общества с вовлечением всех социальных слоев в решение злободневных проблем. Участие институтов гражданского общества в планировании долгосрочных общественных программ способно свести к минимуму конфликты между расходящимися во взглядах субъектами в пользу общества в целом. Партнерство позволяет создать прочные отношения между местным населением и местным управлением и «улучшить воз-

возможности бесправных людей принимать участие в местном управлении и получать выгоду от общественности» [PPPs, 2005].

Анализ исследований зарубежных ученых дает возможность сделать вывод о том, что в числе сущностных характеристик партнерства государства и институтов гражданского общества в современном зарубежном обществоведении выделяются: равенство партнеров; взаимное доверие; самоорганизация сторон; добровольность участия в партнерстве; взаимовыгодность участия в партнерстве; взаимодополняемость одного партнера другим; публичность и открытость деятельности в партнерстве [Nizhnik, Menshikova, 2016; 65; Menshikova, 2017; 401].

Партнерское сотрудничество государственных органов и институтов гражданского общества в Российской Федерации имеет свою специфику и требует комплексного анализа теоретических основ и практики осуществления в условиях современности.

Библиография / References

1. Ahmad, M.M. (2006). The partnership between international NGOs (Non-Governmental Organisations) and local NGOs. *Bangladesh. Journal of International Development, 2006, Vol. 18*: 69-638.
2. Bennett, R.J. & Krebs, G. (1994). Local economic development partnerships: an analysis of policy networks in EC-LEDA local employment development strategies. *Regional Studies, 1994, Vol. 28*: 119-140.
3. Bowyer, T.J. (2003). *Popular participation and the state: democratising the health sector in rural Peru. Thesis (PhD)*. – London: University of London, 2003. – 345 p.
4. Brinkerhoff, J.M. (2002). *Partnership for international development*. – Lynne Rienner Publishers. London. 2002. – 205 p.
5. Cleaver, F. (2001). Institutions, agency and the limitations of participatory approaches to development. In *Cooke, B.; Kothari, U. Participation: the new tyranny?* – London: Zed Books, 2001. pp. 36-65.
6. Evans, P. (1997). Government action, social capital and development: re-viewing the evidence on synergy. In *Evans, P. State-society synergy: government and social capital in development*. – Berkeley: University of California, 1997. pp. 178-210.
7. Ferreira, S. (2003). *Public-private partnership in Angola: the case of development workshop and the water company. Dissertação (Mestrado em Estudos do Desenvolvimento)*. – Centro de Estudos do Desenvolvimento. University of Wales Swansea, 2003. – 234 p.
8. Fowler, A. (2013). *Striking a balance: a guide to enhancing the effectiveness of non-governmental organizations in international development*. – London: Earthscan, 2013. – 312 p.
9. Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity*. – Cambridge: Polity Press. 1991. – 186 p.

10. Harriss, J. (2000). Working together: the principles and practice of cooperation. In *Robinson, D., Hewitt, T. & Harriss, J. Managing development: understanding inter-organizational relationships*. – London: Sage and The Open University, 2000. pp. 225-242.

11. Hodgett, S. & Johnson, D. (2001). Troubles, partnerships, and possibilities: a study of the making Belfast work development initiative in Northern Ireland. *Public Administration and Development, 2001, Vol. 21: 321-332*.

12. Johnson, H. & Wilson, G. (2006). North-south/south-north partnerships: closing the mutuality gap. *Public Administration and Development, № 26, 2006: 71-80*.

13. Lewis, D. (2002). Building 'active' partnership in aid-recipient countries: lessons from a rural development project in Bangladesh. In *Osborne, S. P. Public-private partnerships: theory and practice in international perspective*. – London: Routledge, 2002. pp. 252-264.

14. McQuaid, R.W. (2000). The theory of partnership: why have partnerships? In *Osborne, S. P. Public-private partnerships: theory and practice in international perspective*. – London: Routledge, 2002. pp. 9-35.

15. Menshikova, N.S. (2017). Partnerstvo kak uslovie effektivnoj pravoprimeritel'noj deyatel'nosti v sovremennyh usloviyah [Partnership as a condition for effective law enforcement in modern conditions]. *Aktual'nye problemy prava i pravoprimeritel'noj deyatel'nosti [Actual problems of law and law enforcement]: Materials of the All-Russian Scientific Conference, September 29, 2017*. – Krasnodar: Krasnodar University of the MIA of Russia, 2017. pp. 398-404. (In Russ.).

16. Nizhnik, N.S. (2017). Police and civil society institutions: search for a vector of interaction in the field of combating crime. *International Scientific Conference «Archibald Reiss Days» (2017; Beograd): Thematic Conference Proceedings of International Significance. Vol. 2*. – Beograd: Kriminalističko-policijska akademija, 2017. pp. 241-251.

17. Nizhnik, N.S., Menshikova, N.S. (2016). *Policiya i grazhdanskoe obshchestvo v Rossii: vzaimodejstvie i sotrudnichestvo [Police and civil society in Russia: interaction and cooperation]*. – Publishing House of St. Petersburg University of the MIA of Russia, 2016. – 202 p. (In Russ.).

18. Ostrom, E. (1997). Crossing the great divide: co-production, synergy, and development. In *Evans, P. State-society synergy: government and social capital in development*. – Berkeley: University of California, 1997. pp. 85-118.

19. Programme Partnership Arrangements (PPAs). (2006). London. Department for International Development (DFID). Retrieved December 1, 2019, from: <https://www.gov.uk/international-development-funding/programme-partnership-arrangements>.

20. Public-private partnership (PPPs). (2005). Washington: World Bank. Retrieved December 1, 2019, from: <http://www.worldbank.org/en/topic/publicprivatepartnerships>.

21. Shtompka, P. (2012). *Doverie – osnova obshchestva [Trust is the foundation of society]*. Trans. From pol. N.V. Morozova. – M.: Logos, 2012. (In Russ.).
22. Tendler, J. (1997). *Good governance in the tropics*. – Baltimore: John Hopkins University Press, 1997. – 221 p.
23. Thompson, S. (2005). Trust, risk and identity. In *Watson, S., Moran, A. Trust, risk and uncertainty*. – New York: Palgrave Macmillan, 2005. pp. 26-46.
24. Vasconcellos, S.M. (2009). *Partnership for local development: the relationship between local organizations and government in two areas of North-East Pará, Amazonia, Brazil*. – Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller, 2009. – 234 p.

УДК 342.9

[https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4\(33\).94-100](https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4(33).94-100)

О РЕАЛИЗАЦИИ АДМИНИСТРАТИВНОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ОРГАНАМИ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ

МИТЮНОВА И.Г.

Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого, г. Великий Новгород, Россия

Статья посвящена вопросам реализации органами местного самоуправления законодательства субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях на муниципальном уровне. Опираясь на принцип разграничения предметов ведения и нахождения в совместном ведении Российской Федерации и ее субъектов административного и административно-процессуального законодательства, последние призваны осуществить законотворческую деятельность в целях выстраивания на своих территориях эффективной системы реализации своих властных полномочий в указанной сфере. Безусловно, в каждом из них данная система выстраивается с учетом местных особенностей и потребностей региона. Однако, в большинстве регионов имеет место некая схожесть выстраиваемых каркасов административного законодательства. Как правило, основополагающими становятся законы субъектов, предусматривающие административные наказания за правонарушения, посягающие на права граждан, общественный порядок, порядок управления, а также правонарушения в сфере благоустройства, природопользования, транспорта и т.п. Кроме того, такими нормативно-правовыми актами определяется круг должностных лиц, наделенных полномочиями в сфере реализации административного законодательства. В него входят и должностные лица органов местного самоуправления, деятельность которых и стала предметом рассмотрения в данной статье автора. В качестве примера выбран типичный регион Российской Федерации – Новгородская область. Автором рассматривается содержание законов Новгородской области, устанавливающих административную ответственность за правонарушения, выявление и документирование которых входят в полномочия органов местного самоуправления,

Образец цитирования:

Митюнова И.Г. (2019). О реализации административного законодательства Российской Федерации органами местного самоуправления. *BENEFICIUM*. 2019. 4(33): 94-100. doi: [https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4\(33\).94-100](https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4(33).94-100)

For citation:

Mityunova I.G. (2019). On the Implementation of Russian Administrative Legislation by Local Governments. *BENEFICIUM*. 2019. 4(33): 94-100. (In Russ.). doi: [https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4\(33\).94-100](https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4(33).94-100)

круг этих и других полномочий в рассматриваемой сфере, порядок наделения ими, перечень должностных лиц, уполномоченных на их реализацию. Кроме того, часть статьи посвящена порядку образования и деятельности специально уполномоченных коллегиальных органов местного самоуправления, рассматривающих дела об административных правонарушениях и выносящих по ним решения.

Ключевые слова: административные комиссии; административные правоотношения; законодательство об административных правонарушениях; комиссии по делам несовершеннолетних и защите их прав; органы местного самоуправления.

ON THE IMPLEMENTATION OF RUSSIAN ADMINISTRATIVE LEGISLATION BY LOCAL GOVERNMENTS

MITYUNOVA I.G.

Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, Russia

The article is devoted to the implementation of Russian Federation region's legislation on administrative offences on the municipal level. Based on the principle of differentiation of federal and region jurisdiction and being under the joint jurisdiction of the Russian Federation and its subjects of administrative and administrative-procedural legislation, the latter are called upon to carry out legislative activities in order to build an effective system of implementation of their power in administrative law in regions. Of course, in each of them, this system is built taking into account local characteristics and needs of the region. However, in most regions there is a certain similarity of the frameworks of administrative legislation being built. As a rule, the laws of the entities that provide administrative penalties for offenses encroaching on the rights of citizens, public order, management procedures, as well as offenses in the field of landscaping, nature management, transportation, etc., become fundamental. In addition, such normative legal acts determine the range of officials who are empowered to implement administrative legislation. It also includes officials of local self-government bodies, whose activities have become the subject of consideration in this article by the author. As an example, a typical region of the Russian Federation is selected – the Novgorod region. The author considers the content of the laws of the Novgorod region, establishing administrative responsibility for offenses, the identification and documentation of which are the authority of the local government, the number of these and other authorities in this sphere, the list of officials authorized for their implementation. Also, a part of the article is devoted to the procedure for the formation and activities of specially authorized

collegial bodies of local power, considering cases of administrative offenses and making decisions on them.

Keywords: administrative commissions; administrative relationship; legislation on administrative offences; juvenile commissions; local governments.

Одной из характеристик российского государства как федеративной республики является наличие разграничения предметов ведения. Это обстоятельство предусматривает право его субъектов на полномочия в ряде сфер, напрямую связанных с региональными вопросами. Так, по Конституции Российской Федерации в совместном ведении Российской Федерации и ее субъектов находятся административное и административно-процессуальное законодательство. Законодательство об административных правонарушениях представляет из себя конструкцию из Кодекса об административных правонарушениях Российской Федерации (КоАП РФ) и законов субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях. При этом региональные законы принимаются в соответствии с КоАП РФ и не могут ему противоречить [Россинский, 2015; 26].

Опираясь на положения Конституции Российской Федерации, на региональном уровне законодательство об административных правонарушениях формируется как составная часть федерального. В настоящее время этот процесс имеет место во всех субъектах Российской Федерации. Региональными законами устанавливается административная ответственность за правонарушения, совершенные на территории соответствующего субъекта.

В компетенцию органов законодательной (представительной) власти субъектов Российской Федерации в сфере реализации административного законодательства в соответствии с Федеральным законом от 6 октября 1999 г. №184-ФЗ «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации» и КоАП РФ входят установление:

- оснований административной ответственности за нарушение нормативных правовых актов субъекта Российской Федерации и органов местного самоуправления (МСУ) по вопросам, не имеющим федерального значения;
- полномочий должностных лиц по составлению протоколов об административных правонарушениях;
- полномочий коллегиальных органов административной юрисдикции;
- определение правовых основ наделяния органов МСУ отдельными государственными полномочиями по созданию и организации деятельности комиссий по делам несовершеннолетних и защите их прав, с передачей им необходимых материально-финансовых ресурсов.

В Новгородской области активно применяются положения соответствующего областного закона от 01.02.2016 №914-ОЗ «Об административных правонарушениях», предусматривающие административные наказания за правонарушения, посягающие на права граждан, общественный порядок, порядок управления, а также правонарушения в сфере благоустройства, природополь-

зования, транспорта и т.п. Этим же областным законом в соответствии с положениями федерального законодательства органы МСУ и их должностные лица были наделены полномочиями в сфере реализации административного законодательства. Таким образом, они вовлечены в процесс осуществления юридической деятельности по законодательному определению административной ответственности в регионе и, вместе с тем, в систему производства по делам об административных правонарушениях. Являясь субъектами реализации регионального законодательства об административных правонарушениях, они получили возможность более эффективно осуществлять свои полномочия по вопросам местного значения в пределах установленных границ муниципального образования.

Должностные лица органов МСУ в Новгородской области получили право составления протоколов об административных правонарушениях, предусмотренных восемнадцатью статьями областного закона «Об административных правонарушениях» (соответственно со ст. 3-1 по ст. 3-18), и таким образом оказывать юридически властное воздействие на общественные отношения в различных сферах жизни местных сообществ на территории муниципального образования, которые регулируются законом Новгородской области от 31.03.2014 №524-ОЗ «О наделении органов местного самоуправления муниципальных образований Новгородской области отдельными государственными полномочиями Новгородской области в сфере административных правоотношений». В Новгородской области законодатели делегировали органам МСУ право самим устанавливать перечень должностных лиц, в обязанности которых входят выявление и документирование ряда составов административных правонарушений упомянутого выше областного закона.

В городском округе Великий Новгород в рамках реализации этого права было принято постановление Администрации Великого Новгорода от 11.06.2014 №3057 «Об утверждении Перечня должностных лиц Администрации Великого Новгорода, уполномоченных составлять протоколы об административных правонарушениях, предусмотренных статьей 5 областного закона от 1 июля 2010 г. №791-ОЗ «Об административных правонарушениях», в соответствии с которым такими полномочиями в рамках своей компетенции были наделены должностные лица структурных подразделений Администрации Великого Новгорода: отделов-центров по работе с населением по месту жительства, комитета потребительского рынка и услуг, контрольно-административного управления, комитета по управлению жилищно-коммунальным хозяйством и охране окружающей среды, комитета культуры и молодежной политики, комитета архитектуры и градостроительства, отделов микрорайонов Волховский и Кречевицы.

Подобные постановления были приняты во всех муниципальных районах Новгородской области. Основной объем работы по выявлению правонарушений и организации процесса привлечения к административной ответственности возложен на должностных лиц контрольно-административных подразделений. Так сотрудниками контрольно-административного управления Адми-

нистрации Великого Новгорода в 2018 г. выявлены 753 правонарушения, прежде всего, это несанкционированное размещение нестационарных торговых объектов, ненадлежащее содержание зданий, строений, сооружений, земельных участков, транспортных средств, непринятие мер по уборке территорий.

Закрепляя право должностных лиц органов МСУ по составлению протоколов об административных правонарушениях по конкретным статьям областного закона, определяя круг этих должностных лиц, законодатели включают органы МСУ в региональную подсистему субъектов административно-деликтной юрисдикции Новгородской области, наделив их отдельными государственными полномочиями по созданию административных комиссий в городском округе Великий Новгород и 14 из 21 муниципальных районов.

Административные комиссии являются коллегиальным органом. Его основной деятельностью является рассмотрение материалов по делам о нарушениях положений областным законом «Об административных правонарушениях», вынесение решений по ним в целях привлечения к ответственности правонарушителя. В их состав, как правило, входят представители органов МСУ, полиции, организаций, учреждений, общественных объединений, осуществляющих свою деятельность на территории муниципального района (городского округа). Муниципальным правовым актом органа МСУ соответствующего муниципального образования разрабатывается и утверждается Положение об административной комиссии, на основании которого она и действует в последующем.

Одной из мер административной ответственности, как способа обеспечения эффективности регионального законодательства, и, безусловно, самой действенной призваны стать штрафные санкции. Так в Великом Новгороде в 2018 г. сумма наложенных штрафов составила 4650500 рублей.

Органами МСУ Новгородской области созданы комиссии по делам несовершеннолетних и защите их прав городского округа Великий Новгород и муниципальных районов. Среди прочих функций на комиссии возложены функции рассмотрения дел об административных правонарушениях, совершенных несовершеннолетними, а также их родителями или законными представителями (дела о неисполнении обязанностей по воспитанию своих несовершеннолетних детей), применения мер воздействия в отношении этих лиц. Порядок осуществления деятельности комиссии, в том числе, реализации ими данных функций, определен Правительством Новгородской области в Постановлении Правительства Новгородской области от 21.03.2014 №184 «О комиссиях по делам несовершеннолетних и защите их прав».

В течение 9 месяцев 2019 г. комиссией по делам несовершеннолетних и защите их прав Великого Новгорода рассмотрены 259 дел об административных правонарушениях, совершенных несовершеннолетними, 233 – совершенных родителями или законными представителями. Кроме того, рассмотрено 19 дел в отношении лиц, совершивших правонарушение, предусмотрен-

ное ст. 6.10 КоАП РФ «Вовлечение несовершеннолетнего в употребление алкогольной и спиртосодержащей продукции, новых потенциально опасных психоактивных веществ или одурманивающих веществ».

Таким образом, органы МСУ, будучи наделенными полномочиями по решению вопросов местного значения, а также отдельных делегированных вопросов, отнесенных к ведению государственных органов Российской Федерации и ее субъектов, отнесены к субъектам реализации регионального законодательства об административных правонарушениях. В сферу их административно-деликтной компетенции входит ряд задач. Прежде всего, это обеспечение личной и имущественной безопасности населения, поддержание общественного порядка и общественной нравственности. Это достигается посредством выявления и документирования административных правонарушений, которые предусмотрены законами субъектов Российской Федерации. Отсюда проистекает необходимость осуществления юрисдикционных функций, реализуемых посредством рассмотрения административными комиссиями дел об административных правонарушениях, выявленных должностными лицами, перечень которых определен нормативными актами органов МСУ. Кроме того, на органы МСУ в сфере реализации административного законодательства возложены задачи по осуществлению отдельных государственных полномочий, связанных с созданием и организацией деятельности комиссий по делам несовершеннолетних и защите их прав.

Модель реализации административного законодательства органами МСУ в Новгородской области является типичной для Российской Федерации. Областное административное законодательство сформировано и позволяет оказывать влияние на устранение ряда факторов, негативно сказывающихся на жизни населения. Вместе с тем, в настоящее время имеются возможности его изменения в целях повышения регулирующего воздействия, а органы МСУ, являясь субъектами законотворческой инициативы, имеют возможность вносить свои соответствующие предложения.

Безусловно, рассматриваемая модель не является идеальной. Так, например, в настоящее время в юридической литературе высказываются мнения об отсутствии системного подхода к структурированию и изложению содержания законов субъектов Российской Федерации об административной ответственности, в том числе и касающихся органов МСУ [Корепина, 2015; 85].

Также имеется позиция о необходимости законодательной оптимизации региональной подсистемы органов административно-деликтной юрисдикции, в частности, включения в компетенцию мировых судей рассмотрение дел об административных правонарушениях, предусмотренных законами субъектов Российской Федерации [Шевцов, 2019; 128].

Вместе с тем законодательство субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях даже в существующих реалиях позволяет наиболее эффективно решать задачи охраны общественных отношений, урегулированных на уровне субъекта с учетом специфики развития конкретного

региона и муниципального образования, их географических, экономических, социальных, историко-культурных и других особенностей.

Библиография

1. Корепина, А.В. (2015). Законодательство субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях: проблемы формирования. *Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики.* – Тамбов, 2015, №11(61): в 3 ч., Ч. III, С. 83-85.
2. Россинский, Б.В. (2015). О полномочиях Российской Федерации и субъектов Российской Федерации в области установления административной ответственности. *Административное право и процесс, 2015, №6, С. 26-31.*
3. Шевцов, А.В. (2019). Правоотношения в сфере реализации регионального законодательства об административных правонарушениях. *Актуальные проблемы российского права, 2019, №4, С. 119-129.*

References:

1. Korepina, A.V. (2015). Legislation of the Russian Federation Constituent Territories on Administrative Offences: Formation Problems. *Historical, Philosophical, Political and Law Sciences, Culturology and Study of Art. Issues of Theory and Practice.* – Tambov, 2015, №11(61): in 3 parts, part III: pp. 83-85. (In Russ.).
2. Rossinsky, B.V. (2015). On powers of the Russian Federation and subjects of the Russian Federation in the sphere of formation of administrative responsibility. *Administrative law and process, 2015, №6: 26-31.* (In Russ.).
3. Snev'tsov, A.V. (2019). Pravootnosheniya v sfere realizacii regional'nogo zakonodatel'stva ob administrativnyh pravonarusheniyah [Legal relations in the field of implementation of regional legislation on administrative offenses]. *Actual Problems of Russian Law, 2019, №4: 119-129.* (In Russ.).

УДК 347.628

[https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4\(33\).101-106](https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4(33).101-106)

ПРОБЛЕМЫ ПРАКТИЧЕСКОЙ РЕАЛИЗАЦИИ ИНСТИТУТА РАСТОРЖЕНИЯ БРАКА В НОВГОРОДСКОЙ ГУБЕРНИИ В КОНЦЕ XIX – НАЧАЛЕ XX ВВ.

ПРОХОРОВА К.С.

Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого, г. Великий Новгород, Россия

МАКАРОВА Е.А.

Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого, г. Великий Новгород, Россия

Статья посвящена анализу основных проблем применения института расторжения брака как неотъемлемой составляющей семейных отношений жителей Новгородской губернии конца XIX – начала XX вв. на основе семейного законодательства Российской империи и материалов фондов Государственного архива Новгородской области. Хронологические рамки исследования обусловлены трансформацией в этот период восприятия института брака как необратимого и нерасторжимого вследствие снижения религиозности повседневной жизни и изменения социально-правового статуса женщины. Анализ законодательства Российской империи того периода позволяет авторам сделать вывод о его консервативности, препятствующей практическому применению возможности расторжения брака жителей Новгородской губернии и всего государства в целом, о чем свидетельствует малый процент одобрения государственными органами прошений о прекращении брачно-семейных отношений. По результатам анализа отдельных разводных дел констатируется доминирование супружеской измены как законодательно разрешенного основания для расторжения брака, и затрудненность для супругов представления требуемой доказательной базы измены для получения одобрения Духовной консистории. Основными причинами, тормозящими бракоразводные процессы, кроме консервативности законодательства, определяются длительность, забюрократизированность и дороговизна документального обеспе-

Образец цитирования:

Прохорова К.С., Макарова Е.А. (2019). Проблемы практической реализации института расторжения брака в Новгородской губернии в конце XIX – начале XX вв. *BENEFICIUM. 2019. 4(33):* 101-106. doi: [https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4\(33\).101-106](https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4(33).101-106)

For citation:

Prokhorova K.S., Makarova E.A. (2019). Divorce in Novgorod Province in the late 19th and early 20th Centuries. *BENEFICIUM. 2019. 4(33):* 101-106. (In Russ.). doi: [https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4\(33\).101-106](https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4(33).101-106)

чения развода, а также низкая юридическая грамотность населения Новгородской губернии, которая проявлялась, прежде всего, в указании причин для прекращения брака, несоответствующих строго определенному в Своде законов Российской империи перечню оснований.

Ключевые слова: брак; бракоразводный процесс; Духовная консистория; Новгородская губерния; расторжение брака; супружеская измена.

DIVORCE IN NOVGOROD PROVINCE IN THE LATE 19TH AND EARLY 20TH CENTURIES

PROKHOROVA K.S.

Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, Russia

MAKAROVA E.A.

Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, Russia

The article analyses the key issues of divorce as an integral component of family relations of residents of Novgorod province, based on the family legislation of the Russian Empire and materials from the funds of the State Archives of the Novgorod Region. The period studied enables us to explore the consequences of a radical transformation in the social conditions and institutional controls that families experienced. At those times, perception of marriage as an irreversible and indissoluble institute has changed because of 'women's question', that had come to occupy so much attention in the late Imperial Russia. The Russian Empire legislation was very traditional and it allowed divorce for reasons strictly defined by law. As a result, few of divorce applications were approved by legal authorities. Having analysed some individual cases of divorce, the authors conclude that the most popular reason for divorce was adultery though it was difficult to prove it. To get a divorce, the spouses needed to present the required evidence of adultery to obtain the approval of the Spiritual Consistory. Besides legal reasons, the main factors hindering divorce are as follows: divorce proceedings took a lot of time, they were very expensive, and one needed to provide a lot of documents. Moreover, people of Novgorod province lacked legal literacy and they indicated incorrect reasons for the termination of the marriage, which were not in the list of the legal grounds for divorce.

Keywords: marriage; divorce; divorce proceedings; the Spiritual Constitution; Novgorod province; adultery.

На рубеже XIX–XX столетий Россия переживала время социальных перемен, сопровождающееся снижением религиозности повседневной жизни граждан, урбанизацией с формированием городского среднего класса, распространением школьного образования, в том числе среди женской молоде-

жи, что приводило к трансформации патриархального восприятия социальной роли и правового статуса женщины [Степанов, 2017; 449].

Трансформация ценностной основы семьи, усиление светскости совместной жизни повлияли на брак в целом. В городах наблюдалось повышение брачного возраста: согласно Памятным книжкам Новгородской губернии, самым популярным для брачующихся являлся возраст 21-25 лет, а минимальным – 16 лет (для девушки) и 18 лет (для юноши). Вторые браки в Новгородской губернии уже не были исключением из правил, хотя оставались редкими. Брак все чаще рассматривался как обратимое гражданско-правовое состояние, а не пожизненный обет. Желание эмансипированных женщин избавления от уз брака подчас не вызывало противодействия со стороны мужчин, если женщина не имела материальных претензий в будущем.

Несмотря на перемены в отношении к необратимости брака, развод по-прежнему оставался очень сложной процедурой, и получить его было весьма затруднительно, что наглядно иллюстрируют архивные статистические данные: за 20 лет с 1867 г. по 1886 г. состоялось всего 16945 разводов (по 847 разводов в год), с 1905 г. по 1913 г. – 23087 (по 2565 разводов в год). Коэффициент разводов в расчете на 1000 человек населения в 1867-1886 гг. составлял 0.014, 1905-1913 гг. – 0.029. Для сравнения на 1900-е гг. в Австро-Венгрии коэффициент разводимости составлял 0.02, в Великобритании – 0.04, в Германии – 0.04, во Франции – 0.05, в США – 1,6 на 1000 человек населения [Мионов, 2000; 176]. Согласно делам фонда №480 Государственного архива Новгородской области (далее – ГАО), с 1910 г. по 1917 г. на 14 прошений о разводе в Новгородской губернии только 4 получили одобрение и расторжение брака состоялось. Тем не менее, на рубеже XIX–XX вв. развод стал одним из самых актуальных вопросов, требующих законодательного решения, не только на территории Новгородской губернии, но и по всей империи.

Согласно ст. 45 и ст. 46 части 1 тома Десятого Свода законов Российской империи брак расторгался только церковным судом¹. Разводы знати с 1744 г. восходили на Высочайшее усмотрение, разводы остальных – в суды Духовных консисторий. Разводы супругов разных христианских исповеданий подлежали суду вероисповедания, священником которого был заключен брак.

Причин для прекращения брака, согласно Своду законов Российской империи, было совсем немного: в случае доказанного прелюбодеяния (двоебрачие относилось к категории прелюбодеяния); неспособности к сожитию одного из супругов; в случае, когда один из супругов приговорен к наказанию, сопряженному с лишением всех прав состояния, или же сослан на жительство в Сибирь с лишением всех особенных прав и преимуществ; в случае безвестного отсутствия другого супруга в течении пяти лет [Мионов, 2000]. Смерть одного из супругов также являлась причиной для прекращения брака.

¹ Свод законов Российской империи. Том Десятый (издание 1900). Классика Российского права. URL: <http://civil.consultant.ru/reprint/books/211/5.html> (дата обращения: 11.11.2019).

С начала XX века доминирующим основанием для расторжения брака как в целом по России, так и в Новгородской губернии стала супружеская измена. При анализе рассмотренных 14 дел о разводах архивных материалов фонда №480 ГАНО, более 70% составляют дела о разводе по причине прелюбодеяния, около 7% – по причине безвестного отсутствия супруга наряду с указанными не являющимися по законодательству основаниями для развода причинами: раздельной жизни супругов или нежелания жить совместно.

Зачастую брак не расторгался даже по установленному в законе основанию прелюбодеяния супругов. Неудачи в таких делах были обусловлены отсутствием требуемой доказательной базы. Ст. 249 «Устава духовных консисторий» недвусмысленно гласила: «Главными доказательствами преступления [авт. – прелюбодеяния] должны быть признаны а) показания двух или трех очевидных свидетелей и б) прижитие детей вне законного супружества». Всякие прочие аргументы – например, любовные письма или показания лиц, не наблюдавших прелюбодеяние воочию, – «только тогда могут иметь свою силу, когда соединяются с одним из главных доказательств».

В конце XIX – начале XX вв. в Российской Империи юридически грамотных граждан среди населения было очень мало. Новгородская губерния не была исключением. Зачастую неудача бракоразводного процесса была как раз результатом правовой неграмотности жителей при обосновании причины расторжения брака, тем более что прошение о разводе более чем в половине всех дел подавали крестьяне. Подтверждением являются дела фонда №480 ГАНО «Документы Духовной консистории разных уездов Новгородской губернии». Люди пытались развестись, например, по причине пьянства одного из супругов, чаще всего мужа, хотя это не являлось официальной причиной для развода, прописанной в законе. Такие дела практически не рассматривались Духовной консисторией.

Одним из распространенных оснований для развода был самовольный уход от супруга. Примером может служить дело о расторжении брака крестьянина Ивана Осипова с женою Евдокией, где супруг жалуется на жену, значительно старше его, которая открыто нарушает обязанности супружеской жизни и живет отдельно от него третий год¹. Данное дело получает отказ Духовной консистории потому, что нежелание жены жить с мужем не служит основанием для расторжения брака.

«Нежелание» жить с супругом совместно» можно увидеть в деле о расторжении брака крестьянина Валдайского уезда Андрея Иванова с женой Феклой Ивановой, которая ушла от него через шесть месяцев после свадьбы, «не желая разделять совместно крестьянские труды» и уехала в Петергоф². Наличие свидетелей, подтверждающих уход жены от мужа, не спасло дело и развод не был дан.

¹ ГАНО: Государственный архив Новгородской области. Ф. 480. Оп. 1. Д. 4269.

² ГАНО: Государственный архив Новгородской области. Ф. 480. Оп. 1. Д. 4584.

Попытки решить проблему юридической безграмотности населения в семейных вопросах предпринимаются в начале XX в. К этому времени начинают выходить работы правоведов по бракоразводному процессу, целью которых, прежде всего, являлось простое объяснение законов и статей, касающихся расторжения браков. Примером может служить книга поверенного по судебным делам А.З. Соколовского «О брачном союзе. О расторжении браков», где уже в предисловии автор указывает на незнание законов о брачном союзе жителей и легкомысленном отношении к их исполнению, и констатирует, что происходящие ссоры и тяжбы в браке приводят к явному несчастью обеих сторон, а длительные по нескольку лет бракоразводные процессы оканчиваются ничем, кроме затраты денег [Соколовский, 1889].

Как уже было отмечено, бракоразводные процессы могли длиться по нескольку лет. За это время человек успевал потратить целое состояние на различные бумаги или же людей, которые занимались бракоразводным процессом вместо него в виду отдаленной работы или по ряду других причин. Более 20% рассмотренных дел длились от 4 до 6 лет, еще около 20% – примерно 2 года, 40% занимают дела, длившиеся приблизительно 1 год, и лишь 20% – менее 1 года (все дела, длившиеся данный срок имеют причину о разводе, не прописанную в Своде законов Российской империи).

В целом анализ архивных дел фонда о разводах по различным причинам среди жителей разных сословий Новгородской губернии позволяет сделать вывод о том, что только каждое десятое дело заканчивалось разводом с одобрения Новгородской Духовной консистории. Остальные же жители впустую потратили свои деньги на бракоразводный процесс. Живя далеко от Новгорода, жители губернии посылали в Духовную консисторию прошения, справки из метрических книг, в ответ им присылали резолюции, решения по судебному разбирательству. И за все письма нужно было заплатить.

Например, 31 октября 1916 г. было начато дело о расторжении брака рулевого I статьи крейсера пограничной стражи «Кондор» Николая Левина с женой Марией Левиной по причине ее прелюбодеяния с его отцом. В период Первой мировой войны крестьянин Череповецкого уезда Горской волости села Николы-Раменье был отправлен на флот, где и узнал об измене жены. 19 января 1917 г. дело было прекращено, развод не был разрешен, но за это время Николаю Левину пришлось потратить больше 5 рублей¹. Для сравнения к началу XX в. стоимость красной икры составляла 2.5 рублей за килограмм.

31 января 1912 г. было заведено дело о расторжении брака жены прапорщика запаса Александры Васильевны Леоновой с мужем Федором Федоровичем Леоновым по нарушению им супружеской верности. Дело рассматривалось долго по многим причинам: тяжелая болезнь жены и ведение дела со стороны Александры Леоновой присяжным Леонтием Феликсовичем Пестелем по ее доверенности и т.д. Дело закрыли 17 июня 1916 г. отказом, одна-

¹ ГАНО: Государственный архив Новгородской области. Ф. 480. Оп. 1. Д. 4586.

ко жене пришлось потратить на все процедурные мероприятия больше 25 рублей без учета оплаты присяжного с ее стороны¹.

Таким образом, несмотря на прогрессивное развитие брачно-семейных отношений в конце XIX – начале XX вв. и изменение восприятия института брака как необратимого, расторжение брака оставалось затруднительным вследствие консервативности законодательного определения оснований для его истребования, длительности, забюрократизированности и дороговизны бракоразводного процесса, а также низкой юридической грамотности населения Новгородской губернии.

Библиография

1. Миронов, Б.Н. (2000). *Социальная история России периода империи (XVIII – нач. XX в.). Т.1.* – СПб, 2000. – 583 с.
2. Соколовский, А.З. (1889). *О брачном союзе. О расторжении брака. О власти родителей.* – СПб., 1889. – 235 с.
3. Степанов, А.В. (2017). Расторжение церковного брака в повседневной жизни россиян начала XX века. *Государство, общество, церковь в истории России XX-XXI веков. Материалы XVI международной научной конференции: в 2 частях, 2017.* – Издательство: Ивановский государственный университет. – С. 449-456.

References

1. Mironov, B.N. (2000). *Social'naya istoriya Rossii perioda imperii (XVIII-nach. XX) [The social history of Russia during the Empire (XVIII – early XX centuries)]. T.1.* – SPb., 2000. – 583 p. (In Russ.).
2. Sokolovskiy, A.Z. (1889). *O brachnom souze. O rastorzhenii braka. O vlasti poditeley [About the marriage union. About divorce. About the power of parents].* – SPb., 1889. – 235 p. (In Russ.).
3. Stepanov, A.V. (2017). Rastorzhenie tserkovnogo braka v povsednevnoy zhizni rossian nachala XX veka [Dissolution of church marriage in the everyday life of Russians in the early twentieth century]. *Gosudarsnvo, obtshestvo, tserkov' v istorii Rossii XX-XXI vekov [The state, society, church in the history of Russia of the XX-XXI centuries]. Materials of the XVI international scientific conference: in 2 parts, 2017.* – Publisher: Ivanovo State University. – pp. 449-456. (In Russ.).

¹ ГАНО: Государственный архив Новгородской области. Ф. 480. Оп. 1. Д. 3912

АВТОРЫ / AUTHORS

<p>Марианна Артемовна Александрова / Marianna A. Aleksandrova</p> <p>https://orcid.org/0000-0002-6902-7450 E-mail: Marianna.Aleksandrova@novsu.ru</p>	<p>Кандидат юридических наук Старший преподаватель, кафедра уголовного процесса и криминалистики, Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого (г. Великий Новгород, Россия)</p>	<p>PhD in Law Professor of Law, Department of Criminal Procedure and Forensic Science, Yaroslav-the-Wise Novgorod State University (Veliky Novgorod, Russia)</p>
<p>Маргарита Александровна Аскерова / Margarita A. Askerova</p> <p>E-mail: Margarita.Ivanova@novsu.ru</p>	<p>Кандидат экономических наук, доцент Доцент, кафедра экономики, Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого (г. Великий Новгород, Россия)</p>	<p>PhD in Economics, Docent Associate Professor, Department of Economics, Yaroslav-the-Wise Novgorod State University (Veliky Novgorod, Russia)</p>
<p>Татьяна Сергеевна Афанасьева / Tatyana S. Afanaseva</p> <p>E-mail: tafansy@yandex.ru</p>	<p>Кандидат экономических наук, доцент Доцент, кафедра маркетинга и социальных коммуникаций, Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики (г. Санкт-Петербург, Россия)</p>	<p>PhD in Economics, Docent Associate Professor, Department of Marketing and Social Communications, Saint Petersburg University of Management Technologies and Economics (Saint Petersburg, Russia)</p>
<p>Михаил Сергеевич Гордиенко / Mikhail S. Gordienko</p> <p>http://orcid.org/0000-0001-9980-9771 E-mail: gordienkomikhail@yandex.ru</p>	<p>Кандидат экономических наук, доцент Доцент, кафедра финансового менеджмента, Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова (г. Москва, Россия)</p>	<p>PhD in Economics, Docent Associate Professor, Department of Financial Management, Plekhanov Russian University of Economics (Moscow, Russia)</p>
<p>Елизавета Васильевна Давыденко / Elizaveta V. Davydenko</p> <p>E-mail: davvas@mail.ru</p>	<p>Кандидат экономических наук, доцент Доцент, кафедра международных экономических отношений, Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения (г. Санкт-Петербург, Россия)</p>	<p>PhD in Economics, Docent Associate Professor, Department of International Economic Relations, Saint-Petersburg State University of Aerospace Instrumentation (Saint Petersburg, Russia)</p>

<p>Наталья Андреевна Канищева / Natalya A. Kanischeva</p> <p>http://orcid.org/0000-0002-2764-9921 E-mail: Natalya.Kanischeva@novsu.ru</p>	<p>Кандидат экономических наук, доцент Доцент, кафедра экономики, Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого (г. Великий Новгород, Россия)</p>	<p>PhD in Economics, Docent Associate Professor, Department of Economics, Yaroslav-the-Wise Novgorod State University (Veliky Novgorod, Russia)</p>
<p>Елена Владимировна Карачевская / Elena V. Karachevskaya</p> <p>http://orcid.org/0000-0002-4518-8559 E-mail: karachevskaya-e@mail.ru</p>	<p>Кандидат экономических наук, доцент Доцент, кафедра математического моделирования экономических систем в АПК, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия (г. Горки, Беларусь)</p>	<p>PhD in Economics, Docent Associate Professor, Department of Mathematical Modeling of Economic Systems of Agroindustrial Complex, Belarusian State Agricultural Academy (Gorki, the Republic of Belarus)</p>
<p>Татьяна Васильевна Колесникова / Tatyana V. Kolesnikova</p> <p>E-mail: kolesnikova-tv@mail.ru</p>	<p>Доцент Доцент, кафедра международных экономических отношений, Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения (г. Санкт-Петербург, Россия)</p>	<p>Docent Associate Professor, Department of International Economic Relations, Saint-Petersburg State University of Aerospace Instrumentation (Saint Petersburg, Russia)</p>
<p>Татьяна Вячеславовна Кудряшова / Tatyana V. Kudryashova</p> <p>http://orcid.org/0000-0003-4056-3855 E-mail: Tatyana.Kudryashova@novsu.ru</p>	<p>Кандидат экономических наук, доцент Заведующий кафедрой отраслевого менеджмента, Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого (г. Великий Новгород, Россия)</p>	<p>PhD in Economics, Docent Head of the Department of Industrial Management, Yaroslav-the-Wise Novgorod State University (Veliky Novgorod, Russia)</p>
<p>Полина Вадимовна Кузнецова / Polina V. Kuznetsova</p> <p>E-mail: gordienkomikhail@yandex.ru</p>	<p>Магистрант Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова (г. Москва, Россия)</p>	<p>Undergraduate Plekhanov Russian University of Economics (Moscow, Russia)</p>
<p>Елена Александровна Макарова / Elena A. Makarova</p> <p>https://orcid.org/0000-0002-1075-7993 E-mail: Elena.Makarova@novsu.ru</p>	<p>Кандидат исторических наук, доцент Доцент, кафедра истории государства и права, Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого (г. Великий Новгород, Россия)</p>	<p>PhD in Historical Sciences, Docent Associate Professor, Department of History of State and Law, Yaroslav-the-Wise Novgorod State University (Veliky Novgorod, Russia)</p>

<p>Елена Николаевна Мельникова / Elena N. Melnikova</p> <p>E-mail: kon-mel@mail.ru</p>	<p>Кандидат экономических наук, доцент Доцент, кафедра социально-экономических наук, Башкирский институт технологий управления (филиал) Московский государственный университет технологий и управления имени К.Г. Разумовского (г. Мелеуз, Республика Башкортостан, Россия)</p>	<p>PhD in Economics, Docent Associate Professor, Department of Social and Economic Sciences, Bashkir Institute of Technology and Management (branch) K.G. Razumovsky Moscow State University of Technologies and Management (Meleuz, the Republic of Bashkortostan, Russia)</p>
<p>Наталья Сергеевна Меньшикова / Nataliya S. Menshikova</p> <p>E-mail: anjiank@mail.ru</p>	<p>Старший переводчик-методист, Отдел международного сотрудничества, Санкт-Петербургский университет Министерства внутренних дел Российской Федерации (г. Санкт-Петербург, Россия)</p>	<p>Senior interpreter, Department of International Cooperation, Saint-Petersburg University of the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation (Saint Petersburg, Russia)</p>
<p>Инна Геннадьевна Митюнова / Inna G. Mityunova</p> <p>https://orcid.org/0000-0001-5268-3622 E-mail: Inna.Mityunova@novsu.ru</p>	<p>Кандидат педагогических наук, доцент Доцент, кафедра истории государства и права, Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого (г. Великий Новгород, Россия)</p>	<p>PhD in Pedagogical Sciences, Docent Associate Professor, Department of History of State and Law, Yaroslav-the-Wise Novgorod State University (Veliky Novgorod, Russia)</p>
<p>Ксения Сергеевна Прохорова / Kseniya S. Prokhorova</p> <p>E-mail: s229408@novsu.ru</p>	<p>Магистрант Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого (г. Великий Новгород, Россия)</p>	<p>Undergraduate Yaroslav-the-Wise Novgorod State University (Veliky Novgorod, Russia)</p>
<p>Елизавета Сергеевна Соколова / Elizaveta S. Sokolova</p> <p>http://orcid.org/0000-0002-8033-9340 E-mail: e.s.sokolova1@yandex.ru</p>	<p>Магистрант Уральский государственный экономический университет (г. Екатеринбург, Россия)</p>	<p>Undergraduate Ural State University of Economics (Yekaterinburg, Russia)</p>
<p>Наталья Николаевна Юрина / Nataliya N. Yurina</p> <p>http://orcid.org/0000-0002-6730-8523 E-mail: Nataliya.Yurina@novsu.ru</p>	<p>Старший преподаватель, кафедра экономики, Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого (г. Великий Новгород, Россия)</p>	<p>Senior Lecturer, Department of Economics, Yaroslav-the-Wise Novgorod State University (Veliky Novgorod, Russia)</p>

ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ

Материалы принимаются по адресу: **beneficium-se@mail.ru**

Оформление статьи

Объем текста – от 12000 до 40000 знаков (включая пробелы). Шрифт – Times New Roman, размер – 12 (в таблицах и рисунках – 11), междустрочный интервал – 1,0, абзацный отступ – 1 см, поля – по 2 см с каждой стороны.

Структура публикации

Индекс УДК

Название статьи (на русском и на английском языке).

ФИО автора / авторов (на русском и английском языке).

Аннотация (на русском и на английском языке). Объем – от 200 до 300 слов. Аннотация является кратким обзором статьи, представляющим основное содержание и выводы исследования. Она выполняет функцию справочного инструмента, адекватно репрезентирующего более объемное научное исследование. В аннотации не применяется цитирование.

Ключевые слова (на русском и на английском языке) – от 5 до 15 слов / словосочетаний в алфавитном порядке – должны отражать основное содержание статьи, совпадать с базовыми терминами исследования, определять собой (маркировать) область знания, предметную область и тематику исследования.

Текст статьи (логическая структура: введение, методика, основная часть, выводы).

Библиография включает от 3 до 20 источников, в том числе как минимум 2 академических зарубежных источника, опубликованных за последние 5 лет, индексируемых, как правило, в базах данных WoS и Scopus. Каждый источник из списка библиографии должен быть процитирован минимум один раз в тексте; на все источники делаются ссылки внутри текста в квадратных скобках: [Иванов, 2018; 125]. Любое упоминание в тексте статьи имен ученых и исследователей должно сопровождаться отсылками на их работы. Во всех библиографических ссылках на электронные ресурсы обязательно указывается ссылка на веб-страницу, откуда заимствуется текст, и дата обращения. Использование справочно-энциклопедической и учебно-методической литературы (снабженной грифом федерального УМО и т.п.) в качестве источников – не более 25% от общего количества источников. Список источников оформляется в соответствии с принятым стандартом (ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка»), выносится в конец статьи. Источники указываются в алфавитном порядке.

References (список источников в транслитерации с переводом на английский язык). Нумерация источников должна соответствовать нумерации в авторском оригинале на русском языке.

При переводе англоязычного варианта названия статьи, аннотации и ключевых слов, а также списка литературы необходимо использовать услуги академических специалистов, компетентных в данной отрасли знания. Использование автоматических переводчиков не допускается.

Заявка на публикацию

В заявке указываются **сведения об авторе/авторах** (на русском и на английском языке), включающие: фамилию, имя, отчество, место работы/учебы, академическая

позиция с указанием подразделения, почтовый адрес организации, ученая степень, ученое звание, контактный телефон, адрес электронной почты автора, ORCID.

Порядок рецензирования

Все статьи подлежат обязательному «слепому» рецензированию.

Главный редактор определяет научный контекст статьи и направляет ее на процедуру рецензирования ученым-специалистам (рецензентам) по предложению членов редакционной коллегии. Рецензенты в срок до 15 дней представляют в редакцию рецензии на статью. Рецензирование бесплатное.

Поступившая в редакцию статья рецензируется на основании следующих критериев:

- соответствие содержания статьи тематике сетевого издания;
- соответствие названия статьи ее содержанию;
- актуальность тематики статьи;
- научная новизна, оригинальность исследования (допускается не более 20% плагиата);
- практическая значимость исследования;
- качество изложения материала;
- соблюдение правил цитирования;
- правильность оформления библиографии;
- соблюдение научного стиля изложения мысли.

Если авторский материал соответствует всем критериям, то: 1) статья может быть принята для публикации без доработки; 2) статья может быть рекомендована для публикации после устранения несущественных конкретных замечаний рецензента (рецензентов) и повторного рецензирования. Материал, не соответствующий хотя бы одному из перечисленных критериев, отклоняется; автору предоставляется мотивированный отказ редакционной коллегии.

В случае положительного рецензирования статьи ответственный секретарь издания сообщает о допуске материалов к публикации автору / авторам по электронной почте и указывает сроки публикации.

Оригиналы рецензий хранятся в редакции в течение 5 лет.

GUIDELINES FOR AUTHORS

All materials should be sent to: **beneficium-se@mail.ru**

Publication Guidelines

The article's size is 12000 to 40000 characters (including spaces). The font is Times New Roman, the font size is 12 (in tables and figures – 11). The line spacing is 1.0, the indentation is 1.0 cm, the margins are 2 cm from each side.

The structure of the publication

UDC code.

Article title.

Author's full name.

Abstract (author's summary). The recommended size of the abstract is 200 to 300 words. The abstract is a brief review of the article, representing the main content and conclusions of the study. The abstract serves as a reference tool that adequately represents a more voluminous research. The abstract must not include citation.

Keywords for the article should express the main content of the article, to coincide with basic terms of the study, to determine (indicate) the domain of knowledge, the subject area and the theme of the study. The number of keywords is from 5 to 15.

Text of the article (logical structure: introduction, methodology, main part, conclusions).

Bibliographic References (List of cited literature sources in Russian)

The references should contain from 3 to 20 sources, including at least 2 academic foreign sources published in the last 5 years, indexed, as a rule, in the WoS and Scopus databases. It is recommended to include a source previously published in the scientific periodical online journal BENEFICIUM (formerly called "Bulletin of the Institute of Economics and Management of NovSU"). Each source from the references should be cited at least once in the text; all sources are referenced within the text in square brackets: [Ivanov, 2018; 125]. Any mentioning of the names of scientists and researchers in the text of the article should be accompanied by references to their works. All references to electronic resources necessarily indicate the reference to the web page from which the text is borrowed, and the access date. The use of reference-encyclopedic and educational-methodical literature as sources (provided with the stamp of the Federal Educational and Methodological Association, etc.) should account for no more than 25% of the total number of sources. The reference list is compiled in accordance with the accepted standard (GOST R 7.0.5-2008 "Bibliographic reference") and placed at the end of the article. Sources should be listed in alphabetical order.

References (list of cited literature sources in transliteration with English translation)

The numbering of sources should correspond to the numbering in the author's manuscript in the Russian language. When translating the English version of the article's title, abstract and keywords, as well as the list of references, it is necessary to use the services of academic specialists competent in this field of knowledge. The use of automatic translators is not allowed.

Guidelines for Paper Submission

The application should contain **information about the author / authors**, including: surname, name, patronymic name, place of work/study, academic position with the

name of the department, postal address of the organization, academic degree, academic title, contact phone number, e-mail address of the author, ORCID.

Peer-reviewing Procedure

All the articles are subjected to obligatory peer-reviewing.

The editor-in-chief determines the scientific context of the article and directs it to the experts (reviewers) for peer-review procedure at the suggestion of members of the Editorial Board. Reviewers submit the reviews of the article to the editorial office within 15 days. Peer-reviewing is free of charge.

Received articles are reviewed according to the following criteria:

- compliance of the content of the article with the subject of the journal;
- compliance of the title of the article with its content;
- relevance of the topic of the article;
- scientific novelty, originality of the research (no more than 20% of plagiarism is allowed);
- practical significance of the study;
- quality of the material presentation;
- compliance with the rules of citation;
- the correctness of the references;
- compliance with the scientific style of presentation.

If the article meets all the criteria, then: 1) the article can be accepted for publication without additional editing; 2) the article can be recommended for publication after elimination of insignificant faults indicated in the form of specific remarks of the reviewer (reviewers). This step is followed by re-reviewing. Material, which is not compliant with at least one of these criteria, is rejected; the author gets a reasoned refusal of the Editorial Board.

In case of a positive review of the article, the author / authors get the information from the Executive Secretary about the acceptance of the article and the time of its publication by e-mail.

Original reviews are kept in the editorial office for 5 years.

(12+)

Научное периодическое сетевое издание включено в библиографическую базу данных научных публикаций «Российский индекс научного цитирования» (РИНЦ) в открытом доступе на платформе eLIBRARY.RU

BENEFICIUM. 2019. 4(33)
ISSN (Online): 2713-1629

Per. №: Эл № ФС77-76127 от 03.07.2019
Федеральная служба
по надзору в сфере связи,
информационных технологий
и массовых коммуникаций

Издается с 2009 г.
до 2019 г. выходил под названием
«Вестник Института экономики и
управления НовГУ»

Периодичность: 4 раза в год

Учредитель и издатель:
ФГБОУ ВО «Новгородский
государственный университет
имени Ярослава Мудрого» (НовГУ)

Адрес учредителя и издателя:
ул. Большая Санкт-Петербургская, 41,
Великий Новгород, Россия, 173003,
тел.: +7 (8162) 62-72-44
e-mail: novsu@novsu.ru

Адрес редакции:
Институт экономики, управления и
права НовГУ,
ул. Псковская, 3,
Великий Новгород, Россия, 173015
тел.: +7 (8162) 77-01-76
e-mail: beneficium-se@mail.ru

Сайт издания: beneficium.pro

Главный редактор:
Владимир Александрович Трифонов
Выпускающий редактор: Я. Паттури
Редактор перевода: О. Макарова

Дата выхода: 25.12.2019
© НовГУ, 2019.
© Авторы статей, 2019.
Все права защищены

BENEFICIUM. 2019. 4(33)
ISSN (Online): 2713-1629

Reg. №: EL № FS77-76127 of 03.07.2019
the Federal Service for Supervision in
the Sphere of Telecommunication,
Information Technologies
and Mass Communications

Published since 2009.
up to 2019 was published under the ti-
tle «Bulletin of the Institute of Econom-
ics and Management, NovSU»

Frequency: 4 times a year

Founder and Editor:
FSBEI HE «Yaroslav-the-Wise
Novgorod State University»
(NovSU)

Address of the founder and editor:
ul. Bolshaya Sankt-Peterburgskaya, 41,
Veliky Novgorod, Russia, 173003,
tel.: +7 (8162) 62-72-44
e-mail: novsu@novsu.ru

Corresponding address:
School of Economics, Management and
Law NovSU,
ul. Pskovskaya, 3,
Veliky Novgorod, Russia, 173015,
tel.: +7 (8162) 77-01-76
e-mail: beneficium-se@mail.ru

Website of edition: beneficium.pro

Editor-in-chief:
Vladimir A. Trifonov
Production editor: Ya. Patturi
Translation editor: O. Makarova

Release date: 25.12.2019
© NovSU, 2019.
© Authors of articles, 2019.
All rights reserved



НОВГОРОДСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ЯРОСЛАВА МУДРОГО



YAROSLAV-THE-WISE
NOVGOROD STATE
UNIVERSITY