

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова
ФАКУЛЬТЕТ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ



ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ В XXI ВЕКЕ

Секция IV

Социальные аспекты

инновационного развития экономики



13-я Международная конференция. Май 2015

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова
ФАКУЛЬТЕТ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ

Государственное управление в XXI веке

Секция IV
Социальные аспекты
инновационного развития экономики

Материалы 13-й международной конференции
Май 2015



УДК 33(063)
ББК 65я431
Г72

Г72 Государственное управление в XXI веке: материалы 13-й международной конференции, май 2015. [Сборник] / Коллектив авторов – М.: «КДУ», «Университетская книга», 2016.
Секция 4. Социальные аспекты инновационного развития экономики: [Сборник] / Коллектив авторов – М.: «КДУ», «Университетская книга», 2016. – 50 с.

ISBN 978-5-91304-636-9

ISBN 978-5-91304-640-6 секция 4

В сборник включены доклады и выступления участников международной конференции по широкому кругу проблем государственного управления, Евразийской интеграции, социальных аспектов инновационного развития экономики, современных теорий и технологии управления. Тексты представлены на языке оригинала: русском и английском.

Для исследователей, преподавателей, студентов, аспирантов, управленцев-практиков, а также всех, кто интересуется вопросами государственного управления.

Электронное издание

Оригинал макет подготовлен в ООО «КДУ»

© Факультет государственного управления
МГУ им. М. В. Ломоносова, 2016

978-5-91304-640-6

© КДУ, 2016

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Желнина Е. В. (Россия, г. Тольятти)</i> Значимость общественного воспроизводства в структуре факторов интенсификации инновационной активности.....	4
<i>Углич Е.А. (Россия, г. Ростов-на-Дону)</i> Инновационная экосистема университета как модель управления коммерциализацией инноваций.....	10
<i>Зарайская О.А. (Россия, г. Москва)</i> Актуальные проблемы улучшения жилищных условий населения России.....	16
<i>Чурзина И.В. (Россия, г. Москва)</i> Налоговые льготы как инструмент социальной политики.....	23
<i>Чурзина И.В. (Россия, г. Москва)</i> Налоговая политика в системе государственного управления инновациями.....	30
<i>Гаврилюк А.В. (Россия, г. Москва)</i> Аспекты инновационного развития Евразийского экономического союза (ЕАЭС).....	37
<i>Малькова И.В. (Россия, г. Москва)</i> Государственная коммуникационная поддержка отечественных товаров как средство обеспечения их конкурентоспособности.....	43

ЗНАЧИМОСТЬ ОБЩЕСТВЕННОГО ВОСПРОИЗВОДСТВА В СТРУКТУРЕ ФАКТОРОВ ИНТЕНСИФИКАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ

***Аннотация.** В данной статье рассмотрены проблемы определения общественного воспроизводства (и его компонентов) как ключевого фактора инновационной активности промышленных предприятий и выявления значимости именно этого фактора для процессов интенсификации инновационной активности современных российских промышленных предприятий. Проанализированы характерные особенности феномена общественного воспроизводства с точки зрения теории структурного функционализма и теории мотивации. На основе проведённого исследования автором предлагается выделить особый пласт потребностей – инновационные потребности, даётся их определение, формулируются основные характеристики и виды. Социально-экономический рост должен обеспечить эффективную работу с инновациями. Работа выполнена в рамках НИР, Проект № 383: «Работники промышленной и научно-технической сферы в условиях моногорода (на примере социологического анализа Тольятти)».*

Обратим внимание на общественное воспроизводство и постараемся определить его место и роль в структуре факторов инновационной активности современных промышленных предприятий. Основатель современной концепции инновационного развития Й. Шумпетер рассматривал инновации как условие и суть экономического развития, выражаемое в пяти комбинациях: как «изменение с целью внедрения и использования новых потребительских товаров, новых производственных, транспортных средств, рынков и форм организации в промышленности» [1, с 176]. В итоге анализа теории Й. Шумпетера мы можем представить инновационное развитие как «непрерывный процесс изменений уже существующих или вновь создаваемых продуктов и технологий» [2]. И именно эти изменённые, модернизированные продукты и технологии направлены на обеспечение высокого уровня конкурентоспособности действующих промышленных предприятий. Говоря о непрерывном процессе, необходимо вспомнить Карла Маркса, который составлял воспроизводственный цикл из четырёх основных звеньев: 1) производство; 2) распределение; 3) обмен; 4) потребление.

Существует иной взгляд на природу инновационного социального воспроизводства, характеризующийся творчеством. Так, в научной концепции Брайана Твисса особенно акцентируется значимость нововведений, которые работают на обновление «обновления предыдущей деятельности или процесса» [3, с.21]. Инновационная активность современных промышленных предприятий может быть обеспечена исключительно творческой предпринимательской активностью. Последняя, в свою очередь, может быть обнаружена в ходе производства новых продуктов и услуг, в новых способах и механизмах учитывающих различные потребительские предпочтения. Следуя логике изложения, которой придерживаются учёные, определённые нами к этой группе, одним из условий общественного воспроизводства как фактора инновационной активности является творчество. Таким образом, источником инновационной активности в данных теориях является хозяйственная деятельность (а именно, её направленность на научно-техническое творчество) самого предприятия по производству новых продуктов, внедрения новых технологий.

Кроме того, существует третья группа мнений учёных и исследователей, которые утверждают, что одним из ключевых факторов инновационной активности является структура и качество

* Желнина Евгения Валерьевна, к.э.н., доцент, ФГБОУ ВПО «Тольяттинский государственный университет».

потребления, а конкретно их изменение, происходящие под мощным воздействием глобализационных процессов в области массового производства.

Но, анализируя указанные научные подходы, можно выявить, что представители всех трёх направлений признают, что человеческая деятельность во всём её многообразии является первоосновой социальных, общественных отношений. А в свою очередь, инновационная деятельность (в нашем случае – активность), как составляющая человеческой деятельности, берёт начало в деятельности социальной. Другими словами, истоки инновационной активности, так или иначе, необходимо искать в социальных отношениях, социальной действительности, реальности.

Говоря о социальных отношениях, следует упомянуть о социальном капитале, который является одним из важных элементов капитала человеческого. Для нашего исследования очень интересно определение социального капитала, данное российским экономистом, доктором экономических наук Людмилой Георгиевной Симкиной. Итак, человеческий капитал она определила как форму жизнедеятельности, выраженную в определённом способе «взаимодействия производства и потребления, соответствующем условиям развития современной инновационной экономики и являющаяся всеобщеконкретной» [4, с 51]. В данном, современном определении опять проявляется диалектика производства и потребления раскрытая ещё в XIX веке Карлом Марксом [5, с 584]. В своих работах он обнаруживал тройкую идентичность производства и потребления. В первом случае наблюдается непосредственная идентичность: производство – это потребление, а потребление – это производство. Данный факт мы можем увидеть в том, что производство является прямым потреблением средств производства и способностей человека. А в свою очередь, потребление различного рода предметов влияет на производство человека. Примечательно, что подобного рода ситуация в большей степени была характерна для индустриального общества. В инновационной экономике на первый план выдвигается потребительное производство, в основе которого лежит обновление свойств производимых товаров. Например, новое покрытие режущего инструмента, которое позволяет более эффективно обрабатывать металлическую поверхность в производственном процессе, либо производство товаров с новыми потребительскими свойствами (например, бензин с различного рода присадками (моющими, чистящими), который, помимо основной функции (обеспечения двигателя топливом), обладает и дополнительным потребительским свойством – очистки двигателя и топливной системы автомобиля). Именно поэтому для обеспечения стабильности в процессах общественного воспроизводства и, следовательно, социально-экономического роста необходима инновационная активность предприятия.

Во втором случае, следуя логике рассуждения К. Маркса, производство и потребление опосредствуют друг друга:

- 1) производство опосредствует потребление, создавая материал для потребления – продукты и услуги;
- 2) потребление опосредствует производство, создавая для продуктов субъекта – потребителя.

В этом случае и производство, и потребление является для другого средством, одно опосредствуется другим. В инновационной экономике процессы производства и потребления также находятся в непрерывной взаимосвязи и взаимоотношении друг с другом.

В третьем случае, производство и потребление воспроизводят друг друга:

- 1) потребление может создавать производство двумя путями:
 - во-первых, посредством уничтожения продукта, потребление порождает способности производителя. Именно поэтому наблюдается тенденция к производству доступных для потребителя товаров, дополнительные или запасные части и детали или расходные материалы к которым, достаточно дороги. Таким образом, используя продукт, потребитель формирует спрос и стимулирует активность производителя;
 - во-вторых, изменённые потребности создают необходимость в новом производстве;

- 2) производство может создавать потребление уже тремя путями:
- первый путь – непосредственное создание материала для потребления товаров и услуг (например, принтеры и расходные материалы – краски и порошки, различные виды бумаги, а также услуги по заправке картриджей и тонеров и т. д.);
 - второй путь – производство, предлагая товары, инструктирует потребителя, определяя способ потребления (это касается базовых серий товаров; так, например, предлагая потребителю автомобиль с базовой комплектацией, производитель, тем не менее сообщает, что существуют некоторые дополнительные опции, существенно улучшающие комфорт пользования данным автомобилем);
 - третий путь – через создание новых товаров и услуг производство возбуждает в потребителе новые потребности (автомобили – «внедорожники»; «кроссовер», «паркетник»; «внедорожники» для города).

Подводя итог проведённому анализу воззрений К. Маркса, скажем, что процессы «производство» и «потребление»: 1) совпадают друг с другом; 2) опосредствуют друг друга; 3) каждое из них создаёт себя как другое.

Причём, рассматриваемые вне конкретно-исторических форм, и производство, и потребление представляют собой ключевые, базисные факторы жизнедеятельности как общества в целом, так и отдельного человека в частности. Именно поэтому для обеспечения стабильности в процессах общественного воспроизводства и, следовательно, социально-экономического роста необходима инновационная активность предприятия.

В сфере общественного воспроизводства существуют и активно используются понятия «конкуренция» и «конкурентоспособность». В современных условиях перманентной нестабильности и жёсткой конкурентной борьбы в большей степени выгодном положении находятся предприятия, способные гибко реагировать на изменения спроса. Известный современный немецкий экономист-исследователь Герхард Менш утверждает, что основной импульс социально-экономического развития происходит от новых товаров, новых средств и методов производства. Важно отметить, что данный импульс наиболее очевиден в фазе рецессии длинной волны экономического цикла. Именно в это время социально-экономическая сфера и составляющие её элементы (предприятия, потребители и т. д.) оказываются структурно и социально готовыми для перехода к нововведениям [6]. В условиях интенсивно развивающихся глобализационных процессов факторы циклического развития экономики в целом оказывают ощутимое влияние на инновационное развитие каждого отдельного промышленного предприятия. При более тщательном анализе инновационная активность промышленных предприятий может быть рассмотрена с двух сторон, аспектов. С одной стороны, предприятия выступают активными разработчиками и производителями инноваций. С другой стороны, предприятия в то же время являются основными заказчиками и потребителями инноваций.

Высокий уровень инновационного развития промышленных предприятий может активно воздействовать на дальнейшее развитие инновационной деятельности как данного предприятия, так и его конкурентов и партнёров, а также на весь социально-экономический сектор региона. Советский учёный, экономист Н. Д. Кондратьев определяет инновации как «результат деятельности по обновлению, как процесс, в котором идея приобретает экономический смысл и расширяет сферу потребления инновационного продукта» [7, с 17]. Мы можем констатировать, что в экономике инновационного типа происходит смена вектора приоритетов в определении доминирующих общественных потребностей. Итак, до начала XX в. преобладающими признавались материальные потребности, а в структуре общественных ценностей доминировали материальные. Далее, в 20–30 гг. XX в. начинают интенсивно актуализироваться социальные потребности, проявляющиеся в получении образования, повышении ожиданий от услуг в сфере здравоохранения, возрастанию интереса к культуре, а также защите окружающей среды как ареала проживания человека. Существенный поворот в сторону самых высоких потребностей (согласно иерархии А. Маслоу) наблюдался в 70–80 гг. XX в. Данный период характеризуется ростом духовности и культурного

уровня, творческим и креативным развитием личности, интенсификацией человеческого общения, увеличения спектра способов и возможностей самовыражения и самообогащения личности.

Результаты исследований позволяют констатировать, что для большинства людей в развитых странах сегодня потребности первого, второго и третьего уровней в пирамиде потребностей А. Маслоу практически достигли высокой степени удовлетворения и играют относительно незначительную роль [4, с 52]. В обществе инновационного типа тенденции в изменении потребностей также можно отразить в рамках теории потребностей А. Маслоу [8, с 99]. Наиболее актуализированными сейчас являются так называемые потребности нового типа. Данные потребности формируются на базе тяготения современного человека к саморазвитию и самовыражению в процессе личной, общественной и профессиональной деятельности.

В целях иллюстрации изменения структуры потребностей мы предлагаем авторскую модель развития потребностей в зависимости от развития общества. Предложенная нами «расширяющаяся воронка потребностей» развивает теорию потребностей А. Маслоу, добавляя в неё такие составляющие, как уровень развития общества: первобытнообщинное, рабовладельческое, феодальное, индустриальное, постиндустриальное. Как видно на модели, пирамида потребностей слегка скошена вправо, поскольку в постиндустриальном обществе наблюдается достаточно широкий спектр потребностей, начиная от физиологических и заканчивая потребности в саморазвитии и самоопределении.

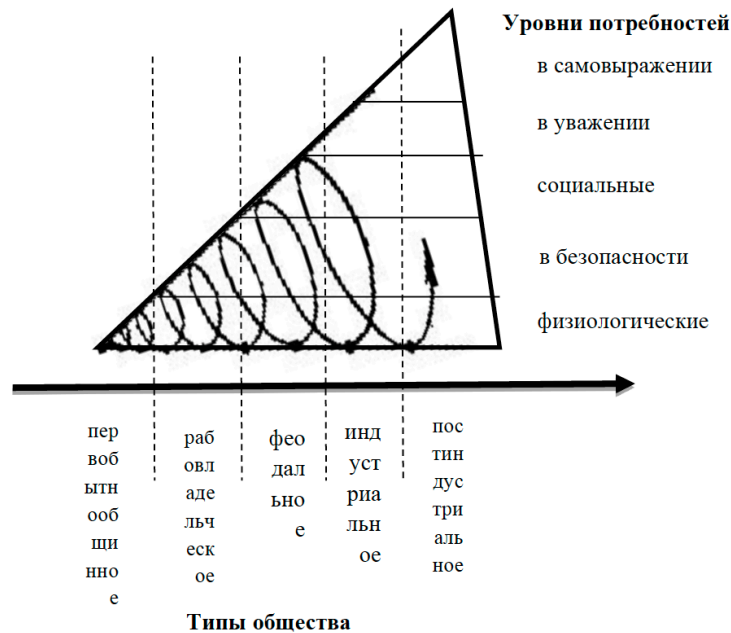


Рис. 1. Изменение структуры потребностей в зависимости от уровня развития общества.

Источник: составлено автором

Авторская модель позволяет «увидеть» доминирующую структуру потребностей на определённой ступени развития общества. Так, например, для первобытнообщинного типа общества наиболее актуальными были физиологические потребности и потребности в безопасности. В эпоху рабовладельческого общества появляются некоторые социальные потребности, потребности в принятии. Важно понимать и принимать во внимание, что предложенная нами модель расширяющейся воронки потребностей показывает лишь усреднённую структуру потребностей, характерную для определённого типа общественного развития.

Само появление принципиально новых потребностей (ещё не удовлетворённых) вступает в острое противоречие с существующей структурой и уровнем развития имеющихся у человека спо-

собностей. Данное противоречие является импульсом к дальнейшему развитию, совершенствованию. Наличие данного противоречия является очень ценным для общества, поскольку даёт энергию для его совершенствования, является основанием динамики общественной жизнедеятельности.

Говоря о доминирующей в обществе системе потребностей, необходимо сделать акцент на инновационных потребностях. Очевидно, что существует причинно-следственная связь между деятельностью и потребностями. Потребность является единственным источником и побуждающим фактором любой человеческой деятельности, в том числе и инновационной активности. Есть все основания полагать, что если нет потребности, то нет и деятельности. В свою очередь, можно наблюдать и обратную связь: если существует деятельность, то есть и обуславливающие её потребности. Любую деятельность нет смысла изучать без всестороннего анализа потребности, которые её обусловили, поскольку именно они могут показать её целесообразность и эффективность. С другой стороны, на основе комплексного анализа деятельности индивида можно делать выводы о потребностях (или их структуре), которые явились её причиной. Это в полной мере относится и к взаимодействующей паре «инновационная потребность – инновационная деятельность». Проведя скрупулёзный анализ научной литературы [1, 6, 9, 10, 11, 12] на предмет изучения инновационных потребностей, мы пришли к выводу, что, несмотря на достаточно подробную разработанность проблематики и теории социологии инноватики, вопросы инновационных потребностей до сих пор не были озвучены в научном дискурсе. В своей работе мы выявили два направления (подхода) к формированию определения понятия инновационной потребности. Во-первых, конструктивистский подход, согласно которому инновационная потребность представляет собой ощущаемую нужду в обновлении способов и видов деятельности, обусловленную рассогласованием между воспроизводимой деятельностью и изменившимися условиями труда. Важно отметить, что удовлетворение инновационной потребности не имеет ничего общего с приспособлением, адаптацией к изменяющейся внешней среде. Во-вторых, согласно функционалистскому (бихевиористскому) подходу инновационная потребность представляет собой функциональное свойство социальной системы (индивид, группа) активно реагировать на рассогласование между наличным и нормальным состоянием воспроизводимой деятельности.

При более подробном рассмотрении инновационных потребностей можно увидеть их различные типы. По субъектам-носителям инновационные потребности делятся на: индивидуальные; групповые; общественные.

На основе анализа происхождения мы выделили три основных типа инновационных потребностей: первичные, вторичные и спонтанные.

Данную причинно-следственную связь (потребность поведение) промышленные предприятия могут использовать для интенсификации собственной инновационной активности двояко. Во-первых, формировать и актуализировать инновационные потребности работников для стимулирования инновационной активности. Во-вторых, выявлять актуализированные инновационные потребности наиболее активных сотрудников в целях формирования проектных групп для работы по поиску, оценки и разработки инноваций.

Таким образом, на основе проделанного анализа можно прийти к выводу, что инновационная активность промышленных предприятий проявляется в том, что она формирует и актуализирует инновационные потребности (потребности в новых знаниях, технологиях, товарах и услугах) и, тем самым, определяет механизмы инновационного развития.

Подводя итог проведённому анализу, сделаем некоторые выводы.

Во-первых, источником инновационной активности является хозяйственная деятельность (а именно, её направленность на научно-техническое творчество) самого предприятия по производству новых продуктов, внедрения новых технологий.

Во-вторых, истоки инновационной активности необходимо искать в социальных отношениях, социальной действительности, реальности.

В-третьих, инновационная активность промышленных предприятий проявляется в двух аспектах: предприятия выступают активными разработчиками и производителями инноваций; в

то же время они являются основными заказчиками и потребителями инноваций.

В-четвертых, в экономике инновационного типа происходит смена вектора приоритетов в определении доминирующих общественных ценностей.

В-пятых, авторская модель расширяющейся воронки потребностей позволяет «увидеть» доминирующую структуру потребностей на определённой ступени развития общества.

В-шестых, инновационная потребность представляет собой ощущаемую нужду в обновлении способов и видов деятельности, обусловленную рассогласованием между воспроизводимой деятельностью и изменившимися условиями труда (конструктивистский подход). Инновационная потребность представляет собой функциональное свойство социальной системы (индивид, группа) активно реагировать на рассогласование между наличным и нормальным состоянием воспроизводимой деятельности (функционалистский (поведенческий) подход).

В-седьмых, инновационная активность промышленных предприятий проявляется в том, что она формирует и актуализирует инновационные потребности (потребности в новых знаниях, технологиях, товарах и услугах) и, тем самым, определяет механизмы инновационного развития.

Список литературы:

- [1] Шумпетер, Й. А. Капитализм, социализм и демократия / Пер. с нем; пер. с англ. – М.: Эксмо, 2008. – С. 176.
- [2] Никулина, О. В. Системный подход к управлению инновационным развитием промышленных предприятий [Электронный ресурс] // Современные технологии управления. – 2012. – № 5 (17). – № гос. рег. статьи 0421200170\0027. – Режим доступа к журн.: <http://sovman.ru> (Дата обращения: 07.10.2014 г.).
- [3] Твисс, Б. Управление научно-техническими нововведениями: Сокр. пер. с англ. / Авт. предисл. и науч. ред. К. Ф. Пузыня. – М.: Экономика, 1989. – С. 21.
- [4] Симкина, Л. Г. Человеческий капитал в инновационной экономике. – СПб.: СПбГИЭЛ, 2000. – С. 51 – 54.
- [5] Капитал : Критика политической экономии. Т. 1. Кн. 1. Процесс производства капитала / К. Маркс. – Москва : Политиздат, 1983. – С. 584 – 585.
- [6] Менш, Г. Неоклассические теории инноваций – М.: Наука. – 1981.
- [7] Кондратьев, Н. Д. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения. – М.: Экономика, 2002. – С. 17.
- [8] Иноземцев, В. Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы. – М.: Логос, 2000 – С. 97 – 103.
- [9] Eyerman, R., Jamison, A. Social Movements. A cognitive Approach / R. Eyerman, A. Jamison. – Cambridge, Oxford: Polity Press, 1991. – 184 p.
- [10] Hall, R. H., Buttram, R. T. Sociology of Work: Perspectives, Analyses, and Issues / R. H. Hall., R. T. Buttram. – London: Pine Forge Press, 1999. – 465 p.
- [11] Rastogi, P. N Management of Technology and Innovation. – London, SAGE Publication Ltd. 2009. – 323 p.
- [12] Sharratt, L., Harild, G. Good to Great to Innovate. – London, SAGE Publication Ltd. 2014. – 204 p.

ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОСИСТЕМА УНИВЕРСИТЕТА КАК МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЕЙ ИННОВАЦИЙ

***Аннотация.** Решение проблем коммерциализации университетских исследований и разработок зависит от эффективного функционирования инновационной экосистемы университета, способствующей трансформации научных исследований и разработок в рыночный продукт. Анализу проблем функционирования инновационной экосистемы университета посвящено данное исследование. По мнению авторов, перспективы развития инновационной экосистемы университета видятся в стратегическом развитии и взаимодействии ее трех базовых составляющих, выполняющих стимулирование научных исследований, обеспечение их коммерциализации и формирование партнерской организационной культуры в совокупности необходимыми компетенциями инновационного предпринимательства.*

Введение. Рубеж XX-XXI столетий ознаменовался радикальными преобразованиями системы высшего образования во всем мире. Сегодня университеты изменяются, приспособившись к новым потребностям глобального информационного общества. С одной стороны, они должны выполнять свою классическую функцию – быть гарантом универсальных ценностей и культурного развития, с другой стороны, они должны вносить весомый вклад в экономику, основанную на знаниях, посредством коммерциализации результатов научно-исследовательской деятельности и развития предпринимательской культуры. В связи с этим, важной задачей ведущих университетов России является развитие объектов инновационной инфраструктуры и предпринимательских сообществ. Реализация поставленной задачи зависит от успешного развития инновационных экосистем университетов.

Экосистемный подход к исследованию инновационного процесса нашел отражение в работах К. Факуды и С. Ватанэйба [11], Д. Джексона [12], Б. Меркона и Д. Гоктаса [14], Н. Смородиной [6] и др. Несмотря на значительное внимание к данной проблеме, многие вопросы остаются нерешенными, прежде всего, это касается обеспечения процесса коммерциализации инноваций в университетах. Зарубежный опыт показал важность преодоления барьеров на пути коммерциализации инноваций посредством механизмов поддержки и стимулирования, содержащихся в инновационной экосистеме университета.

Данный доклад посвящен исследованию содержания и значения инновационной экосистемы с целью поиска путей повышения эффективности коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности в университете.

В основе исследования лежит применение методов системного анализа, которые позволили выявить существенные характеристики инструментов инновационной инфраструктуры в изменчивой экономической среде. Данное исследование также основано на консолидации принципов эволюционной экономики [15] и институциональной теории [10; 13] в соответствии с которыми институты, обладающие максимальным набором благоприятных свойств, способствуют эффективному развитию общества и экономики, сохраняются и получают дальнейшее развитие.

Концепция инновационных экосистем. Само понятие «экосистема» было введено в научный оборот английским ботаником А. Тенсли, под этим термином он понимал любую совокуп-

* Угнич Екатерина Александровна, к.э.н., доцент Донского государственного технического университета (г. Ростов-на-Дону)

ность совместно обитающих организмов и окружающую их среду [16, с. 295]. Таким образом, под экосистемой понимается система обмена энергией, взаимосвязей между ее участниками. Схожесть функций и структура экономических систем позволяют применить термин экосистема и в экономических науках. Теория биологических систем достаточно глубоко исследована и дает возможность нетривиально подойти к описанию механизмов функционирования экономических систем. Применение этой теории для решения проблем инновационного процесса, позволяет выявить провалы его реализации, а также смоделировать перспективы. В связи с этим, целесообразным представляется исследование механизма коммерциализации инноваций с точки зрения экосистемного подхода.

Фокус исследования экосистем применительно к инновационному процессу и сообществу его участников обусловлен развитием концепции открытых инноваций [8, с.41], в основе которой лежит массовый аутсорсинг и формирование глобальных стоимостных цепочек.

Если биологическая экосистема представляет собой сложный комплекс отношений между живыми организмами и неорганическими компонентами, функциональной задачей которых является поддержание жизнедеятельности и круговорота веществ за счет постоянного потока энергии, то в основе инновационной экосистемы, как экономической модели, лежит динамика сложных отношений, которые формируются между субъектами инновационного процесса, чьи функциональными целями является включение и развитие инноваций [12].

Концепция инновационной экосистемы была предложена Чарльзом В. Веснером [17]. Она предлагает инструмент для создания условий, повышающих конкурентоспособность организаций в национальных и региональных экономиках. В центре концепции – представление об инновации как о процессе трансформации идеи в рыночный продукт или сервис, который требует множества коллективных усилий участников: компаний, университетов, исследовательских компаний, венчурных фондов и др. Инновационная экосистема объединяет эти усилия, позволяя добиться синергетического эффекта.

Экосистемный подход, в основе которого лежит исследование взаимосвязей между компонентами сообщества и их окружением, позволяет рассмотреть механизм коммерциализации инноваций как некое подобие природного геобиоценоза с присущим ему видовым разнообразием «организмов» и «экологических ниш». В ходе теоретических дискуссий сложилось несколько подходов к пониманию «организмов» в инновационной экосистеме. Это могут быть как различные формальные и неформальные институты, т.е. правила и процедуры, которые формируют коллективное воздействие в процессе создания идеи и продвижения ее на рынок [17], так и группы субъектов, создающие ценность [9] или партнеры, прямо и опосредованно участвующие в создании инноваций [7].

Под «экологической нишей» в биологии понимается положение вида, которое он занимает в общей системе, комплекс его биоценологических связей и требований к факторам среды. Применительно к инновационной деятельности в качестве «экологической ниши» может выступать совокупность институтов поддержки инновационного бизнеса характерных для той или иной стадии инновационного процесса. Таким образом, экосистемный подход позволяет исследовать и выявлять состояние, объем и качество институтов поддержки инновационной деятельности, анализировать состояние «окружающей среды» и ее взаимосвязи с сообществом предпринимателей и разработчиков.

«Как любая естественная экосистема, экосистема бизнеса по природе своей столь же неоднородна... Не бывает экосистем, в которых представлены только травоядные или исключительно хищники. Экосистема всегда устроена сложно. Авторы проектов и источники финансирования — ее базисные составляющие. Однако для их работы требуется множество сервисов — от самых простых и примитивных до сложных и высокоуровневых. Управление интеллектуальной собственностью, маркетинг, продвижение разработок на рынке...» [1]. Таким образом, сообщество организмов инновационной экосистемы представляет собой систему взаимосвязанных и дополняющих друг друга институтов, участников и их взаимодействия, которые призваны обеспечивать коммерциализацию инноваций — от этапа научной разработки до появления коммерческого продукта или услуги.

Биологические экосистемы можно рассматривать на нескольких уровнях: «оправдан взгляд на весь живой мир как на одну огромную экосистему, однако чаще и конструктивнее мы говорим об экосистеме дождевого леса, экосистеме дубравы; но можно не ограничивать размер и полноту сообществ, поэтому вполне уместно утверждение о существовании экосистемы, сконцентрированной вокруг отдельного растения. Обязательное обстоятельство, которое следует учитывать при введении этого понятия, заключается в том, что оно включает все, что способствует поддержанию жизни в пределах определенного пространства и времени» [4]. Экосистемный подход рассматривает и инновационные системы разных уровней (национального, регионального, кластерного и др.) подобно живым социальным организмам, подверженным непрерывной изменчивости под влиянием новых мотиваций участников и новых обстоятельств. Трансформация университета в общепризнанный источник технологий, человеческих ресурсов и знаний обусловила возможности для создания его инновационной экосистемы, предназначенной для коммерциализации инноваций. Новой миссией университетов становится капитализация знаний [2, с.62], поэтому основными направлениями их деятельности должен стать трансфер результатов интеллектуальной деятельности, технологий в сектор производства товаров и услуг, а также актуальных научных и научно-технических задач в сектор исследований и разработок. Для решения поставленных задач университет должен обладать необходимыми компонентами, которые, с одной стороны, будут формировать умения, навыки, опыт, компетенции для внедрения инноваций и управления предприятием, а с другой стороны, способствовать формированию ресурсов для воспроизводства и постоянного развития. В то же время инновационная экосистема университета даже при наличии всех необходимых компонентов не будет эффективной, если ресурсы, вложенные в исследования, в дальнейшем не будут воплощаться в инновациях, приносящих прибыль, что отражается уже в коммерческом формате университета. Таким образом, комплексный подход к анализу инновационных экосистем университета требует не только исследование их институтов и участников, но и их взаимодействие и специфику окружающей среды, в частности, культуру, технологии, ресурсы.

Проблемы функционирования и развития инновационной экосистемы университета. Создание конкурентоспособных продуктов в университете напрямую зависит от эффективности функционирования его инновационной экосистемы. Актуальность и необходимость развития инновационных экосистем подтверждается повышением интереса вузов, бизнес-сообществ и государственных органов власти к участию и организации различных форумов и программ по данному направлению. Российской венчурной компанией и бизнес-инкубатором «Ингрия» было проведено исследование развития инновационных экосистем в российских вузах и научных центрах, в ходе которого была предложена методология измерения инновационной экосистемы и выявлены барьеры для трансфера технологий [5]. В соответствии с данной методологией выделяется четыре основных параметра измерения инновационной экосистемы: целеориентированность, субъекты, связи между ними и среда, которая предоставляет ресурсы для субъектов.

Безусловно, универсальной модели инновационной экосистемы университета не существует. Каждый университет уникален в своих ресурсах, потребностях, возможностях, мотивах и барьерах в сфере инноваций. Однако, вне зависимости от этих особенностей, цель функционирования инновационной экосистемы университета заключается в реализации процесса коммерциализации инноваций, имеющего ясный результат в виде вывода продуктов на рынок. Функционирование инновационной экосистемы направлено на обеспечение последовательного, неразрывного процесса коммерциализации превращающего поток идей, разработок и компетенций команд в активы с последующей их продажей. В то же время разработчики и субъекты инновационной инфраструктуры вузов не всегда имеют стимулы для превращения инновационной идеи в рыночный продукт. До стадии внедрения в промышленность доходит менее 5% вузовских разработок [3]. Причина этого заключается в то, что финансирование разработок российских вузов более чем на 90% происходит за счет государства и связано с крупными государственными проектами, которые сфокусированы на стадии «запуска идеи». Тем самым у разработчиков формируется мотивация участвовать в первых этапах разработки проекта при отсутствии необходимости искать производство и внедрять свои разработки.

Субъектами инновационной экосистемы являются разработчики инновационного продукта, заказчики, формирующие спрос на инновационную продукцию и субъекты инновационной инфраструктуры. Задачей субъектов инфраструктурной поддержки инновационной экосистемы университета является обеспечение бесперебойности процесса коммерциализации. Инновационная экосистема будет успешно функционировать только в том случае, если будет обеспечено разнообразие ее участников, обладающих необходимыми ресурсами, компетенциями и целевыми установками. По аналогии с биологической экосистемой, деятельность субъектов инновационной экосистемы можно охарактеризовать с точки зрения их причастия к определенным «экологическим нишам». В частности, характеристику ее субъектов можно рассмотреть с позиций процесса коммерциализации: от разработок к формированию активов и от активов к рыночной сделке. Д. Джексон [12] отмечает, что в основе любой модели инновационной экосистемы должны быть две взаимосвязанных составляющих, одна из которых направлена на обеспечение научных исследований и разработок, а другая – на поддержку и стимулирование коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности. Вторая составляющая инновационной экосистемы учитывает динамику сложных взаимоотношений, которые образуются между ее участниками, чья функциональная задача заключается в обеспечении продвижения инноваций, предоставления доступа к услугам бизнес-акселерации, организацию доступа к финансированию со стороны бизнес-ангелов и фондов предпосевных и посевных инвестиций. Большинство российских вузов имеют достаточное количество субъектов инновационной экосистемы. Например, в Донском государственном техническом университете, к субъектам инновационной экосистемы первой составляющей можно отнести Управление научных исследований, Молодежный инновационный центр (МИЦ), Южный центр модернизации машиностроения (ЮЦММ), отдел защиты и коммерциализации интеллектуальной собственности, три центра коллективного пользования. ЮЦММ, МИЦ и центры коллективного пользования организуют необходимые дополнительные испытания, создание опытного образца и др. При необходимости подбирается команда для проведения дополнительных исследований и испытаний. К субъектам, обеспечивающим непосредственно коммерциализацию инновационных проектов можно отнести молодежный бизнес-инкубатор, региональный бизнес-катализатор, инжиниринговый центр. Отдельные функции по обеспечению продвижения инновационного проекта на рынок выполняет также отдел защиты и коммерциализации интеллектуальной собственности. Все эти структуры направлены на стимулирование разработок и трансформации их в инновационный проект путем предоставления акселерационных услуг и организации доступа к источникам инвестиций. Опираясь на зарубежный опыт, можно отметить, что в структуре субъектов, обеспечивающих коммерциализацию инновационного проекта, могут присутствовать и субъекты финансовой поддержки (например, Фонд прикладных исследований Тель – Авивского университета). Для российских университетов подобные структуры не характерны. В российской практике основной проблемой функционирования инновационной экосистемы университетов является отсутствие единых стандартов для деятельности всех субъектов и их слабые взаимосвязи. Барьером, мешающим взаимодействию субъектов инновационной экосистемы университета является разрыв коммуникаций между сообществом разработчиков и индустрией, разрыв между профильными подразделениями, а также между профильными подразделениями и командой разработчиков. Прикладные исследования оторваны от потребностей потенциальных заказчиков реального сектора экономики, поскольку они зачастую инициируются разработчиками в рамках выполнения диссертационных исследований или научных грантов. Зарубежный опыт показывает, что наиболее успешными способами преодоления разрыва с промышленными предприятиями является создание совместных фондов для финансирования разработок ранних стадий (например, фонд созданный израильской компанией трансфера технологий Института Вейцмана KTTUeda с компаниями Tevai J&J) и работа в консорциумах [5].

При анализе среды экосистемы необходимо учитывать, что инновационная экосистема университета имеет определенное место в более крупной экосистеме, например региона или кластера, где формируются партнерские взаимоотношения с университетом. Инновационной экосистема Донского государственного технического университета является в свою очередь «организмом» инновационной экосистемы Ростовской области и машиностроительного класте-

ра Ростовской области. Ростовская область обладает значительным инновационным и инвестиционным потенциалом. Так, в Национальном рейтинге состояния инвестиционного климата, проводимого в 2014 г. регион занял 11 место. Участники инновационной экосистемы региона представлены субъектами, выполняющими научные исследования и разработки (104 организации), 87 образовательными учреждениями высшего и среднего профессионального образования, субъектами инфраструктуры поддержки (3 технопарк, 8 бизнес-инкубаторов, центр трансфера технологий и др.), инвестиционными институтами (преимущественно банками), консалтинговыми организациями и др. Вместе с тем, в Ростовской области слабо развит механизм венчурного финансирования, отсутствует региональный венчурный фонд. Предприятия высокотехнологичных отраслей экономики, составляющих лишь 5,5% от общего числа предприятий материальной сферы экономики Ростовской области. С одной стороны это может свидетельствовать о невысокой инновационной активности потенциальных заказчиков инновационной экосистемы университета, а с другой стороны о недостаточно эффективных взаимосвязях промышленности и университета. Таким образом, с одной стороны внешняя среда выдвигает новые требования и условия, способствующие саморазвитию экосистемы, которые возникают в результате взаимодействия ее субъектов с окружающей средой.

Необходимо отметить, что успешная инновационная экосистема университета сама формирует подходящую среду для коммерциализации, в частности может развивать необходимые неформальные институты, такие как партнерская организационная культура. Партнерская организационная культура в наибольшей степени соответствует успешному развитию инновационной экосистемы. Она содержит в своей основе динамичное предпринимательское и творческое начало, акцентируя внимание на развитии и обретении новых возможностей, поощрение новаторства, импровизации, личной инициативы и свободы. С успехом ассоциируется постоянное развитие научных исследований и предпринимательской инициативы с целью предоставления уникальных и новых продуктов или услуг. Для партнерской организационной культуры характерна гибкая проектно-матричная структура. В основе ценностей лежит индивидуальное, социальное, культурное, моральное творчество. Именно партнерская организационная культура позволит экосистеме университета реализовать задачу по формированию компетенций предпринимателей-универсалов, генерирующих идеи, ставящих задачи и разрешающих технологические и организационные противоречия в современном мире.

По нашему мнению, в инновационной экосистеме университета, наряду с компонентами по обеспечению научных исследований и их коммерциализации, должна быть и третья функциональная составляющая, направленная на формирование партнерской организационной культуры и необходимых компетенций в сфере инновационного предпринимательства, маркетинга технологий, защиты интеллектуальной собственности. Формирование этих компетенций необходимо закрепить как в качестве обязательного компонента в рамках образовательной программы высшего профессионального образования для инженерных специальностей, так и посредством регулярного повышения квалификации сотрудников и руководителей элементов инновационной инфраструктуры университета. Взаимодействие трех функциональных составляющих инновационной экосистемы университета должно способствовать сокращению барьеров на пути коммерциализации инноваций, связанных с разрывом коммуникаций между субъектами, недостатком маркетинговых исследований, слабо развитой партнерской организационной культурой.

Заключение. Для успешной реализации университетом миссии коммерциализации знаний необходимо развитие успешной инновационной экосистемы. Сегодня в российских ведущих вузах создано значительное число важных элементов инновационной инфраструктуры, однако говорить о целостной и эффективной экосистеме говорить еще рано. Практика развития инновационных экосистем российских университетов показала, что основными проблемами ее функционирования являются фактическая неопределенность ее цели, разрывы коммуникаций между сообществом разработчиков и индустрией, между профильными подразделениями, а также между профильными подразделениями и командой разработчиков, слабые взаимосвязи с внешней средой, отсутствие партнерской организационной культуры. Решению этих проблем во многом

способствует стратегическое развитие и взаимодействие трех базовых составляющих инновационной экосистемы, выполняющих стимулирование научных исследований, обеспечение их коммерциализации и формирование партнерской организационной культуры в совокупности необходимыми компетенциями инновационного предпринимательства.

Список литературы

- [1] Агамирзян И. Инновационная Россия: время перемен [Электронный ресурс]//URL: http://novatory.com/sites/default/files/verstka_osn.pdf (дата обращения 02.12.2013г.)
- [2] Ицковиц Г. Тройная спираль. Университеты – предприятия – государство. Инновации в действии / пер. с англ. под. ред. А.Ф. Уварова. – Томск: Изд-во Томского государственного университета систем управления и радиоэлектроники, 2010.
- [3] Осипов Г.В., Стриханов М.Н., Шереги Ф.Э. Взаимодействие науки и производства: социологический анализ. М.: ЦСПиМ, 2014
- [4] ОуэнД.Ф. Что такое экология? / Пер. с англ. М.О. Долетбакова; под ред. В.В. Дежкина. – М: Лесная промышленность, 1984
- [5] Развитие инновационных экосистем вузов и научных центров. – СПб.: Ингрия, РВК, 2015
- [6] Смородинская Н.В. Сетевые инновационные экосистемы и их роль в динамизации экономического роста // Инновации. – 2014. – №7 (189). С.27-33
- [7] Ander R. Match you innovation strategy to you innovation ecosystem. Harvard Business Review, 84, 2006
- [8] Chesbrough H. The era of Open innovation // Sloan Management Review. № 3. 2003: p.35-44
- [9] Durst S., Poutanen P. Success factors of innovation ecosystem – initial insights from literature review, 2013
- [10] Freeman, C. Technology Policy and Economic Performance: Lesson from Japan. Pinter Publisher, 1987
- [11] Fukuda K., Watanabe C. Japanese and US perspectives on the National Innovation Ecosystem. Technology in society. Vol 30 iss1 Jan, 2008
- [12] Jackson D. J. What is an Innovation Ecosystem? National Science Foundation, Arlington, VA, 2011 Retrieved from <http://urenio.org/wp-content/uploads/2011/05/What-is-an-Innovation-Ecosystem.pdf>
- [13] Lundvall B.-A. National Systems of Innovation. Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning. Pinter Publisher, 1992
- [14] Mercan B., Goktas D. Components of Innovation Ecosystems: A Cross- Country Study//International Research Journal of Finance and Economics. 2011. № 76
- [15] Nelson R. R., Winter S. G. An Evolutionary Theory of Economic Change. Cambridge University Press, 1982
- [16] Tansley, A.G. The use and abuse of vegetational terms and concept // Ecology №16 (3). 1935. – pp. 284–307
- [17] Wessner C.W. Innovation policies for the 21th century. Report of a symposium. The National Academies Press. Washington, D.C., 2007

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ УЛУЧШЕНИЯ ЖИЛИЩНЫХ УСЛОВИЙ НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ

Аннотация. В статье раскрывается одна из актуальных проблем повышения жизненного уровня населения – обеспечение его жильем. Реализация показана через механизм функционирования рынка недвижимости и государственной жилищной политики. Подчеркивается важность государственной поддержки в решении жилищных проблем. Анализ ведется на материалах России. Предложены рекомендации по совершенствованию государственной жилищной политики.

На фоне экономического кризиса 2014-2015 годов в России происходит существенное падение уровня жизни населения. В связи с этим на первый план выходит проблема повышения качества жизни, которая определяется системой социально-экономических показателей, характеризующих обеспеченность населения материальными и духовными благами, а также степень удовлетворения потребностей людей в этих благах.

Жилье в совокупности факторов, из которых складывается уровень жизни населения, занимает важное место. Более того, недвижимость выступает основой национального богатства страны. По числу собственников она имеет массовый и всенародный характер. Собственность на недвижимость – первичная основа свободы, независимости и достойного существования всех людей.

Механизмом, реализующим задачу улучшения жилищных условий населения России, является, с одной стороны, функционирование рынка жилья, способствующего приобретению недвижимости всеми, кто имеет такие возможности, с другой стороны, государственная жилищная политика, направленная на предоставление льгот тем категориям населения, которые самостоятельно по тем или иным причинам не могут приобрести жилье.

Российский опыт формирования рынка жилья, также как и история становления рыночных отношений в экономически развитых зарубежных странах, показывает решающую роль целенаправленного государственного воздействия на состояние и динамику развития данного рынка. Необходимость государственного регулирования рынка недвижимости обусловлена потребностями развития самой рыночной системы, обнаруживающей плюсы и минусы своего функционирования. Вмешательство государства в сферу недвижимости необходимо с целью нивелирования негативных проявлений рыночного механизма, таких как монополизм, инфляция и др. Кроме того, государственная поддержка необходима малоимущим и социально незащищенным слоям населения, которые по объективным причинам не могут самостоятельно решить жилищную проблему (инвалиды, молодые семьи, военнослужащие и т. д.) [14, с. 171].

Государственное регулирование рынка недвижимости осуществляется следующими путями:

- Прямое вмешательство, (в виде административного управления), которое включает: создание нормативно-правовой базы; отбор и удостоверение статуса профессиональных участников рынка недвижимости; введение механизма ответственности за нарушение нормативных требований при совершении сделок с объектами недвижимости; контроль за соблюдением всеми субъектами рынка недвижимости установленных норм и правил;

* Зарайская Ольга Анатольевна, к.э.н, ассистент кафедры экономики инновационного развития факультета государственного управления МГУ имени М.В. Ломоносова.

регистрация прав на объекты недвижимости и сделок с ними; лицензирование предпринимательской деятельности в сфере недвижимости; выкуп в государственную собственность объектов недвижимости для общественных нужд.

- Косвенное воздействие, с использованием экономических методов управления рынком недвижимости: налогообложение объектов недвижимости, предоставление льгот; регулирование учетной ставки Центрального Банка; реализация государственных целевых программ; выпуск и обращение жилищных сертификатов; предоставление безвозмездных субсидий для приобретения жилья; установление амортизационных норм; реформирование жилищно-коммунального хозяйства; комплексное решение вопросов землепользования и приватизации земли и т.д. [15, с.503].

Особую роль в решении социально-экономических проблем в рыночной системе играет рынок жилья. Однако в России реализация этой проблемы имеет свои сложности. В процессе жилищной реформы большая часть государственного жилищного фонда, переданная в собственность других субъектов гражданского права, стала товаром. Товар этот специфический: у него не только очень высокая стоимость, но и огромная социальная значимость. Проблема решения жилищных проблем охватывает не все слои населения, нуждающихся в государственной помощи. В связи с этим, в последние годы на первый план вышла проблема доступного и комфортного жилья, решение которой выразилось в появлении государственных программ и проектов, охватывающих растущее число нуждающихся. С начала 2006 г. В Российской Федерации стартовал приоритетный национальный проект «Доступное и комфортное жилье – гражданам России», в рамках которого Президентом России были определены четыре приоритетных направления:

- повышение доступности жилья;
- увеличение объемов жилищного строительства и модернизация объектов коммунальной инфраструктуры;
- увеличение объемов ипотечного жилищного кредитования;
- выполнение государственных обязательств по обеспечению жильем установленных категорий граждан.

Федеральная Целевая Программа «Жилище» является основным инструментом реализации приоритетного национального проекта «Доступное и комфортное жилье – гражданам России», в рамках которой на 2011-2015 [7] и на 2016-2020 годы (разработан проект программы), запланировано осуществление нескольких подпрограмм: «Создание условий для обеспечения доступным и комфортным жильем граждан России [6]» (включает отдельную программу «Жильё для российской семьи» [8]), «Создание условий для обеспечения качественными услугами ЖКХ граждан России» [8], «Обеспечение реализации государственной программы», «Обеспечение жильем молодых семей [9]», «молодых специалистов на селе [11]».

В соответствии с вышеуказанными подпрограммами, планируется:

- снизить процентные ставки по ипотечным жилищным кредитам;
- увеличить объемы ипотечного жилищного кредитования до 868 тысяч кредитов в год в 2020 году;
- оказывать государственную поддержку отдельным категориям граждан при ипотечном кредитовании (молодым семьям, работникам бюджетной сферы);
- развить рынок доступного арендного жилья (предусматривается, что к 2020 году доля ввода жилья в арендных многоквартирных домах от общей площади ввода жилья в многоквартирных домах составит 10%);
- предоставить молодым семьям и молодым специалистам на селе возможность получения субсидий на приобретение жилья [7];

- обеспечить государственное страхование ипотечных кредитов социально незащищенным категориям граждан (в том числе, молодым семьям, молодым специалистам на селе, бюджетникам) [8].

Первым толчком к становлению ипотечного жилищного кредитования в современной России стало принятие в мае 1992 г. Закона «О залоге», однако реальное развитие ипотека смогла получить лишь после вступления в силу Закона «Об ипотеке (залоге недвижимости)» 16 июля 1997 г.

Реальным механизмом, способствующим обеспечению жильем широких слоев населения, был призван, вступивший в действие 16 июля 1998 года Федеральный Закон № 102-ФЗ «Об ипотеке (залоге недвижимости)» [4]. С одной стороны, он послужил толчком для развития рынка ипотечного кредитования в Российской Федерации. С другой, низкие доходы основной части населения и высокие проценты выплат по кредитам показали, что инструмент ипотеки для большинства населения остается пока малодоступным.

Вследствие этого в последние годы широкое развитие получила программа «Социальная ипотека», разработанная для обеспечения жильем категорий населения с невысокими доходами: военнослужащих, молодых семей, ученых, учителей, путем оформления кредита на недвижимость с государственной поддержкой, изыскивающей различные механизмы для того, чтобы максимально снизить ставку по ипотечному кредитованию, помочь заемщикам с невысокими доходами. Для семей с детьми в качестве первоначального взноса используется материнский капитал, а, например, у молодых ученых – жилищный сертификат Российской академии наук. Только в августе – сентябре 2012 года РАН выдала молодым ученым около 1,4 тыс. таких сертификатов, это в семь раз больше, чем в 2011 году [30].

Эту программу курирует Агентство по ипотечному жилищному кредитованию (АИЖК), созданное по решению Правительства РФ в 1997 году. Участники этой программы могут приобрести жилье по цене ниже рыночной либо получить кредит с пониженной ставкой по ипотечному кредиту.

Существуют следующие виды социальной ипотеки:

- дотирование процентной ставки по ипотечному кредиту;
- предоставление субсидии на часть стоимости ипотечного жилья;
- продажа государственного жилья в кредит по льготной цене [31].

В рамках программы «Социальная ипотека» получила развитие «Военная ипотека», используемая для обеспечения жильем военнослужащих. 20 августа 2004 года был принят Федеральный закон № 117-ФЗ «О накопительно – ипотечной системе жилищного обеспечения военнослужащих» [5], предоставивший возможность военнослужащим приобретать жилье с использованием инструментов ипотечного кредитования при помощи, так называемой накопительно – ипотечной системы. Основа программы – созданная для них накопительно – ипотечная система (НИС), за которую отвечает государственное унитарное казенное учреждение «Росвоенипотека». Суть данной программы состоит в том, что каждый год на индивидуальный счёт военнослужащего, участвующего в программе, в течение срока службы не менее 3-х лет перечисляется некоторая сумма денег, размер которой устанавливается на уровне Правительства РФ и регулярно пересматривается с учетом инфляции. Накопленную сумму денег военнослужащий может использовать в качестве первоначального взноса при покупке жилья с помощью ипотечного кредита или выплатить часть долга по уже существующей ипотеке.

В 2013 – 2014 годах, в связи с кризисной ситуацией в стране, наметилась тенденция снижения темпов роста цен на недвижимое имущество, которое было вызвано:

- снижением платежеспособного спроса;
- ухудшением условий ипотечного кредитования;
- снижением доходов владельцев квартир от сдачи их в аренду, связанного с более низкими темпами роста арендных ставок по сравнению с ценами покупки.

- снижением мотивации к инвестиционному приобретению квартир, основанной на высоких темпах роста цен [33];
- возможностью оттока инвестиционных капиталов в более доходные сектора экономики [21, с. 7];
- выходом на рынок объектов, приобретенных со спекулятивными и инвестиционными целями [32].

Существенное влияние на уровень цен на рынке недвижимости может оказать и вступление в силу закона, позволяющего исчислять налог на имущество физических лиц от кадастровой стоимости, которая будет приближена к рыночной [23, с. 5]. Для определенных слоев населения, к примеру, живущих в центре Москвы, где цены на недвижимость очень высоки, данный налог может оказаться неподъемным, что приведет к увеличению предложения на рынке недвижимости, а это скорректирует цены вниз. Введение нового исчисления налога на имущество связано со стремлением Правительства увеличить доходную часть государственного бюджета. Кроме того, руководством страны планируется введение налога с продаж и других налогов, которые могут существенно увеличить налоговую нагрузку на бизнес. Это может стать дополнительным негативным фактором, влияющим на рынок недвижимости. Увеличение налоговой нагрузки на бизнес, ослабит финансовую устойчивость предприятий, что приведет к сокращению доходов населения, а это, в свою очередь, повлечет за собой резкое уменьшение платежеспособного спроса, в том числе, на недвижимость [13, с. 17]. Таким образом, только государство, реализуя эффективную налоговую политику, может способствовать активизации рынка жилья в интересах широких слоев населения.

Вышеуказанные стагнационные явления, происходящие на рынке жилья, прежде всего, затронули первичный рынок, то есть продажу новостроек. В этих условиях особенно важна деятельность государства, которое должно сглаживать эти процессы.

Влияние государства на оживление первичного рынка жилья выражается:

- в субсидировании государством процентных ставок банкам по ипотеке (в рамках этой программы на поддержание ипотечного рынка из государственного бюджета выделяется 20 млрд. рублей с целью снизить стоимость ипотечных кредитов для заемщиков до 13% годовых при ключевой ставке 15% годовых. [34]. Поскольку кредиты будут выдаваться на приобретение новостроек, этим решением руководство страны поддержит застройщиков, банки, и, конечно же, ипотечных заемщиков. (Государство планирует компенсировать банкам процентную ставку по формуле: ключевая ставка, увеличенная на 3,5 п. п. за вычетом 13% годовых);
- в реализации закона 214-ФЗ «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости» [3];
- обязательной регистрации договоров долевого строительства (участия) в Росреестре, позволяющего участникам долевого строительства избежать двойных продаж.
- в контроле государства за оформлением разрешения на строительство. Договор долевого участия подписывается только после оформления всех разрешительных документов, необходимых для начала строительства.
- в четком определении в договоре долевого участия даты завершения строительства и передачи покупателям приобретенных квартир.

В соответствии с Законом 214-ФЗ, определенные обязательства возложены и на застройщиков, которые несут полную финансовую ответственность за допущенные нарушения и обязаны выплачивать штрафы в случае задержки строительства [18, с.105].

Однако, всего двадцать процентов строительных компаний в той или иной мере выполняют требования этого закона. В настоящий момент на рынке недвижимости используются различные методы реализации жилой недвижимости, минуя Федеральный Закон 214-ФЗ, в том чис-

ле через ЖСК [1] и по предварительным договорам. Строительство жилья идет без необходимых разрешительных документов, и риски своевременной сдачи возводимого жилья и передачи квартир участникам долевого строительства чрезвычайно высоки.

На наш взгляд, усилить этот закон, и обеспечить дополнительные гарантии для участников долевого строительства можно было бы внесением следующих положений:

- ввести обязательное страхование рисков окончания строительства, а также повреждения или гибели объекта в пользу участника долевого строительства в установленные договором сроки;
- ввести государственные гарантии возврата страховых выплат;
- передать обязанности по разработке и ведению разрешительной документации на первоначальном и окончательном этапах строительства на федеральные или местные органы исполнительной власти, с целью искоренению коррупции;
- внести в Уголовный кодекс Российской Федерации положение об уголовной ответственности должностных лиц строительных организаций, а также всех участников правоотношений в сфере долевого строительства, стремящихся работать на первичном рынке без 214 Федерального Закона.

Вышеуказанные изменения окажут серьезное влияние на первичный рынок жилья, будут способствовать повышению спроса, а, следовательно, и развитию строительной отрасли. Следовательно, для инвесторов, вложения в новостройки станут более привлекательными.

Таким образом, только государственное регулирование рынка жилья может помочь преодолеть проблемы, возникающие как на первичном, так и на вторичном рынке. Дело в том, что все объекты рыночных отношений, в том числе и объекты недвижимости, подвержены кризисам: периоды бума (активного роста) сменяют периоды падения. Для эффективного решения социально-экономических задач в обществе и повышения жизненного уровня населения государство должно:

- корректировать необходимую нормативно-правовую базу;
- снижать процентную ставку по ипотечным кредитам, чтобы сделать жилье доступным для широких слоев населения;
- организовать доступные кредиты социально незащищенным слоям населения (молодым семьям, военнослужащим, работникам бюджетной сферы т.д.)
- контролировать исполнение законов.

Только правильно разработанная программа, с учетом широкого охвата интересов малообеспеченного населения, правовой базы, использования диверсифицированного денежно-кредитного инструментария, может дать эффективный результат. Совместные усилия государства и акторов рынка жилья сделают программу реально выполнимой.

Список литературы:

- [1] Жилищный кодекс Российской Федерации. Раздел 5 Жилищные и жилищно-строительные кооперативы (Главы 11 (ст.110 -123), Главы 12 (ст. 124-134)) Федерального закона Российской Федерации от 29 декабря 2004 г. № 188-ФЗ // Российская газета.12.01.2005. URL: <http://www.rg.ru/2005/01/12/zhikischnyi-kodeks-> <http://www.rg.ru/2005/01/12/zhikischnyi-kodeks-doc.html> (16.12.2014).
- [2] Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2004 г. № 188-ФЗ Жилищный кодекс Российской Федерации // Российская газета.12.01.2005. URL: <http://www.rg.ru/2005/01/12/zhikischnyi-kodeks-doc.html> (16.12.2014).
- [3] Федеральный закон Российской Федерации от 30 декабря 2004 г. № 214-ФЗ. «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» // Российская газета. 31.12.2004. URL: <http://www.rg.ru/2004/12/31/dolevoe-stroitelstvo-dok.html> (16.12.2014).

-
- [4] Федеральный закон от 16 июля 1998 г. N 102-ФЗ «Об ипотеке (залоге недвижимости)» // Портал «Все об ипотеке». URL: http://www.vse-obipoteke.ru/zakonodatelstvo_po_ipoteke/federalnyj_zakon_102/ (14.01.1015).
- [5] Федеральный закон Российской Федерации от 20 августа 2004 г. № 117-ФЗ «О накопительно – ипотечной системе жилищного обеспечения военнослужащих» // Российская газета. 25.08.2004. URL: <http://www.rg.ru/2004/08/25/voen-jilye.html> (14.01.2015).
- [6] Постановление Правительства Российской Федерации от 15 апреля 2014 г. № 323 г. Москва «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Обеспечение доступным и комфортным жильем и коммунальными услугами граждан Российской Федерации»// Российская газета. 24.04.2014. URL: <http://www.rg.ru/2014/04/24/jilye-site-dok.html> (12.12.2014).
- [7] Постановление Правительства Российской Федерации от 17 декабря 2010 г. N 1050 «О федеральной целевой программе «Жилище» на 2011-2015 годы»// Российская газета. 06.11.2011 URL: <http://www.rg.ru/2011/02/01/jilische-site-dok.html> (15.12.2014).
- [8] Постановление Правительства Российской Федерации от 5 мая 2014 г. № 404 г. Москва «О некоторых вопросах реализации программы «Жилье для российской семьи» в рамках государственной программы Российской Федерации « Обеспечение доступным и комфортным жильем и коммунальными услугами граждан Российской Федерации»// Российская газета. 07.05.2014. URL: <http://www.rg.ru/2014/05/07/jilye-site-dok.html> (15.03.2015).
- [9] Федеральная Целевая Программа «Жилище» на 2011 – 2015 годы. Федеральные целевые программы России. [Официальный сайт]. <http://fcp.economy.gov.ru/cgi-bin/cis/fcp.cgi/Fcp/ViewFcp/View/2013/324>. (12.12.2014).
- [10] Подпрограмма «Обеспечение жильем молодых семей» федеральной целевой программы «Жилище» на 2011 – 2015 годы. Постановление Правительства Российской Федерации от 17 декабря 2010 г. № 1050 «О федеральной целевой программе «Жилище» на 2011-2015 годы»// Российская газета. 06.11.2011 URL: <http://www.rg.ru/2011/02/01/jilische-site-dok.html> (15.12.2014).
- [11] Подпрограмма «Обеспечение жильем молодых семей» федеральной целевой программы «Жилище» на 2002 – 2010 годы <http://docs.pravo.ru/document/view/18751388/>. (15.12.2014).
- [12] Подпрограмма «Обеспечение жильем молодых семей» федеральной целевой программы «Жилище» на 2011 – 2015 годы. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 25 декабря 2008 г. № 1996-р. Информационно-правовой портал Гарант. (15.12.2014).
- [13] Алехин С.Ю. Налог на недвижимость как фактор стимулирования экономического развития (на примере Великого Новгорода): Автореферат диссертации на соискание ученой степени канд. экон. наук:08.00.05 / С.Ю. Алехин.
- [14] Балабанов И. Т. Операции с недвижимостью в России. М., 1996г. С.14-15.
- [15] Горемыкин В.А. Недвижимость: экономика, управление, налогообложение, учет. М.: Кнорус, 2006, С. 503.
- [16] Зарайская О.А. Экономическая природа недвижимости: Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук: 08.00.01/О.А.Зарайская. С.105 – 112.
- [17] Зарайская О.А. Экономическая природа недвижимости // М.: Экономические науки. Научно-информационный журнал. 2007 №7(32).
- [18] Зарайская О.А. Становление рынка недвижимости в России // М.: Экономические науки. Научно-информационный журнал. 2008 №3(40).
- [19] Зарайская О.А. Государственное регулирование рынка недвижимости // Вестник молодых ученых «Ломоносов»: Сборник лучших докладов XIII Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов». – М.: МАКС Пресс, 2007. – Выпуск III. – С. 171;
- [20] Зарайская О.А. Рынок недвижимости: его структура, особенности, место и роль в экономическом процессе // Теория и практика управления: новые подходы. Выпуск восьмой.- М., Университетский гуманитарный лицей, 2007.
- [21] Малкина М.Ю., Шулепникова Е.А. Анализ состояния и тенденций рынка жилой недвижимости в Российской Федерации // Экономический анализ: теория и практика. 2012. № 20. С. 7.

-
- [22] Судас Л.Г., Румянцев И.А. Проект по регистрации и кадастру: социальная оценка // Вестник Московского университета. Серия 21. Управление (государство и общество). 2005. № 4.
- [23] Судас Л.Г., Румянцев И.А. Государственный кадастр объектов недвижимости // Вестник Московского университета. Серия XXI. № 2. 2007. С. 1 – 12.
- [24] Экономика недвижимости под ред. Е.В.Максимовой, Москва, 2005. С.15, 18-19.
- [25] Fisher J. D., Robert S. M. Income Property Valuation P.199-202.
- [26] Brett L.D., Schmitz A. Real Estate Market Analysis. Methods and Case Studies. Second edition: Urban Land Institute, 2009. P. 59-60.
- [27] Webb C.A. Valuation of real property. 2011. P.113-122.
- [28] Brueggeman W., Fisher J. Real Estate Finance and Investments // Industry and Innovation. 2010. № 2. P.7-8.
- [29] <http://programs.gov.ru/Portal/programs/passport/5>. Портал государственных программ Российской Федерации.(12.12.2014).
- [30] В России запущены социальные ипотечные программы для военных, ученых, учителей и многодетных // 26.09.2012. URL: <http://www.banki.ru/news/lenta/id=4130459> (28.12.2014).
- [31] Социальная ипотека. О системе социального ипотечного жилищного кредитования в городе Москве // Департамент городского имущества города Москвы, Жилищные вопросы. (Официальный сайт). URL: http://housing.mos.ru/regcitizensinfo/programma_zhilishche/sotsialnaya_ipoteka/(20.01.2015)
- [32] Цены на недвижимость Москвы и Подмосковья в условиях геополитического кризиса: тенденции и прогнозы. Тезисы доклада руководителя IRN.RU Олега Репченко на круглом столе в рамках российского Форума лидеров рынка недвижимости RREF //irn.ru: 29.09.14. URL: <http://www.irn.ru/articles/37980.html> (01.01.2015.)
- [33] Обзор рынка недвижимости по итогам 2014 года// irn.ru: 29.12.14 URL: <http://www.irn.ru/news/96558.html> (15.01.2015).
- [34] О ключевой ставке Банка России. Центральный банк Российской Федерации (Банк России) (Официальный сайт). (30.01.2015). URL: http://www.cbr.ru/press/pr.aspx?file=30012015_133122dkp2015-01-30T13_15_49.htm (01.02.2015).

НАЛОГОВЫЕ ЛЬГОТЫ КАК ИНСТРУМЕНТ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ

***Аннотация.** Рассматриваются налоговые льготы как доходы, от которых государство отказалось для реализации целей социальной государственной политики. Используемые в целях социальной политики налоговые льготы классифицируются как компенсационные (например, вычеты по НДФЛ) и стимулирующие (льготы для предпринимателей при привлечении в сферу занятости инвалидов). Предлагается усилить адресность компенсационных льгот (для многодетных семей), а также в качестве форм социальной поддержки использовать сочетание налоговых льгот с прямым государственным субсидированием налогоплательщиков*

Социальная политика государства – это осуществляемая правительством система мер, направленных на обеспечение общественного благосостояния и достижение высоких жизненных стандартов. Одним из важнейших инструментом социальной политики государства является налогообложение. В налогообложении государство целенаправленно реализует воздействие на предпринимательскую, инвестиционную и социальную активность. Социальная функция налогов имеет целью решить ряд социальных задач, выходящих за возможности регулирующей функции рынка: перераспределение общественного продукта между различными категориями с целью снижения социального неравенства и поддержания социальной стабильности в обществе. Достижению этих целей в наибольшей степени способствуют:

- использование прогрессивной шкалы подоходного налогообложения;
- применение различных налоговых льгот;
- использование страховых платежей, бремя которых возлагается на работодателя;
- использование механизма повышения ставок акцизов и пошлин на антиблага (изделия из табака, спиртосодержащая продукция) и предметы роскоши.

Важнейшей составляющей системы налогообложения являются налоговые льготы, которые и являются предметом нашего рассмотрения. В налоговых льготах реализуются регулирующая, распределительная и социальная функция налогов. Фактически предоставление льгот по налогам является формой субсидирования налогоплательщиков из государственного бюджета, то есть налоговые льготы представляют собой упущенные налоговые доходы, или выпадающие налоговые доходы. Налоговые льготы, применяемые для поддержки определенных слоев населения и возмещения некоторых видов расходов (например, социальные вычеты по НДФЛ на обучение, лечение, медицинские препараты), имеющие целью реализацию социальной политики, носят компенсационный характер. Налоговые льготы могут носить и стимулирующий характер (например, льготы, способствующие развитию малого бизнеса, а также льготы, направленные на стимулирование привлечения предпринимателями инвалидов в сферу занятости). В любом случае, налоговые льготы – это те доходы, от которых государство отказалось для реализации сформулированных государством целей социальной политики.

Согласно статье 56 НК РФ льготами по налогам и сборам признаются предоставляемые отдельным категориям налогоплательщиков и плательщиков сборов предусмотренные законо-

* Чурзина Ирина Васильевна, к.э.н., доцент кафедры экономики инновационного развития факультета государственного управления МГУ имени М.В. Ломоносова.

дательством о налогах и сборах преимущества по сравнению с другими налогоплательщиками или плательщиками сборов, включая возможность не уплачивать налог или сбор или уплачивать их в меньшем размере. Нормы законодательства, определяющие основания, порядок и условия применения льгот по налогам и сборам, не могут носить индивидуального характера.

Льготы по федеральным налогам устанавливаются и отменяются Налоговым Кодексом РФ, льготы по региональным налогам устанавливаются и отменяются НК РФ и (или) законами субъектов РФ о налогах. Льготы по местным налогам устанавливаются и отменяются НК РФ и (или) нормативными правовыми актами представительных органов муниципальных образований (законами городов федерального значения Москвы, Санкт-Петербурга и Севастополя о налогах [1].

Социальная функция через налоговые льготы реализуется прежде всего для многодетных, малообеспеченных семей, для инвалидов и ветеранов, пенсионеров и переселенцев из-за границы, фермерские хозяйства и мелких предпринимателей.

В практике налогообложения в Российской Федерации социальная функция реализуется кроме того в уменьшении налогооблагаемой базы для налогоплательщиков, получающих образование, повышающих квалификации, или оплачивающих образование (лечение) своим родственникам.

Механизм реализации социальной функции осуществляется прежде всего в подоходно-имущественных налогах через следующие виды налоговых льгот:

- освобождение от уплаты налогов отдельных категорий налогоплательщиков;
- вычет из налогового платежа;
- изъятие из обложения определенных объектов (или их элементов) налогообложения;
- пониженные налоговые ставки;
- целевые налоговые льготы (отсрочка или рассрочка платежа, инвестиционный налоговый кредит);
- необлагаемый минимум налогообложения.

Освобождение от уплаты налогов с целью реализации социальной функции используется в таких налогах как:

- налог на доходы физических лиц;
- налог на имущество организаций;
- налог на имущество физических лиц;
- транспортный налог;
- льготные налоговые режимы для малого бизнеса;
- страховые платежи

Налоговый Кодекс дополнен новой главой 32 «Налог на имущество физических лиц» с началом действия с 1 января 2015 года. Перечень лиц, которым предоставляются льготы по уплате налога на имущество, приведен в п.1 ст.407 НК РФ. К получающим льготы по этому налогу налогоплательщикам относятся пенсионеры, получающие пенсии, назначаемые в порядке, установленным законодательством. До 01.01.2015 г льгота предоставлялась пенсионеру даже если он был собственником нескольких объектов (нескольких квартир, жилых домов, гаражей и пр.) Представляется целесообразным ограничение этой льготы одним объектом налогообложения каждого вида по выбору налогоплательщика с 01.01.2015г. При этом налоговая льгота не предоставляется в отношении объектов налогообложения, кадастровая стоимость каждого из которых превышает 300 млн. рублей.

Бесспорно, социальную функцию призваны реализовывать и налоговые вычеты по налогу на доходы физических лиц. Налоговым Кодексом предусмотрено пять групп налоговых выче-

тов по НДФЛ: стандартные вычеты (ст. 218 НК РФ), социальные (ст. 219), инвестиционные (ст.219.1) имущественные (ст.220), профессиональные (ст.221). Наиболее выраженная социальная направленность характерна для стандартных налоговых вычетов, направленных на поддержку семей с детьми.

Вычеты на ребенка предоставляются в размере:

1400 рублей в месяц на первого ребенка;

1400 рублей в месяц на второго ребенка;

3000 рублей в месяц на третьего и каждого последующего ребенка;

3000 рублей в месяц на каждого ребенка-инвалида в возрасте до 18 лет.

Вычеты предоставляются на детей до 18 лет независимо от того, учится ли ребенок или нет и до 24 лет, если ребенок является учащимся очной формы обучения и находится на обеспечении родителей.

Следует отметить, что эта льгота предоставляется обоим родителям, но заканчивается при достижении дохода, исчисленного нарастающим итогом по месяцам, 280 тысяч рублей, то есть при среднемесячной зарплате, превышающей 24 тысячи рублей, независимо от количества детей. Эта льгота способствовала бы реализации социальной функции в большей степени, если бы носила выражено адресный характер, то есть условия предоставления налогового вычета были поставлены в зависимость от количества детей в семье. Для многодетных семей (с количеством детей более трех) ограничения для реализации вычета при достижении дохода, исчисленного нарастающим итогом по месяцам 280 тыс. рублей, целесообразно снять.

Социальные вычеты по НДФЛ включают суммы, истраченные на благотворительность, на собственное образование и образование детей, суммы, истраченные на лечение и медицинские препараты, финансирование будущей пенсии.

Социальные вычеты предоставляются в сумме фактически понесенных расходов, но не более 25% дохода (по расходам на благотворительность) и не более 120 тысяч рублей по расходам на образование и лечение.

Особую роль в системе налоговых льгот занимают льготы для малого бизнеса.

Малый бизнес призван решать многие социальные задачи: обеспечить рост занятости населения, создавая новые рабочие места, повысить уровень доходов населения, снизить социальную напряженность, заполнить ниши потребительского рынка, которые не способны заполнить менее гибкие средние и крупные предприятия. В связи с этим налоговые льготы для малого бизнеса могут быть рассмотрены как одно из направлений социальной политики.

Среди налоговых льгот для стимулирования развития малого бизнеса прежде всего следует отметить использование специальных налоговых режимов: ЕСХН (единый сельскохозяйственный налог), УСН или УСНО (упрощенная система налогообложения), ЕНВД (единый налог на вмененный доход), патентная система. Все эти режимы освобождают налогоплательщиков, их применяющих, от уплаты налога на прибыль, НДС, налога на имущество организаций (налога на имущество физических лиц для индивидуальных предпринимателей) в части имущества, используемого для производственной деятельности.

Впервые зарегистрированные индивидуальные предприниматели, которые используют упрощенную или патентную систему налогообложения с 2015 года получают двухлетние налоговые каникулы. Воспользоваться такой налоговой льготой смогут только те, кто занимается производственной, научной и социальной сферой деятельности. Для Москвы перечень включает 26 видов деятельности для «упрощенцев» и 17 профессиональных направлений, использующих патентную систему. Не будут платить налоги те, кто производит пищевые продукты, одежду, товаров из дерева, мебель, музыкальные инструменты, игрушки и пр. Кроме того, от налогов освобождены предприниматели, занятые в здравоохранении, системе образования, обработке вторсырья. По патентной системе освобождения касаются тех, кто занимается пошивом и ремонтом одежды, переводами и иностранных языков, полиграфическими работами, репетиторством,

освобождаются от налогов тренеры, няни, сиделки и медсестры. Все эти налоговые послабления касаются только начинающих, впервые зарегистрированных, и не распространяются на действующих предпринимателей.

Социальная поддержка инвалидов реализуется прежде всего в соответствии с Законом о социальной защите инвалидов (Федеральный закон от 24 ноября 1995 г. № 181-ФЗ), [3,2] который определяет государственную политику в области социальной защиты инвалидов в РФ и закрепляет систему гарантированных государством экономических, социальных и правовых мер, обеспечивающих инвалидам условия для преодоления, замещения (компенсации) ограничений жизнедеятельности и направленных на создание им равных с другими гражданами возможностей участия в жизни общества.

Кроме того, для организаций, использующих труд инвалидов или организованных инвалидами, предусмотрены определенные налоговые льготы. Налоговыми льготами законодательно наделены организации любой правовой формы, которые используют труд инвалидов. Условиями использования этих льгот является численность работников-инвалидов, которая должна составлять не менее 50% среднесписочной численности всего персонала, а доля расходов на оплату их труда в общем объеме выплат – не менее 25%. В Налоговом Кодексе РФ (ст.264 п.1.пп.38) установлен закрытый перечень целей социальной защиты инвалидов:

- улучшение условий и охраны труда инвалидов;
- создание и сохранение рабочих мест для инвалидов;
- обучение и трудоустройство инвалидов;
- изготовление и ремонт протезных изделий;
- санаторно-курортное обслуживание инвалидов;
- защита прав и законных интересов инвалидов;
- мероприятия по интеграции инвалидов в общество;
- приобретение и распространение среди инвалидов печатных изданий общественных организаций инвалидов, видеоматериалов с субтитрами или сурдопереводом;
- взносы, направленные общественным организациям инвалидов на их содержание.

Налоговые льготы выражаются в том, что средства, направленные на перечисленные мероприятия могут быть включены в состав «прочих расходов» при определении налоговой базы налога на прибыль, то есть могут реально уменьшить налоговое бремя по налогу на прибыль.

Налоговыми органами также законодательно наделены организации, созданные инвалидами:

- общественные организации инвалидов;
- организации и учреждения, уставный капитал которых полностью состоит из вкладов общественных организаций инвалидов.

Выражаются налоговые льготы для таких организаций в том, что в соответствии со ст.395 п.5 и ст.381 п.3 НК РФ они налог на имущество организаций и земельный налог не уплачивают в отношении имущества и земельных участков, используемых для осуществления уставной деятельности (если инвалиды составляют не менее 80%), а также в отношении имущества и земельных участков, используемых ими для производства и (или) реализации товаров (за исключением подакцизных) и пр., а также в отношении имущества и земельных участков, используемых для достижения образовательных, культурных, лечебно-оздоровительных, физкультурно-спортивных, научных, информационных и иных целей социальной защиты и реабилитации инвалидов, а также для оказания правовой и иной помощи инвалидам. В случае, если среднесписочная численность инвалидов среди работников составляет не менее 50%, а их доля в фонде оплаты труда – не менее 25%.

Организации инвалидов освобождаются от уплаты НДС. Использование этой льготы может быть невыгодным для организации, занимающейся посреднической деятельностью или в любом ином случае, связанном с необходимостью во «входном» НДС. В этом случае необходимо сообщить в налоговые органы об отказе от этой льготы.

В соответствии со статьей 39 Конституции РФ каждому гражданину гарантируется социальное обеспечение по возрасту, в случае болезни, потери кормильца, для воспитания детей и в иных случаях, установленных законом. Законом устанавливаются государственные пенсии и социальные пенсии. Поощряется добровольное социальное страхование, создание дополнительных форм социального обеспечения и благотворительность.

Кроме того государство осуществляет государственное обязательное социальное страхование, в нем реализуя принцип солидарности, то есть выплаты, выплачиваемые в системе государственного социального страхования не зависят от уплачиваемых гражданином налогов и страховых взносов, а определяются только степенью нуждаемости. В этом принципе реализуется одна из основополагающих отличительных черт социальной политики государства – достижение социальной справедливости.

Государственное социальное страхование – государственная система материального обеспечения граждан РФ в старости, в случае болезни, полной или частичной утраты трудоспособности, потери кормильца, а также семей, в которых есть дети. Социальное страхование – это механизм реализации социальной политики государства, основа организации социальной защиты населения.

До 2009 года средства для реализации государственного социального страхования аккумулировались через Единый Социальный Налог. С 2010 обязательные страховые взносы начисляются в три внебюджетных фонда: Пенсионный (ПФР), Медицинский (ФФОМС) и Фонд социального страхования (ФСС).

Существуют следующие виды страховых взносов:

- пенсионные взносы (в ПФР), они делятся на страховую пенсию и взносы на накопительную пенсию;
- медицинские взносы (в ФФОМС);
- взносы на обязательное страхование на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством;
- взносы в ФСС по страхованию от несчастных случаев на производстве и профзаболеваний (взносы на травматизм)

Плательщиками этих взносов являются организации, которые начисляют зарплату сотрудникам или выплачивают вознаграждение подрядчикам – физическим лицам, индивидуальные предприниматели, которые используют наемный труд или трудятся не на работодателя, а «на себя».

Налоговые льготы стимулирующего характера по страховым платежам реализуются в наличии предельной облагаемой базы. Взносы на случай временной нетрудоспособности начисляются до достижения предельной базы. Ее значение утверждается законодательно и ежегодно индексируется постановлением Правительства РФ В 2015 году размер предельной базы составил 670 тыс. рублей. Это означает, что выплаты сверх этой суммы от взносов освобождаются. База по пенсионным взносам не ограничивается, но для выплат, начисленных сверх предельной величины, используется пониженный тариф. В 2015 году база по пенсионным взносам составляет 711 000 рублей. После превышения этой суммы действует пониженный тариф.

База по взносам «на травматизм» не лимитируется, пониженный тариф не предусмотрен.

Для налогоплательщиков, применяющих упрощенную систему налогообложения и занимающихся определенными видами деятельности (производство пищевых продуктов, текстильное производство и пр.) действует льгота – они платят только взносы в ПФР по ставке 20%. По взносам в ФФОМС и ФСС установлены нулевые тарифы.

Таблица 1.

**Тарифы страховых взносов в 2014-2016 гг.
для плательщиков, не относящихся к льготным категориям**

Облагаемая база	ПФР	ФСС	ФФОМС	ИТОГО
Не превышает предельную величину	22%	2,9%	5,1%	30%
Превышает предельную величину	10%	0%	5,1%	15,1%

*Источник:[7] составлено на основе Федерального закона от 01.12.2014 N 406-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам обязательного социального страхования». Информационно-правовой портал КонсультантПлюс. Режим доступа-
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_171582/ (Дата обращения 05.02.2015)*

Принцип обеспечения социальной справедливости реализуется не только в наличии льгот, но и в повышенных тарифах в ПФР для сотрудников, занятых на подземных работах, в горячих цехах и на работах с вредными условиями труда. Для этих работников применяется тариф, увеличенный на 9%. Причем повышенная ставка применяется даже к доходам, превышающим предельную величину. Основанием для дополнительных тарифов являются особые условия труда, повышенный риск травматизма и пр.

Индивидуальные предприниматели платят пенсионные и медицинские взносы в фиксированном размере, который не зависит от дохода предпринимателя.

Значение платежа в ПФР, установленное на 2015 г, составляет: для ИП и прочих «индивидуалов» 18610,80 руб. плюс 1% от доходов, превышающих 300000 руб. Фиксированные платежи в ФФОМС установлены на 2015 год в размере 3650, 58 руб. Взносы по страхованию на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством уплачиваются только на добровольной основе.

Льготы по транспортному налогу, в которых просматривается социальная направленность, выражаются в снижении ставки на одну лошадиную силу на 50% для пенсионеров и инвалидов-владельцев легковых автомобилей, приобретших транспортное средство самостоятельно, с мощностью двигателя до 150 л.с. включительно. В некоторых регионах владельцы автомобилей с мощностью двигателя до 150 л.с., если они инвалиды 1-2 группы, ветераны ВОВ, пенсионеры, освобождены от уплаты транспортного налога.

Выводы. Налоговые льготы по существу являются формой бюджетного финансирования получающих льготы категорий налогоплательщиков. Они, будучи зачастую недостаточно адресными, тем не менее, существенно усложняют налоговое администрирование и исполнение требований налогового законодательства, так как от налогоплательщиков, претендующих на использование льгот, требуется подтвержденное документально обоснование. В связи с этим, наряду с применением более адресно направленных налоговых льгот и освобождений компенсационного характера, в качестве стимулирующих методов могут использоваться программы прямого государственного субсидирования налогоплательщиков в форме грантов или субсидий. Представляется, что сочетание таких форм социальной поддержки является более адресным и гибким для решения социально-экономических задач.

Список литературы:

- [1] Налоговый Кодекс РФ http://www.consultant.ru/popular/nalog2/3_18.html
- [2] Федеральный закон от 24.07.09 № 212 –Ф
- [3] Федеральный закон от 01.12.95 № 419-ФЗ
- [4] Федеральный закон от 24.07.98 №125-ФЗ

-
- [5] Малинина Т. Оценка налоговых льгот и освобождений: зарубежный опыт и российская практика. Режим доступа – <http://www.iep.ru/ru/publikacii/publication/4346.html> (Дата обращения 05.02.2015)
- [6] Проект Основных направлений налоговой политики на 2015-2017 годы: «да» малому бизнесу, «нет» льготам? Режим доступа – <http://www.garant.ru/article/542010/#ixzz3ViB3ERz1> (Дата обращения 06.02.2015)
- [7] Федеральный закон от 01.12.2014 N 406-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам обязательного социального страхования». Информационно-правовой портал КонсультантПлюс. Режим доступа- http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_171582/ (Дата обращения 05.02.2015)

НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИЯМИ

***Аннотация.** В статье рассматриваются различные подходы в трактовке термина «налоговая политика», анализируются основные инструменты налоговой политики для поощрения инновационной деятельности: льготы по налогу на прибыль для предприятий инновационного характера, ускоренная амортизация, инвестиционный налоговый кредит, налоговые льготы для особых экономических зон. Используемые льготы требуют более точной адресности и улучшения их администрирования. Главным критерием при осуществлении налоговой политики для стимулирования инновационного развития должно быть обоснование того, что в долгосрочном периоде введение налоговых льгот способствует росту эффективности хозяйствующего субъекта, что дает возможность восполнить потери бюджета от применения налоговых льгот.*

Для эффективной государственной поддержки научно-технического прогресса, освоения передовых технологий, внедрения перспективных инноваций, проведения активной научно-технической политики использование налоговой политики представляется необходимым и эффективным инструментом «быстрого отклика», оказывающим прямое влияние на субъекты инновационной деятельности. Использование налоговых рычагов – одни из самых эффективных, легкодоступных и малозатратных механизмов воздействия на экономические процессы вообще и в управления инновациями в частности

Таким образом, налоговая политика государства является формой стимулирования и поддержки инновационной деятельности

В экономической литературе однозначной трактовки термина «налоговая политика» на сегодняшний день не сформировалось. Можно выделить следующие подходы к определению налоговой политики. Первый – ограничивающий сферу применения налоговой политики исключительно областью налогов и формирования и пополнения бюджета государства. Эта точка зрения представлена, например, в работе Налоги и налогообложение. Под ред. М.В. Романовского, О.В. Врублевской [11, стр.28] Второй – функционально-целевой, в нем главный акцент делается на функциональных возможностях налогов. Бесспорно, превалирующая фискальная функция делает такое восприятие налоговой политики односторонним. Главной ее целью при таком подходе, очевидно, является пополнение бюджета государства [см. 10, стр.288].

С нашей точки зрения, наиболее конструктивным является подход, определяющий налоговую политику как сегмент государственной экономической политики, включающей в себя комплекс мероприятий, регулирующих и совершенствующих всю налоговую систему страны: прежде всего, нормативно-правовую базу, функционирование совокупности налоговых органов, а также формы и методы налогового контроля. Следовательно, налоговая политика, включая в себя разработку основных принципов и методов налогообложения, предполагает учет влияния и, в свою очередь, воздействие на институциональную среду, в которой осуществляется налоговый процесс.

Анализ различных подходов к определению налоговой политики предпринят в работах «Налоговая политика. Теория и практика» под редакцией И.А. Майбурова [12стр.10-20] и А.Э. Сердюков, Е.С. Вылкова, А.Л. Тарасевич «Налоги и налогообложение» [13, стр. 30-44] .

В Основных направлениях налоговой политики Российской Федерации на 2013 год и на плановый период 2014 и 2015 годов указано, что основными целями налоговой политики

* Чурзина Ирина Васильевна, к.э.н., доцент кафедры экономики инновационного развития факультета государственного управления МГУ имени М.В. Ломоносова.

продолжают оставаться поддержка инвестиций, а также стимулирование инновационной деятельности. [3, стр.1]. В настоящее время в российской налоговой системе действует около 200 различных льгот и преференций – по налогу на прибыль организаций, налогу на добавленную стоимость, налогу на добычу полезных ископаемых, налогу на имущество организаций, земельному и транспортному налогам. [3, стр.7], среди которых серьезное внимание уделено мерам, поддерживающим инновационное развитие. Мировой опыт налоговой политики стимулирования инновационного развития и поддержки инвестиций налоговыми мерами сводится, в основном, к использованию следующих механизмов:

- льгота по налогу на прибыль для организаций инновационного характера, то есть для организаций, осуществляющих инновационную деятельность, при этом инновационной (внедренческой) считается деятельность по созданию и использованию интеллектуального продукта, доведению новых оригинальных идей до реализации их в виде готового товара на рынке [4],
- ускоренная амортизация,
- инвестиционный налоговый кредит,
- налоговые льготы для особых экономических зон.

В настоящее время можно утверждать, что все перечисленные механизмы используются также и в налоговой политике Российской Федерации. Кроме того, предыдущий опыт налоговой поддержки инвестирования в инновационную деятельность сводился и к освобождению от НДС:

- научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, включая субподрядные НИОКР, если генподрядчик – образовательное учреждение;
- патентно-лицензионных операций (кроме посреднических), связанных с объектами промышленной собственности.

Льготы по налогу на прибыль для организаций инновационного характера. От налога на прибыль освобождались в соответствии с Налоговым Кодексом Российской Федерации средства, направленные на проведение НИОКР, а также в Российский фонд фундаментальных исследований и Российский фонд технологического развития, но не более 10% в общей сложности суммы налогооблагаемой прибыли.

Перечисленные льготы, тем не менее, мало способствовали распространению инновационной деятельности, так как предоставлялись отдельным предприятиям без учета государственных приоритетов, то есть без учета видов деятельности предприятия региона функционирования, размеров и пр. Более того, эти льготы они способствовали уходу от уплаты налога.

Следующим этапом в области налогового стимулирования инновационного бизнеса в России было принятие решения об отнесении на затраты всех расходов на НИОКР без учета их результативности, а также уменьшение налогооблагаемой базы предприятий за счет учета переходящих убытков прошлых лет в полном объеме с 2007 года. Был установлен повышающий коэффициент к основной норме амортизации, но не более 2, в отношении основных средств, используемых для научно-технической деятельности. Также был утвержден перечень наименований оборудования, не производимого в России, которое освобождается от таможенных сборов. Эти меры призваны были способствовать усилению заинтересованности в сфере инновационной деятельности.

Научные и разработки требуют больших затрат, независимо от получаемых результатов. Для компаний высокотехнологичных отраслей серьезное значение имеет то, что затраты на изобретения и экспериментальные разработки целиком учитываются в качестве затрат, уменьшающих налогооблагаемую прибыль. Благодаря этому заинтересованность в изобретениях и экспериментальных разработках в высокотехнологичных компаниях повышается. Кроме того, затраты по особым видам НИОКР можно не только включать в расходы при расчете налога на прибыль, но и увеличивать их при этом в 1,5 раза. Для обоснования правомерности применения

повышающего коэффициента, к декларации по налогу на прибыль прикладывается научный или технический отчет по каждому проекту.

С 2012 года расходы на НИОКР признаются при расчете налога на прибыль одновременно при условии завершения работ (или их отдельных этапов) и подписания акта сдачи – приемки. С 2013 года статья 262 НК РФ [1] изложена в новой редакции. Введен перечень расходов на НИОКР. К ним относятся:

- суммы амортизации по основным средствам и нематериальным активам (за исключением зданий и сооружений), используемым для выполнения НИОКР;
- расходы на оплату труда работников, участвующих в выполнении НИОКР;
- некоторые материальные расходы;
- другие расходы, непосредственно связанные с выполнением НИОКР;
- стоимость работ по определенным видам договоров;
- отчисления на формирование фондов поддержки научной, научно-технической и инновационной деятельности.

С 2013 года в статье 267.2 НК РФ [1] введена новая норма, регулирующая порядок формирования резервов предстоящих расходов на научные исследования и (или) опытно-конструкторские разработки. Решение о создании резерва предстоящих расходов налогоплательщик принимает самостоятельно на основании разработанных и утвержденных им программ проведения НИОКР и закрепляет в учетной политике.

В статье 267.2 НК РФ [1] установлена формула для предельной суммы отчислений в резервы, которую превышать нельзя. Если сумма резерва окажется меньше фактических расходов, разница учитывается как расходы налогоплательщика на НИОКР. Предельный размер отчислений в резерв предстоящих расходов не может превышать 20% от суммы доходов отчетного (налогового) периода. Если резерв использован не полностью, то, как и все остальные налоговые резервы, его нужно восстановить в составе внереализационных доходов отчетного (налогового) периода.

Определены особенности применения нелинейного метода амортизации для объектов, используемых в осуществлении НИОКР. По таким объектам следует формировать подгруппу в составе амортизационной группы, и учет таких групп и подгрупп вести отдельно.

Предполагается, что установление льгот по налогу на прибыль должно способствовать развитию инвестиционной активности, модернизации производства, обновлению оборудования, стимулированию инновационной деятельности. Однако эффективность предоставления и применения налоговых льгот по налогу на прибыль организаций невелика. Счетной палатой выявлено, что с 2010 по первую половину 2012 года выпадающие доходы по этому платежу из-за применения преференций составили более 1 трлн. рублей. Это 17,8% от полученной в консолидированный бюджет суммы налога. [16]. Эта цифра объясняется, прежде всего, тем, что недостаточно строго оценивается правомерность использования льгот, что делает невозможным выявление случаев намеренного занижения сумм налогов к уплате в бюджет. Из 128 преференций, предусматривающих снижение нагрузки налога на прибыль, 117 или более 91% носят стимулирующий характер, и контроль результативности их применения не предусмотрен. [16].

Расходы на амортизацию.

Для основных средств, использующихся исключительно в научно-технической деятельности, применяется повышающие коэффициенты (не выше 3) Ст.259.3 НК РФ[1]. В результате ускоренной амортизации предприятие переносит стоимость основного средства в 3 раза быстрее. Для нематериальных активов (программы дл ЭВМ, ноу-хау, исключительные права на изобретения) предприятия могут не ориентироваться на фактический срок действия договоров, а включать в расходы при расчете налога на прибыль в течение 25 месяцев. Амортизационные отчисления являются источником инвестиций. Их преимуществом по сравнению с другими

источниками заключается в том, что они являются целевым источником финансирования и предназначены как для обеспечения воспроизводства основных средств и нематериальных активов, так и для инвестирования средств в основные фонды на принципиально новой технической основе. Амортизационные отчисления не зависят от финансовых результатов деятельности предприятия, то есть формируются постоянно. Амортизационный фонд сможет быть использован как дополнительный источник финансовых ресурсов предприятия.

Инвестиционный налоговый кредит.

Среди инструментов налоговой политики, использующихся в целях стимулирования инновационной деятельности, можно выделить также инвестиционный налоговый кредит. При его использовании организация получает льготы в виде изменения срока уплаты налога. Инвестиционный налоговый кредит может быть представлен по налогу на прибыль организации, а также по региональным и местным налогам. Срок кредита в России наибольший – от одного года до пяти лет. Процентная ставка по этому кредиту определяется по ставке, не менее одной второй и не превышающей три четвертых ставки рефинансирования Центрального Банка России. В случае если организация включена в реестр резидентов зоны территориального развития, то срок предоставления инвестиционного налогового кредита может быть увеличен на срок до 10 лет, процентная ставка при этом по кредиту будет составлять 0%.

Использовать инвестиционный налоговый кредит имеют право организации, которые:

- осуществляют НИОКР, а также проводят техническое перевооружение собственного производства;
- занимаются внедренческой деятельностью;
- создают новые материалы или технологии или совершенствуют уже существующие;
- осуществляют инвестиции в создание объектов, которые имеют наивысший класс энергетической эффективности, в соответствии с перечнем, утвержденным Правительством РФ от 12.07.11 №562 [7].

Порядок использования инвестиционного налогового кредита следующий:

1. Организация заключает с контролирующими органами договор об инвестиционном налоговом кредите, в котором определяется индивидуальный порядок уменьшения налоговых платежей.
2. В отчетном периоде организация перечисляет причитающиеся к уплате налоговые платежи в сокращенном размере (однако, не менее 50% положенной суммы).
3. Уменьшенные платежи по каждому налогу производятся до тех пор, пока отложенная сумма налога не станет равной сумме кредита по договору.
4. В дальнейшем происходит постепенное погашение налоговых обязательств и выплата процентов за предоставленную рассрочку.

В соответствии с НК РФ, для получения инвестиционного налогового кредита организация должна подать в уполномоченный орган заявление и заключить договор об инвестиционном налоговом кредите по форме, установленной приказом ФНС РФ № САЭ-3-19/622. [9] По каждому из оснований получения инвестиционного налогового кредита требуется обоснование. Организация должна документально подтвердить факт приобретения и стоимость оборудования, используемого исключительно для инновационных целей, представить бизнес план инвестиционного проекта. Необходимые документы перечислены в приказе ФНС РФ от 28.09.10 №ММВ-7-8/469 [8]

Как форма поддержки инновационной деятельности инвестиционный налоговый кредит широкого распространения не получил вследствие излишне усложненной процедуры его применения. Для его получения требуется большое количество документов, серьезное обоснование его получения, большая сумма залога.

Таблица 1

**Размер возможного инвестиционного налогового кредита
зависит от основания его получения:**

Основания получения инвестиционного налогового кредита	Размер инвестиционного налогового кредита	Норма НК РФ
Научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки или техническое перевооружение производства	100% стоимости приобретенного организацией оборудования, приобретенного организацией исключительно для этих целей.	Ст.67 НК РФ п.2.пп.1
Внедренческая или инновационная деятельность, в том числе создание новых или усовершенствование применяемых технологий, создание новых видов сырья или материалов.	Определяется по соглашению между уполномоченным органом и организацией.	Ст.67 НК РФ п.2.пп.2 НК РФ

Источник: составлено автором по НК РФ

Налогообложения резидентов особых экономических зон (в дальнейшем ОЭЗ)

Данный механизм налоговой политики рассчитан на предоставление налоговых льгот на территориях, отведенных под особые экономические зоны. Компании, расположенные в особой экономической зоне, пользуются всеми льготами для инновационных предприятий и, кроме того, особыми преференциями:

- пониженная ставка налога на прибыль;
- освобождение от земельного налога;
- пониженная ставка и налоговые каникулы по транспортному налогу;
- пониженная ставка страховых взносов;
- режим свободной таможенной зоны;
- гарантии от неблагоприятного изменения законодательства.

Для организаций, осуществляющих свою деятельность в технико-внедренческой зоне, может устанавливаться пониженная ставка налога на прибыль в размере 13,5 в части налога, подлежащего зачислению в бюджеты субъектов РФ (стандартная величина -18%) [4]

Расходы на НИОКР при исчислении налога на прибыль могут учитываться в полном объеме (в том числе не давшие положительного результата) [4]

По налогу на имущество предусмотрена льгота, позволяющая не учитывать в течение 5 лет с момента постановки на учет, стоимость числящихся на балансе основных средств, если в отношении этих основных средств выполняются условия:

- основные средства были созданы (приобретены) в целях ведения деятельности в ОЭЗ; (Письмо Минфина РФ от 28.02.2008 N 03-05-04-01/09) [5]
- основные средства находятся на территории ОЭЗ Ст.381.17 НК) [1]

Резиденты особой экономической зоны освобождаются от налогообложения земельных налогом в отношении земельных участков, расположенных на территории ОЭЗ сроком на 5 лет с момента возникновения права собственности на земельный участок. Срок может быть продлен законом соответствующего субъекта РФ.

Транспортный налог в отношении транспортных средств, приобретенных резидентами ОЭЗ, изменяется в зависимости от субъекта Российской Федерации. В качестве льгот по транс-

портному налогу могут быть использованы, например, транспортные каникулы сроком от 5 лет (Зеленоград и др.) до 10 лет (в республике Татарстан, в Томске),

Для резидентов ОЭЗ также предусмотрена пониженная совокупная ставка страховых взносов. Согласно принятому закону о страховых взносах, научным хозяйственным обществам, бюджетным учреждениям, IT-компаниям и резидентам технико-внедренческих особых экономических зон предусмотрены следующие тарифные ставки обязательного социального страхования:

Взнос в фонды	2012-2017	2018	2019
Ставки ПФР	8.0%	13.0%	20.0
Ставки ФСС	2.0%	2.9%	2.9%
Ставки ФОМС	4.0%	5.1%	5.1%

В 2013 году для этих организаций также установлены следующие тарифные ставки пенсионного страхования:

- тариф страхового взноса -16%
- страховая часть пенсии -16% (для людей до 1966 года рождения) и 10% (для людей после 1967 года рождения)
- накопительная часть пенсии -6% (для людей после 1967 года рождения). [См 12]

На территории технико-внедренческих особых экономических зон (в дальнейшем ТВОЭЗ) применяется режим свободной таможенной зоны. Это означает, что иностранные товары размещаются и используются:

- без уплаты таможенных пошлин;
- без уплаты НДС;
- без применения к ним запретов и ограничений экономического характера.

Что касается российских товаров, для них размещение и использование происходит на условиях, применяемых к вывозу в соответствии с таможенным режимом экспорта с уплатой акциза и без уплаты вывозных таможенных пошлин.

Помимо перечисленных льгот, законодательством предусмотрены гарантии для налогоплательщиков-резидентов ТВОЭЗ от неблагоприятного изменения законодательства о налогах и сборах (кроме законодательства в части налогообложения подакцизных товаров). Таким образом, резиденты в течение срока действия соглашения о ведении технико-внедренческой деятельности наделяются правом не применять ухудшающие их положение законодательные акты [2]. Вышеперечисленные меры адресной экономической помощи отдельным территориям (ТВОЭЗ) призваны способствовать направлению высвобожденных в результате этих мер средств на развитие компаний, обеспечение занятости, обеспечению и сохранению рабочих мест, стимулированию внешнеэкономической деятельности, привлечение иностранных инвестиций.

Выводы.

Рассмотренные налоговые льготы для поощрения инновационной деятельности играют очень важную роль в комплексной системе государственного управления инновациями. Практика налогового стимулирования инновационных процессов в зарубежных странах подтверждает, что между уровнем налогообложения и развитием предпринимательства вообще, инновационного в частности, наблюдается прямая зависимость. Тем не менее, учитывая отечественные реалии, налоговые льготы в этой сфере не должны усложнять налоговое администрирование, не должны способствовать уходу от уплаты налогов, тем самым сокращая поступления в доходную часть бюджета. Государство, стимулируя налоговой политикой инновационное развитие, использует следующие инструменты: льготы по налогу на прибыль для предприятий иннова-

ционного характера, ускоренную амортизацию, инвестиционный налоговый кредит, налоговые льготы для особых экономических зон. Главным критерием при введении налоговых льгот должно быть обоснование того, что их введение проще, целесообразнее и эффективнее, чем увеличение прямых бюджетных расходов для достижения заявленных целей. При использовании перечисленных льгот, успехи в реализации налоговой политики в системе государственного управления инновациями в большой степени зависят от формирования среды для инновационного развития, включающей в себя правовое обеспечение, инфраструктуру бизнеса, патентные бюро, страховые и кредитные организации и пр.

Список литературы.

- [1] Налоговый Кодекс Российской Федерации <http://base.garant.ru/10900200/>
- [2] Федеральный закон от 22.07.2005 N 116-ФЗ «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» (ред. от 04.-3.2013) <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=142952>
- [3] Основные направления налоговой политики Российской Федерации на 2013 год и на плановый период 2014 и 2015 годов http://www.minfin.ru/common/img/uploaded/library/2012/04/ONNP_2013-2015.pdf
- [4] (Письмо Инновационного совета при Совмине РСФСР от 19.04.1991 N 14-448, Минфина РСФСР от 14.05.1991 N 16/135В «Об инновационных (внедренческих) сферах деятельности»). <http://mvf.klerk.ru/zakon/fns469.htm>
- [5] Письмо Минфина РФ от 28.02.2008 N 03-05-04-01/09)
Федеральный закон Российской Федерации от 3 декабря 2011 г. N 392-ФЗ «О зонах территориального развития в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» <http://www.referent.ru/1/117909>
- [6] ФНС РФ от 28.09.10 №ММВ-7-8/469. <http://www.rg.ru/2010/11/12/nalog-dok.html>
- [7] Постановление от 12 июля 2011 г. № 562. Об утверждении перечня объектов и технологий, имеющих высокую энергетическую эффективность. Осуществление инвестиций в создание которых является основанием для предоставления инвестиционного налогового кредита. <http://www.referent.ru/1/182199>
- [8] Приказ ФНС РФ от 28.09.10 №ММВ-7-8/469 <http://www.rg.ru/2010/11/12/nalog-dok.html>
- [9] Приказ ФНС РФ № САЭ-3-19/622.<http://www.referent.ru/1/181551>
- [10] И.И. Александров. Налоги и налогообложение М., Дашков и К, 2006,
- [11] Налоги и налогообложение Под ред. М.В. Романовского, О.В. Врублевской СПб.: Питер, 6 изд., 2009 г.
- [12] Налоговая политика. Теория и практика. Под ред. И.А. Майбурова М.: ЮНИТИ, 2010.
- [13] А.Э Сердюков, Е.С. Вылкова, А.Л. Тарасевич. Налоги и налогообложение 2 изд. СПб, «Питер», 2008
- [14] Страховые взносы в 2013 году: тарифы и изменения. bs-life.ru
- [15] Петербургский правовой портал, 5 марта 2013 <http://ppt.ru/news/115925>
- [16] Бюджет недополучил 1 трлн. рублей из-за льгот по налогу на прибыль Текст: Ирина Голова. <http://www.rg.ru/2013/03/05/nalog-site-anons.html>

АСПЕКТЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА (ЕАЭС)

***Аннотация.** В статье рассмотрены основы экономической интеграции в ЕАЭС, определены ключевые достижения и проблемы в этой области, дана оценка перспектив евразийской экономической интеграции. Рассматривается роль стран-участниц в формировании инновационного климата, а также предлагается комплекс мероприятий на макро – и микроуровне для повышения инновационной активности бизнеса.*

В среде глобальной конкуренции, доминировать на мировом экономическом пространстве могут только страны, обладающие мощным научно-производственным потенциалом, емким рынком и внутренними источниками развития. Для относительно небольших государств, возможность к обретению этих преимуществ, лежит через интеграцию – процесс соединения экономических потенциалов государств с целью обеспечения эффекта развития для национальных экономик [2, с. 211].

Международная экономическая интеграция – это процесс взаимопроникновения национальных экономик разных стран, ведущий к их постепенному экономическому слиянию. Ее фундаментом, являются процессы усиления взаимозависимости национальных хозяйственных систем, с целью устранения национальных барьеров на пути взаимного торгового, финансового, производственного и иного взаимодействия. На межгосударственном уровне экономическая интеграция ЕАЭС осуществляется путем формирования региональных экономических объединений государств и согласования их внутренней и внешней экономической политики. Она проявляется в расширении и углублении производственно-технологических связей, совместном использовании ресурсов, объединении капиталов, создании друг другу благоприятных условий для экономической деятельности, снятии взаимных административных, торговых и иных барьеров [4, с. 24].

Международное сотрудничество, опирающееся на эффективные региональные организации, приносит неоспоримую выгоду партнерам. Сотрудничество между суверенными государствами, имеющими общие границы, способствует организации крупных рынков для национальных потребителей и производителей; способствует динамичному росту экономики посредством сокращения барьеров на пути транспортировки товаров, услуг, рабочей силы, капитала. Следует заметить, что данный эффект формируется не только на основе «эффекта масштаба», но и при проявлении «синергетического эффекта», при котором рост производительности происходит в результате кооперации отдельных элементов в общую систему [1, с. 44].

Интеграционные процессы являются не только инструментом, обеспечивающим экономический рост, но также и политическую стабильность, так как слияние национальных экономик снижает вероятность каких-либо конфликтов на политической почве [3, с. 21].

Международная экономическая интеграция, расширяя рынок и объединяя национальные производственно-технологические потенциалы, повышает устойчивость участвующих в ней государств к внешним угрозам, что подтвердил нынешний мировой экономический кризис, стимулировавший процессы международной экономической интеграции и производственной кооперации [4, с. 24].

Основным приоритетом в эффективном экономическом развитии стран ЕАЭС, является проведение структурно-технологической перестройки экономик на основе нового технологи-

* Гаврилюк Артём Владимирович, аспирант кафедры экономики инновационного развития факультета государственного управления МГУ имени М.В. Ломоносова.

ческого уклада. Ведущими направлениями развития, является комплекс био-, нано- и информационно-коммуникационных технологий. Среди совместных международных направлений развития ЕАЭС можно выделить:

1. Формирование межгосударственной системы образования, посредством создания электронных сетей дистанционного обучения, объединяющих учебные заведения стран-участниц ЕАЭС с лучшими университетами мира.
2. Разработка программ образования промышленных кластеров, технологических платформ и транспортной инфраструктуры, базирующихся на развитии традиционных отраслей промышленности и развитии новых производств.
3. Создание предпосылок для ускоренного развития наукоемких отраслей промышленности, способных повлиять на ускорение развития, повышение качества производства всей гаммы продукции промышленности, особенно экспортного назначения.

Самым эффективным методом в повышении конкурентоспособности интегрируемых стран ЕАЭС, является диверсификация экономики. При повышении конкурентоспособности национальных экономик интегрируемых стран ЕАЭС, появляется возможность в решении как социальных, так и экономических задач.

Для повышения конкурентоспособности экономик государств-членов ЕАЭС, необходимо разработать механизм научной и технологической кооперации предприятий и секторов экономики, создать совместные программы развития путем организации совместных компаний. Государство занимает центральное место, так как воздействует на процесс через принятие и реализацию соответствующих государственных программ, и создание госкорпораций, а также оказывая иную господдержку, в виде предоставления льгот по уплате налогов, сборов, таможенных платежей, в консультационной поддержке и содействии в создании проектной документации, в формировании спроса на продукцию, финансовом обеспечении (в том числе через субсидии, гранты, кредиты, займы, гарантии, взносы в уставный капитал), поддержке экспорта, обеспечении инфраструктурой [5, с. 63].

- Чтобы закрепить в производстве новый технологический уклад, необходимо обеспечить непрерывность инновационного процесса: внедрение в практику управления технологий одновременного проектирования всех фаз научно-производственного цикла продукции. При внедрении современных технологий в производство, большое значение имеет связь между производителем оборудования для новейших технологий и его потребителем. В настоящее время в ЕАЭС сохраняется низкий уровень межотраслевой координации инноваций, что затрудняет применение механизмов конвергенции технологий и соответствующих методов управления. Огромное значение в координации инновационных процессов, в единении технологически связанных производств нового технологического уклада имеют крупные компании и финансово-промышленные группы, они являются катализаторами инновационного процесса. Масштабные финансовые и технологические риски при разработке новых технологий могут взять на себя крупные наукоемкие компании. Они контролируют каналы сбыта, являются владельцами форматов и стандартов, что обеспечивает конкурентные преимущества на высокотехнологичном рынке [6, с. 68].

Единое экономическое пространство является более глубокой формой международной экономической интеграции и включает в себя, наряду с действующим Таможенным союзом, такие аспекты, как проведение согласованной экономической политики, обеспечение свободного движения капитала, услуг, трудовых ресурсов и доступ к инфраструктуре государств-членов ЕАЭС. В рамках ЕАЭС должны функционировать однотипные механизмы регулирования экономики, основанные на рыночных принципах, гармонизации и унификации норм и правил [6, с. 69].

Технологическое сближение экономик стран ЕАЭС, рассматривается в качестве одной из основ повышения конкурентоспособности производств. Разработка и реализация согласованной научно-технологической политики, нацеленной на технологическое сближение экономик

стран-партнеров, включающей интеграционное сотрудничество с другими экономиками стран в международном технологическом и инвестиционном развитии, будет содействовать повышению конкурентоспособности экономик стран ЕАЭС, решению задач оптимального использования их ресурсного потенциала.

Развитие техрегулирования составляет один из основных и ключевых элементов интеграции стран-партнеров ЕАЭС. Создание системы техрегулирования в ЕАЭС, позволит устранить технические препятствия, возникающие в процессе осуществления торговой деятельности, являющиеся серьезной проблемой для успешного ведения бизнеса в странах-участницах ЕАЭС. Данная система позволит упростить процесс выхода продукции на рынок, позволит применять единые документы соответствия продукции и единый товарный знак [7, с. 90].

К концу 2013 года, страны ЕЭП сделали конкретные шаги в области гармонизации технического регулирования, переданного в наднациональное ведение, о чем свидетельствует подписание ряда документов:

1. Соглашение, регламентирующее основы гармонизации техрегламентов стран ЕврАзЭС, наряду с Протоколом о внесении изменений в данное Соглашение, от 24.03.2005 г.
2. Соглашение, регулирующее порядок применения Единого знака обращения товаров на рынке стран ЕврАзЭС, от 19.05.2006 г.
3. Соглашение по регулированию процесса согласования странами ЕЭП экономической политики в области технического регулирования, санитарных и фитосанитарных мер, от 25.01.2008 г.
4. Соглашение, регулирующее процесс создания информационной системы ЕврАзЭС в области технического регулирования, ветеринарных, санитарных и фитосанитарных мер, от 12.12.2008 г.
5. Соглашение, регулирующее обращение продукции, подлежащей обязательной оценке соответствия, на таможенной территории ТС, от 11.12.2009 г.
6. Соглашение, регламентирующее единые принципы и правила техрегулирования в Российской Федерации, Республике Беларусь и Республике Казахстан, от 18.11.2010 г.

В техрегламентах определяются требования к обязательным качественным характеристикам продукции: обозначается минимальный уровень обязательных характеристик, обеспечивающих безопасность людей и экологии. Технические регламенты не содержат методы, применение которых позволило бы достичь регламентированных обязательных требований, чтобы производитель продукции не был тем самым ограничен в выборе технологии для производства. В то же время, положения технических регламентов не должны создавать условия сдерживающие процесс модернизации производственной базы и имплантации инноваций [6, с. 71].

Существует некоторое противоречие в использовании технических регламентов: техническое регулирование стран интеграционного объединения, позволяет контролировать качество самого товара, в то время как сам процесс производства данного товара остается «неподконтрольным». Данная система контроля делает внедрение инноваций и модернизацию продукции дорогостоящими, так как предприятия вынуждены согласовывать действия по способам изменения производства продукции.

В настоящее время, ЕЭК продолжает осуществлять работу по разработке новых проектов технических регламентов. После введения в действие всех технических регламентов в ЕАЭС, страны-участницы интеграции будут обеспечивать выпуск продукции, которая будет соответствовать всем прописанным в них требованиям, без необходимости предъявления дополнительных требований к ней и осуществления других процедур подтверждения соответствия.

Ускоренное формирование международной экономической интеграции стран ЕАЭС, служит движущим фактором экономического роста, а также создает дополнительные перспективы и возможности для преодоления сложившейся топливно-сырьевой направленности экономик Республики Казахстан и Российской Федерации. Повышение скорости развития обрабатываю-

щих отраслей промышленности Российской Федерации, продукция которых обладает низкими конкурентными преимуществами на западных рынках, возможно только при ускоренном создании общего внутреннего рынка на интеграционном пространстве, с развитием технологической и производственной кооперации [7, с. 90].

Значение и целесообразность формирования ЕАЭС обусловлены рядом ключевых преимуществ интеграции. Благодаря увеличению рынков сбыта товаров и формированию единой таможенной территории, формируется благоприятная среда для восстановления трансграничной научно-технической и производственной кооперации предприятий, производящих товар с высокой добавленной стоимостью. Сокращение издержек производственной кооперации, благодаря ликвидации таможенных, торговых и технических барьеров, способствует повышению конкурентных преимуществ и экономическому росту стран ЕАЭС [5, с. 62].

Другим значительным преимуществом экономической интеграции стран ЕАЭС, является сокращение транзакционных издержек. По статистическим данным, до половины времени, необходимого для транспортировки товаров, до создания Таможенного союза приходилось на простой в очередях при пересечении таможенной границы. Ликвидация границ упростила кооперацию производства, при которой сложное изделие в несколько приемов пересекает межгосударственные границы. Формирование Таможенного союза, послужило сокращению издержек при совместном производстве товаров, повышению конкурентоспособности и расширению рынков сбыта. Увеличение общего рынка в масштабах ЕАЭС, позволяет сделать экономики стран-участниц интеграции более устойчивыми к влиянию глобального экономического кризиса, увеличивает площадь технологического развития [8, с. 74].

Однако, наряду с выгодами, существует ряд трудностей, с которыми приходится сталкиваться предприятиям стран ЕАЭС. Формирование общего рынка стран-участниц ЕАЭС, привело к появлению конкуренции в некоторых отраслях: агропромышленном, химико-металлургическом и строительном комплексе, а также в торговле [9].

Тем не менее, рост конкуренции на внутреннем рынке стран ЕАЭС для подавляющего большинства отраслей будет незначительным. А в тех отраслях, где повышение конкуренции все же произойдет, общий макроэкономический эффект будет положительным, так как будет содействовать снижению монополизации рынков и нормализации конкуренции. Конкурентоспособность, прежде всего, связана с формированием и использованием потенциала рыночного субъекта, его создание и реализация могут быть эффективно осуществлены следуя определенному алгоритму, плану или в соответствии с разработанной стратегией. Поэтому, проработка стратегии в конкурентной борьбе имеет огромное значение [4, с. 25].

Разработка стратегии по формированию конкурентоспособности состоит из нескольких этапов:

- 1) Оценка позиций объекта конкурентной борьбы (государства, предприятия, товара).
- 2) Прогноз возможных изменений условий конкурентной среды.
- 3) Собственно разработка стратегического плана действий с вариантами реакции на различные прогнозные ситуации [6, с. 64].

Данные этапы сохраняют свою значимость для любого уровня ведения конкурентной борьбы. В то же время, чем масштабнее и сложнее субъекты этой борьбы, тем более важной и сложной становится задача по разработке стратегии уже на начальном этапе оценки конкурентных позиций. Промышленным производствам стран ЕАЭС важно оценить свое положение в отрасли, определить структуру самой отрасли, темпы ее развития, высоту барьеров вхождения в отрасль потенциальных конкурентов, степень технологической, организационной и финансово-экономической интегрированности отрасли и пр. [6, с. 65].

Большое значение при разработке стратегии, имеет прогноз изменения конкурентных условий. Данный прогноз предполагает создание системы мониторинга конкурентной среды, с целью определения потенциальных возможностей и вероятных угроз со стороны конкуриру-

ющих фирм. Мониторинг конкурентной среды дает возможность развернуть оценку конкурирующего субъекта во времени и придать ему определенную динамику. Постоянно меняющиеся условия рынка стран ЕАЭС, требуют корректировки организации мониторинга, поэтому очень важно понимать, что мониторинг – это не просто механическое наблюдение за развитием рынка, а творческое взаимодействие с ним, формирование определенной системы прямых и обратных связей [6, с. 71].

При разработке и реализации стратегии развития, важно учесть несколько условий:

1. Разработанный план должен обновляться и корректироваться в соответствии с постоянно меняющимися условиями, что позволит обеспечить устойчивость стратегической направленности.
2. Стратегия должна безоговорочно выполняться. В процессе реализации стратегии могут допускаться незначительные корректировки программы, которые не влияют на суть самой стратегии.

Еще одним из важных аспектов формирования ЕАЭС, является увеличение эффективности транзитного потенциала стран интеграционного пространства. Отсутствие барьеров на внутренних границах, безусловно, приведет к росту грузоперевозок. Также данный факт открывает равный доступ к инфраструктуре, что очень важно и актуально для Республики Беларусь, Республики Казахстан, Республики Армения, Киргизской Республики как стран, практически не имеющих выхода к морю.

При проведения единой промышленной и технологической политики странами ЕАЭС, предусматривающей совместное финансирование проектов, имеющих высокий интеграционный потенциал, приведет к прогрессивному росту макроэкономических показателей [10].

Более того, эффекты от интеграции могут быть значительно повышены в условиях динамичного развития стран ЕАЭС. Высокие базовые характеристики экономической динамики, будут способствовать получению больших выгод из межстрановой кооперации. В этой связи, создание ЕАЭС предъявляет дополнительные требования к качеству экономической политики, так как эффективное использование потенциала интеграции ЕАЭС, возможно лишь при условии динамичного и устойчивого экономического роста [5, с. 72].

Данный анализ позволяет сделать следующие выводы:

1. Ускорение интеграционного процесса по укреплению и развитию стран ЕАЭС, имеет существенную экономическую эффективность как для всех участников интеграционного процесса одновременно, так и для каждой из этих стран в отдельности.
2. Прежде всего, интеграционный эффект достигается за счет расширения и укрепления кооперационных связей и рынка взаимного товарообмена продукции обрабатывающих отраслей промышленности и продукции сельского хозяйства, которая по своим конкурентным параметрам не может быть реализована на рынке других стран. Это в первую очередь относится к машиностроительной, сельскохозяйственной продукции и пищевой промышленности.
3. Эффект от интеграции стран ЕАЭС в значительной степени зависит от политики ценообразования на рынке топливно-энергетических ресурсов. Приемлемые ценовые условия позволят существенно повысить привлекательность ЕАЭС для вхождения в него новых государств.
4. Наиболее эффективным взаимодействием, является максимально глубокий уровень интеграции, предполагающий наряду с поддержанием отношений свободной торговли, реализацию общей системы согласования целей экономической политики, обеспечивающих использование по максимуму потенциала развития интегрируемых стран ЕАЭС [6, с. 69].

Таким образом, анализ развития механизмов международной интеграции, технологической кооперации промышленных предприятий и отраслевых комплексов ЕАЭС показал, что в осно-

ве поставленных задач лежит достижение главной цели – повышение конкурентоспособности экономик стран-участниц интеграционного процесса, на что в конечном итоге должна быть ориентирована экономическая стратегия и политика интеграционного объединения, как субъекта глобальной конкурентной борьбы. При этом, ядром данной конкурентной стратегии, является промышленная политика, отражающая интересы как отдельных стран-участниц, так и интеграционного объединения в целом.

Список литературы.

- [1] Волков С.Д., Кокушкина И.В. Особенности экономической интеграции на постсоветском пространстве // Евразийская интеграция: экономика, право, политика. 2012. № 12. С. 42–52.
- [2] Воронина Т.В. Эволюция теоретических подходов к анализу развития международной экономической интеграции // Terra Economicos. 2010. № 3. С. 208–215.
- [3] Глазьев С.Ю. Снова к альтернативной системе мер государственной политики модернизации и развития отечественной экономики // Российский экономический журнал. 2013. № 3. С. 3–37.
- [4] Глазьев С.Ю. Реальное ядро постсоветской экономической интеграции: итоги создания и перспективы развития Таможенного союза Белоруссии, Казахстана и России // Российский экономический журнал. 2011. № 6. С. 23–26.
- [5] Глазьев С.Ю. К устойчивому росту – через справедливый мировой экономический порядок (доклад, представленный на V Астанинский экономический форум) // Российский экономический журнал. 2012. №2. С. 57–75.
- [6] Глазьев С.Ю. Стратегия опережающего развития России в условиях глобального кризиса. – М., Экономика, 2010 – С.62–73.
- [7] Егоров Н.Е. Концептуальные основы построения модели региональной инновационной системы на основе кластерного подхода // Журнал об инновационной деятельности «Инновации». 2011. № 8. С. 89–91.
- [8] Клочков В.В. Эффективность кооперации в сфере исследований и разработок: временные аспекты // Журнал об инновационной деятельности «Инновации». 2011. № 8. С. 71–77.
- [9] Евразийский экономический союз, официальный сайт. Режим доступа – <http://www.eaeunion.org> (Дата обращения 27.03.2015).
- [10] Евразийская экономическая комиссия, официальный сайт. Режим доступа – <http://www.eurasiancommission.org/ru/Pages/default.aspx> (Дата обращения 5.04.2015).

ГОСУДАРСТВЕННАЯ КОММУНИКАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ТОВАРОВ КАК СРЕДСТВО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИХ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

***Аннотация.** Повышение конкурентоспособности отечественных товаров – одна из первостепенных задач, которая имеет не только экономическое, но и политическое значение. Ее решение невозможно без активного использования рыночных коммуникаций. Возрастание значимости инструментов продвижения обусловлено особенностями современных рынков, к числу которых относится присутствие множества по сути идентичных товаров, существование потребителя в условиях информационного хаоса и рекламного шума. Недостаток у российских участников рынка опыта и средств для эффективной коммуникационной поддержки должна компенсировать помощь государства.*

Политический кризис на Украине и связанные с ним экономические санкции в отношении России создали для нашей страны новую экономическую реальность, которая включает как повышенные риски, так и новые возможности для отечественных производителей. В этих условиях особую актуальность приобретает тема товарного патриотизма, который непосредственно связан с решением задач импортозамещения и повышения конкурентоспособности российских товаров, а в конечном итоге должен способствовать реструктуризации экономики, преодолению ее нефтегазовой зависимости и укреплению экономической безопасности.

Конкурентоспособность зависит от многих факторов. Выражаясь языком маркетинга, конкурентоспособным будет продукт, который обеспечивает покупателю наивысшую потребительскую ценность на единицу потребительских затрат. Важнейшими аргументами покупательского выбора были и остаются цена и качество. Однако каждый из них нуждается в более подробной расшифровке. Так, под ценой подразумевается не только цена продажи (сумма, уплачиваемая за товар в месте его продажи), но и цена потребления (которая определяется совокупными затратами, включающими также сопутствующие затраты, связанные с приобретением и использованием товара). Под качеством имеется в виду не только и не столько реальное (его в полной мере могут оценить только специалисты), но и воспринимаемое качество, которое обеспечивается брендом.

Бренды как факторы конкурентоспособности приобретают первостепенное значение в эпоху экономики, названной Дж.Б. Пайном и Дж.Х. Гилмором «экономикой впечатлений». В ней преобладают впечатления как четвертый тип экономического предложения (предыдущие три – сырье, товары, услуги). Впечатления рассматриваются как добавленная потребительская ценность. Бизнес превращается в производство впечатлений. Бренд и представляет собой образ продукта в головах потребителей, впечатление, которое складывается на основе прошлого опыта потребления, мнений окружающих и, конечно, в результате эффективной рекламы. Именно впечатление, подчас исключительно на уровне кажимости, и обеспечивают воспринимаемое качество. Чтобы успешно соперничать в условиях современного рынка, товар должен быть известен потенциальным покупателям и производить впечатление способности наилучшим образом удовлетворять их потребности. Механизм влияния бренда на потребителя предполагает следующие ступени: знание, мнение (впечатление), устойчивое предпочтение (лояльность). В условиях современной конкуренции неизвестные фабрики и безымянные товары уходят в прошлое.

* Малькова Ирина Владимировна, кандидат экономических наук, доцент факультет государственного управления, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова.

С течением времени впечатление о продукции приобретают характер стереотипов. А они, помимо всего прочего, базируются на представлениях о мировой специализации (см. Таблицу 1 [2, с. 141]).

Таблица 1

Стереотипные представления о мировой специализации

Страна	Массовые представления о мировой специализации
Германия	Автомобили, бытовая техника, пиво, бытовая химия
Франция	Парфюмерия, косметика, вино, коньяк, мода
Италия	Одежда, обувь
Голландия	Живые цветы, сыр
Швейцария	Банки, цветы, сыр
Шотландия	Виски
Финляндия	Мобильные телефоны, молочные продукты, мясные деликатесы
Норвегия	Рыбные деликатесы
Россия	Водка, икра, меха, стрелковое оружие, самолеты, танки, ракетные комплексы
США	Джинсы, автомобили, программные продукты, прохладительные напитки, рестораны быстрого питания, сигареты
Япония	Электроника, автомобили
Индия, Шри Ланка	Чай, кофе
Бразилия, Колумбия	Чай, кофе
Иран	Ковры

Подобные стереотипные представления способны как привлекать к товарам фирм, принадлежащих конкретным странам, так и отталкивать. В целях их преодоления компании-производители могут прибегать к марочной мимикрии, при которой выбранное марочное название способно создать иллюзию принадлежности к той или иной стране и впечатление соответствующего уровня качества.

Практика убедительно показывает, что с потребительскими стереотипами можно бороться. Это доказывает, например опыт китайских производителей. Быстрое развитие китайской экономики и расширение российско-китайских отношений привели в свое время к наводнению российского рынка товарами из Поднебесной, произведенными главным образом предприятиями малого и среднего бизнеса и не отличавшимися высоким качеством. Поэтому у россиян сложилось стереотипное мнение о том, что Китай в целом является производителем ширпотреба низкого качества. Специальное социологическое исследование однако показало, что при сохраняющемся скептическом отношении к качеству китайских товаров (82% респондентов отвечая на вопрос «Чего недостает китайским товарам», отметили именно «качество»), наметился общий рост доверия к китайской продукции (61% респондентов на вопрос «Повысилось ли у вас за последнее время доверие к китайским товарам?» ответили утвердительно). И подобные изменения мнений происходят на

основе как реального опыта использования товаров, так и благодаря мощной коммуникационной поддержке [3]. Китайские производители активно занялись брендингом.

Еще в советские времена у россиян не без оснований сформировалось мнение, что отечественная продукция не может быть качественной. Предпочтения отдавались импортным товарам, попадавшим на наш рынок в ограниченном количестве. В начале 90-х годов прошлого века в условиях либерализации внешнеэкономических отношений и существенного расширения импорта ситуация усугубилась. Против отечественной продукции выступали естественное потребительское желание попробовать все новое, а также массированная реклама, сопровождавшая приход на наш рынок зарубежных брендов.

Однако в отношении продуктов питания с течением времени мнения и предпочтения россиян стали меняться. Результаты опроса, проведенного Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ) свидетельствуют, что в 2014 г. большинство россиян (64% респондентов) были уверены, что качество отечественных продуктов питания в сравнении с импортными аналогами существенно выше (в 1995 г. этой точки зрения, по данным социологов, придерживались 54% опрошенных). Исследование показало, что из-за ограничительных мер, принятых в ответ на западные санкции в отношении России в связи с событиями на Украине, от употребления запрещенных к ввозу в Россию товаров большинство опрошенных готовы отказаться. Так, испанские цитрусовые покупали 43% участников опроса, при этом 34% из них выразили готовность отказаться от их употребления. Треть респондентов (37%) покупали норвежскую семгу, однако 26% заявили о том, что могут не делать этого в будущем. Из 25% любителей латвийской молочной продукции 20% «могут без нее обойтись» [4]. В данном секторе потребительского рынка сложились благоприятные условия для импортозамещения на основе расширения предложения отечественных товаров.

Сложнее выглядит ситуация на прочих рынках. Бытует представление, что российская экономика в настоящее время почти ничего не производит, кроме оружия, нефти и газа. Но оно на самом деле далеко от действительности. Можно найти немало отечественных товаров потребительского и производственного назначения, (не только сырьевых), вполне конкурентоспособных не только в нашей стране, но и за рубежом. В настоящее время наша страна является крупнейшим в мире экспортером оборудования и технологий для атомной энергетики, поставляет в другие страны удобрения, метанол, аммиак и синтетический каучук, электрические машины для предприятий машиностроения и крупных энергетических объектов, электронные навигационные системы для речных и морских судов..

Вполне успешными являются не только предприятия с давней историей (Императорский фарфоровый завод, Ивановское Текстильное Объединение), но и появившиеся относительно недавно, в том числе в области высоких технологий. Так, «Лаборатория Касперского» (1997 г.) – известный не только в России, но и далеко за ее пределами, производитель систем защиты от вирусов, спама и хакерских атак имеет представительства Великобритании, Германии, Франции, США, Японии, Южной Кореи, Китае, Нидерландах, Польше и Румынии. Российская компания АВВУУ (1989 г.)на сегодняшний день является одним из ведущих мировых разработчиков технологий оптического распознавания документов и лингвистического программного обеспечения. Ее разработками в мире пользуется около 20 миллионов человек, технологии применяют в своих продуктах ведущие участники рынка документооборота и ввода данных – DELL, EPSON, Fujitsu, HP, Lexmark, Microtek, Panasonic, Siemens Nixdorf, Samsung Electronics, и многие другие.. За годы существования московской фирмы NT-MDT (1990 г.), производящей научные приборы, в том числе сканирующие зондовые микроскопы (СЗМ), собственной разработки, более 4000 ее приборов были установлены в крупнейших научных и промышленных центрах Европы, Азии и Северной Америки. Российская международная корпорация IPG Photonics (1991 г.) производит промышленные лазеры средней и большой мощности и входит в тройку ведущих мировых производителей промышленных лазеров, а в сегменте сверхмощных лазеров является монополистом [4].

Можно привести примеры конкурентоспособной продукции и из области потребительских товаров. Так, фирма BASK (швейные фабрики в Рязани и Королеве) специализирующаяся

на производстве высокотехнологичной одежды для спорта и экстремального туризма на основе собственных разработок, успешно продает свои изделия в Великобритании, Западной и Восточной Европе, Скандинавии, Канаде. Мебель на экспорт делают многие российские производители,

Вполне конкурентоспособными являются косметические средства, производимые отечественными компаниями. Примером может служить продукция ООО «Первое решение» марки «Planeta Organica». Новейшие технологии созданной в 2002 г. компании позволяют применять минимальное количество химии и сохранять при этом полезные свойства природных ингредиентов. Составляющие вещества для косметики тщательно собираются во всех уголках планеты. Она отвечает всем требованиям безопасности и абсолютно гипоаллергенна [5].

При этом российские потребители в массе своей слабо информированы о том, какие товары и какого качества производят сегодня отечественные производители. Последним, особенно представляющим малый и средний бизнес, не хватает средств для эффективного продвижения своей продукции на основе технологий брендинга. Существенную коммуникационную поддержку отечественным товарам могло бы оказать государство.

Национальным институтом развития современной идеологии (НИРСИ) были разработаны основные направления коммуникационной поддержки продукции российских производителей, которые включают следующие направления [6]:

- Создание единого зонтичного бренда, объединяющего разнообразную продукцию отечественных товаропроизводителей.
- Организация конкурсов.
- Организация выставок-ярмарок.
- Формирование этических мотивов потребления отечественных товаров, закрепление в сознании потребителей «российское, значит качественное».
- Осуществление информационно-рекламных компаний в СМИ и сети Интернет, размещение наружной рекламы, проведение специальных рекламных мероприятий
- Издание популярной и специальной литературы по теме.

В России уже есть определенный опыт поддержки лучших отечественных производителей и товаров на федеральном и региональном уровнях в виде различных мероприятий, которые реализуются органами государственной власти и общественными организациями. Такую поддержку обеспечивает, например ежегодная Премия правительства РФ в области качества, которая была учреждена в 1996 г. Ее цель – «стимулировать отечественные предприятия и организации совершенствовать качество выпускаемой продукции и предоставляемых услуг, а также повышать эффективность своих систем управления». Премия построена на базе критериев и оценок организаций, которые применяются при выборе лауреатов Европейской награды за качество Европейского фонда управления качеством (EFQM). Получение премии повышает имидж организации на рынке, способствует укреплению репутации, привлечению новых заказчиков и партнеров. Лауреаты премии получают право размещать ее знак на рекламных материалах и документах организации. Компании могут участвовать в конкурсе на основе заявки [7].

В 1997 г. появилась Всероссийская программа продвижения и поддержки отечественных производителей «Покупайте российское». Цель программы – создание условий для развития отечественного производителя на территории Российской Федерации, в числе задач: формирование положительного образа и повышение конкурентоспособности отечественной продукции; поиск путей развития межрегионального сотрудничества и внутренних рынков; реорганизация товаропроводящей сети; стимулирование модернизации производств и создание необходимой производственной инфраструктуры бизнеса. Программа предполагала объединение усилий представителей органов государственной власти, бизнеса и общественных организаций в вопросах поддержки отечественного производителя, стимулирования потребительского спроса на российские товары, пропаганду производства качественной продукции. В рамках программы функционировали Всероссийский форум, проводились конференции, круглые столы, фести-

вали и специальные акции. На особом Интернет-портале были созданы разделы, предоставляющие информацию о новостях региона, компаниях производителях и т.д. [8]. Информация о программе после 2012 года отсутствует.

Национальная Программа «Всероссийская Марка (III тысячелетие). Знак качества XXI века» является долгосрочной широкомасштабной кампанией, направленной на продвижение отечественных высококачественных товаров, услуг и передовых технологий на российский рынок, решение проблемы интеграции этой продукции в мировой рынок и представляет собой серию выставок, начало которым было положено в 1999 г. Лауреаты выставок могут маркировать свою продукцию соответствующим Знаком качества на безвозмездной основе в период действия Знака (2 года). Организаторами программы являются ФБУ «РОСТЕСТ-Москва», ООО «АМСКОРТ ИНТЕРНЭШНЛ», Фонд социально-экономических и интеллектуальных программ, Фонд «Национальная Слава». Программа реализуется под патронатом Правительства Москвы, при поддержке Правительства РФ, Администрации Президента РФ, Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии, Министерства экономического развития РФ и др. [9].

Уже 6 лет исполнилось с начала проведения ежегодного конкурса «Права потребителей и качество обслуживания, призванного способствовать повышению потребительской осведомленности и формированию цивилизованного рынка в нашей стране. Организаторами премии являются Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (Роспотребнадзор) и фонд «Социальные программы и проекты» [10].

Всероссийская организация качества (ВОК) с 2002 г. реализует программу «Российское качество» с целью доведения до потребителя информации об отечественной продукции и услугах, сравнимых по качеству с современным мировым уровнем. Опытными специалистами отраслевых НИИ, ВУЗов, органов по сертификации, независимых экспертных организаций оценивается не только качество самой продукции, но и условия ее производства и реализации, от которых зависит качество. Успешно прошедшие испытания получают Диплом и Свидетельство ВОК, а также право на использование знака «Российское качество», который зарегистрирован в Роспатенте [11].

Девиз Всероссийского конкурса программы «100 лучших товаров России, проводимого с 1998 г. и охватывающего в настоящее время 84 региона страны, – «Отечественному рынку – лучшие российские товары!». Ежегодный конкурс проводится Межрегиональной общественной организацией «Академия проблем качества» при поддержке Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии, администрации регионов, центров по метрологии и сертификации, общественных организаций. Одна из задач конкурса – «мотивация предприятий на решение актуальных задач повышения конкурентоспособности реального сектора экономики, импортозамещения и наполнения внутреннего рынка страны высококачественными товарами российского производства». Победители награждаются почетными знаками, их деятельность освещается в журнале «Качество и жизнь» [12].

Программа «500 преуспевающих компаний» нацелена на выявление наиболее эффективных, профессиональных и стабильно работающих предприятий России и направлена на ориентацию заказчиков на тех подрядчиков, которые в срок и с высоким качеством смогут выполнить свои обязательства, а также на оказание помощи предприятиям отрасли в расширении географии сбыта. Ее организаторы – ООО МЦ «Российский Деловой Реестр», Российский Союз промышленников и предпринимателей (работодателей), Московская торгово-промышленная палата, ОАО «Рослегпром», ОАО «Концерн «Ростекстиль». Экспертный совет программы принимает решение о присвоении предприятию звания «Надежный партнер» с вручением «Платиновой медали» и «Именного Сертификата Надежности» [13].

Среди мероприятий регионального уровня можно отметить программы и конкурсы: «Московское качество», «Воронежское качество», «Покупай тюменское», «Покупай чувашское», «Сделано на Дону», «Сделано в Санкт-Петербурге», «Лучший алтайский товар года» и «Лучшая услуга года». Программа «Екатеринбургское качество» предполагает получение особо отличившимися местными предприятиями права маркировки своей продукции специальным знаком, который дает возможность получать привилегии в торговых точках.

Рассмотрение далеко не полного перечня разнообразных коммуникационных проектов позволяет сделать вывод, что в России еще с 90-х годов прошлого столетия существует поддержка национальных производителей. Однако, во-первых, она, как правило, осуществляется в отношении компаний в целом, а не отдельных товаров, во-вторых, потребители слабо информированы о существовании рассмотренных выше конкурсов и их победителях.

Функции единого зонтичного бренда призван выполнять общероссийский знак качества, аналог знака, которым маркировались лучшие товары в советскую эпоху. С инициативой создания подобного знака в рамках проекта «Сделано в России», выступило в 2013 г. Министерство промышленности и торговли РФ после того, как премьер-министр Д.А. Медведев поручил министерству разработать механизм поддержки отечественных брендов за рубежом. К тому моменту в стране существовало около тысячи систем добровольной сертификации, и разобраться в них не были в состоянии ни представители бизнеса, ни потребители. Минпромторг в 2014 г объявил конкурс на лучший логотип, и, подводя итоги, определил победителя. Им стало изображение белой буквы «К» в пятиугольнике на красном фоне (см. Рис. 1).



Рис. 1. Знак качества «Сделано в России»

В Минпромторге рассчитывают, что этот знак будет повышать доверие потребителей, станет элементом добавленной ценности, даст товарам конкурентное преимущество и расширит доступ на полки магазинов. Присваиваться он будет конкретному товару. Использовать его могут как чисто российские компании, так и иностранные фирмы, производящие и реализующие свою продукцию на территории России, только после прохождения товаром строгой экспертизы, имеющей добровольный и платный характер. Оператором системы маркировки станет особая специально созданная некоммерческая организация. Сертифицировать продукцию будут гослаборатории, но предусмотрена возможность аккредитации и негосударственных исследовательских организаций. Помимо первичных испытаний предполагаются проверки качества товара, взятого прямо с полки в точках продаж. На раскрутку новой маркировки и завоевание доверия потребителей уйдет примерно год. Маркированная новым знаком продукция будет дороже обычной, но за качественные товары покупатель готов платить и переплачивать.

При всей привлекательности идеи эксперты видят в формирующейся системе немалые коррупционные риски [14]. Вместе с тем в ее пользу говорит международный опыт. Так, в Финляндии знак «Финский продукт» в виде изображения белого лебедя гарантирует повышение уровня продаж на 40-50%. Подобная система действует и в Латвии [15].

Немаловажную роль в решении вопросов привлечении интереса к отечественным товарам, налаживания межрегиональных и международных экономических связей призвано сыграть возрождение ВДНХ. Согласно решению Правительства Москвы выставка должна вновь обрести свое первоначальное предназначение – быть местом демонстрации достижений России во всех отраслях и одновременно любимым местом отдыха москвичей и гостей столицы.

Свой весомый вклад в формирование товарного патриотизма должны внести СМИ, в том числе государственные. Особую значимость в силу масштабов охвата аудитории имеет в России телевидение. Телеканал «360 Подмосковье» предложил зрителям новый телепроект в жанре социального эксперимента «Сделано в России». Пяти семьям было предложено удовлетворять свои нужды с помощью исключительно отечественных товаров. Целесообразно было бы организовать серии передач того же назначения и на центральных государственных каналах. Нельзя забывать о таком значимом информационном поле, как социальные сети.

Министр промышленности и торговли Д.В. Мантуров в ходе панельной дискуссии «Сделано в России: от корпоративных брендов к имиджу страны», состоявшейся в рамках XIII Международного инвестиционного форума в Сочи 20 сентября 2014 г., отметил: «Сейчас мы наблюдаем усиление доверия потребителей к российскому бренду и считаем, что наши производители должны воспользоваться этой возможностью. Но никто и никогда не будет покупать некачественную продукцию, поэтому нужно всегда обеспечивать качество и думать в первую очередь о потребителях как на внутреннем, так и на внешнем рынке» [16]. С этим мнением трудно не согласиться. Для того чтобы побеждать в рыночном соперничестве российские предприятия должны решать двуединую задачу – производить действительно качественную продукцию, не уступающую зарубежным аналогам и превосходящую их по ключевым характеристикам, и эффективно ее продвигать. Государство должно оказывать им всестороннюю коммуникационную поддержку, заниматься пропагандой товарного патриотизма, формировать новую этику потребительского поведения с приоритетом отечественных товаров и представлением «российское – значит качественное!»

Список литературы

- [1] Пайн П.Б.Дж., Гилмор Дж.Х. Экономика впечатлений. Работа – это театр, а каждый бизнес – сцена. М., 2005. -http://modernlib.ru/books/gilmor_dzheymys_h/ekonomika_vpechatleniy_rabota_eto_teatr_a_kazhdiy_biznes_scena/read/ (12.02.2015).
- [2] Домнин В.Н. Брендинг: новые технологии в России. 2-е изд. СПб.: 2004.
- [3] Стереотипы о товарах из Китая всё ещё сильны в сознании российского потребителя. – <http://www.adme.ru/research/stereotypy-o-tovarah-iz-kitaya-vsio-eschio-silny-v-soznanii-rossijskogo-potrebitelya-10229/> (12.02.2015).
- [4] ВЦИОМ: россияне уверены, что отечественные продукты качественнее иностранных. – http://www.gazeta.ru/business/news/2014/09/03/n_6448209.shtml (12.02.2015).
- [5] Сайт ООО «Первое решение». – <http://www.1reshenie.ru/index.php?page=182> (12.02.2015).
- [6] Поддержка отечественного товаропроизводителя как необходимое условие модернизации. – <http://www.nirsi.ru/59> (12.02.2015).
- [7] Менеджмент качества. Премия правительства РФ в области качества http://www.kpms.ru/General_info/RF_Award.htm (15.02.2015). (15.02.2015).
- [8] www.pokupayte.ru; www.покупайтероссийское.рф (16.02.2015).
- [9] Всероссийская Марка (III тысячелетие). Знак качества XXI века. - <http://www.rosmarka.ru/> (16.02.2015).
- [10] Права потребителей – конкурс. – <http://www.pravpro.ru/> (15.02.2015).
- [11] Всероссийская организация качества. Программа «Российское качество» – <http://www.roskachestvo.ru/> (15.02.2015).
- [12] 100 лучших товаров России. – <http://www.100best.ru/> (16.02.2015).
- [13] Российский деловой реестр. – http://rosdr.ru/proekty/programma_500_preuspevayuschih_kompanii/ (16.02.2015).
- [14] Минпромторг России возрождает аналог советского «Знака качества». – <http://old.minpromtorg.gov.ru/press/publications/113> (15.02.2015).
- [15] Минпромторг РФ начнет выдачу первых знаков качества с российского лосося. – <http://tass.ru/ekonomika/1442423> (15.02.2015).
- [16] http://minpromtorg.gov.ru/press-centre/all/#!denis_manturov_kachestvennaya_produkcija_dolzhna_stat_osnovoy_imidzha_rossii (15.02.2015).