

МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ И ТОРГОВАЯ ПОЛИТИКА № 4 (12) 2017

ISSN 2410-7395

ISSN 2414-4649

(online)

Международный научно-практический журнал

Учредитель

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Российский экономический университет
имени Г. В. Плеханова»
(ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова»)

Журнал включен в Перечень рецензируемых научных изданий, рекомендуемых
ВАК для публикации основных научных результатов диссертаций на соискание
ученых степеней кандидата и доктора наук

Журнал включен в систему Российского индекса научного цитирования (РИНЦ)

Основан в 2015 г.

Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77-64669 от 22.01.2016 г.

Подписка по каталогу Агентства «Роспечать».

Подписной индекс 84388

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

В. И. Гришин, д-р экон. наук, проф. –
председатель
А. В. Шишкин, д-р экон. наук, проф. –
зам. председателя
Свобода Цирил, директор Пражской
дипломатической академии (Чехия)
Ульрих Рюдигер, д-р наук, проф.,
ректор Университета г. Констанц
(Германия)
Г. А. Короленок, д-р экон. наук, проф.
(Беларусь)
Роберт Земан, д-р наук (Чехия)
В. А. Шлямин, д-р экон. наук, проф.
Чжан Дюнь Юн, д-р экон. наук (КНР)

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Р. И. Хасбулатов, чл.-корр. РАН, д-р
экон. наук, проф. – главный редактор
С. Д. Валентей, д-р экон. наук, проф.
М. В. Кулаков, д-р экон. наук, проф.
Л. Ф. Лебедева, д-р экон. наук, проф.
Липкова Людмила, д-р экон. наук, проф.
(Словакия)
Ю. В. Пискулов, д-р экон. наук, проф.
Б. Н. Порфирьев, академик РАН,
д-р экон. наук, проф.
А. В. Рыжакова, д-р техн. наук, проф.
С. В. Иванова, д-р экон. наук, проф.
А. В. Латышов – ответственный
секретарь

При перепечатке материалов ссылка на журнал «Международная торговля и торговая политика» обязательна. Рукописи, не принятые к публикации, не возвращаются.

Мнение редакции и членов редколлегии может не совпадать с точкой зрения авторов публикаций.

© ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2017

INTERNATIONAL TRADE AND TRADE POLICY № 4 (12) 2017

ISSN 2410-7395

ISSN 2414-4649

(online)

International Scientific Journal

Founder

The Federal State Budget Higher Educational Institution 'Plekhanov Russian
University of Economics' (PRUE)

The journal is included in the List of leading scientific journals and publications
of the Higher Attestation Board, publication in which is mandatory for defending PhD
and Doctorate dissertations

The journal is included in the Russian index of scientific citing

Founded in 2015

The Certificate of Registration ПИ № ФЦ 77-64669 от 22.01.2016

Subscription by 'Rospechat' catalogue
Index 84388

EDITORIAL COUNCIL

Grishin V. I., D. Sc. (Economics),
Professor, Chairman of the Council
Shishkin A. V., D. Sc. (Economics),
Professor, Deputy Chairman
of the Council
Svoboda Cyril, Director
of the Diplomatic Academy
in Prague (Czech Republic)
Ulrich Ruediger, Dr. of Science,
Professor, Rector of the University
of Konstanz (Germany)
Korolenok G. A., D. Sc. (Economics),
Professor (Belarus)
Robert Zeman, Dr. of Science
(Czech Republic)
Shlyamin V. A., D. Sc. (Economics),
Professor
Junyong Zhang, D. Sc. (Economics)
(PRC)

EDITORIAL BOARD

Khasbulatov R. I., Corresponding member
of RAS, D. Sc. (Economics), Professor –
Chief editor
Valentei S. D., D. Sc. (Economics), Professor
Kulakov M. V., D. Sc. (Economics), Professor
Lebedeva L. F., D. Sc. (Economics), Professor
Lipkova Ludmila, D. Sc. (Economics),
Professor (Slovakia)
Piskulov U. V., D. Sc. (Economics), Professor
Porphiriev B. N., D. Sc. (Economics),
Professor, Academic of RAS
Ryzhakova A. V., D. Sc. (Technology),
Professor
Ivanova S. V., D. Sc. (Economics), Professor
Latyshov A. V., Executive Secretary

In case materials from 'International trade and trade policy' are reproduced, the reference to the source is mandatory. Materials not accepted for publication are not returned. Opinions of editorial council and editorial board may not coincide with those of the authors of publications.

© Plekhanov Russian University of Economics, 2017

Содержание

Мировая экономика и международные экономические отношения

<i>Гладков И. С.</i> Динамика и структура внешнеторговых связей Европейского союза на этапе последнего его расширения.....	6
<i>Подоба З. С., Горшков В. А.</i> Внешняя торговля Японии: современные тенденции и место России.....	23
<i>Бирюков Е. С.</i> Инвестиции в земельные ресурсы как новый тренд в глобальном управлении и международных экономических отношениях (на примере инвестиций аравийских монархий).....	38
<i>Ма Хан.</i> Торгово-экономические отношения КНР и России в свете реализации проекта «Один пояс – один путь».....	53

Конъюнктура мировых товарных рынков

<i>Рыжакова А. В., Бабина О. А.</i> Мировой рынок кондитерских изделий.....	59
<i>Сенотрусова С. В., Свинухов В. Г.</i> Рынок рыбной продукции России: экспорт, импорт и таможенные платежи.....	75
<i>Разумнова Л. Л.</i> Мониторинг развития европейских газовых хабов.....	84

Торговая политика

<i>Бутов А. В.</i> Основы формирования корпоративной стратегии компании ИКЕА.....	100
<i>Сунь Цинбяо.</i> Особенности применения больших данных в электронной коммерции.....	114

Таможенное обеспечение внешнеэкономической деятельности

<i>Агапова А. В., Щелкунова Е. В.</i> Дополнительная проверка по вопросам таможенной стоимости: практика проведения, проблемы и возможные пути решения.....	120
---	-----

Образование и наука

<i>Бобков А. Л., Денисов И. В., Кучмаева О. В.</i> Кластерный анализ финансово-экономических и организационно-структурных показателей образовательных организаций Чешской Республики.....	133
---	-----

Contents

World Economy and International Economic Relations

<i>Gladkov I. S.</i> Dynamics and Structure of the European Union's Foreign Trade Relations at the Stage of Latest Enlargement.....	6
<i>Podoba Z. S., Gorshkov V. A.</i> Japan's Foreign Trade: Contemporary Trends and Russia.....	23
<i>Biryukov E. S.</i> Global Land Grab as a New Trend in Global Governance and International Economic Relations (on the Example of the GCC States' Investments).....	38
<i>Ma Khan.</i> Trade and Economic Relations between the PRC and Russia in the Light of the Implementation of the One Belt and One Road Initiative.....	53

World Commodity Markets

<i>Ryzhakova A. V., Babina O. A.</i> The Global Confectionery Market.....	59
<i>Senotrusova S. V., Svinukhov V. G.</i> The Russian Fish Market: Export, Import and Customs Duties.....	75
<i>Razumnova L. L.</i> Monitoring of European Traded Gas Hubs Development.....	84

Trade Policy

<i>Butov A. V.</i> Bases of Formation of Corporate Strategy of IKEA.....	100
<i>Sun Qingbiao.</i> Features of the Use of Big Data in E-Commerce.....	114

Customs Support of Foreign Economic Activity

<i>Agapova A. V., Shchelkunova E. V.</i> Additional Verification Phase of Customs Value Control: Practice of Realization, Problems and Possible Ways of Desition.....	120
---	-----

Science and Education

<i>Bobkov A. L., Denisov I. V., Kuchmaeva O. V.</i> Cluster Analysis of Financial and Economic and Organizational and Structural Indicators of the Educational Organizations of the Czech Republic.....	133
---	-----

МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ И ТОРГОВАЯ ПОЛИТИКА № 4 (12) 2017

Редактор **Т. Л. Савельева**
Оформление обложки
К. Г. Жигалов

Адрес редакции:
117997, Москва,
Стремянный пер., 36.
Тел. **8 (499) 236 13 31**
E-mail: **mtp@rea.ru**

Подписано в печать 19.12.17.
Формат 60 x 84 1/16.
Печ. л. 9,5.
Усл. печ. л. 13,3.
Уч.-изд. л. 10,45.
Тираж 1 000 экз.
Заказ .
Цена свободная.

Отпечатано в ФГБОУ ВО
«РЭУ им. Г. В. Плеханова».
117997, Москва,
Стремянный пер., 36.

INTERNATIONAL TRADE AND TRADE POLICY № 4 (12) 2017

Editor **T. L. Savel'eva**
Cover design **K. G. Zhigalov**

Editorial office address:
36 Stremyanny Lane,
117997, Moscow.
Tel.: **8 (499) 236 13 31**
E-mail: **mtp@rea.ru**

Signed for print: 19.12.17.
Format 60 x 84 1/16.
Printed sheets 9,5.
Conv. sheets 13,3.
Publ. sheets 10,45.
Circulation 1,000.
Order .
Free price.

Printed in Plekhanov
Russian University
of Economics.
36 Stremyanny Lane,
117997, Moscow.



Редакционный совет и редакционная коллегия журнала «Международная торговля и торговая политика» сердечно поздравляют нашего замечательного главного редактора, доктора экономических наук, члена-корреспондента РАН, профессора, заведующего кафедрой мировой экономики Р. И. Хасбулатова с юбилеем.

Желаем Вам доброго здоровья и дальнейших успехов в Вашей многогранной творческой деятельности на благо российского образования и науки.

Председатель
Редационного совета журнала
«Международная торговля и торговая политика»,
доктор экономических наук, профессор
В. И. Гришин

**ДИНАМИКА И СТРУКТУРА
ВНЕШНЕТОРГОВЫХ СВЯЗЕЙ
ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА НА ЭТАПЕ
ПОСЛЕДНЕГО ЕГО РАСШИРЕНИЯ**

Гладков Игорь Сергеевич

доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры мировой экономики РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», 117997, Москва, Стремянный пер., д. 36.

E-mail: professorgis@rambler.ru

В статье проанализированы наиболее важные тренды во внешней товарной торговле Европейского союза на протяжении 2004–2016 гг. В этот период Европейский союз пережил самое крупное поэтапное расширение своего численного состава, когда количество стран – членов интеграционного блока возросло с 15 до 28. Данный процесс происходил на фоне глобальных кризисных явлений в системе мировой экономики, таких постепенно нараставших характеристик мирохозяйственной эволюции, как ее неопределенность, непредсказуемость, турбулентность, периодическое ухудшение конъюнктуры на некоторых глобальных товарных рынках. Заметным, осложняющим динамику развития ряда стран и регионов мирового хозяйства, фактором стало введение Западом и неоднократное продление им антироссийских санкций. Названные выше сдвиги актуализировали необходимость исследования динамики и композиционных изменений в географической и товарной структуре внешнеторговых связей Евросоюза на этапе его последнего расширения и начавшегося процесса сужения. Проведенное исследование показало относительную эффективность усилий Европейского союза отстоять в конкурентной среде свое первенство в сфере международной товарной торговли.

Ключевые слова: международная торговля, внешняя торговля, товарный экспорт/импорт, Европейский союз, Германия, Нидерланды, Швейцария, Норвегия, Китай, США, Российская Федерация, Япония, Турция.

DYNAMICS AND STRUCTURE OF THE EUROPEAN UNION'S FOREIGN TRADE RELATIONS AT THE STAGE OF LATEST ENLARGEMENT

Gladkov, Igor S.

Doctor of Science (International Economy), Full Professor, Professor of the Department for World Economy of the PRUE.

Address: Plekhanov Russian University of Economics, 36 Stremyanny Lane, Moscow, 117997, Russian Federation.

E-mail: professorgis@rambler.ru

In article the most important trends in foreign commodity trade of the European Union for 2004-2016 are analyzed. During this period, the European Union experienced the largest step-by-step expansion of its membership, when the number of member-countries of the integration bloc increased from 15 to 28. This process occurred against the backdrop of global crisis phenomena in the world economy system, such gradually growing characteristics of world economic evolution as its uncertainty, unpredictability, turbulence, and the periodic deteriorations of the conjuncture in some global commodity markets. A significant factor, complicating the development dynamics of a number of countries and regions of the world economy, was the introduction by the West and the repeated prolongation of anti-Russian sanctions. The above-mentioned shifts have actualized the need to study the dynamics and composite changes in the geographical and commodity structure of the European Union's foreign trade relations at the stage of its latest expansion and the process of narrowing that has begun. The conducted research showed the relative effectiveness of the European Union efforts to defend in the competitive environment its primacy in the sphere of international trade in goods.

Keywords: international trade, foreign trade, merchandise export/import, European Union, Germany, Netherlands, Switzerland, Norway, China, USA, Russian Federation, Japan, Turkey.

Растянувшееся на десятилетие – пятое по счету – расширение численного состава Европейского союза (ЕС) в 2004–2013 гг. оказалось самым масштабным по количеству принятых в это ведущее в мире интеграционное объединение новых стран-членов. Однако, если прежде в него включались примерно равные по основным макроэко-

номическим показателям страны (при всех существовавших между ними различиях), то в ходе последнего расширения Евросоюза в него влились относительно более отстающие экономики Восточно- и Южноевропейского регионов¹. Таким образом, внутри ЕС сложилась непростая ситуация, поскольку в группировке отчетливо выделяются среди ее участников как лидеры, так и аутсайдеры.

Помимо довольно заметных расхождений между странами – членами Евросоюза по основным макроэкономическим индикаторам, обращает на себя внимание очевидная несхожесть параметров их внешнеторговых связей как в сфере экспорта товаров, так и товарного импорта (табл. 1, 2).

Однако следует отметить, что при сохранении своего традиционного первенства ЕС в рассматриваемый период (2005–2016) постепенно утрачивал прежние позиции в глобальном товарном обмене. Так, его долевое участие в стоимости мирового товарного вывоза сократилось за этот период с 38,5 до 33,8%. Причем в динамике данного показателя своеобразное «дно», т. е. минимальное значение (31,4%) было достигнуто Евросоюзом в 2012 г. После этого отмечалось его постепенное повышение.

Тем не менее рассмотрение динамических характеристик абсолютных параметров товарного экспорта ЕС в этот период показывает их повышение более чем в 1,3 раза². По новейшим данным МВФ, перспективы для стран еврозоны на 2017–2018 гг. выглядят вполне оптимистично, особенно в связи с повышением в субрегионе темпов экономического роста [15. – Р. 1].

¹ Сравнительный анализ экономических потенциалов и периодизация вступления отдельных государств Европы в состав интеграционного блока позволили подразделить всех его участников на старых и новых европейцев. Наиболее актуальным и во многом тревожным для новых стран – членов ЕС трендом стало продвижение концепции двухскоростной Европы. Во многом это обусловлено существенными различиями между этими членами Евросоюза, сохраняющимися, несмотря на заметные успехи в экономическом развитии таких стран, как Чехия, Венгрия, Польша, Словения, Словакия [1–5; 6–10].

² Приведенные в табл. 1 уточненные статистические данные, характеризующие динамику товарного вывоза, как абсолютные, так и расчетные, включают параметры экспорта товаров всех 28 стран – членов Европейского союза (что целесообразно для их сравнения за весь рассматриваемый период), тогда как в 2005–2006 гг. членство в ЕС имели только 25 участников, с 2007 г. – 27, только с 2013 г. – 28. Однако с середины 2016 г. после референдума в Великобритании проявился обратный тренд – к сужению численности участников блока [11]. Если исключить из статистических данных в 2005 г. объемы товарного экспорта стран, еще не входивших в Евросоюз, рост этого показателя для блока в целом составит примерно 1,4 раза в 2005–2016 гг.

Т а б л и ц а 1
Динамика товарного экспорта Европейского союза, 2005–2016 гг.* (в млрд долл., %)

Страны-экспортеры	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Мир, млрд долл.	10 343,304	15 064,930	18 073,112	18 459,235	18 957,099	18 969,801	16 508,464	15 862,398
Мир, %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
В том числе:								
ЕС – всего	3 987,262	5 078,902	5 936,205	5 799,114	6 106,876	6 136,327	5 374,441	5 356,692
ЕС, доля в мире, %	38,5	33,7	32,8	31,4	32,2	32,3	32,6	33,8
ЕС – всего, %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
ЕС, внутри блока	2 688,308	3 273,312	3 754,938	3 555,484	3 715,051	3 809,364	3 343,531	3 378,169
ЕС, внутри блока, %	67,4	64,4	63,2	61,3	60,8	62,1	62,2	63,1
ЕС, вне блока	1 298,954	1 805,590	2 181,267	2 243,630	2 391,825	2 326,963	2 030,910	1 978,523
ЕС, вне блока, %	32,6	35,6	36,8	38,7	39,2	37,9	37,8	36,9
В том числе:								
Германия **	9,4	8,4	8,2	7,6	7,7	7,9	8,0	8,5
Нидерланды	3,4	3,3	2,9	3,6	3,5	3,5	3,5	3,6
Франция	4,2	3,4	3,2	3,0	3,0	3,0	3,0	3,1
Италия	3,6	3,0	2,9	2,7	2,7	2,8	2,8	2,9
Великобритания	3,8	2,8	2,9	2,6	2,9	2,7	2,8	2,6
Бельгия	3,2	2,7	2,6	2,4	2,7	2,5	2,4	2,5
Испания	1,9	1,6	1,6	1,5	1,6	1,7	1,7	1,8

* Рассчитано по: World Economic Outlook, April 2017: Gaining Momentum? – Washington : IMF, 2017. – P. 198, 211–212; URL: <http://www.imf.org/en/external/press/pr/2017/04/04/20170404>; economic-outlook-october-2017; ИТС. Trade Statistics for International Business Development; The EU in the World. – 2016 edition. Eurostat. – Luxembourg : Publications Office of the European Union, 2016; The International Bank for Reconstruction and Development. World Development Indicators 2017. – Washington, DC : The World Bank, 2017. The United Nations Department of Economic and Social Affairs. World Statistics Pocketbook. – 2017 edition. – New York : United Nations, 2017.

** Здесь и далее – доля в мировом экспорте, %.

Окончание табл. 1

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Польша	0,9	1,0	1,0	1,0	1,1	1,1	1,2	1,2
	0,8	0,9	0,9	0,8	0,9	0,9	1,0	1,0
Чешская Республика	1,1	1,0	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	1,0
Австрия	1,3	1,1	1,0	0,9	0,9	0,9	0,8	0,9
Швеция	1,1	0,8	0,7	0,6	0,6	0,6	0,8	0,8
Ирландия	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6
Венгрия	0,8	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6
Дания	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5
Словакия	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4
Румыния	0,6	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4
Финляндия	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4
Португалия	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Словения	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Греция	0,1	0,1	0,2	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2
Болгария	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Литва	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Эстония	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Хорватия	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Люксембург	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Латвия	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Мальта	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Кипр	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Т а б л и ц а 2
Динамика товарного импорта Европейского союза, 2005–2016 гг.* (в млрд долл., %)

Страны-импортеры	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Мир – всего	10 605,080	15 316,480	18 316,796	18 600,846	18 978,611	18 989,386	16 656,048	16 062,473
Мир , %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
В том числе:								
ЕС – всего	4 078,180	5 251,089	6 137,610	5 832,506	5 927,951	6 004,059	5 217,113	5 218,604
ЕС, доля в мире, %	38,5	34,3	33,5	31,4	31,2	31,6	31,3	32,5
ЕС – всего, %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
ЕС, внутри блока	2 524,818	3 067,386	3 557,627	3 290,024	3 450,325	3 529,522	3 077,852	3 098,677
ЕС, внутри блока, %	61,9	58,4	57,9	56,4	58,2	58,8	59,0	59,4
ЕС, вне блока	1 553,362	2 183,703	2 579,983	2 542,482	2 477,626	2 474,537	2 139,261	2 119,927
ЕС, вне блока, %	38,1	41,6	42,0	43,6	41,8	41,2	41,0	40,6
В том числе:								
Германия **	7,4	7,0	6,9	6,2	6,3	6,4	6,3	6,6
Великобритания	5,0	4,1	3,9	3,7	3,5	3,7	3,8	4,0
Франция	4,5	3,9	3,9	3,6	3,5	3,5	3,4	3,5
Нидерланды	2,9	2,9	2,7	3,2	3,1	3,1	3,1	3,1
Италия	3,6	3,2	3,1	2,6	2,5	2,5	2,5	2,5
Бельгия	3,0	2,6	2,5	2,4	2,6	2,4	2,2	2,3
Испания	2,7	2,1	2,0	1,8	1,8	1,8	1,8	1,9
Польша	1,0	1,1	1,1	1,0	1,1	1,1	1,1	1,2
Австрия	1,1	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	0,9	1,0

* Рассчитано по: World Economic Outlook, April 2017: Gaining Momentum? – Washington : IMF, 2017. – P. 198, 211–212; URL: <http://www.imf.org/en/weo/world-economic-outlook-october-2017>; ИТС. Trade Statistics for International Business Development; The EU in the World. – 2016 edition. Eurostat. – Luxembourg : Publications Office of the European Union, 2016; The International Bank for Reconstruction and Development. World Development Indicators 2017. – Washington, DC : The World Bank, 2017. The United Nations Department of Economic and Social Affairs. World Statistics Pocketbook. – 2017 edition. – New York : United Nations, 2017.

** Здесь и далее – доля в мировом импорте, %.

Окончание табл. 2

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Швеция	1,0	1,0	1,0	0,9	0,8	0,9	0,8	0,9
Чешская Республика	0,7	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,9
Венгрия	0,6	0,6	0,6	0,5	0,5	0,5	0,5	0,6
Дания	0,7	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
Ирландия	0,7	0,4	0,4	0,3	0,3	0,4	0,5	0,5
Словакия	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,5
Румыния	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,5
Португалия	0,6	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4
Финляндия	0,6	0,4	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4
Греция	0,5	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
Словения	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Болгария	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Литва	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Хорватия	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Люксембург	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Эстония	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Латвия	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Мальта	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Кипр	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

При этом основной вклад в общий показатель вносили 13 наиболее крупных экспортеров группировки (см. табл. 1), тогда как на прочих приходилось всего от 7,5 (2005) до 10,3% (2016) совокупного стоимостного объема товарного вывоза этого интеграционного блока¹. Среди первых преобладали старые европейцы (за исключением Польши, Чешской Республики, Венгрии), среди вторых – новые – страны – члены Евросоюза (кроме Дании, Финляндии, Португалии, Греции, Люксембурга).

Следует обратить внимание на существенные различия в стоимостных показателях вывоза товаров «Большой семерки» лидирующих стран – членов ЕС и остальных его участников. Возглавляла список Германия, хотя ее удельный вес в глобальном товарообороте снижался с 9,4 (2005) до 7,6% (2012), но затем вырос до 8,5% (2016). Причем ее отрыв от находившихся на второй позиции Нидерландов несколько сократился, но превышал 2,3 раза в 2016 г. Следующие места в этом рейтинге удерживали Франция, Италия, Великобритания, Бельгия, Испания.

Совокупный вклад в мировой товарный экспорт «Большой семерки» в 2016 г. составил 25,0%, в общем вывозе товаров ЕС ее доля достигала почти 74,0%. Соответственно, на остальные страны – члены Евросоюза (21) пришлось примерно 26,0% совокупного товарного экспорта блока.

Определенный интерес представляет тренд в соотношении параметров внешнеторговых связей в сфере товарного обмена Европейского союза внутри блока (The EU Intra-trade) и вне его (The EU Extra-trade). Так, если до 2014 г. отмечалась понижательная тенденция в контактах внутри блока (до 60,8% в 2013 г.), то на протяжении последнего времени наблюдается весьма стабильное повышение удельного веса внутреннего товарооборота в совокупных показателях стоимости товарного экспорта блока (до 63,1% в 2016 г.). Напротив, постепенно снижается доля экспортных поставок ЕС в третьи страны (с 37,9 до 36,9% в 2014–2016 гг.), что обусловлено рядом внеэкономических факторов (прежде всего, внешнеполитического плана).

Аналогичные сдвиги отмечались в рассматриваемый период в сфере товарных закупок Евросоюза. Совокупная их стоимость возросла в 1,3 раза, а долевое участие ЕС в глобальном ввозе товаров снижалось с 38,5 (2005) до 31,2% (2013), а затем устойчиво повышалось до 32,5% (2016). То есть период 2014–2016 гг. оказался позитивным для Евросоюза, даже несмотря на некоторые катаклизмы (неблагоприятные сдвиги в конъюнктуре на товарных рынках, санкции в отношении России, ее

¹ Основным критерием причисления страны к подгруппе экспортеров стала стоимость годового товарного экспорта. Так, в 2016 г. принадлежность к первой группе означала, что этот показатель оказывался более 100 млрд долл. (в частности, для Венгрии он составил 103,1 млрд долл.).

контрмеры) в международном товарообмене [1; 5; 8; 11; 13; 14; 15]. При этом на фоне заметного падения стоимостных объемов товарного импорта в 2016 г. в других ведущих экономиках мира (в США – на 63,7 млрд долл.; в Китае – на 91,7 млрд долл.; в Японии – на 18,7 млрд долл. и пр.) Европейскому союзу удалось немного повысить их на 1,5 млрд долл. (см. табл 2).

Таблица 3

Динамика долевого участия основных партнеров в товарном экспорте/импорте Европейского союза, 2005–2016 гг.* (в %)

	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Экспорт								
США	23,9	18,0	17,0	17,4	16,7	18,3	20,8	20,8
Китай	4,9	8,4	8,8	8,6	8,5	9,7	9,5	9,7
Швейцария	8,2	8,2	9,1	7,9	9,7	8,2	8,4	8,2
Турция	4,3	4,6	4,7	4,5	4,5	4,4	4,4	4,5
Россия	5,4	6,4	7,0	7,3	6,9	6,1	4,1	4,1
Япония	4,2	3,2	3,2	3,3	3,1	3,1	3,2	3,3
Норвегия	3,2	3,1	3,0	3,0	2,9	2,9	2,7	2,8
ОАЭ	2,5	2,1	2,1	2,2	2,6	2,5	2,7	2,6
Республика Корея	1,9	2,1	2,1	2,2	2,3	2,5	2,7	2,6
Индия	2,0	2,6	2,6	2,3	2,1	2,1	2,1	2,2
Канада	2,2	2,0	1,9	1,9	1,8	1,9	2,0	2,0
Гонконг	1,9	2,0	2,0	2,0	2,1	2,0	2,0	2,0
Саудовская Аравия	1,5	1,7	1,7	1,8	1,9	2,1	2,2	1,9
Мексика	1,6	1,6	1,5	1,7	1,6	1,7	1,9	1,9
Австралия	2,0	2,0	2,0	2,0	1,8	1,7	1,8	1,9
Импорт								
Китай	13,6	18,5	17,1	16,2	16,6	17,9	20,3	20,2
США	13,4	11,4	11,2	11,6	11,8	12,4	14,4	14,5
Швейцария	5,6	5,6	5,4	5,9	5,6	5,7	5,9	7,1
Россия	9,6	10,6	11,6	12,0	12,3	10,8	7,9	7,0
Турция	3,1	2,8	2,8	2,7	3,0	3,2	3,6	3,9
Япония	6,3	4,4	4,1	3,6	3,4	3,3	3,5	3,9
Норвегия	5,7	5,2	5,5	5,6	5,3	5,0	4,3	3,7
Республика Корея	2,9	2,6	2,1	2,1	2,1	2,3	2,4	2,4
Индия	1,6	2,2	2,3	2,1	2,2	2,2	2,3	2,3
Бразилия	2,0	2,2	2,3	2,1	2,0	1,8	1,8	1,7
Канада	1,5	1,6	1,8	1,7	1,6	1,6	1,6	1,7
ЮАР	1,5	1,3	1,3	1,1	0,9	1,1	1,1	1,3
Мексика	0,8	0,9	1,0	1,1	1,0	1,1	1,1	1,2
Саудовская Аравия	1,9	1,1	1,6	1,9	1,8	1,7	1,2	1,1
Сингапур	1,6	1,2	1,1	1,2	1,0	1,0	1,1	1,1

* Рассчитано по: URL:http://ec.europa.eu/International_trade_-_goods

Схожим с ситуацией в сфере экспорта товаров оказалось распределение товарных закупок по странам блока. Первые 12 стран ЕС ли-

дировали, прочие находились в тени крупных импортеров. На эту долю в 2016 г. пришлось 28,5% мирового товарного ввоза, 87,7% всех закупок Евросоюза по импорту. Та же «Большая семерка» первенствовала в данной группе. Среди ее членов выделялась Германия, доля которой в стоимости международного ввоза несколько снизилась – с 7,4% (2005) до 6,2% (2012), но затем повысилась до 6,6% (2016). Аналогично трендам в подразделении товарного вывоза Европейского союза на внутренние и внешние поставки в 2005–2016 гг. происходили сдвиги в импортных закупках блока. Действительно, к 2013 г. удельный вес приобретений товаров внутри Евросоюза снизился с 61,9 до 56,4%, что свидетельствовало об активизации ввоза товаров из третьих стран. Но затем проявилась контртенденция к постепенному, вполне устойчивому его росту до 59,4% в 2016 г. Таким образом, закупки ЕС по импорту вне блока показали относительное снижение с 43,6 (2012) до 40,6% (2016), что, несомненно, отражает нарастание негативной для Евросоюза ситуации на внешних рынках, вызывая соответствующую ответную реакцию.

Несмотря на некоторое сокращение в абсолютном и относительном выражении внешнеторговых контактов Европейского союза с третьими странами, на них приходится примерно 2/5 стоимостных объемов всего внешнего товарооборота интеграционного блока (см. табл. 2).

В связи с этим целесообразно подробнее рассмотреть распределение товарных потоков Евросоюза с внешним миром (The EU Extratrade) по странам-контрагентам и товарным группам (см. табл. 3, 4).

Если проанализировать актуальные тренды в динамике географической структуры экспортных поставок товаров ЕС вне блока, становится вполне очевидным, что на протяжении рассматриваемого периода среди всех внешнеторговых партнеров Евросоюза выделялась группа 10 стран (около 3/5 стоимостного объема товарного вывоза Евросоюза за его пределы, тогда как на следующие 10 контрагентов приходилась только 1/6). Среди них явно лидировала «Большая семерка» наиболее крупных покупателей товаров ЕС – США (20,8% общего вывоза вне блока в 2016 г.), Китай (9,7%), Швейцария (8,2%), Турция (4,5%), Россия (4,1%), Япония (3,3%), Норвегия (2,8%). Довольно острая конкуренция проявилась в рассматриваемый период между Россией и Турцией за четвертую позицию в этом рейтинге. До 2014 г. на ней традиционно находилась Российская Федерация, ее доля в товарном экспорте Евросоюза в третьи страны оказывалась существенно больше удельного веса Турции. Однако введение и неоднократное продление ЕС антироссийских санкций изменило ситуацию на более благоприятную для Турции.

Во второй десятке ведущих импортеров товарной продукции из Евросоюза в рассматриваемый период наиболее заметную роль играли такие страны, как Канада, Гонконг (по 2,0% в стоимости вывоза ЕС вне блока в 2016 г.), Саудовская Аравия, Мексика, Австралия (по 1,9%), Бразилия, Сингапур (по 1,8%). В самом начале этого периода лидировали Канада (2,2% в 2005 г.), Австралия (2,0%) и Гонконг (1,9%), затем к ним приблизились и составили конкуренцию остальные страны данной группы.

В закупках Европейского союза товарной продукции за пределами блока лидирующие позиции занимала та же «Большая семерка» основных партнеров, в данном случае – поставщиков. К 2017 г. существенно укрепил свое явное первенство Китай (его удельный вес в стоимости товарного ввоза Евросоюза составил 13,6% в 2005 г. и 20,2% в 2016 г.). На втором месте оставались США (13,4 и 14,5% соответственно), далее следовали Швейцария (5,6 и 7,1%), Российская Федерация (9,6 и 7,0%), Турция (3,1 и 3,9%), Япония (6,3 и 3,9%) и Норвегия (5,7 и 3,7%).

Таким образом, в группе крупнейших поставщиков товаров в ЕС за рассматриваемые годы произошли некоторые перемещения. Швейцария, постоянно имевшая скромные показатели товарного ввоза в Евросоюз (около 5,2–5,9%) в 2016 г., опередила Россию, показывавшую ранее вдвое большие стоимостные объемы товарных поставок в ЕС (от 10,2 до 12,3%). Только после введения антироссийских санкций индикаторы ее экспорта в страны – члены блока стали заметно снижаться (см. табл. 3). Экспортная экспансия в ЕС Турции позволила ей в санкционный период опередить основных конкурентов – Японию и Норвегию. В результате Турецкая Республика оказалась очевидным бенефициаром в товарной торговле с Евросоюзом на стадии введения и продления антироссийских санкций.

Не менее острая конкуренция в сфере поставок товаров в ЕС отмечалась среди других ведущих партнеров: Республики Кореи, Индии и Бразилии. Если Республика Корея постепенно уступала свои позиции (ее доля в общей стоимости экспорта в Евросоюз из третьих стран снизилась с 2,9 в 2005 г. до 2,1% в 2013 г., затем поднялась до 2,4% к 2017 г.), как и Бразилия (2,0, 2,0 и 1,7% соответственно), то Индия устойчиво наращивала стоимость своего вывоза в ЕС, повышая его доленое участие в общем объеме поставок товарной продукции в Евросоюз из стран вне блока (1,6, 2,2 и 2,3%).

Тем не менее первые 10 ведущих экспортеров товаров в ЕС среди третьих стран контролировали в рассматриваемый период от 63,8 в 2005 г. до 66,7% в 2016 г. всей стоимости закупок товарной продукции Евросоюза вне блока.

Следующая десятка крупных поставщиков товаров в ЕС занимала значительно более скромные позиции в этой сфере – ее долевое участие даже понизилось с 12,4 в 2005 г. до 10,4% в 2016 г. В эту группу стран входили те же партнеры Евросоюза, которые составляли второй эшелон импортеров продукции из ЕС (но место Бразилии в ней заняли ОАЭ). Наиболее активно проявили себя такие экспортеры товаров в Евросоюз, как Канада (1,7% всей стоимости поставок в 2016 г.), ЮАР (1,3%) и Мексика (1,2%).

Помимо показанных выше новых сдвигов в географии внешне-торговых контактов Европейского союза с третьими странами (The EU Extra-trade) целесообразно рассмотреть актуальные тренды в динамике их товарной структуры (см. табл. 4).

Т а б л и ц а 4

Динамика товарной структуры экспорта/импорта Европейского союза, 2005–2016 гг.* (в %)

	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Экспорт								
Всего	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Продовольствие, напитки, табак	4,9	5,6	5,7	5,9	6,0	6,3	6,3	6,6
Сырье	2,3	2,8	2,9	2,8	2,6	2,5	2,4	2,4
Энергоносители	4,4	5,8	6,4	7,5	7,0	6,4	4,8	4,2
Продукция химическая	15,6	17,2	16,4	16,4	15,7	16,4	17,6	18,0
Машины и оборудование	45,0	42,2	41,7	41,9	40,8	41,7	42,1	42,7
Промышленные товары, прочие	25,1	22,8	22,6	22,5	22,0	22,7	22,5	22,7
Прочие товары	2,7	3,6	3,1	3,0	5,9	4,0	4,3	3,4
Импорт								
Всего	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Продовольствие, напитки, табак	5,3	5,3	5,3	5,2	5,5	5,8	6,3	6,4
Сырье	4,4	4,6	4,9	4,5	4,5	4,3	4,2	4,0
Энергоносители	23,1	25,1	28,6	30,4	29,6	26,3	19,0	15,5
Продукция химическая	8,1	9,0	9,0	9,1	9,4	9,8	10,7	10,8
Машины и оборудование	32,6	29,0	25,6	25,1	25,9	27,2	31,0	32,3
Промышленные товары, прочие	24,5	23,8	23,3	21,7	22,6	24,1	26,1	26,3
Прочие товары	2,0	3,2	3,3	4,0	2,5	2,5	2,7	4,7

* Рассчитано по: URL: http://ec.europa.eu//International_trade_-_goods

В этой сфере товарного обмена Европейского союза вне блока в 2005–2016 гг. происходили довольно существенные перемены, причем особенно заметные в товарном ввозе ЕС. Тем не менее некоторые изменения наблюдались в структуре товарных поставок Евросоюза в третьи страны¹.

Так, в рассматриваемый период в этой области наиболее заметным оказалось повышение в стоимостных объемах товарного вывоза ЕС долевого участия таких групп товаров, как продовольствие, напитки, табак (с 4,9 в 2005 г. до 6,6% в 2016 г.), продукция химическая (с 15,6 до 18,0%), сырье (с 2,3 до 2,4%, хотя максимально высокий показатель 2,9% отмечался в 2011 г.) и прочие товары (с 2,7 до 3,4%). Остальные товарные группы демонстрировали незначительное падение удельного веса. Среди них – энергоносители (4,4 в 2005 г. и 4,2% в 2016 г.), машины и оборудование (45,0 и 42,7% соответственно), прочие промышленные товары (25,1 и 22,7%).

Таким образом, доля сырьевых товаров в общей стоимости экспорта Евросоюза за пределы блока к 2016 г. снизилась весьма незначительно, а удельный вес промышленных товаров – более заметно с 85,7 в 2005 г. до 83,4% в 2016 г. Стоит отметить, что подобные сдвиги в товарном вывозе ЕС происходили первоначально на фоне повышения общей стоимости его в третьи страны, но в санкционный период (с 2014 г.), напротив, снижения стоимостных абсолютных его показателей (см. табл. 1, 4).

В сфере закупок товарной продукции Европейским союзом в третьих странах максимальные стоимостные объемы были достигнуты в 2011 г. (см. табл. 2), постепенное сокращение их происходило в 2012–2016 гг.

В совокупной стоимости товарного ввоза ЕС из стран вне блока за весь рассматриваемый период обращают на себя внимание две противоположные тенденции – поэтапное повышение в 2005–2012 гг. долевого участия группы энергоносителей с 23,1 до 30,4%, а затем довольно быстрое его снижение до 15,5% в 2016 г. Такой сдвиг обусловлен реализацией в Евросоюзе мер по защите энергетических проектов². При этом наблюдалось понижение доли сырьевых товаров с 4,4 до 4,0%, а также машин и оборудования с 32,6 до 32,3%.

¹ Согласно принятой международной классификации, анализируются семь основных товарных групп, в совокупности составляющих товарную структуру экспорта (импорта).

² Принятый ЕС в 2009 г. третий энергопакет реформ в области газа и электроэнергетики был направлен на либерализацию этих рынков. Содержащий ряд законодательных актов по ограничению для вертикально интегрированных компаний прав на владение и управление энерготранспортными сетями со стороны пакет нацелен на разделение бизнеса по продаже и транспортировке газа. Подобные меры призваны повысить конкуренцию, позволить выйти на рынок новым игрокам, что, как предполагалось, снизит цены на энергию. URL: <https://ria.ru/spravka/20130530/933499962.html>

Следует отметить постепенное повышение на этом фоне удельного веса остальных товарных групп в общей стоимости импортных закупок ЕС в третьих странах. В рассматриваемый период повысилась доля группы продовольствия, напитков, табака (с 5,3 в 2005 г. до 6,4% в 2016 г.), продукции химической (с 8,1 до 10,8% соответственно), прочих промышленных товаров (с 24,5 до 26,3%). Можно констатировать также синусоидные флуктуации долевого участия в общем импорте Евросоюза из стран вне блока прочих товаров, но в целом повышение более чем вдвое (с 2,0 до 4,7%).

Рассмотрение современной динамики и структурных сдвигов в сфере внешнего товарного обмена Европейского союза показывает не только сохраняющийся высокий экспортный потенциал блока, но и его способность адаптироваться к постоянно изменяющимся внешним условиям (конъюнктурные сдвиги на различных товарных рынках, политические катаклизмы и пр.). Согласно последним оценочным данным экспертов МВФ, перспективы глобального экономического роста в 2017–2018 гг. окажутся вполне оптимистическими (по прогнозам он составит до 3,6 в 2017 г. и 3,7% в 2018 г.) за счет его повышения в Европейском союзе (до 2,3 и 2,1% соответственно), Японии (1,5 и 0,7%), развивающихся рынках в Азии (6,5% ежегодно), Европе (4,5 и 3,5%) и России (1,8 и 1,6%), что компенсирует сдвиги в сторону понижения в ряде развитых стран¹. Как отмечается в последнем Докладе МВФ по проблемам мирового развития, краткосрочные риски в целом сбалансированы, но среднесрочные риски по-прежнему склонны к снижению. Все это создает реальные возможности для решения ключевых задач, а именно для повышения потенциального объема производства и создания устойчивости к рискам снижения темпов роста².

Подобная динамика создает вполне благоприятные прогнозы развития международного товарообмена, хотя в ближайшей ретроспективе отмечались потери экспортеров сырьевых товаров, особенно топливных ресурсов. Так, согласно прогнозам³ после череды потрясений в мировой товарной торговле на протяжении 2014–2016 гг. вполне вероятно повышение ее объемов примерно на 4,3% в 2017 г., затем – на 2,1–4,1% в 2018 г. По абсолютным стоимостным параметрам международный товарообмен может возрасти в 2017 г. до 17,122 трлн долларов, а в 2018 г. – до 18,160 трлн долларов.

На основании таких позитивных трендов в глобальном экономическом росте и в международной товарной торговле можно с большой степенью вероятности прогнозировать дальнейшее укрепление пози-

¹ См.: World Economic Outlook (WEO): Seeking Sustainable Growth: Short-Term Recovery, Long-Term Challenges. October 2017. – Washington : IMF, 2017. – P. 1, 242, 246, 255.

² Там же. – P. 1.

³ Там же. – P. 255–256.

ций Европейского союза в системе мирового обмена. Такая перспектива представляется вполне реалистичной, если учесть рассмотренное выше повышение долевого участия Евросоюза в международном товарообороте в период серьезных потрясений 2014–2016 гг. На этом этапе ЕС удалось расширить свое присутствие в системе мирового товарного обмена даже при снижении абсолютных стоимостных объемов его экспорта на фоне падения международного товарооборота. Поэтому при значительно более комфортной конъюнктуре перспективы расширения экспортно-импортных связей Европейского союза, прежде всего с третьими странами (The EU Extra-trade), представляются достаточно благоприятными, особенно если блоку удастся минимизировать воздействие на них внеэкономических факторов.

Вполне очевидно, что в первую очередь это касается торговых контактов ЕС с Россией, поскольку в недавнем прошлом обе стороны рассматривались как незаменимые внешнеторговые партнеры.

Список литературы

1. Гладков И. С. Особенности внешнеторговых связей Европейского союза на современном этапе // Международная торговля и торговая политика. – 2017. – № 2. – С. 91–107.
2. Гладков И. С. Международная товарная торговля 2001–2015: тренды и провалы 2015 г. // Власть. – 2016. – № 6. – С. 92–100.
3. Гладков И. С. Динамические и структурные характеристики современных внешнеторговых связей Европейского союза // Международная торговля и торговая политика. – 2015. – № 4. – С. 30–39.
4. Гладков И. С. Внешняя торговля Европейского союза: тренды 2001–2014 годов // Международная экономика. – 2015. – № 11–12. – С. 37–50.
5. Гладков И. С. Международная товарная торговля в 2001–2013 годах: тренды в группе лидеров // Власть. – 2014. – № 5. – С. 15–18.
6. Хасбулатов Р. И. Международные экономические отношения. – М. : Юрайт, 2016.
7. Хасбулатов Р. И. Мировая экономика. – М. : Юрайт, 2016.
8. Хасбулатов Р. И. Новые региональные конструкции современной мирохозяйственной системы // Современная экономика: концепции и модели инновационного развития : материалы VIII Международной научно-практической конференции. – М. : ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2016. – С. 141–148.
9. Хасбулатов Р. И. Финляндия – Россия: 200 лет сотрудничества // Международная торговля и торговая политика. – 2017. – № 2 (10). – С. 6–17.

10. Хасбулатов Р. И. Экономические теории и экономическая политика // Международная экономика. – 2016. – № 6. – С. 28–45.
11. International Journal of Humanities and Natural Sciences. – 2017. N 3. – P. 134–137.
12. The EU in the World. 2016 edition. Eurostat. – Luxembourg : Publications Office of the European Union, 2016.
13. The International Bank for Reconstruction and Development. World Development Indicators. 2017. – Washington, DC : The World Bank, 2017.
14. The United Nations Department of Economic and Social Affairs. World Statistics Pocketbook, 2017 edition. – New York : United Nations, 2017.
15. World Economic Outlook (WEO): Seeking Sustainable Growth: Short-Term Recovery, Long-Term Challenges. October 2017. – Washington : IMF, 2017.
16. World Economic Outlook (WEO): Gaining Momentum? April 2017. – Washington : IMF, 2017.
17. World Economic Outlook (WEO): Subdued Demand. Symptoms and Remedies. October 2016. – Washington : IMF, 2016.
18. World Economic Outlook (WEO): Too Slow for Too Long. April 2016. – Washington : IMF, 2016.

References

1. Gladkov I. S. Osobennosti vneshnetorgovykh svyazey Evropeyskogo soyuza na sovremennom etape [Features of Foreign Trade Relations of the European Union at the Present Stage], *Mezhdunarodnaya trgovlya i trgovaya politika*, 2017, No. 2, pp. 91–107. (In Russ.).
2. Gladkov I. S. Mezhdunarodnaya tovarnaya trgovlya 2001–2015: trendy i provaly 2015 g. [International Commodity Trade of 2001–2015: Trends and Failures of 2015.], *Vlast'*, 2016, No. 6, pp. 92–100. (In Russ.).
3. Gladkov I. S. Dinamicheskie i strukturnye kharakteristiki sovremennykh vneshnetorgovykh svyazey Evropeyskogo soyuza [Dynamic and Structural Characteristics of Modern Foreign Trade Communications of the European Union], *Mezhdunarodnaya trgovlya i trgovaya politika*, 2015, No. 4, pp. 30–39. (In Russ.).
4. Gladkov I. S. Vneshnyaya trgovlya Evropeyskogo soyuza: trendy 2001–2014 godov [Foreign Trade of the European Union: Trends of 2001–2014], *Mezhdunarodnaya ekonomika*, 2015, No. 11–12, pp. 37–50. (In Russ.).
5. Gladkov I. S. Mezhdunarodnaya tovarnaya trgovlya v 2001–2013 godakh: trendy v gruppe liderov [The International Commodity Trade in 2001–2013: Trends in Group of Leaders], *Vlast'*, 2014, No. 5, pp. 15–18. (In Russ.).

6. Khasbulatov R. I. Mezhdunarodnye ekonomicheskie otnosheniya [International Economic Relations]. Moscow, Yurayt, 2016. (In Russ.).

7. Khasbulatov R. I. Mirovaya ekonomika. Moscow, Yurayt, 2016. (In Russ.).

8. Khasbulatov R. I. Novye regional'nye konstruktii sovremennoy mirokhozyaystvennoy sistemy [New Regional Designs of Modern World Economic System] *Sovremennaya ekonomika: kontseptsii i modeli innovatsionnogo razvitiya : materialy VIII Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii*. Moscow, Plekhanov Russian University of Economics, pp. 141–148. (In Russ.).

9. Khasbulatov R. I. Finlyandiya – Rossiya: 200 let sotrudnichestva [Finland – Russia: 200 Years of Cooperation] *Mezhdunarodnaya trgovlya i trgovaya politika*, 2017, No. 2 (10), pp. 6–17. (In Russ.).

10. Khasbulatov R. I. Ekonomicheskie teorii i ekonomicheskaya politika [Economic Theories and Economic Policy] *Mezhdunarodnaya ekonomika*, 2016, No. 6, pp. 28–45. (In Russ.).

11. International Journal of Humanities and Natural Sciences, 2017, No. 3, pp. 134–137.

12. The EU in the World. 2016 edition. Eurostat. Luxembourg, Publications Office of the European Union, 2016.

13. The International Bank for Reconstruction and Development. World Development Indicators. 2017. Washington, DC, The World Bank, 2017.

14. The United Nations Department of Economic and Social Affairs. World Statistics Pocketbook, 2017 edition. New York, United Nations, 2017.

15. World Economic Outlook (WEO): Seeking Sustainable Growth: Short-Term Recovery, Long-Term Challenges. October 2017. Washington, IMF, 2017.

16. World Economic Outlook (WEO): Gaining Momentum? April 2017. Washington, IMF, 2017.

17. World Economic Outlook (WEO): Subdued Demand. Symptoms and Remedies. October 2016. Washington, IMF, 2016.

18. World Economic Outlook (WEO): Too Slow for Too Long. April 2016. Washington, IMF, 2016.

ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ ЯПОНИИ: СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И МЕСТО РОССИИ¹

Подоба Зоя Сергеевна

кандидат экономических наук, доцент кафедры мировой экономики Санкт-Петербургского государственного университета; старший научный сотрудник Лаборатории азиатских экономических исследований Санкт-Петербургского государственного университета.

Адрес: ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный университет», 199034, Санкт-Петербург, Университетская набережная, д. 7–9.

E-mail: z.podoba@spbu.ru

Горшков Виктор Андреевич

PhD, доцент кафедры международных гуманитарных дисциплин международного гуманитарного факультета Международного университета Каичи, Япония.

Адрес: Международный университет Каичи, 277-0005, Япония, префектура Тиба, г. Касива, ул. Касива, 1225-6.

E-mail: victor.gorshkov@kaichi.ac.jp

В статье дана оценка внешнеторгового сотрудничества Японии и России. В настоящее время в рамках Стратегии глобального прорыва Япония стремится нарастить торгово-экономические и инвестиционные связи с развивающимися странами в Азиатско-Тихоокеанском регионе путем заключения двухсторонних соглашений о создании зон свободной торговли и соглашений об экономическом партнерстве, а также активно продвигает проекты создания многосторонних зон свободной торговли. Рассмотрены вопросы внешнеторгового сотрудничества Японии и России. Показано, что японо-российский экспорт представлен преимущественно продукцией высокой добавленной стоимости, которая фактически «оплачивается» ресурсно-ориентированным импортом. Рассчитаны показатели интенсивности и взаимодополняемости торговли двух стран, на основании которых сделан вывод о том, что Япония и Россия не являются идеальными партнерами в настоящее время. Вместе с тем постепенные качественные сдвиги в структуре внешней торговли двух стран могут способствовать изменению данной

¹ Статья подготовлена при поддержке проекта РФФИ № 17-02-00688 «Трансформация внешнеэкономической политики России в меняющихся геополитических условиях», а также research science project «Japan's Trade Policy Under the Implementation of the Strategy of Global Outreach» (Individual Research Grant of Kaichi International University, Chiba Prefecture, Japan; Fiscal Year 2017; Principal Investigator Victor Gorshkov.)

ситуации. Авторы полагают, что намеченные политические инициативы 2016–2017 гг. по активизации двухстороннего сотрудничества могут выступить катализатором таких качественных изменений во внешне-торговом сотрудничестве.

Ключевые слова: Япония; внешняя торговля; Россия; индекс интенсивности торговли; индекс взаимодополняемости торговли.

JAPAN'S FOREIGN TRADE: CONTEMPORARY TRENDS AND RUSSIA

Podoba, Zoia S.

PhD, Associate Professor of the Department of World Economy of Saint Petersburg State University; Senior Research Fellow of Laboratory of Asian Economic Studies of Saint Petersburg State University.

Address: Saint Petersburg State University, 7/9 Universitetskaya Emb., Saint Petersburg, 199034, Russian Federation.

E-mail: z.podoba@spbu.ru

Gorshkov, Victor A.

PhD (Economics), Associate Professor of the Department of International Liberal Arts, Faculty of International Liberal Arts, Kaichi International University, Japan.

Address: Kaichi International University, Japan, 1225-6 Kashiwa, Kashiwa City, Chiba Prefecture, Japan, 277-0005.

E-mail: victor.gorshkov@kaichi.ac.jp

The paper analyses contemporary trends in Japan's foreign trade and provides an estimation of Japan-Russia foreign trade cooperation. The study demonstrates that Japan, under the Strategy of the Global Outreach, is aiming to increase trade, economic, and investment relations with the developing countries, particularly in the Asia-Pacific region, by establishing bilateral free trade and economic partnership agreements and promoting negotiations on multilateral free trade agreements in the region. In addition, the paper shows that Japan-Russia's export are primarily comprised of high value-added products that are traded in exchange for the natural-resource-oriented imports. By calculating trade intensity and trade complementarity indices, the authors conclude that at present Japan and Russia can hardly be regarded as «ideal» trade partners, nevertheless, there exist some gradual changes in the foreign trade structure. The authors corroborate the notion that the planned political initiatives of 2016–

2017 regarding incremental development of bilateral cooperation can boost further such structural changes in the foreign trade cooperation between the two countries.

Keywords: Japan; foreign trade; Russia; trade intensity index; trade complementarity index.

Япония – активный участник международных экономических отношений и в настоящее время является четвертым по величине экспортером и импортером товаров в мире, хотя еще в начале текущего столетия ей принадлежало место в тройке лидеров мировой торговли. Упор на внешнеэкономические связи продолжает оставаться одним из главных источников роста экономики Японии.

Доля России во внешней торговле с Японией невелика, но часто подчеркивается, что в перспективе Япония – важный торговый партнер России. В последнее время исследованию взаимоотношений двух стран посвящено немало работ как отечественных (Корнейко [4], Стрельцов [7], Тимонина [8]), так и зарубежных авторов (Okada [14]).

На современном этапе внешнеэкономические связи между двумя странами обозначены в Плане сотрудничества¹, сформулированном представителями двух стран в результате встреч различного уровня в 2016–2017 гг. В частности, 15–16 декабря 2016 г. состоялся официальный визит Президента Российской Федерации в Японию (г. Нагато и г. Токио), который наметил значительные сдвиги в области двусторонних отношений². Более того, перспективы дальнейшего сотрудничества обозначены в 56 японо-российских документах, подписанных по результатам работы III Восточного экономического форума, проведенного в г. Владивостоке 6–7 сентября 2017 г.

Несмотря на то, что Япония поддержала санкции западных стран, она заинтересована в сотрудничестве с Россией [4], а Россия в свою очередь может рассматривать Японию как перспективное направление поворота на Восток. Укрепление связей с Японией может помочь России снизить зависимость от Китая [14], и здесь интересы двух стран совпадают: несмотря на то, что роль Японии в Азиатско-Тихоокеанс-

¹ План состоит из восьми пунктов по развитию сотрудничества в сферах энергетики, промышленности, здравоохранения, сельского хозяйства, городской среды, кооперации предприятий малого и среднего бизнеса, высоких технологий и гуманитарных обменов.

² По результатам встречи было подписано 12 межправительственных и межведомственных, а также 68 коммерческих документов, и подтверждена необходимость всестороннего развития российско-японских отношений как отвечающих стратегическим интересам обеих стран.

ком регионе (АТР) остается значительной, растущая конкуренция с Китаем подталкивает ее к переосмыслению своей позиции в регионе.

Цель настоящей работы – выявить современные тенденции развития внешней торговли Японии, а также провести оценку внешнеторгового сотрудничества Японии и России. Актуальность темы обусловлена значительными сдвигами в переговорах на политической и дипломатической аренах двух стран, в свете чего представляется необходимым проанализировать, совпадают ли намеченные политические инициативы с общим состоянием дел в торгово-экономическом сотрудничестве.

Внешняя торговля Японии: краткий обзор

Япония на протяжении 31 года сохраняла положительное сальдо внешней торговли товарами, имея стабильно отрицательное сальдо баланса услуг. В 2011 г. впервые со времени второго энергетического кризиса 1979 г. объемы импорта Японии превысили соответствующие показатели экспорта (рис. 1¹).



Рис. 1. Внешняя торговля Японии, 1970–2016 гг.

Среди основных причин указанной тенденции эксперты называют сокращение японского экспорта из-за последствий природно-техногенной катастрофы и аварии на АЭС «Фукусима-1», долгового кризиса в ряде стран Евросоюза, высокого курса японской национальной валюты, а также продолжающегося процесса деиндустриализации. Ежегодное увеличение объемов импорта² было вызвано ростом спроса на энергоносители, в том числе связанного с приостановкой работы всех АЭС в Японии в 2012 г. В 2016 г. торговый баланс Японии вновь стал положительным.

Удерживать относительно высокие позиции в международной торговле Японии, согласно теории Д. Рикардо, позволяет наличие

¹ WTO Statistical Database. – URL: <http://stat.wto.org/> (дата обращения: 03.09.2017).

² За исключением посткризисного 2009 г.

сравнительных преимуществ. Наиболее распространенный способ, с помощью которого можно определить сравнительные преимущества стран, – расчет индекса выявленного сравнительного преимущества¹ (рис. 2²).

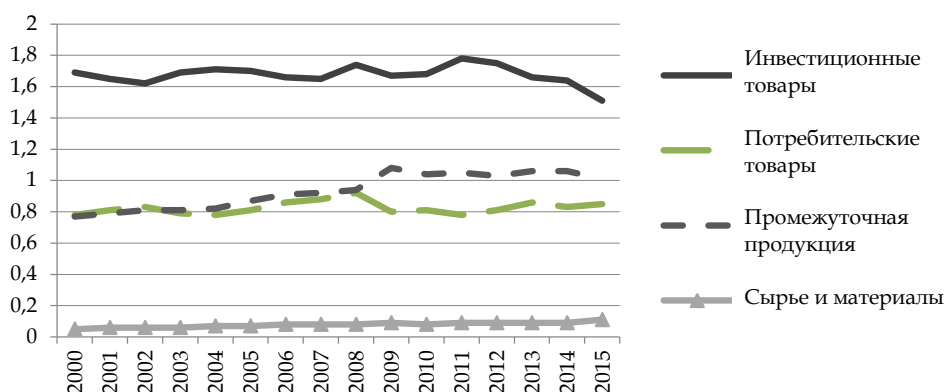


Рис. 2. Индекс выявленного сравнительного преимущества Японии

На начальных этапах индустриализации Япония располагала избыточными трудовыми ресурсами, что позитивно сказалось на стимулировании экономического роста посредством использования трудоемких технологий и привлечения рабочей силы из аграрного сектора в индустриальный. Все это сыграло положительную роль в подъеме японской экономики [3]. Однако в середине XX в. Япония приобрела сравнительное преимущество в производстве капиталоемких товаров, на поставках которых она специализировалась длительное время. В начале 2010-х гг. наметилась тенденция к снижению значения индекса выявленного сравнительного преимущества для продукции этой стадии производства, в то время как начиная с 2009 г. появилась специализация на поставках промежуточной продукции, которая играет ключевую роль в функционировании глобальных цепочек создания стоимости (рис. 2).

Традиционно к основным статьям японского экспорта относятся машины и оборудование, транспортные средства, продукция химической промышленности, а также полимерные материалы и каучук. В структуре импорта Японии преобладают энергоносители, минеральное сырье, древесина и изделия из нее, машинотехническое оборудование, продукция животного происхождения, продукты питания. Страна почти полностью зависит от ввоза многих видов минерального

¹ Индекс рассчитывается как соотношение доли определенного товара (группы товаров) в экспорте страны и доли этого товара (группы товаров) в мировом экспорте. Страна обладает сравнительным преимуществом, если значение индекса > 1 [9].

² WITS. – URL: <http://wits.worldbank.org/> (дата обращения: 03.09.2016).

и сельскохозяйственного сырья. Япония является крупнейшим в мире импортером сжиженного природного газа и занимает 2-е место по объемам импорта угля, железа, алюминия, продовольственной продукции; 3-е – по импорту нефти.

Основными торговыми партнерами Японии являются США, Китай, Республика Корея, Австралия, Тайвань, Гонконг. В 2007 г. Китай стал главным торговым партнером Японии, опередив США по стоимостному объему экспорта и импорта товаров.

Во второй четверти прошлого столетия Япония переориентировалась не только на экспорт товаров, но и на экспорт капитала. Для усиления конкурентных позиций Япония использует несколько решений. Например, перемещение производственных баз непрофильных частей и компонентов в страны с низкими издержками. К этому способу наиболее часто прибегают японские ТНК. Другой подход предполагает, что основная часть заводов будет управляться только японскими компаниями, обладающими технологическими преимуществами, в то время как остальная будет находиться под контролем консорциумов с партнерами из других стран, что позволит снизить издержки производства.

Позиционирование Японии на внешних рынках в XXI в. меняется, что связано с утратой конкурентоспособности ряда отраслей японской промышленности. В последние годы руководство страны заявляет о стремлении изменить структуру экспорта и модель взаимодействия с партнерами. Япония намерена перейти от экспорта товаров к экспорту систем и решений в области социальной и производственной инфраструктуры¹. Для активного продвижения этой инициативы в 2013 г. была разработана Стратегия экспорта инфраструктурных систем².

Тенденция экспорта систем функционирования инфраструктуры из Японии в развивающиеся страны в последние годы набирает силу. Такие компании, как, например, *Hitachi*, ведут активную деятельность по заказам на оборудование «умных городов» в Китае и Индии. Тем не менее конкуренция в этой области весьма высока, и конкурентами Японии выступают, в том числе и развивающиеся страны Азии, прежде всего, Республика Корея и Китай. В 2005 г. объемы экспорта инфраструктуры этих трех стран были примерно равны, составляя приблизительно по 20 млрд долларов. К 2010 г. китайский и корейский экспорт увеличился почти в четыре раза, при этом объем японских поставок остался почти без изменений.

¹ Городской, энергетической, транспортной, медицины и образования, социального обеспечения.

² Согласно Стратегии, общая стоимость инфраструктурных заказов, получаемых японскими компаниями, должна составить 30 трлн йен к 2020 г. В 2014 г. общая стоимость таких заказов была близка к 19 трлн йен.

Помимо инфраструктурных проектов правительство Японии видит большую перспективу в продвижении за рубеж японской культурной составляющей. Одним из таких примеров может служить программа Cool Japan, нацеленная на стимулирование экспорта продукции, ассоциируемой с культурой и образом жизни в Японии¹.

Большое значение в развитии внешнеэкономических связей придается торговой политике страны [10]. Если ранее для упрочения своих позиций в мировой экономике и маневрирования в целях ограничения своих конкурентов Япония в основном опиралась на использование таких экономических инструментов, как двухстороннее урегулирование, в частности, добровольное ограничение экспорта, относимое ГАТТ к нелегитимным мерам «серой зоны», то в 1990-е гг. она тщательно следовала правилам либерализации в рамках международной торговой системы.

В новом тысячелетии Япония взяла курс на участие в интеграционных объединениях, предусматривающих либерализацию внешнеэкономических связей. Предполагается, что в долгосрочной перспективе снятие ограничений на осуществление внешнеэкономических операций сможет стать инструментом стимулирования японского экспорта товаров и повышения инвестиционной активности японских компаний.

Приоритетным направлением внешнеэкономической интеграции для страны является АТР. Япония является членом Азиатско-Тихоокеанского форума экономического сотрудничества (АТЭС), а также участвует в важнейших проектах по созданию многосторонних зон свободной торговли в регионе². Существенное значение придается развитию экономических отношений, предполагающих взаимное предоставление преференций в торговле в рамках двухсторонних соглашений о зонах свободной торговли и экономическом партнерстве, которые в том числе рассматриваются как один из способов преодоления внутренних проблем национальной экономики [12]. Согласно данным МИД Японии, по состоянию на июнь 2017 г. Япония заключила 16 таких соглашений³.

¹ Фильмы, мода, кухня, игры, анимация, изделия традиционных промыслов, туризм.

² Транстихоокеанское стратегическое партнерство (Trans-Pacific Partnership – TPP); Всестороннее региональное экономическое партнерство (Regional Comprehensive Economic Partnership – RCEP), основанное на более ранних интеграционных инициативах (АСЕАН + 6); Зона свободной торговли между Китаем, Японией и Республикой Корея (China-Japan-Korea Free Trade Agreement, CJK FTA).

³ Сингапур, Мексика, Малайзия, Чили, Таиланд, Индонезия, Бруней, Филиппины, Индия, Вьетнам, Перу, Швейцария, Австралия, Монголия, страны АСЕАН, TPP. Почти полностью достигнуто соглашение об экономическом партнерстве с ЕС и АСЕАН (инвестиционные товары). На стадии переговорного процесса находятся Колумбия (на стадии подписания), Япония – Республика Корея – Китай, Турция, ВРЭП. См.: URL: <http://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/fta/index.html> (дата обращения: 05.09.2017).

Внешнеторговое сотрудничество Японии и России на современном этапе

Анализ динамики двусторонней торговли показывает, что в периоды 2000–2008 и 2009–2014 гг. наблюдалось постепенное наращивание объемов товарооборота между Японией и Россией. Исключения составляют 2009 г. (значительное снижение) и 2014–2016 гг., что в первом случае объясняется негативным воздействием мирового финансово-экономического кризиса, а во втором – влиянием антироссийских санкций, к которым присоединилась Япония.

По итогам 2016 г. Российская Федерация занимает 23-е место среди экспортных рынков для японских товаров и 13-е – по импорту. Удельный вес России во внешнеторговом обороте Японии в 2016 г. составил 2,2%, в том числе по импорту – 2,1%, по экспорту – 1,0% (рис. 3¹). Фактически в 2000-е гг. доля России в экспорте и импорте Японии колебалась в диапазоне 1–3%, при этом доля импорта, как правило, выше доли экспорта в среднем на 1% [2].



Рис. 3. Показатели торгово-экономического сотрудничества Японии и России: левая шкала – экспорт и импорт Японии в/из России; правая шкала – доля России в экспорте и импорте Японии

Товарная структура японского экспорта в Россию на протяжении многих лет не претерпевает существенных изменений и по итогам 2016 г. по-прежнему не смогла преодолеть так называемый эффект колеи²: экспорт представлен преимущественно продукцией высокой до-

¹ Составлено на основании данных JETRO. – URL: <http://https://www.jetro.go.jp/en/reports/statistics/> (дата обращения: 04.09.2017).

² «Эффект колеи» выражается в сильной зависимости японо-российской торговли от политической и международной конъюнктуры, слабых внешнеторговых связях Японии и России и неизменной структуре товарооборота (преимущественно обмен промышленными товарами на российское сырье) [1].

бавленной стоимости, которая, по сути дела, «оплачивается» ресурсно-ориентированным импортом. В экспорте Японии в Россию преобладают автомобили, средства наземного транспорта (48,8%) и комплектующие к ним (9,2%), каучук, резина и изделия из них (6,0%), строительная техника, горное оборудование (4,2%) и первичные двигатели (3,1%).

Следует отметить, что объемы реального экспорта товаров под японскими брендами могут превышать указанные данные ввиду того, что поставка товаров может осуществляться через третьи страны, где зарегистрированы дочерние предприятия японских компаний [7].

Из России в Японию импортировались сырая нефть и продукты нефтепереработки (29,2%), сжиженный природный газ (22%), уголь (12,3%), цветные металлы (11,9%) и морепродукты (9,1%). В общей сложности в товарной структуре японского импорта из России более 80% приходится на поставки минеральных продуктов.

По данным *Japan Foreign Trade Council, Inc.*, по итогам 2016 г. Россия замыкает пятерку крупнейших поставщиков минерального топлива в Японию, уступая Саудовской Аравии, Австралии, ОАЭ и Катару, а также занимает 3-е место по поставкам в Японию угля, продукции деревопереработки и кукурузы¹. В целом импорт российских товаров из Японии за последние четыре года упал на 15%, а экспорт японских товаров в Россию снизился на 23% по многим категориям, в том числе и товарам энергетической группы с 82,2 до 74% [5].

В целом несмотря на общее снижение объемов двухсторонней торговли с 2014 г., показатели по отдельным категориям товаров демонстрируют стремительный рост². В результате в 2016 г. наметились позитивные тенденции в области диверсификации японского импорта из России. В частности, доля продукции энергетической группы в структуре российских поставок сократилась с 82,2 до 74% по сравнению с предыдущим годом [5].

Анализ интенсивности и взаимодополняемости торгово-экономического сотрудничества и основные результаты

Для анализа оценки внешнеторгового сотрудничества Японии и России, авторами были рассчитаны показатели индекса интенсивности и индекса взаимодополняемости торговли.

¹ Поставщики угля: Австралия (1-е место), Индонезия (2-е место), Россия (3-е место); продукции деревопереработки: Канада (1-е место), США (2-е место), Россия (3-е место); кукурузы: США (1-е место), Бразилия (2-е место), Россия (3-е место) [11].

² В частности, в последние годы увеличиваются такие статьи импорта в Россию из Японии, как оптические, кинематографические, измерительные, контрольные, хирургические и другие приборы, а также возрос импорт различных химических и фармацевтических товаров. Россия в свою очередь увеличивает экспорт продовольствия в Японию.

Логика расчета индекса интенсивности торговли (TII) схожа с расчетом индекса выявленного сравнительного преимущества, но по отношению к странам-партнерам, а не товарам:

$$TII = (x_{ijk} / X_{ik}) : (x_{wjk} / X_{wk}) \cdot 100,$$

где x_{ijk} – стоимость экспорта товара k из страны i в страну j , X_{ik} – общий объем экспорта товара k из страны i , x_{wjk} – мировой экспорт товара k в страну j , X_{wk} – общемировой экспорт товара k . Значение индекса варьируется в пределах от 0 до $+\infty$. Показатель выше 100 свидетельствует о том, что двухсторонние отношения между партнерами развиваются интенсивнее, чем в среднем у партнера с другими странами мира в целом [13].

Индекс взаимодополняемости торговли (TCI) показывает, в какой степени товарная структура экспортера соответствует и дополняет товарную структуру импорта партнера:

$$TCI = (1 - \sum(m_{ik} / M_i - x_{ik} / X_i)) \cdot 100,$$

где x – стоимость экспорта продукта k из страны i ; X – общий экспорт страны i ; m – стоимость импорта страной j товара k ; M – общая стоимость импорта страны j . Значение индекса варьируется в пределах от 0 до $+\infty$. Показатель выше 100 указывает на идеальных торговых партнеров, 0 – на абсолютных конкурентов [13].

Согласно полученным данным, по итогам 2016 г. индекс интенсивности торговли Японии с Россией составляет 70 и значительно уступает аналогичному показателю важнейших торговых партнеров Японии (Китай, США). Фактически, за период 2012–2016 гг. индекс интенсивности торговли снизился на 20%. Это свидетельствует о том, что Япония более активно торгует с другими странами мира, а не с Россией (рис. 4).

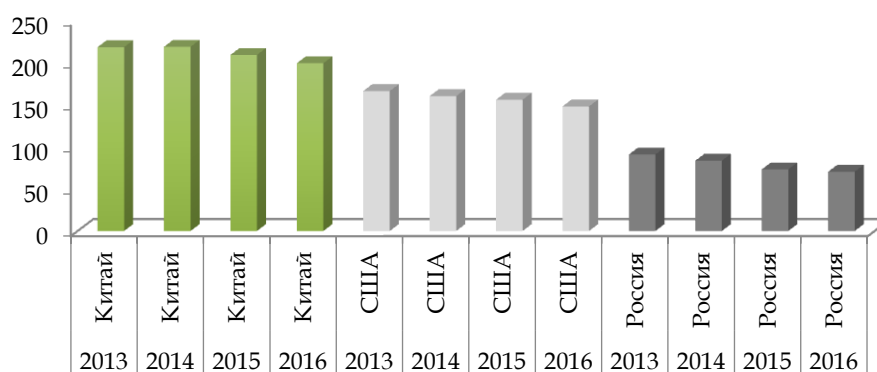


Рис. 4. Индекс интенсивности торговли Японии с отдельными странами

Что касается индекса взаимодополняемости, то для торговли России с Японией он составляет 51,4%; в паре «Япония – Россия» – 70,5% (таблица), из чего можно предположить, что японский экспорт в большей степени дополняет структуру российского импорта нежели наоборот. По итогам 2016 г. значение индекса увеличилось как для Японии, так и для России.

Рассчитанные индексы показывают, что Япония и Россия не являются идеальными партнерами в настоящее время, вместе с тем постепенные качественные сдвиги в структуре внешней торговли двух стран могут способствовать изменению данной ситуации. Стоит отметить, что в 2016 г. Россия увеличила экспорт продовольствия в Японию до 330 млн долларов¹, а в 2017 г. компании «Мираторг» и «Ратимир» начали пробные поставки мяса говядины и птицы. Отрасли сельского хозяйства и экспорт продовольственной продукции рассматриваются как одно из перспективных направлений сотрудничества. В частности, в 2016 г. японские компании провели ряд закупок сельскохозяйственной продукции российских экспортеров, что привело к увеличению объемов импорта из России готовых продуктов из зерна (в 46 раз), жиров и масел животного происхождения (в 12,2 раз), какао и продуктов из него (в 10,9 раз), злаков (в 4,4 раза), сахара и кондитерских изделий (в 2,4 раза), рыбы и ракообразных (на 6%). Россия планирует в дальнейшем расширять номенклатуру экспорта в Японию². Большие перспективы сотрудничества лежат в сфере развития «умных городов».

Индекс взаимодополняемости торговли*

Год	Индекс взаимодополняемости торговли	
	Япония – Россия	Россия – Япония
2013	69,34	53,71
2014	69,24	53,45
2015	69,13	45,55
2016	70,49	51,41

* Рассчитано по данным WITS World Bank.

Следует отметить, что объективной причиной, препятствующей продвижению российской продукции на японский рынок, является наличие национальных стандартов, специфической системы сертифи-

¹ Увеличение на 19% по сравнению с 2015 г., что позволило Японии занять 11-е место в российском экспорте продовольствия.

² За счет продвижения химических товаров, биотоплива, отдельных видов машинно-технической продукции и предоставления услуг в сфере обработки данных, разработки программного обеспечения и игрового контента, а также транспортных услуг и услуг по разработке новейших сорбентов по очистке жидких радиоактивных отходов от цезия и стронция [5. – С. 21–22].

кации и инспекции качества товаров [5. – С. 25]. Более подробно вопросы тарифного, нетарифного регулирования торговли, а также технического регулирования торговли были рассмотрены в работах авторов [6, 10, 12], где было указано, что Япония является одним из лидеров по количеству промышленных стандартов и сложности административных таможенных процедур.

В заключение следует отметить, что Япония остается одним из главных игроков в мировой торговле, хотя ее роль на внешних рынках постепенно меняется.

Интерес России к Японии в настоящее время можно отчасти объяснить стремлением переориентировать внешнеэкономические связи на Восток в условиях нестабильной конъюнктуры на мировых рынках энергоресурсов и ограниченности доступа к международным рынкам капитала для российских компаний. Что касается качественной оценки такого внешнеторгового сотрудничества, то одной из проблем остается слабая взаимозависимость и взаимодополняемость экономик двух государств. Практически любые товары российского рынка могут быть заменены товарами из других стран – партнеров Японии.

Вместе с тем в 2016–2017 гг. наметились положительные тенденции в развитии двухсторонних отношений, которые могут дать новый импульс для дальнейшего развития и укрепления внешнеторгового сотрудничества. В частности, в ходе III Восточного экономического форума было подписано 56 японо-российских документов. И хотя не все подписанные соглашения и достигнутые договоренности напрямую касаются внешнеторговой сферы, реализация намеченных инициатив может создать предпосылки для увеличения объемов взаимного товарооборота. Например, Соглашение о торгово-экономическом, научно-техническом, гуманитарном и культурном сотрудничестве между Приморским краем и префектурой Тояма (Япония), а также строительство моста о. Сахалин – о. Хоккайдо могли бы значительно увеличить объем грузопотоков между двумя странами.

Основная проблема заключается в том, будут ли намеченные инициативы реализованы и если да, то как скоро. Предыдущий опыт японо-российского сотрудничества показывает, что прогресс в торгово-экономической и инвестиционной сферах напрямую увязывался с решением вопроса о заключении мирного договора и проблемы Курильских островов. И хотя намечен план совместного экономического развития Курильских островов по таким направлениям, как выращивание морепродуктов, переработка отходов, выращивание овощей в тепличных условиях, развитие туризма, а также внедрение ветряной энергии, в позиции двух стран о юридическом статусе Курильских островов остаются существенные противоречия.

Список литературы

1. Белов А. В. Полтора века российско-японской торговли: как преодолеть «эффект колеи»? // *Япония. Ежегодник*. – 2016. – № 45. – С. 105–130.
2. Горшков В. А., Подоба З. С. Японо-российское сотрудничество в сфере торговли и инвестиций // *Экономическая теория и хозяйственная практика: глобальные вызовы : материалы Международной конференции «Эволюция международной торговой системы: проблемы и перспективы – 2017»*. – СПб. : Санкт-Петербургский государственный университет, 2017.
3. Караицанов А. А., Фокин Н. И. Сравнительные преимущества в российско-японских экономических отношениях. – Владивосток : Морской гос. ун-т, 2009.
4. Корнейко О. В. Российско-японские экономические отношения: динамика и тенденции // *Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса*. – 2015. – № 4. – С. 14–20.
5. Бизнес-Путеводитель по Японии, 2017. – С. 19. – URL: http://91.206.121.217/TrApi/Upload/5a663416-3b74-4467-9562-88b8a72231bd/Businessguide_Japan_2017_.pdf (дата обращения: 04.09.2017).
6. Подоба З., Горшков В. Специальная тарифная система Японии: практика применения // *Мировая экономика и международные экономические отношения*. – 2015. – № 5. – С. 81–91.
7. Стрельцов Д. В. Российско-японские торгово-экономические отношения: есть ли новая точка опоры? // *Вестник МГИМО*. – 2016. – № 1 (46). – С. 93–105.
8. Тимонина И. Л. Россия-Япония: реальный потенциал экономического взаимодействия // *Японские исследования*. – 2016. – № 1. – С. 20–31.
9. Balassa B. Trade Liberalisation and «Revealed» Comparative Advantage // *The Manchester School*. – 1965. – N 33 (2). – P. 99–123.
10. Gorshkov V., Podoba Z. A Note on Japan's Contemporary Trade Policy // *Экономическая теория и хозяйственная практика: глобальные вызовы : материалы Международной конференции «Эволюция международной торговой системы: проблемы и перспективы – 2016»*. – СПб. : Санкт-Петербургский государственный университет, 2016. – P. 34–41.
11. Japan Foreign Trade Council (2017). Foreign Trade 2017. Data Chapter. Chapter 2. – P. 90–113. – URL: <http://www.jftc.or.jp/research/pdf/ForeignTrade2017/DataChapter2.pdf> (дата обращения: 04.09.2017).

12. Podoba Z., Gorshkov V. Trade Remedies: Global Trends and the Case of Japan, *Globalization and Its Socio-Economic Consequences* : In Proceedings of the 17th International Scientific Conference. October 4–5th, 2017. Slovak Republic, 2017.

13. World Bank. World Integrated Trade Solutions. Online Trade Outcomes Indicators – User's Manual. Version 1.0. September 2013. – URL: <http://wits.worldbank.org/WITS/docs/TradeOutcomes-UserManual.pdf> (дата обращения: 15.09.2017).

14. 岡田邦夫『日露経済の現状と展望』、日本国際問題研究所（出版）『ロシア極東シベリア地域開発と日本の経済安全保障』, 135-149ページ. – URL: http://www2.jiia.or.jp/pdf/resarch/H26_Development_of_Russian_Far_East_Siberia/H26_Development_of_the_Russian_Far_East_Siberia_and_Japans_Economic_Security.pdf (дата обращения: 04.09.2017).

References

1. Belov A. V. Poltora veka rossiysko-yaponskoy trgovli: kak preodolet' «effekt kolei»? [One-and-a-Half Centuries of Russo-Japanese Trade Relations: How to Overcome «Path-Dependence»? *Yaponiya. Ezhegodnik* [Japan. Annual Bulletin], 2016, No. 45, pp. 105–130. (In Russ.).

2. Gorshkov V. A, Podoba Z. S. Yapono-rossiyskoe sotrudnichestvo v sfere trgovli i investitsiy [Japan-Russia Trade and Investment Cooperation] *Ekonomicheskaya teoriya i khozyaystvennaya praktika: global'nye vyzovy, materialy Mezhdunarodnoy konferentsii «Evolutsiya mezhdunarodnoy trgovoy sistemy: problemy i perspektivy – 2017»* [Economic Theory and Business: Global Challenges. Proceeding of the International Conference «Evolution of International Trading System: Prospects and Challenges-2017»]. Saint-Petersburg, Sankt-Peterburgskiy gosudarstvennyy universitet, 2017. (In Russ.).

3. Karaivanov A. A., Fokin N. I. Sravnitel'nye preimushchestva v rossiysko-yaponskikh ekonomicheskikh otnosheniyakh [Comparative Advantages in Japan-Russia Economic Relations]. Vladivostok, Morskoy gos. un-t, 2009. (In Russ.).

4. Korneiko O. V. Rossiysko-yaponskie ekonomicheskie otnosheniya: dinamika i tendentsii [Russian-Japanese Economic Relations: Dynamics and Trends], *Territoriya novykh vozmozhnostey. Vestnik Vladivostokskogo gosudarstvennogo universiteta ekonomiki i servisa* [The Territory of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service], 2015, No. 4, pp. 14–20. (In Russ.).

5. Biznes-Putevoditel' po Yaponii, 2017 [Business Guide on Japan], p. 19. Available at: <http://91.206.121.217/TpApi/Upload/5a663416-3b74->

4467-9562-88b8a72231bd/Businessguide_Japan_2017_.pdf (accessed 04.09.2017).

6. Podoba Z., Gorshkov V. Spetsial'naya tarifnaya sistema Yaponii: praktika primeneniya [Japan's Special Tariff System: Practice of Administration], *Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnye ekonomicheskie otnosheniya* [World Economy and International Economic Relations], 2015, No. 5, pp. 81–91. (In Russ.).

7. Strel'tsov D. V. Rossiysko-yaponskie trgovno-ekonomicheskie otnosheniya: est' li novaya tochka opory? [Russian-Japanese Trade and Economic Relations: Is there a new fulcrum?], *Vestnik MGIMO*, 2016, No. 1 (46), pp. 93–105. (In Russ.).

8. Timonina I. L. Rossiya-Yaponiya: real'nyy potentsial ekonomicheskogo vzaimodeystviya [Russia-Japan: Real Potential of Economic Cooperation], *Yaponskie issledovaniya* [Japanese Studies], 2016, No. 1, pp. 20–31. (In Russ.).

9. Balassa B. Trade Liberalisation and «Revealed» Comparative Advantage, *The Manchester School*, 1965, No. 33 (2), pp. 99–123.

10. Gorshkov V., Podoba Z. A Note on Japan's Contemporary Trade Policy, *Ekonomicheskaya teoriya i khozyaystvennaya praktika: global'nye vyzovy, materialy Mezhdunarodnoy konferentsii «Evolyutsiya mezhdunarodnoy trgovoy sistemy: problemy i perspektivy – 2016»*. Saint-Petersburg, Sankt-Peterburgskiy gosudarstvennyy universitet, 2016, pp. 34–41.

11. Japan Foreign Trade Council (2017). Foreign Trade 2017. Data Chapter. Chapter 2, pp. 90–113. Available at: <http://www.jftc.or.jp/research/pdf/ForeignTrade2017/DataChapter2.pdf> (accessed 04.09.2017).

12. Podoba Z., Gorshkov V. Trade Remedies: Global Trends and the Case of Japan, *Globalization and Its Socio-Economic Consequences, In Proceedings of the 17th International Scientific Conference. October 4–5th, 2017*. Slovak Republic, 2017.

13. World Bank. World Integrated Trade Solutions. Online Trade Outcomes Indicators—User's Manual. Version 1.0. September 2013. Available at: <http://wits.worldbank.org/WITS/docs/TradeOutcomes-UserManual.pdf> (accessed 15.09.2017).

14. 岡田邦夫『日露経済の現状と展望』、日本国際問題研究所（出版）『ロシア極東シベリア地域開発と日本の経済安全保障』, 135-149ページ. Available at: http://www2.jiia.or.jp/pdf/resarch/H26_Development_of_Russian_Far_East_Siberia/H26_Development_of_the_Russian_Far_East_Siberia_and_Japans_Economic_Security.pdf (accessed 04.09.2017).

ИНВЕСТИЦИИ В ЗЕМЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ КАК НОВЫЙ ТРЕНД В ГЛОБАЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ И МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЯХ (на примере инвестиций аравийских монархий)

Бирюков Евгений Сергеевич

кандидат экономических наук, доцент кафедры МЭО и ВЭС МГИМО
МИД России. 119454, Москва, проспект Вернадского, 76.

Адрес: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации», 119454, Москва, проспект Вернадского, д. 76.

E-mail: niksotc@mail.ru

В статье рассматривается политика монархий Аравийского полуострова по инвестированию в зарубежные земельные ресурсы. Раскрыты динамика политики по скупке земель, географическое распределение вложений и отношения инвесторов со странами-реципиентами, взаимодействие с международными институтами, проблемные аспекты инвестиций. Показаны ведущая роль государства в процессе инвестирования и наличие стратегии по распространению влияния рассматриваемых стран, реализуемой параллельно со скупкой земель. Проблематика инвестиций в земельные ресурсы находится на стыке таких сфер, как продовольственная безопасность, геополитическое влияние, международные институты и глобальное управление, взаимодействие государственных элит, права человека, контроль за водными ресурсами.

Ключевые слова: ССАГПЗ, Саудовская Аравия, Катар, Африка, глобальное управление, захват земель.

GLOBAL LAND GRAB AS A NEW TREND IN GLOBAL GOVERNANCE AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS (on the example of the GCC States` Investments)

Biryukov, Evgeny S.

PhD, Associate Professor, Chair of International Economic Relations of MGIMO, the University of the Ministry of Foreign Affairs of Russia
Address: Moscow State Institute of International Relations (University) of the Ministry of Foreign Affairs, 76 Vernadskiy Av., Moscow, 119454, Russian Federation.

E-mail: niksofc@mail.ru

The article considers the policy of the monarchies of the Arabian Peninsula on investing in foreign land resources. The dynamics of land grab policy, geographical distribution of investments and investor relations with recipient countries, interaction with international institutions, and problematic aspects of investments are disclosed. The leading role of the state in the investment process and the existence of a strategy for spreading the influence being realized in parallel with the land grab are shown. The problem of land grab is at the intersection of such problems as food security, geopolitical influence, international institutions and global governance, interaction of state elites, human rights, control over water resources.

Keywords: GCC, Saudi Arabia, Qatar, Africa, global governance, land grab.

Иностранные инвестиции в земельные ресурсы в последние годы стали важной составной частью процесса глобализации [12. – С. 628]. Инвестиции в зарубежные земельные ресурсы не являются новым феноменом в мировой истории, но масштаб, характер и географическая направленность этого процесса, наблюдающиеся в последние годы, демонстрируют ряд новых трендов – в число крупнейших в мире инвесторов в земельные ресурсы наряду с Китаем и Индией вошли нефтеэкспортирующие монархии Аравийского полуострова. В большинстве из них данные инвестиции осуществляются или координируются на государственном уровне, что свидетельствует о наличии четкой стратегии. Географический охват вложений впечатляет – средства вкладываются в страны, находящиеся на всех материках, – Украину, Бразилию и Аргентину, Пакистан и Индоне-

зию, Австралию. При этом наиболее активная инвестиционная политика ведется в отношении земельных ресурсов Африки [13. – С. 210]. В ряде стран данные инвестиции затрагивают интересы сотен тысяч людей, причем, как правило, такое влияние оказывается отрицательным. И если на уровне госструктур в странах-реципиентах данные процессы поощряются, то реакция общества является противоположной.

Что же лежит в основе направления арабских нефтедолларов в зарубежные земельные ресурсы – стремление обеспечить собственную продовольственную безопасность или стратегия комплексной экономической и идеологической экспансии? Чтобы разобраться в этом, требуется рассмотреть данные инвестиции с различных сторон.

Вопрос продовольственной безопасности имеет критическое значение для арабских стран, поскольку ни одна из них не обеспечивает себя полностью собственным сельскохозяйственным производством. В среднем арабские страны импортируют 56% потребляемых зерновых, в ряде стран этот показатель достигает 100% [16]. С наибольшей остротой данный вопрос встает в периоды войн или геополитической напряженности. Так, во время Первой и Второй мировых войн во многих странах арабского мира происходили продовольственные кризисы. В 1973 г. в условиях арабского нефтяного эмбарго США рассматривали вопрос о блокировании экспорта продовольствия в ряд стран Ближнего Востока. В 2008 г. во время мирового продовольственного кризиса, когда цены на основные сельскохозяйственные продукты возросли в два раза, в Египте и Марокко фиксировались народные волнения. Инфляция и высокая стоимость продовольствия были одними из важных экономических причин, лежавших в основе «арабской весны» 2010–2011 гг.

История аравийских инвестиций в зарубежные земельные ресурсы

За последние десятилетия подход стран Аравийского полуострова к инвестициям в зарубежные земельные активы несколько раз претерпевал изменения. Впервые подобная стратегия стала реализовываться в 1970-е гг. В тот период в арабские страны хлынул поток нефтедолларов. Одной из особенностей участия аравийских монархий в международных экономических отношениях стало то, что они направляют часть своих финансовых авуаров другим исламским странам как в виде инвестиций, так и по каналам помощи развитию. При этом наблюдается тесная взаимосвязь между принадлежностью страны-реципиента к миру ислама и объемом получаемых инвестиций [8. – С. 101]. В тот период аравийскими монархиями в качестве своей хлебной житницы и реципиента инвестиций был определен Судан. Институционализированным инвестором и разработчиком стратегии выступил базиро-

вавшийся в Кувейте межгосударственный Арабский фонд экономического и социального развития, а в 1976 г. было создано специализированное Арабское агентство по сельскохозяйственным инвестициям со штаб-квартирой в Хартуме.

Сотрудничество аравийских монархий с Суданом можно рассматривать под двумя углами. Во-первых, нефтеэкспортеры Персидского залива действительно стремились обеспечить свою продовольственную безопасность. Во-вторых, в тот момент в африканской стране шла внутривойсковая борьба между сторонниками социалистического и капиталистического путей развития, а аравийские инвестиции активизировались после очередного переворота и поддержки прозападного правительства. Тогда сотрудничество аравийцев с Суданом оказалось неэффективным как по причине высокой коррупции в данной стране, так и из-за отсутствия и у импортера, и экспортера капитала опыта реализации крупных сельскохозяйственных проектов. Затем на время интерес к инвестированию в зарубежные земли снизился: с 1980-х гг. Саудовская Аравия стала реализовывать ультраамбициозный проект импортозамещения в сельском хозяйстве, нацеленный на полное удовлетворение своих потребностей в пшенице. Его основой стали опреснение морской воды, использование артезианских источников и субсидии как производителям, так и потребителям. В результате среди аравийских песков под палящим солнцем раскинулись поля пшеницы и ржи. Данная программа реализовывалась на протяжении более двадцати лет. Однако в 2000-е гг. саудовские власти осознали бесперспективность данного высокочрезвычайного проекта и отказались от него.

С начала мирового продовольственного кризиса 2008 г. аравийские монархии приступили к реализации масштабной стратегии по инвестированию в зарубежные сельскохозяйственные земли. Наиболее активную политику проводят Саудовская Аравия, Катар и ОАЭ [19. – С. 87].

Стратегии стран и роль государственных структур

В 2009 г. в Саудовской Аравии была принята государственная целевая программа «Инициатива Короля Абдаллы по саудовскому сельскохозяйственному инвестированию за рубежом». В том же году в рамках Инициативы была учреждена Саудовская компания по сельскохозяйственному инвестированию и животноводству с весьма крупным капиталом – 800 млн долларов. Доходной была принята Катарская национальная программа по продовольственной безопасности (КНППБ). Интересно, что программа предусматривает достижение высокой доли самообеспеченности: к 2023 г. производить внутри страны 70% потребляемого катарцами продовольствия по сравнению с 10% в момент ее старта. Вероятно, в условиях предпринимаемой соседними странами с

мая 2017 г. экономической и дипломатической блокады Катара, Доха утвердилась в правильности своего выбора, несмотря на наличие отрицательного саудовского опыта 1980–2000-х гг.

В ОАЭ, в отличие от Саудовской Аравии и Катара, процесс вложений в зарубежные земли не институционализирован на государственном уровне. По ряду данных ОАЭ даже опережают соседей по количеству инвестиционных сделок. Крупнейшими инвесторами выступают фирмы «Аль-Кудра» и «Ад-Дахра», формально – это частные предприятия. Однако в странах Аравийского полуострова распространена практика, когда среди акционеров компаний доминируют представители правящих кланов [1. – С. 55]. Данные компании не являются исключением, так как они достаточно тесно связаны с государством.

Важную роль в скупке зарубежных земель играют суверенные инвестиционные фонды аравийских монархий, что также демонстрирует координирующую роль государства. В структуре Катарского инвестиционного агентства была создана отдельная компания «Хассан Фуд». В других случаях инвестиции происходят путем расширения мандата уже существовавших структур, среди которых Фонд Абу Даби по развитию, Кувейтское инвестиционное агентство [3. – С. 70], Арабское сельскохозяйственное агентство по инвестициям и развитию. Однако страны Аравийского полуострова не способны аккумулировать в своих экономиках весь объем поступающих нефтедолларов, поэтому направляют значительную их часть за рубеж [5. – С. 189].

Проблемные инвестиции

Процесс инвестирования в зарубежные активы далеко не всегда происходит спокойно. Во многих случаях скупка земель приводит к выселению крестьян, семьи которых на протяжении поколений жили на данных территориях. Неслучайно, в англоязычной литературе инвестиции в зарубежные сельхозактивы обозначаются термином *landgrab* – «захват земель». Для того чтобы освободить земли для инвесторов, правительство Эфиопии выселило десятки тысяч крестьян в штате Гамбела [17]. Это привело к протестам, сопровождавшимся человеческими жертвами. В Судане при строительстве плотины Мерове, частично финансировавшемся аравийскими фондами, было переселено 50 тыс. человек. В Сербии крестьяне выступали против покупки земель компанией «Аль-Равафед Агрикальче» из Абу Даби [14].

В целом политика принимающих стран по регулированию инвестиций значительно различается. В более крупных странах, таких как Бразилия, Аргентина, Таиланд, предпринимаются шаги по ограничению иностранных инвестиций в земли, поскольку сельскохозяйственный экспорт служит важным источником валютных поступлений для данных государств. Поэтому взаимодействие арабских инвесторов

происходит в форме создания совместных предприятий, а не организации производства с нуля. В бедных африканских странах правительства, как правило, благосклонны к этому процессу.

На Украине в 2013 г. саудовская компания United Farmers Holdings арендовала на длительный срок по разным данным от 26 до 32 тыс. га земли. Проявлялся предметный интерес к украинским землям и в рамках упомянутой выше катарской КНППБ. 4 февраля 2016 г. саудовская газета «Аль-Ватан» сообщила сенсационную новость, быстро расцитированную украинскими СМИ, что два бизнесмена из Королевства хотели бы вложить в украинские сельскохозяйственные земли почти 40 млрд саудовских риалов (10,5 млрд долл.)¹. Таким образом, в отличие от России, делающей ставку на развитие крупных частных отечественных сельскохозяйственных предприятий, на Украине наблюдается высокая активность иностранцев [2. – С. 12].

Важной проблемой, с которой сталкиваются за рубежом аравийские инвесторы, является конкуренция за водные ресурсы. Естественным образом развитие аравийскими инвесторами сельхозбизнеса за рубежом приводит к росту использования воды. Это вызывает недовольство как среди местного населения, так и в соседних странах, находящихся вниз по течению крупных рек. Так, в публикациях авторитетного Египетского совета по международным отношениям проекты, финансируемые аравийскими монархиями и Всемирным банком в странах, расположенных в верховьях Нила, характеризовались как угрозы национальной безопасности Египта. Власти данной страны видят значительные геополитические риски в односторонней ориентации во внешней политике на США и их союзников, к которым относится и Саудовская Аравия, поэтому стремятся проводить более диверсифицированную внешнюю политику, в том числе развивая отношения с Россией [5. – С. 55].

Со своей стороны Египет также является крупным инвестором на рынке скупки земель. В стране в 1990-х гг. были проведены приватизация и либерализация финансового сектора [4. – С. 4]. Это привело к появлению класса инвесторов, связанных с международными институтами глобального управления. Например, одна из таких фирм «Цитадель Капитал» сначала аккумулировала местные сельхозактивы, а затем стала инвестировать в земли, водные ресурсы, месторождения металлов в странах, находящихся вверх по течению Нила [18].

Еще одна потенциальная проблема аравийских арабов – риск ввода странами-реципиентами ограничений на экспорт сельскохозяй-

¹ Объем инвестиций саудитов на Украине составит 39 миллиардов риалов [ар. 39 мильяр рияль истисмарат зираийя ли саудийин фи украния] // Аль-Ватан. – 4 февраля 2016 г. – URL: http://alwatan.com.sa/Economy/News_Detail.aspx?ArticleID=251621&CategoryID=2 (дата обращения: 16.08.2016).

ственной продукции в условиях плохого урожая, голода или роста мировых цен. Для урегулирования споров может использоваться ВТО [10. – С. 5]. В этой связи монархии Персидского залива поддерживали в ВТО предложение Японии и Швейцарии о регулировании экспортных ограничений по сельскохозяйственным товарам. Однако опасения сохраняются, поскольку нельзя гарантировать, что в случае угрозы голода бедные страны будут готовы кормить богатых арабов. Арабские авторы отдельно подчеркивают в своих исследованиях, что во время мирового продовольственного кризиса 2008 г. 25 стран мира вводили экспортные ограничения на сельскохозяйственную продукцию. Поэтому ряд арабских экспертов предлагает вместо скупки земель создавать стратегические продовольственные запасы на своей территории, но это скорее, не мейнстрим, а альтернативная стратегия на данный момент.

Инвестиции с идеологическим подтекстом

Пожалуй, наиболее сложным и неоднозначным остается вопрос о возможном наличии у арабских инвестиций не только экономических, но и скрытых геополитических и идеологических целей в отношении принимающих стран и их населения.

Наблюдается совершенно удивительная корреляция, заключающаяся в том, что основными саудовскими кланами, инвестирующими в зарубежные сельскохозяйственные активы, являются те же самые кланы, которые создают по всему миру сеть исламских банков и так называемых неправительственных религиозных организаций. Крупными землевладельцами в Мавритании и Судане стали представители самого богатого некоролевского клана Саудовской Аравии – Ар-Раджи. Компания «АгроГлоуб», возглавляемая шейхом Салехом Камелем, объявила о планах выращивания риса в Сенегале и Мали. В Эфиопии местный миллиардер с саудовскими корнями и тесными связями в Королевстве шейх Аль-Амуди предполагал суммарно инвестировать 3 млрд долларов и приобрести 500 тыс. га в провинции Гамбела [15] и других частях страны (Гамбела находится на границе с Южным Суданом и потенциально уязвима для распространения так называемого межгосударственного пояса нестабильности, который в настоящее время уже охватил территорию трех граничащих стран – Южного Судана, Судана и Центральноафриканской Республики). Были опубликованы данные о том, что более 100 тыс. га земли в Судане взял в долгосрочную аренду экс-руководитель саудовской разведки Принц Бандар Бин Султан. Наконец, имеющая в мире весьма специфическую известность группа «Бин Ладен» объявила о планах приобретения 2 млн га земли в индонезийской провинции Папуа.

Специалистам по арабским странам некоторые из этих лиц известны далеко не в связи с сельским хозяйством. Фамилии Камеля и

Ар-Раджи фигурировали в обнаруженном в 2002 г. в Боснии списке членов так называемой золотой цепи – вероятных спонсоров «Аль-Каиды». Салех Камель – основатель одного из первых и крупнейших исламских банков на Ближнем Востоке – «Аль-Барака». Банк зарегистрирован в офшоре на Бахрейне и имеет сеть в нескольких странах. Ар-Раджи основали в 1988 г. первый в Саудовской Аравии исламский банк. В Эфиопии структуры Махмуда Аль-Амуди служили проводником саудовских средств и координатором процессов строительства ваххабитских мечетей. Существует достаточно свидетельств, что наряду с обычной банковской деятельностью, некоторые исламские банки занимаются отмыванием денег, направляют средства на подкуп элит и агентов влияния, спонсируют неправительственные организации и в конечном итоге финансируют терроризм, ставя задачи продвижения за рубежом интересов аравийских монархий и ряда западных институтов, идущих вразрез с интересами стран-реципиентов, в том числе и исламских стран [7. – С. 12]. Таким образом, аравийские структуры, с одной стороны, осуществляют помощь развитию других исламских стран и направляют в них миллиарды долларов. С другой стороны, данный процесс не является чистой благотворительностью, и страны-инвесторы четко преследуют собственные интересы [9. – С. 26]. Африканские страны из-за слабости государственных институтов не способны эффективно противодействовать экстремизму, как это происходит в более сильных странах [10. – С. 44], и в результате подпадают в зависимость от аравийских структур в сферах идеологии и безопасности.

При этом небезынтересно отметить, что в ходе волны резонансных арестов, осуществленных в Королевстве Саудовская Аравия (КСА) 4–5 ноября 2017 г., некоторые из перечисленных выше бизнесменов были задержаны под предлогом борьбы с коррупцией, это С. Камель, Принц Бандар, М. Аль-Амуди. Кроме того, несколько ранее Наследный принц КСА Мухаммед Бин Сальман заявил о том, что страна начнет переход к умеренному исламу. В этой связи существует некоторая вероятность, что в политике экспорта Эр-Риядом своего влияния за рубежом произойдут изменения. Вместе с тем, скорее всего, нацеленность на скупку земель сохранится.

Специфика процесса инвестирования в сельскохозяйственные земли – его непрозрачность. Так, Инициатива Короля Абдаллы по саудовскому сельскохозяйственному инвестированию за рубежом, несмотря на вложенные в нее сотни миллионов долларов, не имеет официального веб-сайта. Проблемами инвестиций в земельные ресурсы занимается такая универсалистская группа, как Всемирный банк. В Европе несколькими структурами (Международная коалиция по земле, немецкая консалтинговая фирма ГИЗ, исследовательские центры из Гамбурга, Монпелье, Берна) была предпринята попытка создать

своеобразную базу данных – Земельную матрицу (Land Matrix), однако, информация, предоставляемая этими структурами, является неполной и в ряде случаев содержит фактические ошибки. В мутной воде ловить рыбу сложнее.

Сотрудничество арабских инвесторов с международными наднациональными структурами

Наднациональные структуры – Всемирный банк, специализированные неправительственные организации, исследовательские рабочие группы и другие – традиционно выступают основными игроками в различных новых трендах, происходящих в международных экономических отношениях. Во втором десятилетии XXI в. фиксируется их пристальное внимание к процессу инвестиций в земельные ресурсы. При этом если традиционно арабы не играют заметной роли в международных организациях – МВФ, Всемирном банке, ООН и др., то взаимодействие и координация политики со структурами глобального управления по вопросам, связанным с инвестированием в зарубежные земли, ведутся как раз весьма активно, что может свидетельствовать как о важной роли данных структур в мировом процессе скупки земель, так и об их стремлении действовать в ряде стран-реципиентов совместно с арабскими монархиями (аналитики Оксфам и ГРЭИН напрямую пишут о вовлеченности Всемирного банка в так называемый захват земель [20]). Например, Продовольственная и сельскохозяйственная организация ООН (ФАО) открыла представительство в Абу Даби. Председателем 66-й Сессии Генеральной Ассамблеи ООН был избран представитель Катара Насир Ан-Наср. В качестве президента он поднимал на заседаниях вопросы о влиянии спекулирования на продовольственные цены и о помощи странам в условиях природных катастроф. Катар подписал соглашение о сотрудничестве с Международным центром сельскохозяйственных исследований в засушливых территориях. Кроме того, в 2008 г. Саудовская Аравия внесла крупнейший единовременный взнос в Всемирную продовольственную программу ООН в размере 500 млн долларов. Крупные финансовые пожертвования страны Аравийского полуострова осуществляли, когда в 2011 г. разразился голод на Африканском роге.

Саудовская Аравия при поиске путей выхода в Африку и Среднюю Азию пробует осуществлять координацию деятельности с Всемирным банком и неправительственной организацией «Международный институт исследования риса». Во многих случаях структуры Группы Всемирного банка выступают соинвесторами в сельскохозяйственные активы. Аравийским инвесторам принадлежит доля в международной трейдинговой компании «Гленкор», имеющей крупное сельскохозяйственное подразделение. Вместе с тем со стороны такого ис-

кусственно созданного субъекта международных отношений, как «глобальное гражданское общество» предпринимаются попытки оказания давления на аравийские монархии. Оно осуществляется различными международными неправительственными организациями, среди которых выделяются ГРЭИН, транснациональное движение крестьян Ла Виа Кампесина и др. Вряд ли они руководствуются исключительно гуманитарными целями, учитывая трансграничный характер данных структур и состав их спонсоров. Цель этого давления – сделать инвестиционную политику аравийских монархий еще более подконтрольной различным западным и международным структурам, добиться еще большей степени координации политики.

Исследование зависимости между инвестициями и импортом из стран-реципиентов

Целесообразно проследить, насколько достигается публично заявленная цель инвестирования – рост импорта продовольствия в страны-инвесторы. Для этого на основе статистических данных можно подтвердить или опровергнуть гипотезу, что инвестиции из арабских стран (Саудовской Аравии, ОАЭ, Катара) приводят к росту импорта ими продукции из стран-реципиентов.

Для данного анализа использовалась статистика базы данных WITS, разработанной совместно Всемирным банком и ЮНКТАД¹. Была сделана попытка сравнить два периода: настоящее время (2015 г.) и до начала процесса инвестирования аравийскими монархиями в зарубежные земли (2008).

В базе WITS торговля сельскохозяйственными товарами классифицирована по трем отдельным категориям: пищевые товары (food products), продукция овощеводства (vegetables), продукция животноводства (animals). Рассмотрен импорт каждой из данных категорий товаров в три страны – Саудовскую Аравию, ОАЭ и Катар. Всего было проанализировано девять таблиц. Для каждой из трех стран была рассмотрена каждая из трех категорий. В качестве примера показано сравнение списка крупнейших импортеров в Саудовскую Аравию в 2008 и 2015 гг. (таблица).

Анализ данных из базы WITS выявил всего несколько случаев, когда у Саудовской Аравии, ОАЭ или Катара к 2015 г. произошел резкий рост импорта из стран, в которых они стали скупать земли. Импорт продукции животноводства из Судана в Королевство Саудовская Аравия вырос с 2008 по 2015 г. с 55 до 600 млн долларов, и Судан вышел на 2-е место среди крупнейших импортеров КСА в данной товарной

¹ База данных по международной торговле Всемирного банка и ЮНКТАД. – URL: http://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/SAU/Year/2015/TradeFlow/Import/Partner/all/Product/16-24_FoodProd

группе. В импорте ОАЭ достаточно сильно увеличились показатели Африки к югу от Сахары. Так, поставки пищевых продуктов выросли в 2008–2014 гг. с 44 до 274 млн долларов, поставки овощей – с 231 до 529 млн долларов, однако ни одна из стран не входит в топ-10 импортеров в ОАЭ. В Катаре зафиксирован рост овощей и продукции животноводства и из стран к югу от Сахары, и из Судана, но, как и в случае ОАЭ, рост произошел с очень низкой базы.

**Сравнение топ-10 импортеров продовольственных товаров
в Саудовскую Аравию в 2008 и 2015 гг.* (в тыс. долл.)**

2015			2008		
Место	Мир в целом		Место	Мир в целом	
1	Германия	7 666 355	1	Бразилия	4 202 566
2	ОАЭ	1 105 196	2	Германия	482 949
3	Ирландия	748 693	3	Ирландия	417 178
4	США	675 229	4	Ирландия	373 258
5	Франция	436 817	5	США	358 211
6	Турция	382 462	6	ОАЭ	333 144
7	Нидерланды	352 870	7	Индия	182 290
8	Швейцария	333 516	8	Нидерланды	159 600
9	Испания	285 428	9	Швейцария	142 246
10	Египет	241 107	10	Таиланд	137 649
		215 945		Испания	134 604

* Источник: данные Всемирного банка и ЮНКТАД.

Таким образом, не выявлено, что к 2015 г. Саудовская Аравия, Катар или ОАЭ, массово и системно нарастили импорт именно из тех стран, в которых они скупают земли. Несколько таких случаев действительно зафиксировано, но среди крупнейших поставщиков продолжают доминировать европейские страны, США, соседние арабские страны (Саудовская Аравия, ОАЭ, Кувейт), Индия, Австралия. Соответственно, с уверенностью подтвердить гипотезу, что скупка земель ведет к резкому росту импорта из стран-реципиентов, не получилось. Однако это позволяет сделать предположение, что в основе процесса скупки земли лежат не просто чисто экономические задачи – обеспечить продовольственную безопасность, – но и задачи расширения своего политического и идеологического влияния.

У данной политики, безусловно, есть и геополитические, и идеологические, и гуманитарные корни. Данный инвестиционный процесс ведет, скорее, не к взаимовыгодному партнерству, а к получению инвесторами и взаимодействующими с ними структурами глобального управления большего контроля за ключевыми ресурсами и аккумуляции ими дополнительных крупных финансовых средств. Этот процесс является не спекулятивным, а имеет долгосрочный характер. Новые компании, покупающие землю, также постепенно эволюциони-

руют из молодых инвесторов-стартапов в сторону аналога инвестиционных банков, имеющих диверсифицированные долгосрочные экономические интересы. Кроме того, этот процесс отражает имеющиеся в мире ожидания сохранения хронически нестабильной ситуации на рынках сельскохозяйственной продукции, сложности ряда бедных стран с обеспечением продовольственной безопасности, консолидацию активов в руках транснациональных агропромышленных корпораций.

Список литературы

1. Айдрус И. А. З., Главина С. Г. Ключевые тенденции и особенности развития рынка первичного публичного предложения в странах Совета сотрудничества арабских государств Персидского залива // Международная торговля и торговая политика. – 2015. – № 4 (4). – С. 55–69.
2. Айдрус И. А. З., Иванов А. Л. Экономические санкции и импортозамещение в продовольственном секторе России // Инновационная экономика. – 2017. – № 2 (11). – С. 12.
3. Бирюков Е. С. Инвестирование средств суверенных инвестиционных фондов: опыт стран Аравийского полуострова и рекомендации для России // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 6–2 (59–2). – С. 70–75.
4. Бирюков Е. С. Особенности развития финансового сектора Египта // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2015. – № 7. – С. 4–5.
5. Бирюков Е. С. Политика Египта по созданию зон свободной торговли и перспективы создания зон свободной торговли между Россией и Египтом // Международная торговля и торговая политика. – 2016. – № 1 (5). – С. 55–64.
6. Бирюков Е. С. Роль финансов стран – членов ССАГПЗ в мировой экономике // Вестник Университета (Государственный университет управления). – 2013. – № 2. – С. 189–195.
7. Бирюков Е. С. Финансовые пружины международного терроризма и его угроза безопасности России. Ключевые источники финансирования терроризма. – Ч. 1 // Научно-аналитический журнал Обозреватель – Observer. – 2016. – № 1 (312). – С. 6–30.
8. Дегтерев Д. А. Основные подходы к оказанию содействия международному развитию // Вестник МГИМО-Университета. – 2011. – № 4. – С. 99–104.
9. Дегтерев Д. А. Политическая экономия международной помощи // Мировая экономика и международные отношения. – 2014. – № 4. – С. 26–35.

10. Некишев А. В., Клементьев А. С. Информационное обеспечение противодействия экстремизму // Вестник Всероссийского института повышения квалификации сотрудников Министерства внутренних дел Российской Федерации. – 2012. – № 2 (22). – С. 44–48.

11. Российская Федерация во Всемирной торговой организации: региональные аспекты и перспективы юридической практики : монография. – Саранск : Изд-во Мордовского ун-та, 2014.

12. Современные международные отношения / под ред. А. В. Торкунова, А. В. Мальгина. – М. : Аспект пресс, 2017.

13. Шкваря Л. В. Финансовые потоки в странах Африки : источник для реализации инфраструктурных проектов // Африка в поисках источников мира и развития : сборник статей. – М., 2013. – С. 206–215. (Серия «Африканские исследования»).

14. Ahmad A. Serbian Village Raises Complaint about UAE Purchase of Farmland. – URL: <https://www.thenational.ae/uae/serbian-village-raises-complaint-about-uae-purchase-of-farmland-1.322870> (дата обращения: 14.08.2017).

15. Alami M. Land Grabbing – A New Political Strategy for Arab Countries. – URL: <http://www.ipsnews.net/2014/07/land-grabbing-a-new-political-strategy-for-arab-countries/> (дата обращения: 14.08.2017).

16. Al-Suhaibani Kh. Agricultural FDI: Risky Business? World Bank Blogs. – URL: <http://blogs.worldbank.org/miga/agricultural-fdi-risky-business> (дата обращения: 14.08.2017)

17. Cooke K. Saudi Agricultural Investment Abroad – Land Grab or Benign Strategy // Middle East Eye. October 5, 2016. – URL: <http://www.middleeasteye.net/columns/saudi-agricultural-investment-abroad-land-grab-or-benign-investment-strategy-218650423> (дата обращения: 14.08.2017).

18. Dixon M. South-South Land Grabbing: what the case of Egypt and Southern Neighbours Reveals // Southern Social Movements Newswire. – 2013. – December 20. – URL: <http://www.cetri.be/South-South-land-grabbing-what-the?lang=fr> (дата обращения: 15.08.2017).

19. Land Grabbing and Global Governance / edited by M. Margulis, N. McKeon, S. Borras Jr. – New York ; Oxon : Routledge, 2014.

20. World Bank Report on Land Grabbing: Beyond the Smoke and Mirrors / Grain. – 2010. – September 8. – URL: <https://www.grain.org/fr/article/entries/4021-world-bank-report-on-land-grabbing-beyond-the-smoke-and-mirrors> (дата обращения: 14.08.2017)

References

1. Aydrus I. A. Z., Glavina S. G. Klyuchevye tendentsii i osobennosti razvitiya rynka pervichnogo publichnogo predlozheniya v stranakh Soveta

sotrudnichestva arabskikh gosudarstv Persidskogo zaliva [Key Trends and Features of the GCC IPO market] *Mezhdunarodnaya trgovlya i trgovaya politika*, 2015, No. 4 (4), pp. 55-69. (In Russ.).

2. Aydrus I. A. Z., Ivanov A. L. Ekonomicheskie sanktsii i importozameshchenie v prodovol'stvennom sektore Rossii [Economic Sanctions and Import Substitution in the Food Sector of Russia], *Innovatsionnaya ekonomika*, 2017, No. 2 (11), p. 12. (In Russ.).

3. Biryukov E. S. Investirovanie sredstv suverennykh investitsionnykh fondov: opyt stran Araviyskogo poluostrova i rekomendatsii dlya Rossii [Sovereign Wealth Funds Investment: GCC Experience and Recommendations for Russia] *Ekonomika i predprinimatel'stvo*, 2015, No. 6-2 (59-2), pp. 70-75 (In Russ.).

4. Biryukov E. S. Osobennosti razvitiya finansovogo sektora Egipta [Features of Egyptian Financial Sector Development], *Ekonomika i biznes: teoriya i praktika*, 2015, No. 7, pp. 4-5 (In Russ.).

5. Biryukov E. S. Politika Egipta po sozdaniyu zon svobodnoy trgovli i perspektivy sozdaniya zon svobodnoy trgovli mezhdru Rossiei i Egiptom [The Policy of Egypt on the Creation of Free Trade Areas and Perspectives for the Creation of Free Trade Areas between Egypt and Russia] *Mezhdunarodnaya trgovlya i trgovaya politika*, 2016, No. (5), pp. 55-64 (In Russ.).

6. Biryukov E. S. Rol' finansov stran – chlenov SSAGPZ v mirovoy ekonomike [The Role of GCC States Finance in the World Economy] *Vestnik Universiteta (Gosudarstvennyy universitet upravleniya)*, 2013, No. 2, pp. 189-195. (In Russ.).

7. Biryukov E. S. Finansovye pruzhiny mezhdunarodnogo terrorizma i ego ugroza bezopasnosti Rossii. Klyuchevye istochniki finansirovaniya terrorizma [Financial Sources of International Terrorism and Its Threat to the National Security of Russia. Key Sources of Terrorism Funding], Ch. 1. *Nauchno-analiticheskiy zhurnal Obozrevatel' – Observer*, 2016, No. 1 (312), pp. 6-30. (In Russ.).

8. Degterev D. A. Osnovnye podkhody k okazaniyu sodeystviyu mezhdunarodnomu razvitiyu [Basic Approaches to the International Development Assistance], *Vestnik MGIMO-Universiteta*. 2011, No. 4, pp. 99-104. (In Russ.).

9. Degterev D. A. Politicheskaya ekonomiya mezhdunarodnoy pomoshchi [Political Economy of Foreign Aid], *Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnye otnosheniya*, 2014, No. 4, pp. 26-35. (In Russ.).

10. Nekishev A. V., Klement'ev A. S. Informatsionnoe obespechenie protivodeystviya ekstremizmu [Information Support for Extremism Counteraction], *Vestnik Vserossiyskogo instituta povysheniya kvalifikatsii sotrudnikov Ministerstva vnutrennikh del Rossiyskoy Federatsii*, 2012, No. 2 (22), pp. 44-48. (In Russ.).

11. Rossiyskaya Federatsiya vo Vsemirnoy torgovoy organizatsii: regional'nye aspekty i perspektivy yuridicheskoy praktiki [Russian Federation in the WTO: Regional Aspects and Prospects for Judicial Practice], monografiya. Saransk, Izd-vo Mordovskogo un-ta, 2014. (In Russ.).

12. Sovremennye mezhdunarodnye otnosheniya [Modern International Relations], adited by A. V. Torkunov, A. V. Mal'gin. Moscow, Aspekt press, 2017. (In Russ.).

13. Shkvarya L. V. Finansovye potoki v stranakh Afriki : istochnik dlya realizatsii infrastrukturykh proektov [Financial Streams in African States: Source for Infrastructural Projects Realization], *Afrika v poiskakh istochnikov mira i razvitiya* [Africa in Search for Peace and Development Sources: Digest of Articles, Serie: African Research], sbornik statey. Moscow, 2013, pp. 206-215, (Seriya «Afrikanskije issledovaniya»). (In Russ.).

14. Ahmad A. Serbian Village Raises Complaint about UAE Purchase of Farmland. Available at: <https://www.thenational.ae/uae/serbian-village-raises-complaint-about-uae-purchase-of-farmland-1.322870> (accessed 14.08.2017).

15. Alami M. Land Grabbing – A New Political Strategy for Arab Countries. Available at: <http://www.ipsnews.net/2014/07/land-grabbing-a-new-political-strategy-for-arab-countries/> (accessed 14.08.2017).

16. Al-Suhaibani Kh. Agricultural FDI: Risky Business? World Bank Blogs. Available at: <http://blogs.worldbank.org/miga/agricultural-fdi-risky-business> (accessed 14.08.2017)

17. Cooke K. Saudi Agricultural Investment Abroad – Land Grab or Benign Strategy // Middle East Eye. October 5, 2016. Available at: <http://www.middleeasteye.net/columns/saudi-agricultural-investment-abroad-land-grab-or-benign-investment-strategy-218650423> (accessed 14.08.2017).

18. Dixon M. South-South Land Grabbing: what the case of Egypt and Southern Neighbours Reveals // Southern Social Movements Newswire, 2013, December 20. Available at: <http://www.cetri.be/South-South-land-grabbing-what-the?lang=fr> (accessed 15.08.2017).

19. Land Grabbing and Global Governance, edited by M. Margulis, N. McKeon, S. Borras Jr. New York, Oxon, Routledge, 2014.

20. World Bank Report on Land Grabbing: Beyond the Smoke and Mirrors. Grain, 2010. September 8. Available at: <https://www.grain.org/fr/article/entries/4021-world-bank-report-on-land-grabbing-beyond-the-smoke-and-mirrors> (accessed 14.08.2017).

ТОРГОВО – ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ КНР И РОССИИ В СВЕТЕ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА «ОДИН ПОЯС – ОДИН ПУТЬ»

Ма Хан

аспирант кафедры мировой экономики РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», 117997, Москва, Стремянный пер., д. 36.

E-mail: maxing8866@mail.ru

В статье раскрывается содержание понятия нового Шелкового пути, которое включает в себя два стратегических проекта: «Экономический пояс нового Шелкового пути» и «Морской Шелковый путь XXI века». Особое внимание в статье уделено торгово-экономическому сотрудничеству нового Шелкового пути, затрагивающему интересы России, стран Центральной Азии и Европы. Отдельное место в статье занимает обеспечение безопасности транспортировки нефти и газа, которое в полной мере совпадает с концепцией «Одного пояса – одного пути». В рамках рассмотрения идей экономического сотрудничества Китая и России и в развитии инициативы «Один пояс – один путь» в статье приводятся предложения по совместному использованию возможностей Северного морского пути. Сформулированы пять направлений сотрудничества и строительства «Одного пояса – одного пути».

Ключевые слова: Шелковый путь, «Один пояс – один путь», торгово-экономическое сотрудничество, Азиатский банк инфраструктурных инвестиций (АБИИ), китайская мечта.

TRADE AND ECONOMIC RELATIONS BETWEEN THE PRC AND RUSSIA IN THE LIGHT OF THE IMPLEMENTATION OF THE ONE BELT AND ONE ROAD INITIATIVE

Ma Khan

Post-Graduate Student of the Department for World Economy Department of the PRUE.

Address: Plekhanov Russian University of Economics, 36 Stremyanny Lane, Moscow, 117997, Russian Federation.

E-mail: maxing8866@mail.ru

The article reveals the concept of the new Silk road, which includes two strategic projects: «the Economic belt of the new Silk road» and «Maritime silk road of XXI century». Special attention is paid to trade and economic cooperation of the new Silk road, affecting the interests of Russia, countries of Central Asia and Europe. The article is also about the security of oil and gas transportation, which fully coincides with the concept of the One Belt and One Road Initiative. Giving a review of the ideas of economic cooperation between China and Russia in the development of the One Belt and One Road Initiative the article states the proposals for joint use of the possibilities of the Northern sea route. There are also given five main areas of cooperation and construction of the "One belt one road" in the article.

Keywords: Silk road, the One Belt and One Road Initiative, trade and economic cooperation, Asian Infrastructure Investment Bank (AIIB), China dream.

Выдвинутая в 2013 г. председателем КНР Си Цзиньпином инициатива о строительстве «Одного пояса – одного пути» получила активную поддержку со стороны России и целого ряда других сопредельных с Китаем государств. Страны, расположенные вдоль Древнего Шелкового пути, стремятся согласовать взаимосвязь данной инициативы с национальными стратегиями экономического развития. Они ищут новые точки соприкосновения своих интересов для взаимовыгодного сотрудничества с Китаем.

В сентябре и октябре 2013 г. председатель КНР Си Цзиньпин в выдвинутых стратегических проектах «Экономический пояс нового Шелкового пути» и «Морской Шелковый путь XXI века» подчеркнул, что необходимо создать сообщество единых интересов и развивать общее процветание на основе принципа общности судьбы. Это имеет важное значение для нового этапа развития международной открытости Китая и совместного развития государств вдоль Шелкового пути.

28 марта 2015 г. китайский интернет-портал «Феникс Финанс» опубликовал информацию, о том что первый вице-премьер Российской Федерации Игорь Шувалов на Азиатском экономическом форуме в Бо-ао (Хайнань), заявил о решении России участвовать в капитале Азиатского банка инфраструктурных инвестиций (АБИИ) [5]. Прием заявок на участие в капитале АБИИ заканчивался 31 марта 2015 г., при этом Россия заявила о своем участии за несколько дней до этого. По сравнению с Великобританией и другими европейскими государствами (из G7 участие в капитале АБИИ не приняли только США, Канада и Япония) Россия проявила себя в этом вопросе не очень активно.

Тем не менее АБИИ является одним из основных финансовых источников реализации проекта «Один пояс – один путь». Причина слабой заинтересованности России в основном связана с геополитическими изменениями положения Китая и России.

Россия в большей степени ориентирована на Европу. Россия и Европа исторически связаны тысячами нитей еще с времен Петра I, внедрявшего в России западную культуру и технологии, и Екатерины II, имевшей немецкие корни. Длительное время Россия непрерывно пыталась вступить в Европейское сообщество и создать вместе с европейскими государствами Большую Европу, однако все эти старания не были оценены Европой [4]. В экономических связях торговля с Европой занимает половину внешней торговли России. Например, в 2013 г. объем торговли России с Европой достиг 417,5 млрд долларов, что составило 49,4% общей внешней торговли России, в том числе объем экспорта России в Европу – 283,2 млрд долларов, т. е. 53,8% всего российского экспорта; общая сумма ВВП увеличилась на 2 млрд долларов (после санкций в 2016 г. товарооборот Российской Федерации из Западной Европы составил 152,49 млрд долларов¹).

В настоящее время Россия развивает идею Евразийского союза, чтобы углубить экономическое, политическое сотрудничество и интеграцию с Белоруссией, Казахстаном и другими странами СНГ. Из-за собственного экономического положения вступление в АБИИ или проект «Один пояс – один путь» могут снизить значимость России в Евразийском союзе.

14 мая 2017 г. на церемонии открытия форума «Один пояс – один путь» генеральный секретарь ООН Антониу Гутерриш заявил: «Инициатива отрывает новые каналы как для движения товаров, так и диалога между странами. «Один пояс – один путь» разделяет видение на мировое развитие» [1].

В то же время В. В. Путин отмечал, что многие прежние модели и факторы экономического развития практически исчерпаны. В большинстве стран кризис переживает концепция социального государства, сложившаяся в XX в. В логике старых подходов невозможно решить ни одну из современных проблем. Подход «Один пояс – один путь» способен стать основой для формирования большого Евразийского партнерства и позволит реализовать уникальный шанс – создать единое пространство сотрудничества от Атлантики до Тихого океана.

Реализация этой инициативы будет не только содействовать экономическому развитию, но и поможет укрепить социально-экономические, культурные и прочие обмены между странами, расположенными

¹ Федеральная служба государственной статистики / Росстат. – URL: <http://www.gks.ru>

ми вдоль Древнего Шелкового пути, а также будет способствовать выстраиванию межгосударственных отношений нового типа.

«Один пояс – один путь» представляет собой конвергенцию двух проектов: «Экономического пояса Шелкового пути» и «Морского Шелкового пути XXI века». Оба проекта направлены на развитие интеграции евразийских стран. «Экономический пояс Шелкового пути» предусматривает создание трех трансевразийских экономических коридоров:

- 1) северного, который соединит КНР, страны Центральной Азии, Россию и Европу;
- 2) центрального, направленного на сближение Китая с регионами Центральной и Западной Азии, Персидского залива и Средиземного моря;
- 3) южного, соединяющего Китай, Юго-Восточную и Южную Азию, и Индийский океан.

Проект «Морской Шелковый путь XXI века» включает в себя создание двух морских маршрутов: из Китая через Южно-Китайское море в Южно-Тихоокеанский регион; из Китая через Южно-Китайское море и Индийский океан в Европу.

Предложенная в 2012 г. концепция китайской мечты не отходит на второй план в связи с выдвигаемой инициативой «Один пояс – один путь», а становится ее идеологической основой и способствует распространению китайской мечты за пределами КНР, так как в своем единстве (неотделимые друг от друга феномены) она приобретает выверенные формулировки, конкретное наполнение и адресную направленность. Китайская мечта – это мечта о гармоничном мире без войн и конфликтов, мире, который будет построен по принципу разумности.

Для России представляет значительный интерес северный трансевразийский экономический коридор в проекте «Экономический пояс Шелкового пути», который должен соединить КНР, страны Центральной Азии, России и Европы. Руководство провинций Северо-Восточного Китая предлагает создать континентально-морской экономический пояс Шелкового пути провинции Хэйлунцзян, который обеспечил бы выход региона к морским портам юга Дальнего Востока России. Для этого предполагаются масштабные инвестиции в строительство трансграничного мостового перехода Полтавка – Дуннин, скоростных железнодорожной и автомагистрали Владивосток – Суифэньхэ, проведение реконструкции портовой инфраструктуры Владивостока с помощью китайских инвестиций, программ долгосрочного лизинга и путем создания совместных предприятий. России предлагается участвовать не только в проекте Экономического пояса Шелкового пути, но и в другом масштабном китайском проекте – Новом морском шелковом пути. Тем более что от российского руководства поступило предложение продолжить его и состыковать с Северным морским путем.

Великий Шелковый путь в наши дни может стать важным энергетическим коридором для Китая. По словам господина Гун Кая из компании Petro China, распределение китайских нефтяных и газовых компаний за рубежом в полной мере совпадает с концепцией «Один пояс – один путь».

В настоящее время Китай импортирует энергоресурсы из стран Африки, Ближнего Востока и Юго-Восточной Азии. Практически 80% энергоресурсов поступает в Китай через Малаккский пролив, что вызывает полную зависимость транзита нефти и газа в Китай от состояния дел в Малаккском проливе. В этом регионе наблюдается политическая нестабильность, активизация террористической деятельности, разгул пиратства. Все это влияет на безопасность транспортировки нефти для Китая. С реализацией концепции «Один пояс – один путь» Китай ускорит свои действия по открытости на Запад. Кроме того, Китай расширяет свои торговые и транспортные каналы поставки нефти из России, стран Центральной Азии и Юго-Восточной Азии. Тесное сотрудничество позволит вовлечь в проект все больше местных компаний, а это будет способствовать обеспечению максимальной защиты энергетической безопасности Китая. Несомненно, строительство «Одного пояса – одного пути» позволит расширить торгово-экономические отношения со всеми странами, расположенными вдоль Шелкового пути, достичь взаимопонимания, а также укрепить культурный обмен, с тем, чтобы улучшить общую инвестиционную и деловую среду, обеспечить поддержку развития нефтяных компаний в этих странах.

В пяти ключевых аспектах сотрудничества в строительстве «Одного пояса – одного пути», включающих в себя политическое общение, инфраструктурные связи, свободный товарооборот, а также финансирование и взаимопроникновение народных чувств, инфраструктурные связи – это прежде всего строительство и развитие совместной взаимодовольняемой инфраструктуры. В данном случае говорится о необходимости создания такой инфраструктуры, которая обеспечит не только совместную безопасность, но и безопасность в работе трубопроводов, по которым в Китай поступают энергоресурсы [3]. Строительство «Одного пояса – одного пути» предоставляет благоприятные условия для создания энергетической инфраструктуры, обеспечивая поддержку для выхода китайской энергетики на зарубежные рынки.

Список литературы

1. Видеочастота на церемонии открытия форума «Один пояс – один путь». – URL: <http://www.xinhuanet.com/world/brf2017/kmszb/index.htm>

2. Минакир П. А. Россия – Китай на Дальнем Востоке: мнимые страхи и реальные угрозы // *Пространственная экономика*. – 2009. – № 3.
3. «Пояс и путь» имеет особое значение для энергетической стратегии Китая. 14 октября 2016. – URL: http://russian.china.org.cn/exclusive/txt/2016-10/14/content_39490355.htm
4. *Россия发展前景与中俄关系走向* 季志业, 冯玉军 *The Prospect of Russia's Development and China-Russia Relations* // *Diplomacy. International Relations*, 2016.
5. *《俄罗斯宣布加入亚投行》*. Russia Announced that it Added an Investment Bank. – URL: http://finance.ifeng.com/a/20150328/13590314_0.shtml (дата обращения: 28.03.2015).
6. [俄] (Россия) А·Орест洛夫ский: *《俄罗斯远东与中国东北共同发展计划：问题与前景》*, *《俄罗斯学刊》*, 2012年第二期.
7. 展妍男: *《丝绸之路经济带与欧亚经济联盟的差异与对接》*. *国际经济评论》* 2017年第4期149-159,共11页

Referenses

1. Videochastota na tseremonii otkrytiya foruma «Odin poyas – odin put'» [Video Frequency at the Opening Ceremony of the Forum «One Belt – One Way». (In Russ.). Available at: <http://www.xinhuanet.com/world/brf2017/kmszb/index.htm>
2. Minakir P. A. Rossiya – Kitay na Dal'nem Vostoke: mnimye strakhi i real'nye ugrozy [Russia – China in the Far East: Imaginary Fears and Real] *Prostranstvoennaya Ekonomika*, 2009, No 3. (In Russ.).
3. «Poyas i put'» imeet osoboe znachenie dlya energeticheskoy strategii Kitaya. 14 oktyabrya 2016 [«The Belt and a Way» is of Particular Importance for The Energy Strategy of China. October 14, 2016]. (In Russ.). Available at: http://russian.china.org.cn/exclusive/txt/2016-10/14/content_39490355.htm
4. *《俄罗斯发展前景与中俄关系走向》* 季志业, 冯玉军 *The Prospect of Russia's Development and China-Russia Relations*, *Diplomacy. International Relations*, 2016.
5. *《俄罗斯宣布加入亚投行》*. Russia Announced that it Added an Investment Bank. Available at: http://finance.ifeng.com/a/20150328/13590314_0.shtml (accessed 28.03.2015).
6. [俄] (Russia) А·Орест洛夫ский: *《俄罗斯远东与中国东北共同发展计划：问题与前景》*, *《俄罗斯学刊》*, 2012年第二期.
7. 展妍男: *《丝绸之路经济带与欧亚经济联盟的差异与对接》*. *国际经济评论》* 2017年第4期149-159,共11页

МИРОВОЙ РЫНОК КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ

Рыжакова Алла Владимировна

доктор технических наук, профессор кафедры товароведения и товарной экспертизы РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», 117997, Москва, Стремянный пер., д. 36.

E-mail: Ryzhakova.AV@rea.ru

Бабина Оксана Александровна

старший научный сотрудник отдела «Проектный офис» управления организации НИР РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», 117997, Москва, Стремянный пер., д. 36.

E-mail: nauka@rea.ru

Шоколад, печенье и кондитерские изделия являются неотъемлемой частью культурных традиций, сезонных торжеств, семейных праздников и повседневной жизни в Европе и во всем мире. Кондитерская промышленность вносит большой вклад в экономику Европы. Динамичное развитие кондитерской индустрии оказывает положительное влияние на многие отрасли Евросоюза, увеличивает занятость, повышает экспортный потенциал, способствует росту объемов производства в сельском хозяйстве, транспортной сфере, торговле. Особенностью кондитерского рынка ЕС является самый высокий процент потребления шоколада по отношению к другим видам кондитерской продукции. Всемирно признанный опыт и креативность европейских производителей позволяют им экспортировать свою продукцию по всему миру. Около 60% производимой продукции экспортируется в такие страны за пределами европейского континента, как США, Россия и Австралия. Успех отраслей мирового кондитерского рынка все больше зависит от их экспорта. В данной статье представлено исследование кондитерского рынка Европейского союза. Авторами проанализирована динамика рынка кондитерской продукции ЕС. Рассмотрены особенности шоколадного сегмента кондитерского рынка стран ЕС и актуальные тренды развития кондитерского рынка.

Ключевые слова: кондитерский рынок, шоколад, производство, потребление, экспорт, импорт, Германия, Франция, Италия, Швейцария, Бельгия, Испания.

THE GLOBAL CONFECTIONERY MARKET

Ryzhakova, Alla V.

Doctor of Engineering, Professor of the Academic Department of Commodity Science and Commodity Examination of the PRUE.

Address: Plekhanov Russian University of Economics, 36 Stremyanny Lane, Moscow, 117997, Russian Federation.

E-mail: Ryzhakova.AV@rea.ru

Babina, Oksana A.

Senior Researcher of the Management of Research and Development Organization of the PRUE.

Address: Plekhanov Russian University of Economics, 36 Stremyanny Lane, Moscow, 117997, Russian Federation.

E-mail: nauka@rea.ru

Chocolate, biscuits and confectioneries are rooted in cultural traditions, seasonal celebrations, family occasions and even everyday life in Europe and around the world. Confectionery industries contribute greatly to Europe's economy. The dynamic development of the confectionery industry has a positive impact on many sectors of the European Union, increases employment, increases export potential, promotes growth in production in agriculture, transport and trade. Feature of the confectionery market in Europe is the highest percentage of consumption of chocolate, in relation to other types of confectionery products. The globally acknowledged savoir-faire and creativity of European manufacturers enable them to export their products all over the world. Around 60% of the production was exported: the top three destinations outside the European continent were the USA, Russia and Australia. The success of confectionery industry relies more and more on their exports. The article is devoted to research of the European Unions' confectionery market. The dynamics of the EU confectionery market is analyzed. The authors considered the features of the chocolate segment of the confectionery market in the EU countries and the current trends in the development of the confectionery market.

Keywords: the confectionery market, chocolate, EU, the production, the consumption, export, import, Germany, France, Italy, Switzerland, Belgium, Spain.

Кондитерская продукция является важным компонентом в рационе питания и относится к числу любимых продуктов, пользующихся постоянно растущим спросом всех слоев населения мира.

Последний статистический бюллетень Европейской ассоциации шоколада, печенья и кондитерского производства CAOBISCO демонстрирует, что доход от кондитерской промышленности является основным источником европейской экономики. Согласно данным Евростата, кондитерское производство в Европе в 2016 г. увеличилось на 2,3%, достигнув 11 736,975 т (в том числе шоколада – 2 859 550 т)¹. Высокая добавленная стоимость, всемирно признанный опыт и креативность европейских производителей позволяют им экспортировать свою продукцию по всему миру. Около 60% продукции было экспортировано в три топ-направления за пределы европейского континента – США, Россию и Австралию. Поэтому исследование мирового кондитерского рынка приобретает особую актуальность.

Сегмент кондитерской продукции демонстрирует сегодня интенсивную динамику роста. Общий объем производства кондитерских изделий в ЕС в 2016 г. составил 11,9 млн т продукции, при этом экспорт вырос более чем на 40% за 2011–2016 гг. и достиг 1,9 млн т². Динамика рынка кондитерских изделий стран ЕС представлена на рис. 1³, а их производство и потребление – на рис. 2.

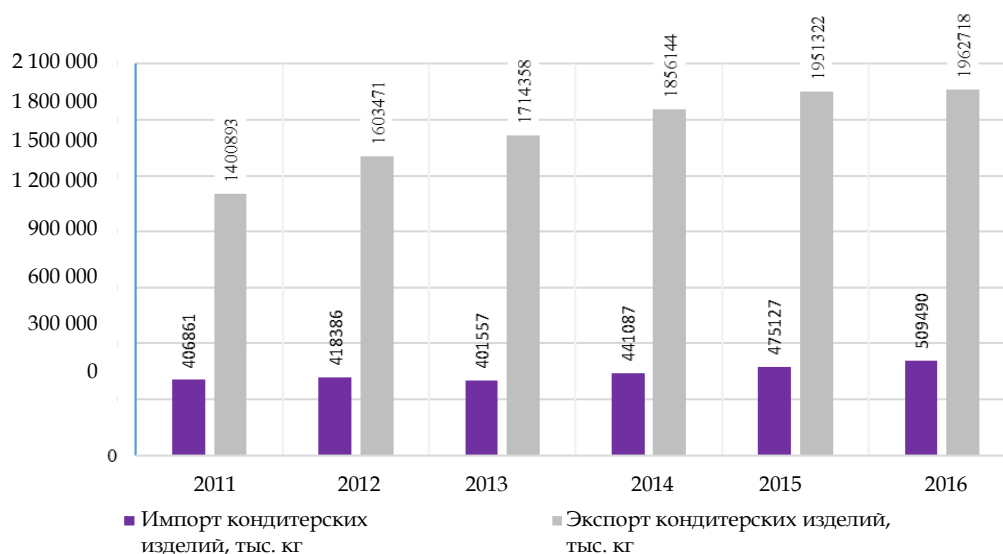


Рис. 1. Динамика рынка кондитерских изделий Европейского союза, 2011–2016 гг.

¹ Мировой кондитерский рынок: прогнозы и стратегия роста до 2017 года. – URL: <http://candynet.ru/news/id/1502>.

² Ключевые данные Европейского сектора. Ассоциация шоколада, печенья и кондитерских производств Европы. – URL: <http://caobisco.eu/caobisco-chocolate-biscuits-confectionery-europe-menu-2-About-our-industry-.html>

³ EUROSTAT-COMTEXT, здесь и далее рис. 2–5.

Кондитерская индустрия для экономики стран ЕС является ведущим фактором развития. В 2016 г. в отрасли было занято более 326 445 человек. Европейская кондитерская индустрия состоит из 12 315 компаний, включая тысячи малых и средних семейных предприятий (около 99 %), а также транснациональных компаний.

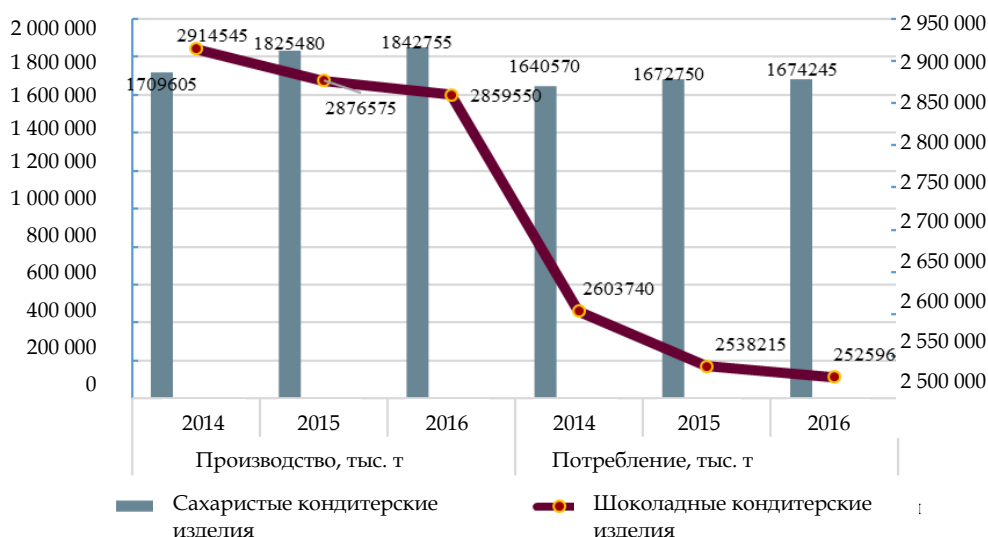


Рис. 2. Производство и потребление кондитерских изделий в 2014–2016 гг.

Общий объем импорта европейской кондитерской продукции составляет 0,509 млн т, а среди направлений импорта в 2016 г. преобладали Европейская экономическая зона, страны Азии и Австралия, страны Средиземноморья, Балканские страны, страны СНГ, НАФТА, Африка, Латинская Америка и страны Персидского залива (рис. 3).

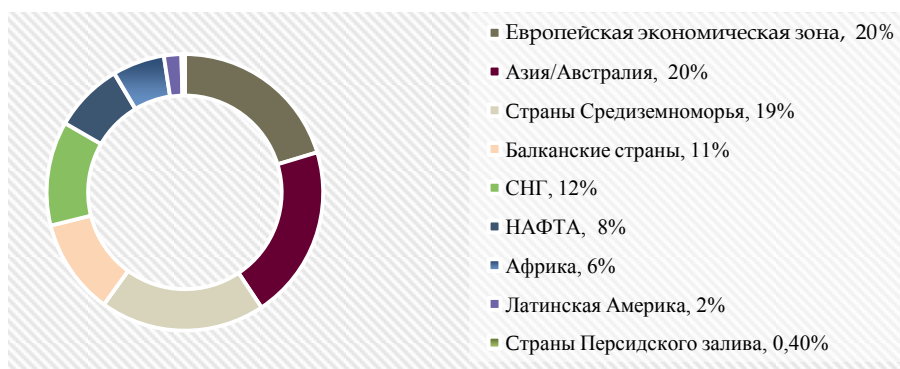


Рис. 3. Направления импорта стран ЕС, 2016 г.

Направления экспорта европейской кондитерской продукции в 2016 г. представлены на рис. 4: Австралия и Азия, НАФТА, Европейская экономическая зона, страны СНГ, страны Персидского залива, страны Средиземноморья, Африка, Балканские страны, Латинская Америка.



Рис. 4. Направления экспорта стран ЕС, 2016 г.

Хотелось бы отметить позитивное влияние динамики кондитерской индустрии на отдельные отрасли стран Евросоюза, поскольку ее развитие увеличивает занятость, способствует росту экспортного потенциала, прежде всего росту объемов производства в сельском хозяйстве, торговле и транспортной сфере.

Европейский кондитерский рынок является лидером по разработке более 50% инновационной продукции. Например, инновационный профиль испанской кондитерской промышленности в 2016 г. увеличился на 25% по сравнению с 2015 г. благодаря введению на рынок 1 738 новых видов продукции¹. Такие 10 крупнейших международных компаний, как Mars Inc., Mondelez International Inc., Grupo Bimbo, Nestlé SA, Hershey's, Ferrero Group, Meiji Co., Perfetti Van Melle, Haribo, Lindt и др. в сумме составляют 54% мирового кондитерского рынка.

Американское отраслевое издание Candy Industry представило рейтинг ста крупнейших кондитерских компаний Global Top-100 (таблица). Рейтинг был составлен на основании данных о выручке от продажи продукции за год, о количестве работников, ассортименте и производственных активах компаний, публикуемых в корпора-

¹ Ассоциация испанских производителей кондитерских изделий PRODULCE. – URL: <http://produlce.com/filemanager/source/20170606%20Informe%20anual%20Produlce%202016.pdf>

тивных отчетах, маркетинговых исследованиях, а также докладах аналитиков.

Анализ основных особенностей деятельности международных компаний на мировом кондитерском рынке можно охарактеризовать с помощью расчета индекса иностранного присутствия (ИИП). За данный период он показывает стабильный высокий уровень – 50,00–96,61%. Позиции операторов мирового кондитерского рынка представлены следующим образом: 1-е место Mars Inc. (96,6 %), 2-е – Mondelez International Inc. (83,9 %), 3-е – Ferrero Group (77,4 %). Значения показателя 50% и более говорят о высоком уровне транснационализации мировой кондитерской отрасли, т. е. основные операторы рынка – это международные компании.

Лидеры мирового кондитерского рынка в 2016–2017 гг.

Место в рейтинге	Кондитерская компания	Продажи, млрд долл.	Число сотрудников	Количество фабрик по всему миру
1	Mars Inc. (Virginia USA)	18,00	34 000	52
2	Mondelez International (Illinois USA)	12,90	100 000	156
3	Ferrero Group (Piedmont, Italy)	10,637	33 245	22
4	Meiji Co. Ltd (Tokio, Japan)	9,850	10 805	7
5	Nestlé SA (Vevey, Switzerland)	9,138	335 000	436
6	Hershey, Pa., USA	7,461	22 000	18
7	Pladis (London, UK)	5,20	26 000	36
8	Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG (Kilchberg, Switzerland)	3,968	13 000	12
9	Ezaki Glico Co. Ltd. (Osaka, Japan)	3,437	4 961	24
10	Haribo GmbH & Co. K.G. (Bonn, Germany)	3,18	7 000	16

* Разработано по: Мировой кондитерский рынок: прогнозы и стратегия роста до 2017 года. – URL: <http://candynet.ru/news/id/1502>.

Особенностью кондитерского рынка Европы является самый высокий процент потребления шоколада по отношению к другим видам кондитерской продукции (рис. 5).

Рынок кондитерской продукции регулируется законодательством Евросоюза с целью гармонизации правил в странах, входящих в сообщество. Директива ЕС 241/73 от 30 апреля 1976 г. регулирует наименования компонентов и требования к производству шоколада, дает указания на процентное содержание различных ингредиентов в зависимости от

качества и вида. Деление на шоколад и заменитель шоколада используется уже достаточно длительный период.

Так, в Италии был принят Закон № 916 от 9 апреля 1931 г., давший четкую дифференциацию оригинала и его имитаций. Директива 2000/36/ЕС Европейского парламента и Совета от 23 июня 2000 г. устанавливает требования к какао и шоколадным изделиям, предназначенным для потребления человеком.

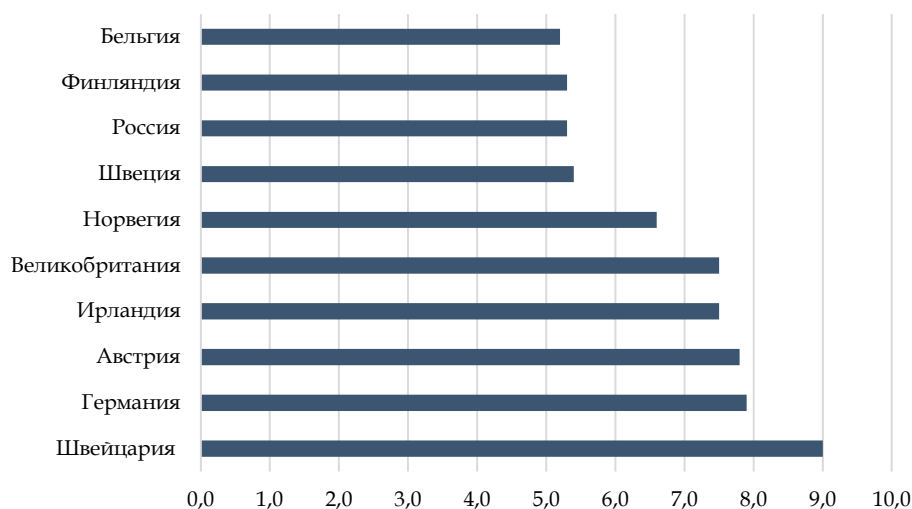


Рис. 5. Уровень потребления шоколада в странах ЕС на душу населения в 2016 г. (в кг)

Забота о здоровье, рост детского ожирения в развитых европейских странах изменили предпочтения потребителей, что привело к увеличению спроса на темный шоколад, особенно в молодежной категории. Намного меньше доля жевательной резинки и продуктов, содержащих сахар. По прогнозным данным, за счет устойчивого роста рыночная стоимость европейского кондитерского рынка составит к 2019 г. около 111 млрд долларов, ежегодные темпы роста – 5,04%. При этом сегмент шоколада составит основную долю рынка и достигнет рыночной стоимости около 76 млрд долларов¹.

По объемам выпуска кондитерской продукции Германия занимает 3-е место в мире (впереди только США и Китай) и является одним из лидеров по потреблению шоколада в Европе (рис. 6²). На ее кондитер-

¹ URL: <https://www.statista.com/topics/1638/chocolate-industry/>

² Агентство экономического развития Федеративной Республики Германии (GTAI). – URL: <http://www.gtai.de/GTAI/Content/EN/Meta/Press/Specials/special-fdi-reporting-download.pdf?v=5> (дата обращения: 21.11.2017).

ском рынке присутствуют основные мировые производители: Ferrero Group, Mondelez International, Mars Inc., Nestlé, Haribo, Lambertz, Lindt и др., которые и определяют тенденции развития.



Рис. 6. Кондитерский рынок Германии в 2016 г.

В последние годы отмечено стремление потребителей Германии к предпочтению натуральных кондитерских изделий с низким содержанием сахара и общего количества калорий. В таких изделиях отсутствуют генетически модифицированные организмы, искусственные красители и ароматизаторы, синтетические подсластители. Отличительной особенностью данных товаров является надпись Fair Trade (честная торговля) на упаковке. Вышеназванные кондитерские продукты позволяют существенно расширять предложение кондитерских изделий на рынке Германии.

Среди лидеров роста следует отметить производство шоколада, карамели и жевательной резинки. В 2016 г. кондитерское производство Германии составило 3 755 тыс. т продукции, доходы от кондитерского производства достигли 11,75 млрд евро, потребление шоколада составило 10 кг на душу населения¹.

Кондитерский рынок Франции представляет собой сочетание качества и разнообразия видов конфет и шоколада, традиций и современных инновационных изделий. Причем значительная часть шоколада, произведенного в стране, уходит на экспорт в страны Европы (около 60%). Французы ежегодно потребляют 405 000 т кондитерских изделий

¹ Федеральная немецкая кондитерская промышленность. – URL: <http://www.bdsi.de/zahlen-fakten/suesswaren-allgemein> (дата обращения: 21.11.2017).

из какао-бобов, при этом третья часть – шоколад. Потребление шоколада во Франции – одно из самых высоких в мире. Потребление на душу населения в 2016 г. составило 6,8 кг, что является десятым показателем среди всех стран мира. Рынок черного шоколада во Франции в 2016 г. составил 2 488 млн евро, т. е. около 14,3% от общего рынка шоколада ЕС¹.

В период с 2009 по 2016 г. рост продаж шоколада стабильно составлял в среднем 6,7% в год. В отличие от многих европейских стран у Франции нет разработанной государственной политики в сфере переработки какао. Многие производители шоколада устанавливают свои собственные цели и требования к качеству. Две трети экспортируемого из Франции какао – шоколад (более 418 000 т в 2016 г.).

Потребители Франции предпочитают черный шоколад (его доля – порядка 30% потребления), в то время как в среднем по Европе данный показатель равен 5%. По данным портала Statista, продажи кондитерских изделий во Франции оценивались примерно в 1,4 млн евро². Характерной особенностью кондитерской отрасли Франции является наличие большого количества малых и средних предприятий (94%).

Французские потребители все чаще ищут специальные конфеты, особенно темный шоколад в сочетании, например, с красным перцем, абрикосами или ликером. Шоколадные сорта без сахара также становятся все более популярными. Французский шоколадный рынок уже известен шоколадом в сочетании с различными типами теста, например, шоколадные круассаны.

Четыре основные тенденции во всем мире в шоколадных кондитерских изделиях также находят свое проявление во Франции. Этими тенденциями являются устойчивость, здоровье, событийность (производство шоколада для особых случаев, таких как Пасха) и инновации (например, индивидуальная упаковка). Все крупные производители шоколада, включая «Нестле» и «Барри Каллебаут», прошли сертификацию и запустили производство популярных продуктов.

Кроме того, крупные розничные торговцы начинают активно продвигать шоколад под собственным брендом. Что касается инноваций, компания «Барри Каллебаут» выпустила шоколад, устойчивый к таянию (популярный в жарких странах) и шоколадные изделия без лактозы.

Шоколад, как ожидается, станет единственным сектором на французском рынке кондитерских изделий, который продемонстрирует рост в ближайшие два года. При этом темпы роста будут незначительны. Ос-

¹ Федерация бакалейного и специализированного продовольственного сектора Франции. – URL: <http://www.alliance7.com/syndicat-du-chocolat/>

² URL: <https://www.statista.com/statistics/343270/sales-value-confectionery-products-france-fr-per-quarter/>

новой рост прогнозируется в сегментах упакованного шоколада и высококачественных кондитерских изделиях.

Растущая популярность высококачественных шоколадных и темных шоколадных конфет идет рука об руку с повышением осведомленности об особенностях здорового питания. Вместе с тем Франция имеет относительно большой премиальный рынок высококачественных шоколадных конфет, изготовленных из ароматизированного какао. Этот специализированный рынок характеризуется прямыми торговыми отношениями и строгими требованиями к качеству и, следовательно, короткой и прозрачной цепочкой поставок.

Как показывает маркетинговое исследование и анализ рынка, во Франции супермаркеты являются основными каналами продаж шоколада, занимая 78,5% от объема продаж. Магазины для гурманов шоколада, кафетерии и специальные бары также являются важным каналом сбыта, особенно для экспортеров премиальных, специальных и утонченных ароматических какао. Большинство из этих специализированных магазинов — небольшие семейные предприятия¹.

Производство кондитерской продукции в Италии исходя из динамики рынка с 2010 по 2016 г. к 2020 г. составит, по прогнозам аналитической компании Statista, около 9,15 млрд долларов². Кондитерские изделия являются одним из важнейших элементов в структуре итальянского экспорта продуктов питания, который в 2016 г. вырос на 2,9% по сравнению с 2015 г., достигнув 20,7 млрд евро³.

Сегодня среднестатистический житель Апеннин ежегодно съедает 4,3 кг шоколада. По статистическим данным за 2016 г. торговый оборот шоколада оценивается в 4 258 млн евро. Согласно Итальянской ассоциации производителей кондитерских изделий Aidedpi, в Италии производство конечной продукции из шоколада достигло 327 060 т (рис. 74).

Если проанализировать эти данные более предметно, то одни только шоколадные конфеты прибавили за последний год 3,2% и достигли 117 750 т, что эквивалентно 2 159 млн евро, т. е. 39% от совокупного объема и 52% от денежного оборота всех итальянских шоколадных изделий.

В частности, объемы производства классических конфет в обертке увеличились на 0,8% и шоколадных батончиков — на 4%, в то время как производство подарочных наборов конфет продемонстрировало лучший результат (рост на 4,5%).

¹ URL: <https://maxrise-consulting.com/rynok-kakao-frantsii/>

² URL: <https://www.statista.com/statistics/343261/sales-value-confectionery-products-italy-per-quarter/>

³ Объем производства сахаристых кондитерских изделий в Италии с 2008 по 2020 г. — URL: <https://www.statista.com/forecasts/393095/italy-sugar-confectionery-manufacture-revenue-forecast-nace-c1082> (дата обращения: 21.11.2017).

⁴ URL: <http://www.aidepi.it/ciocolato/47-in-cifre.html>

В свою очередь объем производства шоколадных плиток (преимущественно белого шоколада) достиг 48 850 т. При этом доля белого шоколада выросла на 1,7%, тогда как другие виды шоколада в плитках показали уверенный рост на уровне 2,9%.

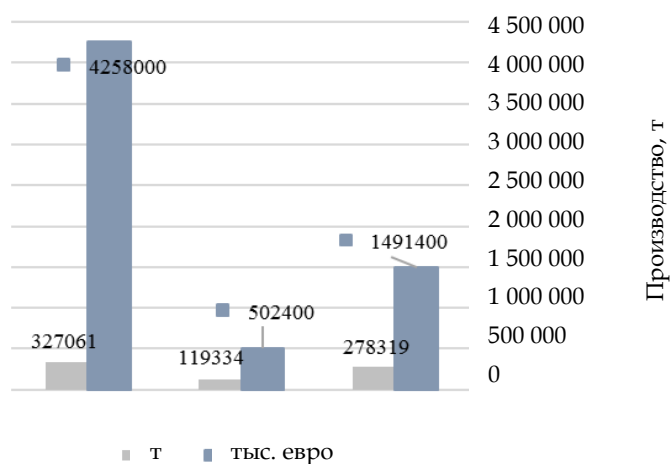


Рис. 7. Кондитерская отрасль Италии в 2016 г.

Наиболее активными покупателями итальянского шоколада на зарубежных рынках являются Франция, Германия, Великобритания, Испания, Бельгия и Люксембург, которые в совокупности закупают 42,8% всего экспорта шоколада, произведенного на итальянских фабриках. Хорошие показатели спроса демонстрирует и польский рынок (11 910 т на 47,9 млн евро): на 1,8% больше в объеме и на 8,5% в стоимостном выражении по сравнению с предыдущим годом.

Что касается неевропейских стран, то здесь успешно проявляют себя США, которые закупили около 5 184 т итальянского шоколада (+19,2%) на сумму в 28,8 млн евро (+16,4%). Еще более уверенно действуют российские импортеры, закупившие в Италии 6 061 т шоколада общей стоимостью 41,8 млн евро, показав тем самым внушительное увеличение объемов и оборота на 37,5 и 71,5% соответственно.

Параллельно продолжается восхождение азиатских стран, которые совместно импортировали 36 017 т итальянского шоколада на 253,8 млн евро. В частности, некоторые средневосточные и дальневосточные страны, справедливо именуемые жемчужинами для итальянских производителей шоколада, выделились по итогам 2013 г. наилучшими показателями. Среди них особняком стоят Китай, включая Гонконг (47,3 млн евро, +34,1%) и Сингапур (13,5 млн евро, +43,3%). Ощутимо увеличился

объем импорта итальянского шоколада в Саудовскую Аравию (+28,9%), а также в Индию (+16,7%) и Австралию (+14,1%)¹.

В России широко известна продукция лидирующего итальянского концерна «Ферреро», подарившего миру «Нутеллу», конфеты «Раффаэлло» яйца «Киндер» и множество других культовых продуктов. Группа «Ферреро» является одной из крупнейших кондитерских компаний мира, ведущей свою деятельность в 53 странах, где на 22 фабриках и 9 сельхозпредприятиях трудятся более 34 тыс. сотрудников.

Благодаря стараниям владельца Микеле Ферреро еще в 1983 г. был создан Фонд Ферреро, который не только занимается досугом бывших служащих группы «Ферреро», но и организует различные культурные мероприятия, включая многочисленные выставки художников и концерты. Девиз «Работать, создавать, дарить», красующийся на логотипе «Ферреро» и характеризующий принципы самого Микеле Ферреро, со временем стал полноценной философией всей компании.

Швейцарский шоколад пользуется отличной репутацией во всем мире и экспортируется более чем в 155 стран мира (66% произведенной продукции), в том числе Швейцария имеет около 30 соглашений о свободной торговле за пределами ЕС (рис. 8²).

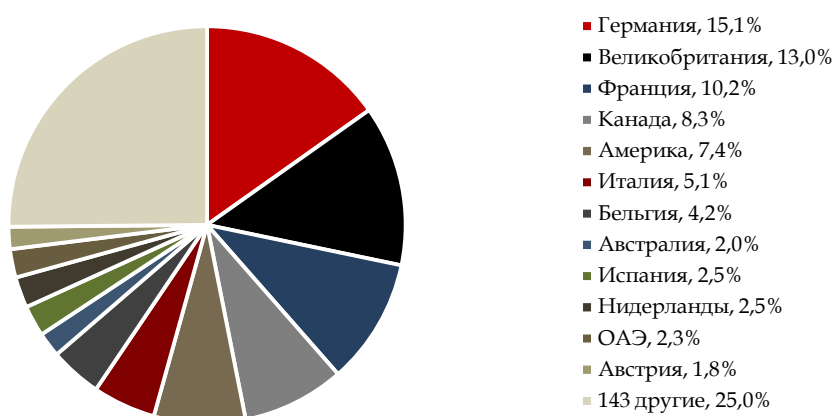


Рис. 8. Направления экспорта Швейцарии в 2016 г.

Первоклассные сырьевые материалы, такие как какао-бобы и швейцарское молочное сырье, четко определенные и постоянно контролируемые производственные процессы, уникальные рецепты, непревзойденное качество и бескомпромиссное управление качеством –

¹ URL: http://itamosca.ru/_files/ice/201501_Novosti_iz_Italii-Produkty_pitanija_vina.pdf

² URL: <https://www.chocosuisse.ch>

вот основа успеха швейцарской шоколадной промышленности, начиная с XIX в.

Доля иностранных продаж в общем объеме производства увеличилась в 2016 г. и составила 65,7% (2015 г. – 64,5%). Если на рубеже тысячелетий большая часть швейцарского шоколада продавалась на внутреннем рынке, то на сегодняшний день экспортируются две из трех шоколадных конфет, выпускаемых в Швейцарии.

Таким образом, произошло значительное увеличение объема производства. Швейцария показывает хорошие темпы роста на пяти наиболее важных для нее экспортных рынках (Германия, Великобритания, Франция, Канада и США).

В 2016 г. общее количество швейцарского шоколада, проданного на внутреннем и международном рынках, увеличилось на 2,3% до 185,639 т. Оборот промышленности увеличился на 1,0% до 1,764 млн франков. Потребление шоколада составляет 6 кг на душу населения¹.

Общий объем внутренних продаж швейцарскими производителями снизился на 1,2% по сравнению с предыдущим годом. Внутренние продажи полуфабрикатов были слабо положительными (+1,2%), а продажи готовой продукции уменьшились (-1,8%). В целом внутренний оборот снизился на 1,5%. Сильный франк продолжает поддерживать давление на импорт, а в 2016 г. это привело к увеличению на 3,4% доли импортных конфет во внутреннем потреблении. Таким образом, доля импорта превысила значение 40% в первый раз. Потребление шоколада на душу населения в Швейцарии упало на 100 г – до 11,0 кг. Так, в 2016 г. в экспортном бизнесе продажи увеличились на 4,3% до 122,034 т, т. е. достигнутый оборот вырос до 874 млн франков (+3,7%).

В то время как значительное падение двухзначного процентного диапазона было зафиксировано на самом важном экспортном рынке Германии, второй по важности экспортный рынок Великобритании сформировался очень позитивно с точки зрения количества (+7%), несмотря на сложную валютную среду. Продажи в остальных странах-экспортерах топ-5 показали еще более высокие темпы роста: Франция (+8%), Канада (+8%) и США (+19%).

Среди стран-экспортеров топ-20 Израиль зафиксировал самый большой рост. Даже рынки Италии, Испании, Австрии, Объединенных Арабских Эмиратов, Филиппин, Саудовской Аравии и Японии достигли хорошего результата. Однако заметное снижение продаж было зафиксировано в Австралии (-19%), Китае (-12%), Бразилии (-14%) и России (-17%).

¹ Швейцарская шоколадная промышленность в 2015 г. Ассоциация швейцарских производителей шоколада. – URL: https://www.chocosuisse.ch/wpcontent/uploads/2016/03/The-SwissChocolate-Industrie-in-2015_web.pdf (дата обращения: 21.11.2017).

Бельгийский кондитерский рынок включает как небольшие отечественные, так и транснациональные компании. Кондитерская отрасль составляет 10,4% от бельгийской пищевой промышленности – 16,7% от экспорта. Кондитерский сектор насчитывает 332 компании, на которых трудятся 11 900 человек, с годовым оборотом 5 млрд евро (рис. 9¹).

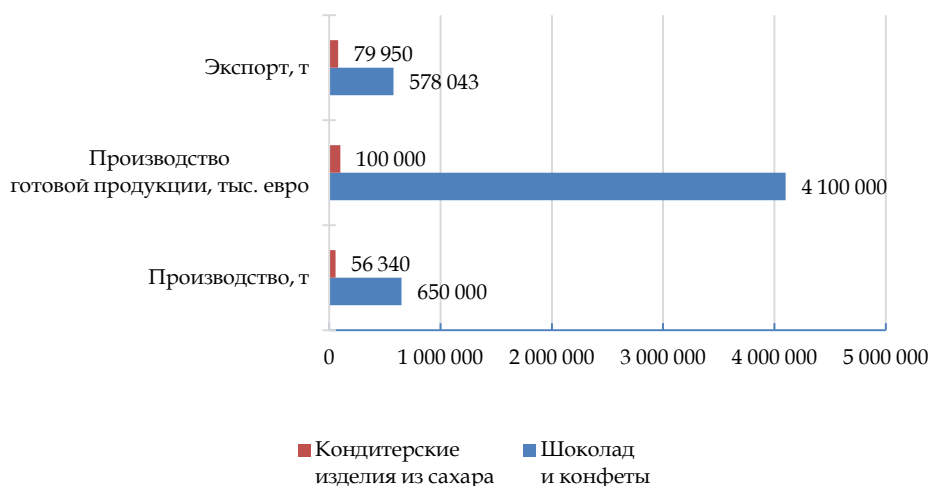


Рис. 9. Кондитерская индустрия Бельгии в 2016 г.

В 2016 г. испанская кондитерская отрасль произвела 875 000 т кондитерской продукции (шоколада – 283 000 т), общей стоимостью 3 500 млн евро, что превысило показатели 2015 г. на 1,6% в объеме и 2,4% в стоимостном выражении соответственно (рис. 10²).

Общее потребление кондитерской продукции на одного человека в 2016 г. увеличилось незначительно и составило 24,43 кг, в том числе шоколада – 7,32 кг.

В секторе сохраняется традиционный положительный торговый баланс: импорт составляет 23,1% от общего объема потребляемой продукции, экспорт – 35,4% объема, произведенного на национальном уровне. Распределение экспорта в 2016 г. аналогично предыдущему году и составило 74,3% в страны ЕС, остальные 25,7% – в другие страны (США, Израиль, Канада, Китай, Иран). В кондитерском секторе Испа-

¹ Бельгийская ассоциация бисквита, шоколада, пралине и кондитерского производства (Choprabisco). – URL: http://www.choprabisco.be/engels/choprabisco_frameset.htm (дата обращения: 21.11.2017).

² Ассоциация испанских производителей кондитерских изделий PRODULCE. – URL: <http://produlce.com/filemanager/source/20170606%20Informe%20annual%20Produlce%202016.pdf>

нии, который является одним из самых консолидированных секторов, занято более 24 000 человек.

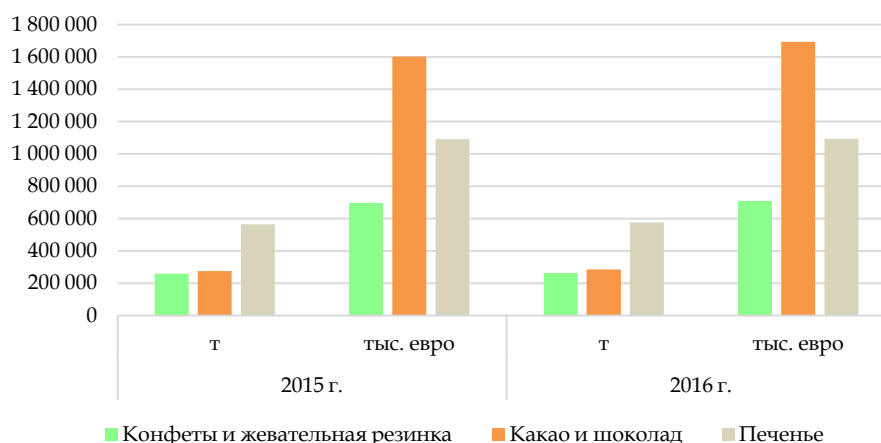


Рис. 10. Кондитерский рынок Испании 2015–2016 гг.

Спецификой функционирования мирового кондитерского рынка является перемещение производства кондитерских изделий в развивающиеся страны АТР и Латинскую Америку, о чем свидетельствует открытие 46 новых заводов и активная модернизация существующих предприятий его крупнейших операторов в 2016 г. В 2013–2016 гг. АТР стал объектом 18 крупнейших инвестиций; Латинская Америка насчитывает 8 инвестиционных проектов. Развивающиеся рынки получили меньшее количество инвестиций: в Северной Америке – 4, в Европе – 3. По инвестиционной привлекательности отдельных стран в данном аспекте 1-е место занимает Китай, 2-е – Мексика, 3-е – США.

В соответствии с прогнозом исследовательской компании Global Industry Analysts Inc., в 2018 г. мировой кондитерский рынок достигнет стоимости 218,5 млрд долларов. Рост ожидается в основном за счет развивающихся регионов – Китая, Мексики, Индонезии и Восточной Европы¹. Так, по прогнозу Азиатско-Тихоокеанский кондитерский рынок будет расти быстрее американского и в 2018 г. покажет среднегодовой темп роста 8,1%. Он является крупнейшей торговой площадкой для шоколадных кондитерских изделий. Развивающиеся страны будут демонстрировать более впечатляющий рост, чем промышленно развитые государства. На рынках Китая, Мексики, Индонезии и Восточной Европы ожидается значительное усиление деятельности международных кондитерских компаний.

¹ Top-100 Candy Companies. – URL: <https://www.candyindustry.com/2017-Global-Top-100-Part-4>

В целом, несмотря на положительную динамику европейского рынка кондитерской продукции, тенденции его развития не такие благоприятные как на рынках Северной Америки и Азиатско-Тихоокеанского региона. Европейский рынок остается крупнейшим кондитерским рынком в мире, однако дальнейший рост практически невозможен без предложения новых видов продуктов и услуг. Укрепление доллара по отношению к евро, существующая экономическая неопределенность и насыщенность рынка негативно повлияли на конъюнктуру кондитерской индустрии. Отсутствие ясной перспективы относительно дальнейшей судьбы евро продолжит тенденцию низкой эффективности курса европейской валюты по отношению к доллару. Такие факторы, как увеличение реальных доходов населения, размеров розничного рынка, численности населения, урбанизация, изменение стиля жизни и увеличение количества кондитерских подарков, практически отсутствуют на европейском рынке, что в перспективе усилит движение ведущих кондитерских компаний в сторону Китая и Индии.

Список литературы

1. Головинов О. Н., Кузьменко С. С. Кондитерский рынок Европейского Союза // Современное общество и власть. – 2017. – № 1 (11). – С. 69–83.
2. Кузьменко С. С. Повышение эффективности функционирования международных компаний на мировом кондитерском рынке // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности. – 2016. – № 5. – С. 132–136.
3. Squicciarini M. P., Swinnen J. The Economics of Chocolate. Oxford University Press, 2016.

References

1. Golovinov O. N. Konditerskiy rynek Evropeyskogo Soyuza [Confectionery Market of the European Union] *Sovremennoe obshchestvo i vlast'* [Modern Society and Power], 2017, No. 1 (11), pp. 69-83. (In Russ.).
2. Kuz'menko S. S. Povyshenie effektivnosti funktsionirovaniya mezhdunarodnykh kompaniy na mirovom konditerskom rynke [Increase in Efficiency of Functioning of the International Companies in the World Confectionery Market] *Strategiya predpriyatiya v kontekste povysheniya ego konkurentosposobnosti* [The Strategy of the Enterprise in the Context of Increase in Its Competitiveness], 2016, No. 5, pp. 132-136. (In Russ.).
3. Squicciarini M. P. Swinnen J. The Economics of Chocolate. Oxford University Press, 2016.

РЫНОК РЫБНОЙ ПРОДУКЦИИ РОССИИ: ЭКСПОРТ, ИМПОРТ И ТАМОЖЕННЫЕ ПЛАТЕЖИ

Сенотрусова Светлана Валентиновна

доктор биологических наук, профессор кафедры мировой экономики и управления внешнеэкономической деятельностью МГУ им. М. В. Ломоносова.

Адрес: Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, 119991, Москва, Ломоносовский проспект, д. 27, корп. 4.

E-mail: svetlsen@mail.ru

Свинухов Владимир Геннадьевич

доктор географических наук, профессор, профессор кафедры международного бизнеса и таможенного дела ФГБОУ ВО РЭУ им. Г. В. Плеханова».

Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», 117997, Москва, Стремянный пер., 36.

E-mail: customs202@gmail.ru

Проведена оценка географической направленности, объемов и стоимости ввоза в Российскую Федерацию рыбной продукции позиции 0303 ТН ВЭД в условиях эмбарго. Для оценки использовались данные статистики внешней торговли таможенной службы России. По итогам 2016 г. импорт рыбной продукции снизился относительно 2013 г. значительно – в весовом отношении на 47%, в денежном отношении на 40%. Географическая направленность поставок изменилась. Если в 2013 г. основными поставщиками были страны ЕС, Канада, США, то в 2016 г. значительно нарастили поставки Страны Латинской Америки и Юго-Восточной Азии. Вследствие эмбарго национальные производители в ближайшее время могут поставить на внутренний рынок дополнительно до 250 тыс. т рыбной продукции.

Ключевые слова: рыба, рыбная продукция, экспорт, импорт, эмбарго, адвалорная ставка пошлины.

THE RUSSIAN FISH MARKET: EXPORT, IMPORT AND CUSTOMS DUTIES

Senotrusova, Svetlana V.

Doctor of Biological Sciences, Professor of the Department of Global Economics and Management of External Economic Activities of Lomonosov Moscow State University.

Address: Lomonosov Moscow State University, 117297, Moscow, Lomonosovskiy pr. 27. Russian Federation.

E-mail: svetlsen@mail.ru

Svinukhov, Vladimir G.

Doctor of Geographical Sciences, Professor of the Customs and International Business Department of the PRUE.

Address: Plekhanov Russian University of Economics, 36 Stremyanny Lane, Moscow, 117997, Russian Federation.

E-mail: customs_fgu@mail.ru

The assessment of the geographical focus, the volume and value of import to the Russian Federation fishery products position 0303 HS in the conditions of embargo. For the evaluation we used the data of foreign trade statistics of the customs service of Russia. By the end of 2016, the imports of fishery products decreased relative to 2013, substantially in a weight ratio of 47% in monetary terms by 40%. The geographical orientation of deliveries has changed. If in 2013, the main suppliers were the EU, Canada, USA in 2016 has significantly increased its sales in Latin America and Southeast Asia. Due to the embargo, domestic producers in the near future can supply to the domestic market up to an additional 250 thousand tons of fish products.

Keywords: fish, fish products, export, import, embargo, the ad valorem rate of duty.

В соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 6 августа 2014 г. № 560 «О применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации» Правительство Российской Федерации ввело запрет на ввоз в Российскую Федерацию сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия.

В перечень сельскохозяйственной продукции, страной происхождения которой являются Соединенные Штаты Америки, страны Европейского союза, Канада, Австралия и Королевство Норвегия, запрещен-

ной к ввозу в Российскую Федерацию, вошли различные сельскохозяйственные товары, в том числе рыба и рыбопродукция группы 0303 ТН ВЭД¹.

Может ли введение запрета на ввоз в Российскую Федерацию товаров позиции 0303 ТН ВЭД оказать негативное влияние на рынок? Одновременно с оценкой стоимости и объемов ввозимого товара позиции 0303 ТН ВЭД за последние несколько лет рассмотрим географическую направленность поставок и таможенные платежи.

Прежде всего отметим, что одной из крупных статей российского экспорта и импорта продовольствия являются рыба и рыбопродукция. По объему импорта рыбной продукции позиции 0303 ТН ВЭД Россия занимает 6-е место среди стран мира. При этом ключевыми экспортерами рыбной продукции на мировой рынок в 2015 г. были Китай (2 536 млн долларов), США (2 025 млн.), Россия (1 858 млн долларов), Чили (1 325 млн долларов) и другие страны (табл. 1).

Т а б л и ц а 1

**Стоимость импорта и экспорта товара позиции 0303 ТН ВЭД ЕАЭС
в разрезе ведущих стран мира по итогам 2015 г.***

Импорт, млн долларов		Экспорт, млн долларов	
Китай	3 077	Китай	2 536
Япония	2 995	США	2 025
Таиланд	1 518	Россия	1 858
Ю. Корея	1 311	Чили	1 325
Испания	699	Норвегия	1 285
Россия	660	Испания	757
США	624	Нидерланды	735
Португалия	462	Индия	582

* Источник: URL: <http://data.trendeconomy.ru/commodities/Export/0401?period=2009,2012,2014>

Из представленных данных следует, что товары группы 0303 ТН ВЭД, с одной стороны, ввозятся в Россию (660 млн долларов), с другой стороны, вывозятся в объеме почти 2 млрд долларов. Исследование экспорта и импорта товаров группы 0303 ТН ВЭД показало, что в последние годы Россия становится все более экспортно ориентированной страной. Ограничение импорта рыбной продукции предполагало переориентацию экспорта на удовлетворение потребностей внутреннего рынка страны, но рыбодобывающая отрасль России по-прежнему сохраняет экспортную направленность. Экспортируется в основном продукция с низкой добавочной стоимостью, т. е. сырье для иностранных

¹ URL: <http://government.ru/media/files/41d4f8cdfeeb731522d2.pdf>.

перерабатывающих предприятий (позиция 0303 ТН ВЭД). До введения российского эмбарго уровень экспорта и импорта находился почти на одном уровне, но в 2015–2016 гг. экспорт стал преобладать над импортом почти в 2–2,5 раза.

Динамика стоимости и объемов ввоза рыбной продукции по позиции 0303 ТН ВЭД в Россию из разных стран приведена в табл. 2

Т а б л и ц а 2

**Стоимость и объем импорта в Россию рыбной продукции
товарной позиции 0303 ТН ВЭД***

	2013		2015		216	
	Стоимость, млн долл.	Вес, т	Стоимость, млн долл.	Вес, т	Стоимость, млн долл.	Вес, т
Аргентина	8 506,9	2 701	8 461,3	3 670	18 593	9 987
Германия	3 047,8	1 739	0,0	0,0	0,0	0,0
Гренландия	189,8	32	16 592,5	12 641	31 497	21 304
Дания	1 8446,9	5 622	0,0	0,0	0,0	0,0
Испания	16 927,7	5 748	0,0	0,0	0,0	0,0
Казахстан	3 517,8	3 124	2 428,7	3979	4 601	6 483
Исландия	15 4292	86 869	72 106,2	44 047	0,0	0,0
Ирландия	27 018,8	12 824	0,0	0,0	0,0	0,0
Корея	167,9	82	5 019,3	3 684	5 048	4 255
Китай	6 574,7	1 834	39 877,0	26 738	66 534	44 196
Мавритания	2 196,6	1 808	5 484	3 812	6 865	5 380
Марокко	14 778,1	11 094	16 228	14 789	11 062	10 037
Нидерланды	2 930,6	1 770	0,0	0,0	0,0	0,0
Новая Зеландия	11 635,4	4 798	8 113	4 262	6 667	3 728
Норвегия	208 222,4	139 420	0,0	0,0	0,0	0,0
Перу	3 732,1	2 122	6 657	3 768	7 367	2 560
Соединенное Королевство	28 528,7	14 042	0,0	0,0	0,0	0,0
США	49 428	10 422	0,0	0,0	0,0	0,0
Фарерские острова	83 612,8	57 199	130 425	96 709	137 242	13776
Чили	29 2267,7	53 767	309 111	63 065	303 281	50 421
Эстония	15 733,6	32 310	0,0	0,0	0,0	0,0
Япония	4 205,4	4 817	4 831	5 035	3 596	3 334
Все страны	1 057 859	515 099	666 374,8	30 5104	634 586	270 706

* Источник: <http://customs.ru>

Так, основным поставщиком, по данным таможенной статистики в 2013 г., являлась Норвегия – 27% (семга, форель, мойва, сельдь).

В 2013 г. ввоз товара этой позиции в различных объемах осуществляли Исландия – 17% (мойва, морской окунь, скумбрия, сельдь), Эстония – 6% (килька, салака, корюшка, форель) и другие государства в незначительных количествах. В 2013 г. Россия импортировала 515,1 тыс. т рыбной продукции на сумму 1 057,8 млн долларов. В 2016 г. поставки по этой позиции относительно 2013 г. в целом сократились в весовом отношении на 47% – до 270,7 тыс. т, а в денежном отношении – на 40% – до 634,5 млн долларов.

За счет каких стран произошло перераспределение импорта по этой позиции? Доля стран, попавших под санкции до введения ограничений, составляла около 36% (380,4 млн долларов). Больше всех от ответных санкций потеряли Дания (18,4 млн долларов), Испания (16,9 млн долларов), Ирландия (27,0 млн долларов), Канада (32,4 млн долларов), Англия (28,5 млн долларов), США (49,4 млн долларов), Норвегия (208,2 млн долларов). При этом значительно нарастила поставки Аргентина (с 8,5 до 18,6 млн долларов), Гренландия (с 0,1 до 31,5 млн долларов), Китай (с 5,5 до 66,5 млн долларов), Фарерские острова (с 83,6 до 137,2 млн долларов), Чили (с 292,2 до 303,3 млн долларов).

Для оценки бюджетных поступлений от таможенного оформления импорта в работе рассчитывались средние значения адвалорных ставок импортного Таможенного тарифа ЕАЭС по отдельным товарным позициям, а также долевого вклад каждой товарной позиции в таможенные платежи¹.

Среднее значение адвалорной ставки пошлины по j -й позиции рассчитывалось по формуле

$$\overline{X}_j = \frac{\sum_{i=1}^n x_{ij}}{n_j}, j = 1, 2, \dots, n,$$

где x_{ij} – значение i -й ставки пошлины j -й позиции импортного Таможенного тарифа;

n_j – количество ставок пошлин в j -й позиции импортного Таможенного тарифа.

Произведение средней величины адвалорной ставки раздела тарифа на величину соответствующей стоимости отражает вклад в таможенные платежи от таможенных пошлин на товары позиции, т. е.

$$Y_j = \overline{X}_j \cdot D_j,$$

¹ Решение Совета Евразийской экономической комиссии от 16 июля 2012 г. № 54 (в ред. от 9 августа 2016 г.) «Об утверждении единой Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза и Единого таможенного тарифа Евразийского экономического союза» (с изм. и доп. от 28 октября 2016 г.).

где D_j – общая стоимость перемещенных через таможенную границу товаров, относящихся к j -й позиции ТН ВЭД.

Общий вклад от таможенных платежей в бюджет государства определяется соотношением

$$Y = \sum_{j=1}^n Y_j.$$

Долевой вклад платежей от таможенных пошлин в соответствующий раздел импортного Таможенного тарифа рассчитывается по формуле

$$A_j = \frac{\bar{X}_j \cdot D_j}{\sum_{i=1}^n Y_i} \cdot 100\%, j = 1, 2, \dots, n.$$

Прежде чем оценивать поступления таможенных платежей, отметим, что к товарам, ввозимым из развивающихся стран, применяются ставки Таможенного тарифа с коэффициентом 0,75. К товарам, ввозимым с территории стран СНГ, применяется ставка таможенной пошлины 0%. К товарам, ввозимым из развитых стран, применяется базовая ставка тарифа ЕАЭС¹. Адвалорная ставка пошлины была рассчитана путем осреднения ставок по товарным подсубпозициям (табл. 3).

Оценим поступление пошлинного таможенного платежа по позиции 0303 ТН ВЭД. Таможенная пошлина, уплаченная при ввозе рыбной продукции странами-поставщиками в 2013 г., была равна 74,3 млн долларов, в то время как по всей товарной позиции в 2016 г. она достигала примерно 32,1 млн долларов.

При этом снижение таможенного пошлинного платежа составило около 57%. Ведущими плательщиками таможенных платежей в 2013 г. являлись Чили (17,3 млн долларов), Норвегия (16,3 млн долларов), Исландия (12,1 млн долларов), а в 2016 г. – Чили (14,3 млн долларов), Фарерские острова (8,6 млн долларов), Китай (3,1 млн долларов), Гренландия (1,9 млн долларов).

¹ Перечень товаров, происходящих и ввозимых из развивающихся и наименее развитых стран, при ввозе которых предоставляются тарифные преференции (утв. решением Межгосударственного совета ЕврАзЭС от 27 ноября 2009 г. № 18, решением Комиссии Таможенного союза от 27 ноября 2009 г. № 130) (в ред. от 15 ноября 2016 г.); Тарифные преференции ЕАЭС. – URL: <http://origin-spt.ru/>

Т а б л и ц а 3

Стоимость ввезенного товара, средняя адвалорная ставка по товарной позиции, пошлинный платеж по товарной позиции 0303 ТН ВЭД

	2013			2016		
	Стоимость, млн долл.	Адвалорная ставка пошлины, % от таможенной стоимости	Таможенный платеж, млн долл.	Стоимость, млн долл.	Адвалорная ставка по- шлины, % от таможенной стоимости	Таможенный платеж, млн долл.
Австралия	305,9	7,90	24,1	0	6,30	0
Аргентина	8 506,9	5,93	504,0	18 592,5	4,73	878,4
Армения	258,5	0	0,0	262,8	0	0
Беларусь	17 597,5	0	0,0	4 961,4	0	0
Болгария	134,4	7,90	10,6	0	6,30	0
Вьетнам	4 007,2	5,93	237,4	5 718,1	4,73	270,1
Германия	3 047,8	7,90	240,7	0	6,30	0
Гренландия	189,8	7,90	14,9	31 496,6	6,30	1 984,2
Греция	568,3	7,90	44,9	0	6,30	0
Дания	18 446,9	7,90	1 457,3	0,0	6,30	0
Израиль	596,5	7,90	47,1	403,4	6,30	25,4
Индия	76	5,93	4,5	0,0	4,73	0
Индонезия	2 351,9	5,93	139,3	1 797,3	4,73	84,9
Ирландия	27 018,8	7,90	2 134,4	0,0	6,30	0
Исландия	154 292	7,90	12 189,0	0,0	6,30	0
Испания	16 927,7	7,90	1 337,2	0,0	6,30	0
Италия	696,1	7,90	54,9	0,0	6,30	0
Казахстан	3 517,8	0	0,0	4 601,0	0	0
Канада	32 485	7,90	2 566,3	0,0	6,30	0
Китай	6 574,7	5,93	389,5	66 533,7	4,73	3 143,7
Корея	167,9	5,93	9,9	5 047,8	4,73	238,5
Латвия	5 125,5	7,90	404,9	0	6,30	0
Литва	1 420,3	7,90	112,2	0	6,30	0
Мавритания	2 196,6	0	0,0	6 864,9	0	0
Марокко	14 778,1	5,93	875,6	11 062,2	4,73	522,6
Нидерланды	2 930,6	7,90	231,5	0	6,30	0
Новая Зеландия	11 635,4	7,90	919,2	6 667,2	6,30	420,0
Норвегия	208 222,4	7,90	16 449,5	7 366,5	6,30	464,0
Перу	3 732,1	5,93	221,1	0	4,73	0
Польша	105,6	7,90	8,3	0	6,30	0
Саудовская Аравия	76,9	5,93	4,5	0	4,73	0
Сингапур	631,5	5,93	37,4	548,9	4,73	25,9
Соединенное Королевство	28528,7	7,90	2 253,7	0	6,30	0
США	49 428	7,90	3 904,8	0	6,30	0
Таиланд	65,9	5,93	3,9	50,5	4,73	2,3
Тайвань	8 045,4	5,93	476,6	1 607,5	4,73	75,9
Тунис	370,6	5,93	21,9	398,4	4,73	18,8
Турция	3 964	5,93	234,8	5 955,7	4,73	281,4
Уругвай	603,3	5,93	35,7	2 872,5	4,73	135,7
Фарерские острова	83 612,8	7,90	6 605,4	137 242,0	6,30	8 646,2
Финляндия	7 714,2	7,90	609,4	0	6,30	0
Франция	787,6	7,90	62,2	0	6,30	0
Чили	292 267,7	5,93	17 316,8	303 280,9	4,73	14 330,0
Швеция	537	7,90	42,4	0,0	6,30	0
Экватор	9 007,8	5,93	533,7	8 361,1	4,73	395,0
Эстония	15 733,6	7,90	1 242,9	0	6,30	0
Япония	4205,4	7,90	332,2	3 595,6	6,30	226,5
Грузия	0	7,90	0,0	199,2	6,30	12,5
Иран	0	5,93	0,0	158,4	4,73	7,4
Южная Африка	0	5,93	0,0	54,0	4,73	2,5
Итого	105 3495		74 348,2	635700,1		32 193,0
Разница, %						-5,7

* Источник: <http://customs.ru>

Таким образом, по итогам 2016 г. импорт рыбной продукции позиции 0303 ТН ВЭД снизился относительно 2013 г. в весовом отношении на 47% – до 270,7 тыс. т., в денежном отношении – на 40% до 634,5 млн долл. Географическая направленность поставок изменилась. Если в 2013 г. основными поставщиками были Дания (18,4 млн долларов), Испания (16,9 млн долларов), Ирландия (27,0 млн долларов), Канада (32,4 млн долларов), Англия (28,5 млн долларов), США (49,4 млн долларов), Норвегия (208,2 млн долларов), то в 2016 г. значительно нарастила поставки Аргентина (8,5 до 18,6 млн долларов), Гренландия (с 0,1 до 31,5 млн долларов), Китай (с 5,5 до 66,5 млн долларов), Фарерские острова (с 83,6 до 137,2 млн долларов), Чили (с 292,2 до 303,3 млн долларов).

Список литературы

1. Бобылов Ю. А. Исследование особенностей и совершенствование системы внешней торговли России рыбными товарами в условиях присоединения к Всемирной торговой организации : автореф. дис. ... канд. экон. наук 08.00.05. – М. : ВНИЭРХ, 2004.
2. Новиков М. В., Землянская С. В. Система тарифных преференций Таможенного союза // Вестник Волгоградского государственного университета. – (Серия 3 «Экономика. Экология»). – 2013. – № 3.
3. Сенотрусова С. В. Особенности государственного регулирования формирования рынка агропромышленного комплекса (мясо и мясопродукты) : монография. – Москва: ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2017.
4. Сенотрусова С. В., Свинухов В. Г., Макарова И. Г. Импорт сельскохозяйственных товаров в условиях эмбарго // Импортзамещение и развитие несырьевого экспорта – приоритеты современной промышленной политики России : сборник материалов международной научно-практической конференции. – М. : ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2017. – С. 53–58.
5. Сенотрусова С. В., Свинухов В. Г., Макарова И. Г. Обеспечение продовольственной безопасности: результаты российского продовольственного эмбарго на мясо птицы // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2017. – № 3. – С. 50–53.
6. Сенотрусова С. В. Формирование рынка молочной продукции в Российской Федерации // Вестник московской академии предпринимательства. – 2017. – № 2. – С. 111–114.
7. Сенотрусова С. В., Свинухов В. Г., Макарова И. Г. Импорт рыбы и рыбопродукции позиции 0302 ТН ВЭД ЕАЭС в условиях эмбарго // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. – (Серия «Экономика и право». – 2017. – № 9.

References

1. Bobylov Yu. A. Issledovanie osobennostey i sovershenstvovanie sistemy vneshney trgovli Rossii rybnymi tovarami v usloviyakh prisoedineniya k Vsemirnoy Torgovoy Organizatsii. Dis. kand. ekon. nauk 08.00.05 [Research of Features and Improvement of System of Foreign Trade of Russia in Fish Goods in the Conditions of Accession to the World Trade Organization PhD diss. 08.00.05]. Moscow, VNIERKh, 2004. (In Russ.).
2. Novikov M. V., Zemlyanskaya S. V. Sistema tarifnykh preferentsiy Tamozhennogo soyuza [System of Tariff Preferences of the Customs Union] *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. (Seriya 3 «Ekonomika. Ekologiya»)*, 2013, No. 3. (In Russ.).
3. Senotrusova S. V. Osobennosti gosudarstvennogo regulirovaniya formirovaniya rynka agropromyshlennogo kompleksa (myaso i myasoprodukty), monografiya. Moscow, Plekhanov Russian University of Economics, 2017. (In Russ.).
4. Senotrusova S. V., Svinukhov V. G., Makarova I. G. Import sel'skokhozyaystvennykh tovarov v usloviyakh embargo [Import of Agricultural Goods in the Conditions of Embargo]. *Importozameshchenie i razvitie nesyr'evogo eksporta – priority sovremennoy promyshlennoy politiki Rossii* [Import Substitution and Development Of Non-Oil Export – Priorities of Modern Industrial Policy of Russia] : sbornik materialov mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii. Moscow, Plekhanov Russian University of Economics, 2017. pp. 53–58. (In Russ.).
5. Senotrusova S. V., Svinukhov V. G., Makarova I. G. Obespechenie prodovol'stvennoy bezopasnosti: rezul'taty rossiyskogo prodovol'stvennogo embargo na myaso ptitsy [Ensuring food Security: the Results of the Russian Food Embargo On Poultry Meat] *Ekonomika sel'skokhozyaystvennykh i pererabatyvayushchikh predpriyatiy*, 2017, No. 3, pp. 50–53. (In Russ.).
6. Senotrusova S. V. Formirovanie rynka molochnoy produktsii v Rossiyskoy Federatsii [Formation of the Market of Dairy Products in the Russian Federation] *Vestnik moskovskoy akademii predprinimatel'stva*, 2017, No. 2, pp. 111–114. (In Russ.).
7. Senotrusova S. V., Svinukhov V. G., Makarova I. G. Import ryby i ryboproduktsii pozitsii 0302 TN VED EAES v usloviyakh embargo [Import of Fish and Fish Products of a Position 0302 Commodity Nomenclatures of Foreign Economic Activity of EEU in the Conditions of Embargo] *Sovremennaya nauka: aktual'nye problemy teorii i praktiki. (Seriya «Ekonomika i pravo»)*, 2017, No. 9. (In Russ.).

МОНИТОРИНГ РАЗВИТИЯ ЕВРОПЕЙСКИХ ГАЗОВЫХ ХАБОВ

Разумнова Людмила Львовна

доктор экономических наук, профессор кафедры социологии и управления персоналом Московского авиационного института (Национального исследовательского университета).

Адрес: ФГБОУ ВПО МАИ (национальный исследовательский университет), 125993, Москва, Волоколамское шоссе, д. 4.

E-mail: razumnova2003@yandex.ru

В статье рассматривается развитие торговли природным газом в европейских хабах. Проводится сравнение результатов мониторинга торговли по двум методикам: на основе пяти ключевых элементов и трех основных индикаторов. Делается вывод о том, что данные методики позволяют получить непротиворечивые данные о наличии прогрессивных изменений в процессе либерализации европейского газового рынка, сохранении разностороннего характера интеграции и фрагментированности отдельных рынков под влиянием целого ряда инфраструктурных, политических, культурных и поведенческих факторов. Выявляется практическая ценность использования данных методик для принятия инвестиционных и политических решений ПАО «Газпром».

Ключевые слова: интеграция рынка природного газа в Европе; европейские хабы по торговле газом; барьеры на пути рыночной интеграции; ликвидность и транспарентность газовых хабов; методология ЕФЭТ; экспортная стратегия ПАО «Газпром».

MONITORING OF EUROPEAN TRADED GAS HUBS DEVELOPMENT

Razumnova, Lyudmila L.

PhD, Associate Professor of the Department for Sociology and HR Management, MAI (National Research University).

Address: Moscow Aviation Institute (National Research University), Volokolamsk Highway, 4, Moscow, 125993, Russian Federation.

E-mail: razumnova2003@yandex.ru

The article considers the development of natural gas trade in European hubs. Author compares the trade monitoring indicators using two methods: five key Elements and three Main Indicators. These methods allow to obtain consistent data on the progressive changes in the process of the European gas market

liberalization, remaining different-speed nature of integration and fragmentation of individual markets influenced by a number infrastructure, political, cultural and behavioral factors. The practical value of these studies for making investment and political decisions of Gazprom is revealed.

Keywords: the natural gas market integration in Europe; European traded gas hubs; barriers to market integration; liquidity and transparency of the traded gas hubs; EFET methodology; Gazprom's export strategy.

Целевые ориентиры модели единого газового рынка Европы

Основным документом, регламентирующим комплекс долгосрочных институциональных преобразований газового рынка ЕС, которые проводятся на протяжении последних двух десятилетий, является Третий энергетический пакет (принят в июле 2009 г.). Положения Третьего энергопакета заявляют в качестве одной из основных целей – создание единого рынка газа Европы путем развития трансграничной торговли в направлении повышения эффективности и стандартов сервиса, формирования конкурентных цен [10].

Объединение европейских регуляторов CEER опубликовало в декабре 2011 г. материалы, где представлено видение Целевой модели рынка газа в Европе (Gas Target Model, GTM – ЦМРГ-2011) ЕС [8], а позднее, 16 января 2015 г., агентство ACER представило ее обновленную редакцию (ЦМРГ-2014) [11]. Согласно этим документам общая структура газового рынка Европы строится на связанных транспортными мощностями зонах «вход-выход» с виртуальным хабом в каждой из них при наличии достаточных мощностей и свободного доступа. Ключевым элементом ЦМРГ является рыночная, или торговая зона, которая формируется при слиянии двух или более смежных рынков на уровне оптовой торговли путем использования совместной инфраструктуры, объединения их виртуальных торговых пунктов (хабов) и создания общей межграницной торговой (балансовой) зоны.

К основным условиям эффективного функционирования торговой зоны относятся сбалансированный внутренний рынок, справедливые конкурентные цены, бесперебойные поставки с достаточным запасом, обширная инфраструктура, широкий спектр краткосрочных товарных операций.

Функционирование оптового рынка предполагает достижение целого ряда показателей, среди которых – снижение индекса концентрации (НИИ) ниже 2000, наличие не менее трех различных источников газа в каждой рыночной зоне, значение индекса безопасности поставок (RSI) выше 110%, показатель концентрации рынка для осуществления торговой деятельности на уровне ниже 40% для одной компании и др.

Таким образом, процесс интеграции газового рынка Европы направлен на преодоление трансграничных барьеров для свободного перемещения газа на пространстве Европы и формирование справедливой рыночной цены на природный газ, имеющей тенденцию к снижению и конвергенции между отдельными рынками стран – членов ЕС, которые в большинстве своем пока остаются изолированными. В процессе имплементации Третьего энергопакета развитие краткосрочной торговли стало одним из ведущих рыночных инструментов.

Развитие краткосрочной торговли газом в хабах Европы

Избыточное предложение газа на европейском рынке в последние годы привело к значительному увеличению объемов спотовых продаж на базе расширения сети хабов и бирж. Как отмечается в исследовании ИНЭИ РАН, по состоянию на середину 2016 г. на территории объединенной Европы насчитывалось 16 газовых хабов, девять из них имели показатели, свидетельствующие о существенных объемах торговли газом. К ним относятся лидеры рынка NBP (Великобритания), TTF (Нидерланды), на которых продавалось 88% торгуемых объемов газа в 2014–2015 гг., а также NCG и Gaspool (Германия), PEG Nord (Франция), ZTP (Бельгия), PSV (Италия), CEGH (Австрия), VOB (Чехия). Остальные хабы к этому моменту являлись номинальными центрами торговли: NPTF и GTF (Дания), IBP (Ирландия), PSB (Испания), MGP (Венгрия), ZBG (Бельгия), VTP (Польша), TRS (Франция). Помимо этих точек природный газ и его производные реализовывались на 11 европейских биржах: ICE (включая все филиалы), CEEGex (Венгрия), CEGH/Венская биржа (Австрия)¹, CMKBK и OTE (Чехия), CME (Великобритания), GME (Италия), POLPX (Польша), OPCOM (Румыния), Gaspoint Nordic (Дания), Kaasporssi Oy (Финляндия), PEGAS (Франция) [3. – С. 26].

Различная степень зрелости национальных газовых рынков и уровень развития конкуренции в совокупности с целым спектром страновых особенностей приводят к тому, что интересы каждой страны вступают в противоречие с унифицированными подходами Целевой модели газового рынка. В свою очередь это определяет разнотемпный характер процессов либерализации и затрудняет достижение целей интеграции в заявленные сроки [3. – С. 48]. При этом динамика цен на газ, формируемых в европейских хабах в 2008–2016 гг., также демонстрирует противоречивое влияние хабовой торговли на процесс ценообразования [2].

С одной стороны, рост числа игроков, участвующих в трейдинге, включая традиционных финансовых инвесторов (банки, газовых брокеров, инвестфонды) и держателей долгосрочных контрактов, стремящихся получить дополнительную прибыль за счет краткосрочных сделок, при-

¹ Оператор Венской фондовой биржи Wiener Borse AG владеет 20% акций Central European Gas Hub AG (CEGH).

водит к обострению конкуренции на газовом рынке Европы и таким образом способствует снижению цен на газ. С другой стороны, в силу того, что держатели импортных контрактов имеют возможность реализовывать газ по форвардным котировкам, цены которых в отдельные периоды превышают цены долгосрочных контрактов, и получать дополнительную прибыль, расширение срочных сделок приводит не только к формированию надежных ценовых сигналов, но и способствует развитию спекулятивной торговли, действующей в обратном направлении.

Таким образом, цель данного исследования – показать, что в отличие от американского газового рынка, действующего в условиях свободной конкуренции, европейский рынок газа, несмотря на принятие Третьего энергопакета, остается географически фрагментированным, а именно неоднородным по степени зрелости отдельных национальных рынков и скорости проводимых реформ.

Методика исследования торговли в европейских хабах по ключевым элементам и основным индикаторам

Проводимые исследования торговли природным газом в Европе, результаты которых опубликованы в середине 2017 г., подтверждают наличие позитивных изменений в развитии системы европейских хабов и активизации срочной торговли в отдельных рыночных зонах. При этом выявляется ряд объективных и субъективных факторов, которые препятствуют внедрению регламентов, обеспечивающих формирование прозрачных, зрелых, ликвидных и полностью либерализованных рынков.

Наиболее интересными и информативными данными, с помощью которых можно оценить развитие либерализации и уровень конкуренции на европейских субрегиональных рынках, а также проанализировать предпосылки для формирования единой ценовой индикации в европейском сегменте мирового газового рынка, являются результаты, полученные на основе двух типов анализа.

Первый тип можно охарактеризовать как объективный анализ результатов торговли, который проводится для тех хабов, где такие данные доступны и существенны. Комплексная оценка основана на 5 ключевых элементах – количество активных участников рынка (*market participants*), типы торгуемых продуктов (*traded products*), объемы торговли (*traded volumes*), индекс спроса (*tradability Index*), индекс оттока (*churn rates*). Перечисленные показатели относятся к группе рекомендуемых индикаторов для оценки желательных (планируемых) эффектов применения сетевых правил и кодексов и позволяют оценить достижение цели ЕС по повышению эффективности межгазовой конкуренции¹ [9].

¹ Классификация хабов позволяет оценить их зрелость, глубину развития рынка, ликвидность и прозрачность.

В отличие от перечисленных в исследовании ИНЭИ РАН 9 торговых центров анализ охватывает уже 11 хабов, на которых торговля газом характеризуется существенными объемами.

Второй тип анализа можно условно назвать субъективным, так как он отражает результаты деятельности стран по развитию хабов в соответствии с политикой создания газового целевого рынка ЕС и видением данного процесса Европейской комиссией (ЕК). Анализ осуществлен по 3 основным индикаторам – политическая воля (*political will*), культурное отношение (*cultural attitude*) и коммерческое признание (*commercial acceptance*) и включает 17 показателей (5 регуляторных условий, NRA; 6 условий деятельности сетевых операторов, TSO и 6 рыночных условий, market)¹ [20]. Данное исследование 19 европейских хабов по доступным данным предоставляет возможность выявить барьеры на пути интеграции европейских национальных рынков природного газа, а также сформировать достоверную базу для изучения процессов конвергенции и волатильности цен на газ, в настоящее время находящихся в центре внимания европейских ученых [5; 18].

Исследование торговли в европейских хабах П. Хиатера по пяти ключевым элементам

Согласно данным этого исследования, проведенного Питером Хиатером и Беатрис Петрович [13] по пяти ключевым элементам, к зрелым и высоколиквидным рынкам в 2017 г. можно отнести хабы NBP (Великобритания) и TTF (Нидерланды), где торговля газом характеризуется наибольшим количеством активных участников (более 40 на каждом) и самым значительным торгуемым объемом (20 045 ТВт-ч и 22 230 ТВт-ч соответственно, в совокупности 87% рынка), а также самым высоким коэффициентом оттока – чуть более 22 и 57 соответственно² (табл. 1).

В хабах NBP и TTF, как и в 2014–2015 гг., продается наибольшее количество газа по всем видам контрактов. Однако по доле длинных контрактов («квартал – вперед», «сезон – вперед» и «год – вперед») TTF в 2016 г. немного опережает NBP – 71 против 62% в общей структуре торгов. Уточним, что особенностью европейской срочной торговли в отличие от рынка США является доминирование длинных форвардов над короткими, поддерживаемых твердыми обязательствами по импорту газа [2. – С. 78].

¹ NRA – National Regulatory Authority – национальный регулирующий орган; TSO – Transmission System Operator – системный оператор передающей сети.

² Индекс оттока (churn-rate) считается основным для определения коммерческой эффективности работы хабов с точки зрения ликвидности. Развитому рынку соответствует показатель churn-rate – около 10.

Т а б л и ц а 1

Уровень развития хабов по пяти ключевым элементам, 2016*

Хаб/страна	Активные участники рынка	Торгуемые продукты	Объем торговли	Индекс торгуемости (4 кв.)	Коэффициент оттока	Общий балл/15**
TTF, Нидерланды	>40	53	22 230	20	57,1	15
NBP, Великобритания	>40	47	20 045	19	22,1	15
NCG, Германия	30	29	2 080	16	4,0	10
GPL, Германия	30	23	1 110	15	2,5	9
PSV, Италия	18	23	885	15	1,2	7
ZEE + ZTP, Бельгия	15	17	780	10	4,1	7
PEG Nord, Франция	15	18	550	14	1,7	7
VTP, Австрия***	15	14	530	10	5,7	7
VOB, Чехия	<10	6	105	8	1,1	5
PEG TRS, Франция****	<10	13	100	7	0,6	5
PVB, Испания	<10	9	30	0	0,1	5

* Источник: [13. – Р. 12]

** Общее число баллов подсчитано как сумма баллов по каждой категории (выделены различными цветами). Рынки, набравшие от 12 до 15 баллов, считаются зрелыми, от 8 до 11 – активными, от 5 до 7 – слабо развитыми, от 1 до 4 – неактивными (в эту категорию включены оставшиеся хабы, не представленные в табл. 1).

*** Название австрийского хаба в данном исследовании отличается от его названия в других источниках. В отчете EFET 2016 г. (2016 Review of Gas Assessment) используется обозначение AU VTP (CEGH), в [13. – 26] – CEGH (Австрия). Расхождения не носят принципиального характера.

**** TRS – PEGSud и PEGTIGF.

Немецкие хабы NCG и GPL по интегральному показателю оценены как активные и не являются зрелыми рынками. Совокупный объем торговли в германских хабах в 7 раз меньше, чем на TTF, но за последний год значительно увеличился на 16 и 17% соответственно. В отличие от NCG, где индекс спроса оставался постоянным на протяжении последних трех лет, на GPL этот показатель существенно подрос в конце 2016 г. Примечательно, что по низкому показателю оттока – 4 и 2,5 соответственно – эти рынки относятся к категории слабо развитых, как и все остальные незрелые рынки – PSV (Италия), ZEE + ZTP (Бельгия), PEG Nord (Франция), VTP (Австрия), VOB (Чехия), PEG TRS (Франция), PVB (Испания). Исключением является австрийский VTP с высоким показателем оттока (5,7). Самые низкие уровни ликвидности имеют французский (0,6) и испанский (0,1) хабы.

Австрийский хаб, который в 2016 г. по интегральному показателю был отнесен к слабо развитым рынкам, по индексу оттока (5,7) включен в группу активных хабов с высокой ликвидностью и транспарентностью. Таким образом, по итогам 2016 г. хаб TTF с наибольшим объемом тор-

говли газом и наивысшим показателем индекса оттока является эталонным рынком в Европе.

Сопоставление результатов исследования 2017 г. с более ранними позволяет сделать вывод о том, что в целом классификация хабов не изменилась, за исключением некоторых перестановок внутри отдельных групп. Так, по объему торговли и показателю торгуемых продуктов в 2016 г. TTF обошел NBP, а итальянский PSV, замыкающий в 2014 г. группу слаборазвитых хабов, в течение последних двух лет переместился на верхнюю строчку в данной категории [14. – Р. 67–85]. Из категории неактивных в группу слаборазвитых рынков также перешел испанский PVB с небольшими объемами торговли газом, но быстроразвивающийся за последний год, что отражает амбиции Испании стать крупнейшим европейским газовым хабом.

Завершение строительства в Каталонии газопровода Midcat позволило бы Испании осуществлять поставки газа, поступающего из Северной Америки, Африки, Египта и Израиля, во Францию и далее в Центральную Европу и таким образом решить проблему изоляции испанского газового рынка. На строительство газопровода ЕК выделила 6,5 млн евро, однако после реализации первого этапа строительства в 2012 г. проект был заморожен до 2019 г. из-за массовых протестов в связи с возможным экологическим ущербом [1].

Исследование торговли в европейских хабах EFET по трем основным индикаторам

Альтернативное исследование хабов по трем основным индикаторам (политическая воля, культурное отношение и коммерческое признание) с 2014 г. ежегодно проводит Европейская федерация энергетических трейдеров (EFET)¹ [1. – Р. 61].

Как видно из представленной в табл. 2 динамики рейтинга европейских хабов в 2014–2016 гг., наибольший рост продемонстрировали небольшие хабы: Испанский (PVB), Польский (VPGS), Венгерский (MGP) и Датский (GTF). Датский хаб, несмотря на незначительные объемы торговли, за счет улучшения регуляторных условий и деятельности сетевых операторов [20] поднялся на 5 пунктов и, оставаясь в категории слаборазвитых рынков, опережает австрийский VTP. Торговля в хабах Нидерландов, Великобритании, Германии, Бельгии, Австрии и Италии в 2016 г. стагнировала. Польский VPGS перешел из группы неактивных рынков в категорию слаборазвитых, увеличив интегральный показатель на 5 пунктов с 5½ до 9½, что отражает значительный рост объема тор-

¹ The European Federation of Energy Traders (EFET), Европейская федерация энергетических трейдеров – организация, деятельность которой направлена на повышение эффективности торговли энергетическими ресурсами путем повышения их функциональности, ликвидности и прозрачности.

гуемых товаров на бирже POLPX. В более высокую категорию переместились также венгерский MGP, чешский VOV и испанский PVB.

Т а б л и ц а 2

**Классификация EFET развития хабов по трем ключевым элементам,
2014-2016 гг.***

Хаб/страна**	Показатель 2014 г.	Показатель 2015 г.	Показатель 2016 г.
NBP, Великобритания	20	20	20
TTF, Нидерланды	19	19½	19½
NCG, Германия	15½	19	19
GPL, Германия	16	19	19
PEGs, Франция***	16	16½	18½
ZTP, Бельгия	16	17½	18
ZEE, Бельгия	17	17	17
PSV, Италия	10½	15	15
GTF, Дания	9	11	14
VTP, Австрия	13	13	13½
AOC/PVB, Испания	7	7	13½
VOV, Чехия	8	8½	9½
VPGS, Польша	4½	5½	9½
MGP, Венгрия	5	6½	9
SK, Словения	3½	7	8
GR, Греция	4½	5½	5½
UDN, Турция	5½	5	4
RO, Румыния	2½	1½	2
BG, Болгария	1½	1	1½

* Источник: [13. – Р. 13].

** Количественные границы категории выделены различным цветом и имеют следующие значения: зрелые – 18-20, активные – 15-17, слаборазвитые – 9-14, неактивные – 1-8.

*** PEGs, Франция – объединены два хаба в один.

Остальные 5 хабов из категории неактивных рынков в 2014–2016 гг. демонстрировали различную динамику. Хаб в Словении (SK) повысил свою оценку зрелости более чем в два раза, в Греции (GR) – на 1 пункт. Болгарский BG стагнировал на уровне 1½. Показатели хабов в Турции и Румынии снизились с 5½ до 4 и с 2½ до 2 соответственно.

Рейтинговые оценки в верхней половине табл. 2, полученные П. Хиатером, в основном совпадают с результатами альтернативного исследования хабов, проводимого EFET, за исключением некоторых отличий. Так, меняются местами наиболее зрелые хабы NBP и TTF, а также французский, бельгийский и итальянский газовые хабы. EFET расширяет категорию зрелых рынков с двух до шести, включая также хабы Германии, Франции и один из двух бельгийских хабов – ZTP. Соответственно повышается уровень развития бельгийского ZEE и итальянского PSV до категории активных, тогда как на основе пяти критериев они отнесены в группу слаборазвитых рынков. В исследовании EFET, в отличие от рей-

тинга П. Хиатера, содержатся объединенные данные по двум французским хамам, а также показатели еще восьми наименее развитых хабов (см. табл. 2); из них датский, венгерский и польский имеют предпосылки в ближайшем будущем дополнить рейтинг хабов, составленный П. Хиатером. В целом результаты исследования, полученные по двум различным методикам, не противоречат, а дополняют друг друга.

Барьеры на пути построения единого газового рынка Европы

Методика EFET позволяет провести более детальный анализ барьеров на пути построения зрелых газовых рынков в европейских хабах. Факторы, которые сдерживают внедрение новых принципов торговли газом, являются достаточно разнородными и могут быть разделены на две группы: объективно существующие проблемы, связанные с инфраструктурными ограничениями (*physical connectivity*) – созданием транспортной инфраструктуры и информационным обеспечением работы сетевых операторов, а также субъективные факторы политического, культурного и поведенческого характера.

К первой группе факторов можно отнести наличие одного источника и одного основного маршрута поставки газа, незначительный объем местного производства, недостаточно развитые ИТ-системы для управления новыми бизнес-процессами сетевыми операторами. Так, Финляндия и Латвия имеют только один источник поставок газа, восемь стран Европы – два источника, что не соответствует требованиям Целевой модели.

Проблемы политического характера оказывают влияние прежде всего на соблюдение сроков имплементации кодексов и регламентов в сфере построения единого европейского газового рынка.

Важно подчеркнуть, что крайний срок завершения этого процесса до 2014 г., определенный в первой редакции Целевой модели, всегда был политической целью ЕС, но с экономической и организационной точки зрения – плохо просчитанной. В отчете ЕК о проделанной работе в октябре 2014 г. отмечалось: «в 2011 году главы государств и правительств признали важность наличия внутреннего энергетического рынка и установили четкий срок его завершения к 2014 году, подчеркнув, что ни один из членов ЕС не должен оставаться изолированным от европейских газовых и электрических сетей после 2015 года» [19. – Р. 2].

Эта цель была одобрена всеми заинтересованными сторонами – от отраслевых ассоциаций до организаций потребителей. Однако необоснованно установленные правила и сроки объединения рынков часто вызывали противоречия и недовольство во многих странах ЕС. Так, к 2013 г. семь стран, включая Францию, Великобританию, Румынию и Польшу, не приняли даже Второй энергопакет, тем самым просрочив свои обязательства на десять лет. В феврале 2013 г. проходили судебные

разбирательства о ненадлежащем принятии регламентов ТЭП с 11 странами Сообщества [12].

Политика различных государств может оказывать разнонаправленное влияние на процесс либерализации европейского газового рынка. Так, действия венгерского правительства Виктора Орбана, направленные на восстановление крупных государственных предприятий путем покупки энергетических активов частных компаний, приватизированных в 1990-х гг., расцениваются ЕК как политика, противоречащая идеям создания свободного энергетического рынка и тормозящая процессы либерализации торговли газом [16].

Напротив, действия Польши и Литвы, активно выступающих за снижение зависимости от трубопроводного газа из России за счет расширения поставок голубого топлива из других источников, отвечают духу и букве газовой стратегии ЕС, хотя не могут быть признаны целесообразными с точки зрения экономической эффективности (по крайней мере в условиях текущего ценового тренда). В качестве альтернативы российскому газу Польша планирует с 2022 г. закупать газ, поставляемый по трубопроводу *Baltic Pipe* из Норвегии¹. Литва уже сейчас диверсифицирует свое потребление путем импорта сжиженного природного газа (СПГ) из той же Норвегии, а в ближайшей перспективе планирует увеличить количество поставщиков за счет американского СПГ [18].

Фактор культурного отношения обусловлен различными традициями ведения бизнеса, включая организацию и регулирование торговли газом в европейских государствах. Великобритания, Нидерланды и государства Северной Европы, традиционно являясь торговыми странами, в равной степени готовы распространять свои знания и учитывать внешнее влияние, поэтому демонстрируют рыночную эффективность в развитии краткосрочной торговли газом. Германия и Австрия в большей степени привержены своим собственным торговым системам и, как следствие, трудно адаптируются к необходимым изменениям, которые проистекают извне. Франция, Италия и другие страны южной Европы в большей степени, чем другие европейские страны, склонны защищать и поддерживать своих «национальных чемпионов».

Фактор коммерческого признания в контексте проводимых ЕС реформ на газовом рынке предполагает желание и готовность национальных регуляторов и сетевых операторов играть ключевую роль в осуществлении изменений, направленных на либерализацию рынка, в том числе участвовать в качестве главных субъектов в балансирующей деятельности. Этот фактор, безусловно, связан как с наличием политической воли правительств европейских стран к быстрому созданию

¹ Ведомости 22.08.2017. – URL: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2017/08/22/730424-gazpromu-bridetsya-voevat> (дата обращения: 01.09.2017).

жизнеспособных рынков в коммерчески дружественной среде, так и с действием устойчивых, исторически сложившихся традиций организации и ведения бизнеса.

Оба последних фактора можно проиллюстрировать на примере проблемы балансировки газового рынка в Германии. Существенную роль в розничной торговле газом в этой стране играют мельчайшие компании (*Stadtwerke*), которые действуют на муниципальном уровне. На них приходится 59% розничных продаж газа, тогда как на крупного ритейлера RWE – всего 10%. Рыночная устойчивость этих мелких компаний объясняется большим доверием граждан к их деятельности и приводит к тому, что прибыль от продажи газа остается в муниципалитетах. В то же время такая организация продаж природного газа в Германии обуславливает невозможность осуществлять балансирование газового рынка в течение дня, что является одним из требований Сетевого кодекса балансировки. Балансировка проводится на день вперед за счет сетевых операторов NCG и GPL¹, что не может считаться в полной мере эффективным способом поддержания безопасности снабжения населения газом [14. – Р. 89].

Примером возросшей роли энергорегуляторов при принятии ключевых политических решений является запрет польского регулятора UOKiK на создание СП по проекту «Северный поток 2», что также демонстрирует отсутствие единства национальных интересов европейских стран в газовой сфере и возможность использования нерыночных методов достижения поставленных целей.

Безусловно, новым важным политическим фактором, оказывающим влияние на скорость создания единого европейского газового рынка, станет выход из ЕС Великобритании – активного сторонника проводимых реформ и ее первопроходца. Этот процесс находится в фокусе актуальных европейских исследований [7].

Выводы и рекомендации

Проведенный мониторинг развития газовых хабов Европы по двум методикам позволяет подтвердить положение о том, что географическая фрагментированность рынка сохраняется. Так, если в Западной Европе хабы в основном эволюционируют в соответствии с целями директивных органов ЕС, то в Восточной Европе краткосрочная торговля развита недостаточно. Процесс либерализации европейских страновых рынков природного газа продолжает развиваться в разноскоростном режиме под влиянием различного рода причин, включая недостаточность физической инфраструктуры, а также многочисленных стра-

¹ Сетевой кодекс балансировки (Gas Balancing of Transmission Networks – BAL NC) требует отработки балансирующих режимов в течение дня как основы для краткосрочного рынка, организованного по системе «вход-выход» в каждой торговой зоне.

новых различий в политических, культурных и поведенческих аспектах. Это вполне объясняет тот факт, что провозглашенные сроки завершения создания единого европейского газового рынка к 2015 г. в недавних документах ЕС отодвинуты за рамки текущего десятилетия.

Сравнение данных, полученных при использовании двух методик анализа торговли в европейских хабах, свидетельствует о том, что они дополняют друг друга в описании динамики развития краткосрочной торговли в различных субрегиональных центрах и являются хорошей основой для исследования эволюции ценообразования в данном сегменте газового рынка.

Полученные результаты имеют практическую значимость для деятельности ПАО «Газпром», которое за последние годы добилось рекордных показателей по росту объема продаж природного газа в страны Европы. По данным компании, в 2014–2016 гг. экспорт газа увеличился с 142,8 млрд куб. м до 222,5 млрд куб. м и впервые превысил внутренние продажи [рассчитано по 6. – С. 76]. Однако несмотря на достигнутые успехи, в настоящее время «Газпром» несет значительные убытки. Так, во 2-м квартале 2017 г. чистая прибыль компании по сравнению с аналогичным периодом 2016 г. сократилась на 80%, притом что средняя цена на газ в Европу увеличилась с 173 долларов до 192 долларов за тыс. куб. м [17. – Р. 5, 7].

По оценкам западных экспертов, позиции «Газпрома» на европейском рынке достаточно сильны. Российский монополист сохранит треть европейского рынка до 2030 г. (от 27% по низкому сценарию до 33% по высокому), однако объемы газа, продаваемые по долгосрочным контрактам, будут неуклонно снижаться после 2020 г. [15].

Выявленные противоречия в процессе интеграции и перспективы ужесточения конкуренции на европейском рынке, а также ухудшающаяся финансовая ситуация в компании «Газпром» доказывают необходимость мониторинга подобного рода исследований и проведения собственных оценок развития торговли газом в европейских хабах на основе описанных методик. Это позволит «Газпрому» сформировать экспортную стратегию принятия эффективных решений по строительству газотранспортной инфраструктуры, участия в аукционной торговле газом и реализации проектов по диверсификации доходов, в том числе за счет продаж СПГ и развития других видов деятельности.

Список литературы

1. Испания собирается стать газовым хабом Америки. – 2015. – 13 октября. – URL: http://catalunya.ru/page/articles.html/_/politic/ispania-sobiraetsia-stat-gazovym-khabom-amerik-r2847 (дата обращения: 01.09.2017).

2. Комлев С., Гнатюк А. Классика жанра и биржевые инструменты // Нефтегазовая вертикаль. – 2017. – № 1–2. – С. 78–83.
3. Мельникова С. И., Геллер Е. И., Митрова Т. А., Кулагин В. А. Газовый рынок ЕС: эпоха реформ. – М., НИУ ВШЭ, 2016. – URL: https://www.eriras.ru/files/gazovyy_rynok_es_-_epokha_reform.pdf (дата обращения: 28.08.2017).
4. Мигалева Т. Е., Разумнова Л. Л., Пакин А. К. Конкуренция на европейском рынке газа // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2016. – № 12 (94). – URL: <http://www.uecs.ru/> (дата обращения: 01.09.2017).
5. Светлов Н. М., Разумнова Л. Л., Пакин А. К. Исследование долгосрочных тенденций вариации цен на рынке природного газа // Аудит и финансовый анализ. – 2017. – № 3. – С. 3–13.
6. «Газпром» в цифрах 2012–2016 : справочник, 2017. – URL: <http://www.gazprom.ru/f/posts/36/607118/gazprom-in-figures-2012-2016-ru.pdf>. (дата обращения: 01.09.2017).
7. Bros T. Brexit's Impact on Gas Markets. OIES Energy Insight: 2. Brexit's Impact on Gas Markets Series. – 2017. – January 1. – URL: <https://www.oxfordenergy.org/wpcms/wp-content/uploads/2017/01/Brexit-s-impact-on-gas-markets-OIES-Energy-Insight.pdf> (дата обращения: 29.08.2017).
8. CEER. Draft Vision for a European Gas Target Model. – 2011. December. – URL: https://www.ceer.eu/ceer_consult/closed_public_consultations_gas/gas_target_model (дата обращения: 30.08.2017).
9. CEPA /ACER Implementation Monitoring and Evaluation of the Impact of the Gas Network Codes and Guidelines on the Internal Market. – URL: http://www.acer.europa.eu/Official_documents/Public_consultations/PC_2015_G_04/EoR%20PC%20on%20implementation%20methodology%20after%20CEPA.PDF (дата обращения: 29.08.2017).
10. Directive 2009/73/EC of the European Parliament and the Council of 13 July 2009 Concerning Common Rules for Internal Market in Natural Gas and Repealing Directive 2003/55/EC». – URL: http://en.gaz-system.pl/fileadmin/pliki/do_pobrania/en/Directive_2009_73_EC_EN.pdf. (дата обращения: 29.08.2017).
11. European Gas Target Model review and update. – 2015. – January. – URL: <http://www.acer.europa.eu/events/presentation-of-acer-gas-target-model-/documents/european%20gas%20target%20model%20review%20and%20update.pdf> (дата обращения: 30.08.2017).
12. February Infringements Package: Main Decisions. Brussels. – 2013. – February 21. – URL: http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-13-122_en.htm (дата обращения: 02.09.2017).
13. Heather P., Petrovich B. European Traded Gas Hubs: an Updated Analysis on Liquidity, Maturity and Barriers to Market Integration. OIES. –

2017. – May. – URL: <https://www.oxfordenergy.org/wpcms/wp-content/uploads/2017/05/European-traded-gas-hubs-an-updated-analysis-on-liquidity-maturity-and-barriers-to-market-integration-OIES-Energy-Insight.pdf> (дата обращения: 20.08.2017).

14. *Heather P.* The Evolution of European Traded Gas Hubs. OIES PAPER: NG 104. – 2015. – December. – URL: <https://www.oxfordenergy.org/publications/the-evolution-of-european-traded-gas-hubs/> (дата обращения: 29.08.2017).

15. *Henderson J.* LNG Markets in Transition: The Great Reconfiguration. Natural Gas Research Programme Presentation, 2017. – URL: <https://www.oxfordenergy.org/shop/lng-markets>

16. Hungary Seeks to Restore Domestic Ownership of Major Enterprises. BUDAPEST TELEGRAPH. – 2015. – September 22nd. – URL: http://www.budapesttelegraph.com/news/819/hungary_seeks_to_restore_domestic_ownership_of_major_enterprises (дата обращения: 29.08.2017).

17. *Ivannikov A.* 2Q2017 IFRS RESULTS Presentation. – 2017. – August 30. – URL: <http://www.gazprom.ru/f/posts/57/287721/ifrs-presentation-2q2017.pdf>. (дата обращения: 01.09.2017).

18. *Petrovich B.* Do We have Aligned and Reliable Gas Exchange Prices in Europe? // OIES Comment Paper. – 2016. – April. – URL: <https://www.oxfordenergy.org/wpcms/wp-content/uploads/2016/04/Do-we-have-aligned-and-reliable-gas-exchange-prices-in-Europe.pdf> (дата обращения: 29.08.2017).

19. Progress towards Completing the Internal Energy Market. EC Communication to the European Parliament. – 2014. – October 13th (COM (2014) 634 final): Introduction. – URL: https://ec.europa.eu/energy/sites/ener/files/documents/2014_iem_communication_0.pdf. (дата обращения: 29.08.2017).

20. Review of Gas Hub Assessment, 2016. – URL: <http://www.efet.org/Files/Documents/Internal%20Energy%20Market/European%20Gas%20Hub%20Study/EFET-Gas-Hub-Review-2016.pdf> (дата обращения: 30.08.2017).

References

1. Ispaniya sobiraetsya stat' gazovym khabom Ameriki [Spain is Going to Become America's Gas Hub], 2015, 13 октября. (In Russ.). Available at: http://catalunya.ru/page/articles.html/_/politic/ispaniia-sobiraetsia-stat-gazovym-khabom-amerik-r2847 (accessed 01.09.2017).

2. Komlev S., Gnatyuk A. Klassika zhanra i birzhevye instrumenty [Classic genre and stock tools], *Neftegazovaya vertikal'* [Oil and gas vertical], 2017, No. 1-2, pp. 78-83. (In Russ.).

3. Mel'nikova S. I., Geller E. I., Mitrova T. A., Kulagin V. A. Gazovyy rynok ES: epokha reform. Moscow, NIU VShE, 2016. (In Russ.). Available at: https://www.eriras.ru/files/gazovyy_rynok_es_-_epokha_reform.pdf (accessed 28.08.2017).

4. Migaleva T. E., Razumnova L. L., Pakin A. K. Konkurentsiya na evropeyskom rynke gaza [Competition in the European Gas Market], *Upravlenie ekonomicheskimi sistemami: elektronnyy nauchnyy zhurnal* [Management of Economic Systems: Electronic Scientific Journal], 2016, No. 12 (94). (In Russ.). Available at: <http://www.uecs.ru/> (accessed 01.09.2017).

5. Svetlov N. M., Razumnova L. L., Pakin A. K. Issledovanie dolgosrochnykh tendentsiy variatsii tsen na rynke prirodnogo gaza [Study of Long-Term Trends in Price Variation in The Natural Gas Market], *Audit i finansovyy analiz* [Audit and Financial Analysis], 2017, No. 3, pp. 3–13. (In Russ.).

6. Gazprom v tsifrakh 2012–2016 [Gazprom in Figures 2012–2016], *spravochnik*, 2017. (In Russ.). Available at: <http://www.gazprom.ru/f/posts/36/607118/gazprom-in-figures-2012-2016-ru.pdf>. (accessed 01.09.2017).

7. Bros T. Brexit's Impact on Gas Markets. OIES Energy Insight: 2. Brexit's Impact on Gas Markets Series, 2017, January 1. Available at: <https://www.oxfordenergy.org/wpcms/wp-content/uploads/2017/01/Brexit's-impact-on-gas-markets-OIES-Energy-Insight.pdf> (accessed 29.08.2017).

8. CEER. Draft Vision for a European Gas Target Model, 2011. December. Available at: https://www.ceer.eu/ceer_consult/closed_public_consultations_gas/gas_target_model (accessed 30.08.2017).

9. CEPA /ACER Implementation Monitoring and Evaluation of the Impact of the Gas Network Codes and Guidelines on the Internal Market. Available at: http://www.acer.europa.eu/Official_documents/Public_consultations/PC_2015_G_04/EoR%20PC%20on%20implementation%20methodology%20after%20CEPA.PDF (accessed 9.08.2017).

10. Directive 2009/73/EC of the European Parliament and the Council of 13 July 2009 Concerning Common Rules for Internal Market in Natural Gas and Repealing Directive 2003/55/EC». Available at: http://en.gaz-system.pl/fileadmin/pliki/do_pobrania/en/Directive_2009_73_EC_EN.pdf. (accessed 29.08.2017).

11. European Gas Target Model review and update, 2015, January. Available at: <http://www.acer.europa.eu/events/presentation-of-acer-gas-target-model-/documents/european%20gas%20target%20model%20review%20and%20update.pdf> (accessed 30.08.2017).

12. February Infringements Package: Main Decisions. Brussels, 2013, February 21. Available at: http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-13-122_en.htm (accessed 02.09.2017).

13. *Heather P., Petrovich B.* European Traded Gas Hubs: an Updated Analysis on Liquidity, Maturity and Barriers to Market Integration. OIES, 2017, May. Available at: <https://www.oxfordenergy.org/wpcms/wp-content/uploads/2017/05/European-traded-gas-hubs-an-updated-analysis-on-liquidity-maturity-and-barriers-to-market-integration-OIES-Energy-Insight.pdf> (accessed 20.08.2017).

14. *Heather P.* The Evolution of European Traded Gas Hubs. OIES PAPER: NG 104, 2015, December. Available at: <https://www.oxfordenergy.org/publications/the-evolution-of-european-traded-gas-hubs/> (accessed 29.08.2017).

15. *Henderson J.* LNG Markets in Transition: The Great Reconfiguration. Natural Gas Research Programme Presentation, 2017. Available at: <https://www.oxfordenergy.org/shop/lng-markets>

16. Hungary Seeks to Restore Domestic Ownership of Major Enterprises. BUDAPEST TELEGRAPH, 2015, September 22nd. Available at: http://www.budapesttelegraph.com/news/819/hungary_seeks_to_restore_domestic_ownership_of_major_enterprises (accessed 29.08.2017).

17. *Ivannikov A.* 2Q2017 IFRS RESULTS Presentation, 2017, August 30. Available at: <http://www.gazprom.ru/f/posts/57/287721/ifrs-presentation-2q2017.pdf>. (accessed 01.09.2017).

18. *Petrovich B.* Do We have Aligned and Reliable Gas Exchange Prices in Europe? *OIES Comment Paper*, 2016, April. Available at: <https://www.oxfordenergy.org/wpcms/wp-content/uploads/2016/04/Do-we-have-aligned-and-reliable-gas-exchange-prices-in-Europe.pdf> (accessed 29.08.2017).

19. Progress towards Completing the Internal Energy Market. EC Communication to the European Parliament, 2014, October 13th (COM (2014) 634 final): Introduction. Available at: https://ec.europa.eu/energy/sites/ener/files/documents/2014_iem_communication_0.pdf. (accessed 29.08.2017).

20. Review of Gas Hub Assessment, 2016. Available at: <http://www.efet.org/Files/Documents/Internal%20Energy%20Market/European%20Gas%20Hub%20Study/EFET-Gas-Hub-Review-2016.pdf> (accessed 30.08.2017).

ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ ИКЕА

Бутов Александр Владимирович

кандидат экономических наук, доцент кафедры организационно-управленческих инноваций РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», 117997, Москва, Стремянный пер., д. 36.

E-mail: a.v.butov@yandex.ru

В статье исследован процесс разработки корпоративной стратегии ИКЕА на всех этапах развития компании, детально изучены основы ее формирования: бизнес-модель и ее конкурентные преимущества, миссия и корпоративные ценности, а также концепция магазина ИКЕА. Центральное место в статье занимает рассмотрение основных характеристик современной закупочной стратегии компании, включающей перенос производства в страны с низкими затратами, сокращение численности поставщиков, локализацию производства в региональных подразделениях и запуск собственного производства, а также переход с функциональной на процессно-ориентированную систему управления поставками. Особое значение уделено анализу основных направлений, этапов и проблем зарубежной экспансии компании, а также преимуществ стратегии освоения существующих рынков. Результаты исследования позволяют провести комплексную оценку корпоративной стратегии ИКЕА, а также предоставляют возможность использования ее передового опыта отечественными торговыми компаниями.

Ключевые слова: стратегия, бизнес-модель, миссия, корпоративные ценности, конкурентные преимущества, локализация производства.

BASES OF FORMATION OF CORPORATE STRATEGY OF IKEA

Butov, Alexander V.

PhD, Assistant Professor of the Department for Organization-Management Innovations of the PRUE.

Address: Plekhanov Russian University of Economics, 36 Stremyanny Lane, Moscow, 117997, Russian Federation.

E-mail: a.v.butov@yandex.ru

The article investigates the process of establishing a corporate strategy for IKEA in all stages of development, the company studied the basics of its formation: business model and its competitive advantages, mission and corporate values, as well as the concept of the IKEA store. Central to the article is a consideration of the basic characteristics of a modern procurement strategy of the company, including the transfer of production to countries with lower costs, a reduction in the number of suppliers, the localization of production in the regional offices and the launch of own production, as well as the transition from a functional to a process-oriented supply chain management. Special importance is given to the analysis of the main directions, phases and challenges of foreign expansion of the company, as well as the benefits of the strategy of development of existing markets. The results of this study allow a comprehensive assessment of corporate strategy of IKEA, as well as provide the ability to use its advanced experience of domestic trading companies.

Keywords: strategy, business model, mission, corporate values, competitive advantages, localization of production.

Сегодня ИКЕА считается одной из самых известных международных торговых компаний с популярным брендом, оборотом в 35,1 млрд евро, 340 магазинами в 28 странах и 155 тыс. сотрудниками (табл. 1). Исследование основ формирования успешной корпоративной стратегии ИКЕА представляется актуальным, поскольку немногие международные торговые корпорации столь успешны в завоевании зарубежных рынков. Так, Wal-Mart был вынужден уйти из Германии, Carrefour – из Японии, Таиланда и Малайзии, Home Depot вообще отказался от планов по завоеванию европейского рынка.

Т а б л и ц а 1

Основные показатели группы компаний ИКЕА за 2012–2016 гг.*

Наименование показателя	2012	2013	2014	2015	2016	2016, % к 2012
Выручка, млрд евро	27,6	28,5	29,3	32,7	35,1	127,2
Чистая прибыль, млрд евро	3,2	3,3	3,3	3,5	4,2	131,3
Количество магазинов	298	303	315	328	340	114,1
Страны дислокации магазинов	26	26	27	28	28	107,7

* Источник: Отчеты и документы ИКЕА. – URL: www.ikea.com

Кроме того, представленные в табл. 1 показатели демонстрируют впечатляющие результаты, которыми не могут похвастаться многие

российские ритейлеры (см., например, отчетность ПАО «Магнит» по МСФО за 9 месяцев 2017 г.). Именно корпоративная стратегия (зарубежной экспансии) компании ИКЕА позволяет нивелировать региональные и прочие риски.

Основой успешной деятельности ИКЕА, как отмечает бывший генеральный директор компании ИКЕА А. Дальвиг, являются: «миссия, бизнес-идея и ценности ИКЕА в качестве руководящего направления; общий ассортимент, общая организация дистрибуции и закупок и концепция магазина ИКЕА» [1. – С. 110].

Компания ИКЕА была зарегистрирована в 1943 г. в Швеции и до настоящего времени прошла три важнейшие стадии своего жизненного цикла:

- создание бизнес-модели;
- разработка миссии и ценностей, расширение бизнеса в Европе;
- превращение компании в крупнейшего международного ритейлера.

На первом этапе развития с 1943 по 1972 г. была разработана бизнес-идея и другие компоненты современной концепции бизнеса компании. Второй этап, длившийся с 1973 по 1998 г., стал периодом формирования миссии, ценностей, крепкой корпоративной культуры и выхода на международную арену. Третий период – с 1999 г. по настоящее время – ИКЕА стала крупнейшей международной корпорацией (рис. 1¹).



Рис. 1. Страны, где расположены магазины ИКЕА (на 2 июня 2017 г.)

¹ Map of IKEA stores.svg

Свое развитие компания начала с создания успешной бизнес-модели, разработка которой продолжалась в течение 30 лет (с 1943 по 1972 г.). Столь продолжительные сроки разработки бизнес-модели объясняются рядом причин: поиском оптимального направления деятельности (от торговли спичками, посылочной торговли до открытия крупных мебельных магазинов и торговых центров), стабильностью мебельного бизнеса и рынка товаров для дома в Швеции.

Компания ИКЕА учла существенные недостатки бизнес-моделей большинства конкурентов, прежде всего отсутствие у них собственного бренда. В связи с этим многие ритейлеры, подобно современным торговцам телефонами Apple, Samsung, не могут конкурировать по ценам и ассортименту. Они могут составить конкуренцию лишь по месту расположения магазинов и качеству обслуживания. Компания поняла, что успеха в розничной торговле можно добиться только при создании уникальных товаров и обеспечении полного контроля над всей цепочкой создания ценности от разработки и производства продукции под собственным брендом до доставки ее в магазины.

Созданная компанией ИКЕА бизнес-модель стала революционной. В 60-е гг. прошлого века торговля мебелью была весьма консервативным бизнесом. Мебельный бизнес (МБ) предлагал традиционный дизайн, ИКЕА – скандинавский стиль. МБ представляли небольшие специализированные магазины, а ИКЕА стала строить крупные магазины с широким ассортиментом товаров для дома. Традиционные мебельные магазины располагались в центре города, магазины ИКЕА – в пригороде с бесплатной парковкой. Магазины МБ торговали отдельными видами мебели (спальни, кухни и т. п.), ИКЕА предлагала готовые решения для дома, размещая в магазинах модели комнат. Традиционные мебельные магазины предлагали персональное обслуживание, ИКЕА – самообслуживание. Магазины МБ предпочитали работать в высоком ценовом сегменте, ИКЕА стала предлагать мебель и товары для дома по низким ценам. Предприятия МБ продавали готовую собранную мебель, ИКЕА предоставила покупателям возможность собирать мебель самостоятельно. Производство традиционной мебели было локальным, ИКЕА стала производить мебель повсеместно, в том числе и за рубежом. Традиционные мебельные магазины продавали продукцию различных поставщиков, ИКЕА создала собственный ассортимент, который был доступен только в ее магазинах.

Успешная бизнес-модель компании основывалась на комплексном подходе к удовлетворению потребностей клиентов, в то время как конкуренты стремились к удовлетворению ограниченного числа потребностей: бюджетные магазины ориентировались только на низкие цены, дизайнерские – на эксклюзивные модели, мебельные супермаркеты – на широкий ассортимент. ИКЕА включила в бизнес-модель все перечис-

ленные подходы, обеспечив стабильный интерес покупателей. Это привело к формированию следующих конкурентных преимуществ:

1. *Дизайн, функциональность и качество по доступным ценам.* Как пишет А. Дальвиг: «цель компании – сделать так, чтобы цены на сопоставимые продукты были хотя бы на 20% ниже, чем у конкурентов, а иногда и еще ниже. Это может стать возможным главным образом за счет интегрированного процесса разработки продуктов совместно с поставщиками, отбора ресурсов со всего мира, воплощения идей плоской упаковки и вовлечения покупателей в процесс выбора, доставки и сборки товара» [1. – С. 73].

Умение обеспечить идеальное сочетание цены и качества по сравнению с конкурентами – основной залог успеха компании ИКЕА. Средствами его достижения являются функциональность ассортимента и эффективная логистика. Функциональность товаров – фирменный знак ИКЕА. Умные решения, дополнительные возможности и многофункциональность – заслуженные характеристики товаров компании.

Еще одним приоритетом, обеспечивающим низкие затраты и цены, является эффективная логистика, которой в компании всегда отдается предпочтение при определении широты ассортимента.

2. *Уникальный скандинавский стиль.* Создание собственного ассортимента в шведском стиле и его реализация только в одноименных магазинах – второе конкурентное преимущество, придающее ИКЕА индивидуальный имидж. Компания до сих пор верна своему стилю и осторожно относится к любым переменам, касающимся адаптации к особенностям региональных рынков.

3. *Вдохновляющие идеи и готовые решения по обустройству дома.* Наличие в магазинах и каталогах компании моделей комнат, заполненных стильной мебелью, дают покупателям новые идеи по обустройству дома и значительную экономию времени по поиску нужных товаров.

4. *Все под одной крышей.* Все для дома в одном магазине – отличительный признак компании ИКЕА. Типовой магазин компании занимает 35 тыс. квадратных метров и предлагает 9,5 тыс. товаров. При дефиците времени возможность найти все в одном месте становится важнейшим конкурентным преимуществом для предприятий розничной торговли.

5. *Возможность провести яркий день в удивительном магазине.* Магазины ИКЕА часто являются достопримечательностью, особенно в провинциальных городах. Детская площадка, ресторан с низкими ценами, всевозможные развлекательные мероприятия создают особое настроение у посетителей и не оставляют их равнодушными.

6. *Успешно проведенная реструктуризация,* в ходе которой штаб-квартира компании была перенесена в Нидерланды, а ее владельцем стал Голландский фонд – еще одно конкурентное преимущество ком-

пании. Управление оптовыми торговыми операциями теперь осуществляется в Швейцарии, управляющая компания расположена в Бельгии, компания Inter IKEA, получающая франчайзинговые платежи в размере 3% от объема продаж магазинов франчайзи, базируется в Люксембурге и на принадлежащих Нидерландам Антильских островах, т. е. в странах с очень выгодной системой налогообложения. Результатом реструктуризации стало *снижение ставки налогообложения* холдинга ИКЕА (INGKA Holding BV) с 25 до 20%. Это ниже, чем у многих международных торговых компаний. По мнению А. Дальвига, это снижение – не банальное нежелание платить налоги, а часть финансовой политики, направленной на поддержание низких цен в магазинах компании [1. – С. 169].

Наличие перечисленных конкурентных преимуществ обеспечит повышение эффективности и повысит жизнеспособность любой торговой компании [2. – С. 71–76].

В основе корпоративной стратегии лежат помимо бизнес-модели миссия и ценности компании¹. Основатель компании Ингвар Кампрад в своем манифесте «Завещание торговца мебелью», опубликованном в 1976 г., пишет: «большинство людей обладают ограниченными материальными возможностями. Мы хотим служить большинству. Поэтому наше основное правило – это действительно низкий уровень цен. Но мы не вправе добиваться снижения цен в ущерб качеству или функциональности. Нельзя жалеть сил на создание низкоценовой ниши. Мы всегда должны значительно опережать наших конкурентов и предлагать самые выгодные цены. В каждой группе товаров нужно иметь предложение, от которого у покупателя захватывает дух» [5. – С. 149].

Исходя из этого И. Кампрад сформулировал *миссию компании* «Изменить к лучшему жизнь большинства людей», открывая путь людям с ограниченными доходами в мир высокого дизайнера и выдающегося качества.

Миссия и корпоративные ценности, представленные в табл. 2, свидетельствуют о том, что компания ИКЕА относится по классификации Фредерика Лалу к зеленым организациям, которые считают социальную ответственность важнейшей частью своих бизнес-процессов и регулярно публикуют отчетность о результатах собственной социальной и экологической деятельности [4. – С. 50–51].

¹ См.: Пирс Дж., Робинсон Р. Стратегический менеджмент : учебник. – 12 е изд. – СПб. : Питер, 2013. – С. 40.

Т а б л и ц а 2

Корпоративные ценности компании ИКЕА

Наименование	Содержание
Простота в общении	Все сотрудники компании обедают в одной служебной столовой, паркуются на одной стоянке и придерживаются неформального дресс-кода. Компания избавилась от любых символов власти и привилегий, создала доверительные отношения между руководителями и подчиненными
Делегирование полномочий и принятие ответственности	В ИКЕА принято наделять сотрудников значительными полномочиями и ответственностью с самого начала их карьеры. Здесь создается атмосфера, в которой управляющий магазином и его подчиненные обладают широкими полномочиями, обеспечивающими возможность влиять на работу предприятия
Смелость в принятии решений	Компания поощряет эксперименты и поиск новых решений, предоставляет возможность всем сотрудникам участвовать в обсуждении и проведении изменений
Постоянная адаптация к изменениям во внешней среде	Мониторинг бизнес-окружения, обязательные посещения магазинов и поставщиков сотрудниками компании относятся к ее фундаментальным ценностям. В ИКЕА регулярно проводятся антибюрократические недели, когда все менеджеры и работники административных подразделений должны отвлекаться от обычных обязанностей и поработать в магазине, пообщаться с покупателями и сотрудниками магазина
Внимание к затратам	Экономия всех затрат необходима если ваша бизнес-модель основана на низких ценах. И. Кампрад пишет по этому поводу: «разбазаривание ресурсов – это смертный грех в ИКЕА. Трудно назвать искусством достижение целей без учета расходов. Любой дизайнер может спроектировать стол, который будет стоить 5 000 крон. Но только высококвалифицированный специалист может создать красивый и функциональный стол, который будет стоить 100 крон. Дорогостоящие решения любой проблемы обычно предлагают посредственности» [5. – С. 151].
Активное участие компании в решении экологических и социально значимых проблем общества	Компания тесно сотрудничает с различными негосударственными организациями, например WWF, которая осуществляет контроль за экологическими параметрами работы собственных производственных предприятий и поставщиков, реализует программы по развитию лесоводства и др., а также Greenpeace [1. – С. 48–49].

Следует отметить, что поскольку миссия и ценности разрабатывались с подлинным намерением им следовать, они оказывают основное влияние на выбор стратегии, направление работы и принятие решений в компании ИКЕА. Не менее важно и то, что они стали важной мотивирующей силой, привлекающей, удерживающей и вдохновляющей сотрудников компании, а также позволили наладить доверительные отношения с клиентами и добиться уважения в обществе.

Реализация данной бизнес-модели, миссии и ценностей привела к выбору компанией *стратегий лидерства по издержкам*. До сих пор все усилия компании были сосредоточены на получении прибыли за счет снижения торговой наценки и максимального роста объемов продаж. Однако особый подход ИКЕА к ценообразованию противоречит традиционным методам ценообразования в розничной торговле. Не секрет, что большинство отечественных ритейлеров не заинтересованы в снижении розничных цен. Они стремятся к максимальному повышению торговой наценки и, даже добиваясь значительного снижения закупочных цен у поставщиков, снижают цены только на очень ограниченное число товаров в рамках краткосрочных рекламных акций.

Еще один способ снижения цен связан с убеждением руководства ИКЕА в том, что «у людей больше времени, чем денег» [1. – С. 24]. Поэтому система продаж основана на вовлечении клиента в процесс реализации продукции: покупатели сами выбирают, получают на складе, перевозят и собирают приобретенную мебель. Компания предоставляет эти услуги, но за дополнительную плату, и поэтому у нее всегда есть оптимальное решение для клиентов, которые ограничены в средствах и не готовы переплачивать.

Ассортимент компании обеспечивает уникальность предложения, а контроль над цепью поставок – конкурентоспособные цены и прибыльность. Эффективная цепь поставок – ключевая цель всех розничных торговых компаний. Важность организации закупок стала очевидной еще в 60-е гг. прошлого века, когда шведские производители мебели стали бойкотировать ИКЕА за агрессивную ценовую политику. Компания нашла производителей продукции в социалистической Польше, а после падения Берлинской стены в 1989 г. переориентировалась на поставки мебели и товаров для дома из Азии – Китая, Индии, Пакистана, Вьетнама, Малайзии, Таиланда и Индонезии.

В 90-е гг. прошлого века окончательно сформировалась современная закупочная стратегия ИКЕА, которая включает перемещение производства в страны с низкими производственными издержками, сокращение числа поставщиков, локализацию производства в региональных розничных подразделениях компании, запуск собственного производства и переход с функциональной на процессно-ориентированную систему управления поставками.

С 2000 г. IKEA более чем в два раза сократила число поставщиков, отказавшись от принципа «не привязываться к конкретному поставщику», который прежде минимизировал риски прекращения поставок в случае их возможного банкротства [1. – С. 91].

Сегодня многие из поставщиков IKEA обеспечивают до 100% производства отдельных видов продукции компании. IKEA идет на этот риск в связи с очевидными преимуществами новой стратегии, которая позволяет увеличить объемы закупок, осуществлять более эффективную логистику, повысить производительность и контроль качества¹.

Еще одним важным шагом в совершенствовании закупочной деятельности стал рост локализации производства и прямых поставок от производителей в магазины компании. Развитие розничного бизнеса в США, России, Японии, Китае и других странах привело к переходу от глобального к локальному производству. За последние 17 лет компании удалось вдвое увеличить долю прямых поставок от местных поставщиков в магазины IKEA.

Создание собственного производства состоялось в 1991 г., когда IKEA приобрела компанию Swedwood в связи с нехваткой надежных сторонних производителей, необходимостью создания центра разработок новой продукции, патентной защиты уникальных производственных технологий и обмена опытом с партнерами компании.

Для решения амбициозной стратегической задачи – снижение цен на 20% каждые 10 лет – IKEA осуществила переход с функциональной на процессно-ориентированную систему поставок. До этого момента существовала разобщенность в системе поставок: службы дистрибуции, закупок и сбыта работали обособленно. Для службы закупок самым важным являлась закупочная цена у поставщиков, для магазинов – бесперебойная система регулярных поставок, отсутствие брака и доступность товаров. Служба дистрибуции считала, что самым важным является максимальная загруженность транспорта и эффективность доставки товаров. Кроме того, в компании отсутствовала система долгосрочного планирования в связи с ограниченностью взаимодействия всех участников системы поставок.

Новая система поставок оптимизировала этот процесс по всей цепи поставок. В ходе реструктуризации службу дистрибуции, включающую отделы складирования, транспортировки, планирования и логистики, объединили со службой закупок в единый департамент снабжения. После этого все рабочие процессы, связанные с поставками, стали координировать из единого центра по всему пути доставки товаров от поставщика до магазина.

¹ См.: Хейзер Дж., Рендер Б. Операционный менеджмент : учебник. – СПб. : Питер, 2016. – С. 668–670.

Важным элементом корпоративной стратегии компании является эффективная стратегия продаж и концепция магазина ИКЕА. Ее важность определяется впечатляющими темпами роста сети (рис. 2¹) и размерами магазинов (35 тыс. кв. м), численностью сотрудников (до 500 чел.) и высокой текучестью кадров (от 30 до 100%).

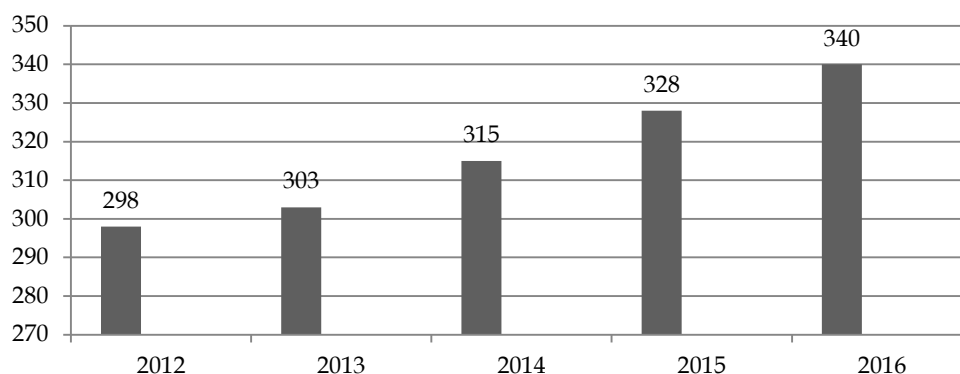


Рис. 2. Количество магазинов ИКЕА в 2012–2016 гг.
(без учета открытых по франшизе)

При этом только 50% сотрудников магазинов имеют опыт работы свыше 2 лет, более 50% – работают с частичной занятостью. Кроме того, для запланированного снижения цен и затрат необходим ежегодный 5%-ный рост производительности труда. Поэтому для повышения эффективности работы магазинов компания установила следующие приоритеты:

1. *Создание благоприятных условий в магазинах* путем стандартизации принимаемых решений, использования моделей минимизации передвижения товаров в магазине и рабочих процессов. Сегодня стандартизированы все решения в сфере продаж, расположение и размер торговых площадей, модели комнат, используемое торговое оборудование и материалы. В магазинах компании была реализована идея демонстрации товаров только в торговом зале без их дополнительного хранения на складе.

2. *Повышение вовлеченности покупателей в процесс продаж* приводит к росту ответственности и удовлетворенности клиентов. На сайте ИКЕА покупатель может не только найти необходимые товары, но и скачать программу проектирования кухни, самостоятельно скомпоновать ее в соответствии с индивидуальными размерами помещений и оплатить заказ.

3. *Совершенствование управления торговым персоналом* является важным направлением деятельности компании, поскольку 75% ее со-

¹ Отчеты и документы ИКЕА. – URL: www.ikea.com

трудников работает в магазинах. Важной задачей каждого предприятия розничной торговли является умение привлекать, развивать и удерживать лучших сотрудников. Для обеспечения стабильности и преемственности в кадровой политике было принято решение о поддержании текучести кадров на уровне не более 20%, наличие более 50% сотрудников с полной занятостью и руководителей, не менее 5 лет управляющих магазином [1. – С. 104].

4. *Сравнительный анализ результатов деятельности магазинов по ключевым показателям эффективности* проводится в ИКЕА с 2006 г. Сравнительный анализ позволяет довести эффективность работы всех магазинов до уровня лучших из них и максимально задействовать все неиспользованные ресурсы компании.

5. *Использование принципа управляемого потока покупателей* является уникальной и самой спорной инновацией ИКЕА. В магазинах компании для того чтобы подойти к кассе или просто покинуть магазин, покупателю придется пройти через все его торговые помещения, что бывает непросто сделать, если магазин переполнен клиентами (как, например, магазин ИКЕА в городе Химки в выходные и праздничные дни).

6. *Стратегия зарубежной экспансии* явилась неизбежным следствием продолжения стратегии лидерства по издержкам, стратегий закупок и продаж. Достаточно узкий рынок Швеции и жесткая конкуренция 60-х гг. прошлого века не оставили ИКЕА выбора, кроме единственного направления развития, – глобальной экспансии компании, как в розничной торговле, так и в работе с поставщиками и производителями. Небольшой домашний рынок был быстро насыщен растущей компанией, и следующим этапом ее развития стал выход на зарубежные рынки. Стратегия роста – основа развития любой компании розничной торговли. Кроме того, ничто не мотивирует сотрудников лучше, чем участие в развитии сети новых магазинов, открывающих перед ними перспективы карьерного роста.

Следует отметить, что существует тесная связь между емкостью внутреннего национального рынка и размерами компании. Так, объемы продаж крупнейшей розничной компании Wal-Mart, созданной в США на два года позже ИКЕА (в 1945 г.), в 18 раз превышают оборот компании ИКЕА.

В 1973 г. у компании было 7 магазинов, 2 из которых были открыты в Норвегии и Дании. Затем ИКЕА осуществляет экспансию в зарубежные страны, начав с открытия магазинов в Западной Европе – Швейцарии, Германии, Франции, Великобритании, Италии, Финляндии, Испании и Австрии. До сих пор 69% оборота компании приходится на ев-

ропейский рынок (рис. 3¹). В настоящее время ИКЕА является лидером на всех европейских рынках, кроме британского и австрийского, из-за их жесткого государственного регулирования и сильной конкуренции.



Рис. 3. Региональная структура продаж группы компаний ИКЕА в 2016 г.

Ингвар Кампрад настаивает на том, что ИКЕА создана не для обогащения акционеров и руководителей компании, а прежде всего для решения социальных проблем, что компания должна расширяться не только за счет развитых, но и развивающихся странах. Для того чтобы стать максимально доступной для малообеспеченных слоев населения, ИКЕА одной из первых начала развивать розничную торговлю в странах Восточной Европы, несмотря на высокие риски реализации этих проектов.

ИКЕА вышла в Восточную Европу в конце прошлого века, закрепившись в Польше, Чехии, Венгрии и России. Сегодня компания уже окупил свои инвестиции и продолжает восточноевропейскую экспансию. Только в России у ИКЕА в настоящее время открыто 11 магазинов и 11 торговых центров общей площадью около 2 млн кв. м.

Одним из самых сложных для ИКЕА стал рынок США, на котором компания работает с 1985 г. и где долгие годы несла убытки. К причинам этого можно отнести сильнейшую конкуренцию в розничной торговле, высокие расходы на ведение бизнеса (стоимость земли и строительства, расходы на персонал и социальное обеспечение здесь значительно выше, чем в Европе, текучесть кадров достигает 100% в год, что негативно отражается на компетентности персонала, расходах на подбор и обучение кадров). Несмотря на все трудности, компания активно развивается в США, открыв здесь более 40 магазинов и собственную мебельную фабрику.

В последнее время ИКЕА успешно осваивает рынок Азиатско-Тихоокеанского региона, открывая предприятия в Австралии, Китае и Японии. Здесь компания создает большие концептуальные магазины

¹ Отчеты и документы ИКЕА. – URL: www.ikea.com

(в Китае ИКЕА строит даже 3-этажные магазины, вместо обычных 2-этажных) с широким ассортиментом и низкими ценами. Для расширения бизнеса в Китае региональный офис компании был перенесен в Шанхай, где был построен центральный склад на 200 тыс. куб. м, а также выстроена локальная цепь поставок. В настоящее время более 50% продукции магазины ИКЕА получают от местных производителей.

В Японии по требованию законодательства ИКЕА реализовала специальный проект по уменьшению содержания формальдегида в мебели вдвое. И теперь вся мебель компании выпускается по данному стандарту, опережая установленные экологические нормативы большинства стран мира.

Первоначально стратегия выхода на зарубежные рынки предполагала открытие лишь нескольких магазинов в каждой стране с последующим переходом на новый рынок. Результатом ее реализации стал высокий рост затрат, проблемы с доступностью и качеством товаров в магазинах, а также убыточностью деятельности компании в ряде стран (в США и странах Восточной Европы). Это привело к кризису компании в конце 90-х гг. прошлого века, который был успешно преодолен за счет реализации следующих перемен: уменьшения ассортимента, сокращения числа поставщиков, переноса производства в страны с низким уровнем затрат, перехода от краткосрочного к долгосрочному планированию и внесения корректив в стратегию компании. С начала 2000-х гг. ИКЕА перешла от стратегии точечного расширения в зарубежных странах к стратегии роста за счет освоения существующих рынков.

С точки зрения экономической эффективности у компаний розничной торговли для роста имеется три альтернативы:

- 1) рост продаж в существующих магазинах, размеры которого ограничены;
- 2) строительство новых магазинов на уже освоенных рынках;
- 3) выход на новые рынки (самый дорогой путь развития).

Создавая сбалансированный рыночный портфель в начале XXI в. ИКЕА сделала упор на первом и втором пути развития, используя третий путь в редких случаях. Отметим также, что ИКЕА в инвестиционной политике придерживается традиционных методов работы – размещает магазины на собственных земельных участках и в собственных торговых зданиях, считая, что их аренда может существенно снизить будущую рентабельность бизнеса. Право собственности в компании ценится выше, чем право аренды, а земля и недвижимость, по мнению руководства компании, никогда не будут дешеветь.

Успех компании ИКЕА непосредственно связан не только с эффективной бизнес-моделью, сильной корпоративной культурой, вдох-

новляющей миссией и ценностями компании, но и с эффективной стратегией и системой корпоративного управления.

Список литературы

1. *Дальвиг А.* ИКЕА: собери свою мечту. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2012.
2. *Келлер С., Прайс К.* Больше, чем эффективность: как самые успешные компании сохраняют лидерство на рынке. – М. : Альпина Паблишер, 2014. – (Серия «Библиотека Сбербанка»).
3. *Колесников А. В.* Методика количественной оценки миссии организации // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2017. – № 5 (95). – С. 119–125.
4. *Лалу Ф.* Открывая организации будущего. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2017.
5. *Стенебу Ю.* Вся правда об ИКЕА. Что скрывается за успехом мегабренда. – М. : РИПОЛ классик, 2014.

References

1. Dal'vig A. IKEA: soberi svoyu mechtu [IKEA: Collect the Dream]. Moscow, Mann, Ivanov i Ferber, 2012. (In Russ.).
2. Keller S., Prays K. Bol'she, chem effektivnost': kak samye uspeshnye kompanii sokhranyayut liderstvo na rynke [It is More, Than Efficiency: as the Most Successful Companies Keep Leadership in the Market]. Moscow, Al'pina Pablisher, 2014. (Seriya «Biblioteka Sberbanka»). (In Russ.).
3. Kolesnikov A. V. Metodika kolichestvennoy otsenki missii organizatsii [Technique of Quantitative Assessment of a Mission of the Organization] *Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics*, 2017, No. 5 (95), pp. 119–125.
4. Stenebu Yu. Vsyaya pravda ob IKEA. Chto skryvaetsya za uspekhom megabrenda [All Truth about IKEA. What is Behind Success of a Megabrand]. Moscow, RIPOL klassik, 2014. (In Russ.).
5. Lalu F. Otkryvaya organizatsii budushchego [Opening the Organizations of the Future]. Moscow, Mann, Ivanov i Ferber, 2017. (In Russ.).

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ БОЛЬШИХ ДАННЫХ В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Сунь Цинбяо

аспирант кафедры мировой экономики РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», 117997, Москва, Стремянный пер., д. 36.

E-mail: qingbiao@mail.ru

В статье проведен анализ характерных особенностей больших данных, используемых в электронной коммерции. Выявлены преимущества использования больших данных в электронной коммерции в сравнении с традиционной коммерцией. На основе проведенного исследования автором предлагается использовать систему обслуживания электронной коммерции на основе больших данных с помощью площадки электронной коммерции. Создание площадки электронной коммерции поможет компаниям увеличить и объем бизнеса, и прибыль, что приведет к повышению конкурентоспособности и дальнейшему развитию электронной коммерции.

Ключевые слова: большие данные, электронная коммерция, площадка, интернет, торговая информация, управление рисками, прибыль, убытки.

FEATURES OF THE USE OF BIG DATA IN E-COMMERCE

Sun Qingbiao

Post-Graduate student of the Department for World Economy of the PRUE.

Address: Plekhanov Russian University of Economics, 36 Stremyanny Lane, Moscow, 117997, Russian Federation.

E-mail: qingbiao@mail.ru

The article analyzes features of the Big Data used in e-commerce. The advantages of using Big Data in e-commerce in comparison with traditional commerce are revealed. Based on the study, the author proposes to build e-commerce platform era of Big Data. The establishment of the e-commerce platform will help companies to expand business volume and profits, enhance overall competitiveness, it also has a very important role, it will be the future of e-commerce development.

Keywords: Big Data, e-commerce, platform, internet, trading information, risk management, profit, loss.

Технологии больших данных находятся на начальной стадии освоения. Сегодня работа с большими данными используется в различных отраслях для повышения качества принимаемых решений.

Перед тем как начать использовать большие данные, необходимо определить готовность служб конкретных отраслей к работе с технологиями больших данных, а также помочь компаниям оценить свою степень готовности к работе с этими технологиями.

В настоящее время трудно себе представить бизнес без присутствия в Интернете в том или ином виде. Использование больших данных создает возможности для получения конкурентных преимуществ, так как с технической точки зрения они связаны с обработкой огромного объема информации. По данным Worldwide Big Data Technology and Services Forecast (IDC), в 2020 г. во всех странах будет сгенерировано 44 Зеттабайта (в 1 ЗБ содержится около 1 млрд Гб), что более чем в 10 раз превосходит объем информации в цифровом виде, который был создан в 2014 г. – 4,4 ЗБ¹. Например, персонализация с использованием данной технологии в торговле дает полную информацию о клиенте, что позволяет предоставить ему персонализированный сервис на основе данных о его предпочтениях. С помощью больших данных можно получить информацию о персональных данных клиента (адрес, пол, возраст, интересы, кто друзья, какие сайты посещает), также можно определить его коммуникативность (что ищет в интернете, какие отзывы оставляет).

Анализ такой информации помогает понять, что нравится покупателям, готовы ли они еще делать покупки или их необходимо стимулировать с помощью разнообразных бонусов и скидок. У покупателя растет чувство собственной значимости, когда он приобретает товар с помощью больших данных. С использованием больших данных становится возможным проводить качественный прогнозный анализ, а это позволит осуществить все необходимые изменения в торговой политике. Кроме того, большие данные позволяют эмоционально окрашивать воздействие на клиентов, создавая обстановку доверительности с помощью накопленных данных, что приводит в конечном счете к повышению эффективности взаимодействия с пользователями.

К категории «большие данные» относится информация, которую уже невозможно обрабатывать традиционными способами, в том числе структурированные данные, медиа и случайные объекты. Некоторые эксперты считают, что для работы с ними на смену традиционным монолитным системам пришли новые массивно параллельные решения. Большинство экспертов признали, что классические аналитические инструменты в целом и в электронной коммерции в частности имеют дело

¹ URL: <http://www.computerweekly.com/news/2240217788/Data-set-to-grow-10-fold-by-2020-as-internet-of-things-takes-off>.

со структурированной информацией и с гораздо меньшими объемами информации [1. – С. 18].

Благодаря инструментам больших данных теперь возможно предложить пользователю именно ту полезную информацию, которая была отобрана специально для него на основе данных о предыдущих заказах, поисковых запросах, лайках в социальных сетях и т. д.

Большие данные в сфере электронной коммерции главным образом находят применение на площадке электронной коммерции (ПЭК). ПЭК располагает данными об информационном обмене, финансовых потоках, сделках, логистике и сведениями о развитии участников площадки. На основании этих данных собираются производственные данные, использование которых помогает предприятию развиваться и расти.

Применение традиционного механизма подбора поставщиков подразумевает крайнюю осмотрительность, сложность исполнения и большие затраты. Если хотя бы в одном из звеньев процесса подбора будет допущена ошибка, это может привести к большим экономическим потерям компании. Вначале на основе открытой информации из источников собираются конкретные данные большого количества поставщиков. Это опубликованные данные самими поставщиками о том, в чем они испытывают потребность, их презентации и реклама в СМИ, сведения с выставок и т. д.

Далее, на основе информации поставщиков об их уставном капитале, акционерах, месте производства, оборудовании, сотрудниках, главной продукции и ценах на нее, главных клиентах, производственных мощностях и т. д. покупателем производится первичное отсеивание, после чего выбираются наиболее подходящие варианты. На следующем этапе покупатель проверяет поставщика на месте, исследуются его технологические способности, устойчивость и надежность, а также общая конкурентоспособность.

Для того чтобы с наибольшей эффективностью найти себе поставщика, удовлетворяющего предъявляемым к нему требованиям, в особенности если речь идет о нестандартных, индивидуальных заказах, использование больших данных становится незаменимым инструментом. В настоящее время многие предприятия занимаются импортно-экспортными торговыми операциями через площадку B2B, поэтому ПЭК накоплено много информации по поставщикам, также имеется статистика международной торговли. Используя эти массивы данных, можно провести анализ и определить, у кого из поставщиков наиболее стабильные экспортные объемы, кто в торговых операциях показывает себя наилучшим образом, что в свою очередь будет свидетельствовать о высокой кредитоспособности компании и стабильно хорошем качестве ее продукции. Именно перечень таких поставщиков площадка выведет в результатах поиска в первую очередь. Если же за поставщиком тянется

шлейф из проблемных сделок, претензий со стороны клиентов, судебных разбирательств и т. д., рейтинг таких компаний будет снижен, а перечень таких организаций может попасть в черный список [2. – С. 78]. Соответственно, сделки заключаются только после анализа больших данных площадки электронной коммерции.

С того момента, как появилась международная торговля, вопрос доверия стал одним из самых важных. В традиционной международной торговле процесс налаживания взаимодоверия между ее участниками очень трудоемкий. Для этого отсылаются образцы продукции, проводится ее тестирование, ведутся переговоры по условиям оплаты, инспектируются заводы, направляются подтверждающие отчеты и сертификаты и т. д. Поэтому участники этого процесса используют такой механизм, как аккредитив, в основе которого лежит принцип того, что банки для проведения международных торговых операций между участниками сделки выступают в качестве гаранта на определенных условиях. Аккредитив на протяжении долгого времени решает вопросы надежности оплаты поставки, но в самой практике такой торговли выявились сложные моменты, связанные с использованием самого аккредитива. Например, большая комиссия, ориентированность главным образом на международную торговлю, использование бумажных документов и др. Поэтому малый бизнес едва ли может прибегать к такой форме взаиморасчетов.

Благодаря обработке больших массивов международной торговой информации в отношении средних и малых предприятий ПЭК создает модели управления рисками, на основе данных управления этими рисками предприятий выставляются соответствующие лимиты доверия. За счет авторитета бренда и влияния ПЭК, чтобы дать предприятию гарантию и заверить участников сделки, ПЭК выступает ее гарантом в допустимых лимитах. Так, при нарушении условий договора ПЭК сначала сама компенсирует связанные с этим убытки. Таким инновационным способом с использованием больших данных практически решается вопрос недостатка доверия между участниками B2B онлайн-сделок.

Традиционно малые и средние предприятия испытывают большие трудности с финансированием, так как их иммунитет к экономическим рискам очень слаб. Малые предприятия не могут контролировать ситуацию со своей кредитоспособностью и финансовой обеспеченностью, поэтому сначала необходимо детально изучить таких контрагентов. Однако этот процесс отличается малой эффективностью, более того, эта работа обычно проводится одним лицом на базе личного опыта данного аналитика, а это приведет к недостаточной объективности выводов такого исследования. В результате банки неохотно дают кредит предприятиям, у которых нет адекватного залога, которым можно было

бы возместить убытки в случае наступления форс-мажорных обстоятельств.

Площадка электронной коммерции гарантирует достаточно точный учет данных по международным закупкам, таможенной статистике, данных взаиморасчетов, благодаря чему в конечном итоге имеется полная картина о движении активов компании. Следует отметить, что ПЭК, используя большие данные, лучше разбирается в перспективах изучаемой компании, чем сама компания. Например, если у «Алибабы» есть партнерство с банком, то средней или малой компании с хорошим показателем доверия может быть предоставлен беззалоговый кредит. И при экспорте товара с использованием ПЭК на 1 доллар можно получить кредитный лимит на 1 юань [3. – С. 53].

Чем больше компания экспортирует через площадку, тем большим становится ее рейтинг доверия в системе. Цель ПЭК – накопить как можно больше международной торговой информации и за счет этих данных точно определить тенденцию развития малых и средних предприятий, направление движения их капитала, тем самым гарантировать контроль над рисками выдаваемых кредитов, а в конечном итоге – повысить способность аккумулировать прибыль от использования подхода больших данных. К февралю 2013 г. «Алибаба» предоставил кредит более чем 700 000 малым и средним предприятиям, при этом величина безвозвратного долга составила только 0,9% [4. – С. 53].

В традиционной торговле поставщики часто выбирают модель OEM (оригинальный производитель оборудования), когда товар, предоставленный клиентом в качестве образца, копируется с целью дальнейшего производства и экспорта по конкурентной цене. В этом случае на долю поставщика в производственной цепи приходится наименьшее количество прибыли, поэтому большинство поставщиков для извлечения большей прибыли в этих условиях увеличивают масштабы производства, широко задействуют рабочую силу и таким экстенсивным развитием пытаются максимально снизить себестоимость производимого товара. Когда используется модель OEM, многие экспортно ориентированные предприятия едва ли выходят на конечных потребителей, в связи с чем их производство долгое время не модернизируется, продукция не обновляется, в конечном итоге жизнеспособность таких поставщиков находится на крайне низком уровне, и даже при небольших колебаниях рыночной конъюнктуры они разоряются.

С появлением больших данных поставщик может договариваться с зарубежными конечными потребителями напрямую через ПЭК. Через площадку B2C поставщик может общаться с покупателями и решать производственные вопросы, касающиеся новой продукции, выявлять индивидуальные запросы клиентов, что повышает общий уровень удовлетворенности от такого сотрудничества. Кроме того, поставщик за счет

наращивания добавленной стоимости при производстве брендовых товаров может получать сверхприбыль. Наглядно такая динамика прослеживается в условиях экономических кризисов, когда только негромоздкая, высокоэффективная, отточенная модель взаимодействия с низкими затратами по ее использованию, может стать основой дальнейшего успешного развития предприятия.

Обслуживать клиентов, основываясь на их личных предпочтениях, сегодня можно только с помощью больших данных. Крупные корпорации нанимают целые команды разработчиков, которые изучают их бизнес и создают уникальные предложения. Представители малого и среднего бизнеса используют более общие готовые решения. Но у всех цель одна — обеспечить клиента всем необходимым, помогая тем самым электронной коммерции развиваться, расти и процветать.

Список литературы

1. 陈云海. 大数据处理对电子商务的影响研究 / 北京, 电信科学. — 2013. — N 3. — С. 17–21.
2. 降雪辉. 大数据时代电子商务的信息化发展创新 / 商业经济研究. — 2015. — N 7. — С. 78–79.
3. 朱秋城. 跨境电商3.0时代 / 中国海关出版社, 2016.
4. 崔婧. 阿里“玩”大数据 / 中国经济和信息化. — 2013. — N 8. — С. 34–41.

References

1. 陈云海. 大数据处理对电子商务的影响研究 / 北京, 电信科学, 2013, No. 3, pp. 17–21.
2. 降雪辉. 大数据时代电子商务的信息化发展创新 / 商业经济研究, 2015, No. 7, pp. 78–79.
3. 朱秋城. 跨境电商3.0时代 / 中国海关出版社, 2016.
4. 崔婧. 阿里“玩”大数据 / 中国经济和信息化, 2013, No. 8, pp. 34–41.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОВЕРКА
ПО ВОПРОСАМ ТАМОЖЕННОЙ
СТОИМОСТИ: ПРАКТИКА
ПРОВЕДЕНИЯ, ПРОБЛЕМЫ
И ВОЗМОЖНЫЕ ПУТИ РЕШЕНИЯ**

Агапова Анна Вячеславовна

кандидат экономических наук, доцент кафедры финансовой стратегии
Университета ИТМО.

Адрес: Санкт-Петербургский национальный исследовательский уни-
верситет информационных технологий, механики и оптики, 197101,
Санкт-Петербург, Кронверкский пр., д. 49.

E-mail: av_agarova@rambler.ru

Щелкунова Елена Владимировна

кандидат сельскохозяйственных наук, доцент, доцент кафедры ин-
формационных технологий и таможенного дела Великолукской ГСХА.
Адрес: ФГБОУ ВО «Великолукская государственная сельскохозяйст-
венная академия», 182112, Псковская область, г. Великие Луки, про-
спект Ленина, д. 2.

E-mail td@vgasa.ru,

Практика рассмотрения споров, связанных с решением о корректировке таможенной стоимости товаров, остается наиболее распространенной и актуальной для таможенных органов России на протяжении последних нескольких лет. В статье проанализирован порядок проведения таможенного контроля таможенной стоимости на этапе дополнительной проверки. Приведен практический пример выявления признаков недостоверности заявленной таможенной стоимости товаров и принятия решения о назначении дополнительной проверки. Установлены особенности проведения дополнительной проверки по вопросам таможенной стоимости. Выявлены проблемы правового и практического характера, возникающие при проведении дополнительной проверки по вопросам таможенной стоимости: невозможность полно исследовать все обстоятельства сделки при назначении дополнительной проверки при предварительном декларировании, несоответствие требований, установленных порядком проведения дополнительной проверки и требований постановления Пленума Верховного суда, а также длительные сроки получения ответов на международные запросы. В статье сформулированы рекомендации и предложения по их устранению.

Ключевые слова: таможенная стоимость, контроль таможенной стоимо-
сти, таможенные платежи.

ADDITIONAL VERIFICATION PHASE OF CUSTOMS VALUE CONTROL: PRACTICE OF REALIZATION, PROBLEMS AND POSSIBLE WAYS OF RESOLUTION

Agapova, Anna V.

Associate Professor of Financial Strategy Department of ITMO University.
Address: Saint Petersburg National Research University of Information
Technologies, Mechanics and Optics, 49 Kronverksky Pr., St. Petersburg,
197101, Russian Federation.
E-mail: av_agapova@rambler.ru

Shchelkunova, Elena V.

Associate Professor of Information Technology and Customs Law
Department of Velikolukskaya GSHA.
Address: Velikolukskaya GSHA, 2 prospekt Lenina, Pskov Region, Velikie
Luki, 182112, Russian Federation.
E-mail: td@vgsa.ru,

The practice of court dispute examination of customs value adjustment decisions is still one of the most widespread and relevant for the Russian Federal Customs Service for the last years. The order of customs value control during the additional verification phase is analyzed in the article. The practical example of revealing the indication of the inaccuracy of customs value and making the decision of setting the additional verification phase of customs value control is given in the article. The particulars of realizing of setting the additional verification phase of customs value control are established in the article. The law problems and practical problems arising during the additional customs value control verification are discovered in the research paper. Those problems are: impossibility of full research of the transaction circumstances in case of setting the additional verification phase of customs value control; inconsistency between the demands in the procedure of the additional verification phase of customs value control and the demands of the Decision of the Supreme Court's Plenum; as well as the long terms of getting the answers on international request information. The guidelines for solving them are formulated in the research paper.

Keywords: customs valuation, customs value control, customs duties.

Вопросы определения таможенной стоимости, а также обоснованности проводимых корректировок таможенной стоимости товаров и в настоящее время остаются одними из наиболее актуальных в сфере таможенного дела. Проблема заключается в том, что от величины таможенной стоимости товаров зависит сумма подлежащих уплате таможенных пошлин (в случае адвалорной ставки), налогов.

Так, практика рассмотрения споров, связанных с обжалованием действий или бездействий таможенных органов в части декларирования и контроля таможенной стоимости, продолжает оставаться наиболее распространенной и актуальной для таможенных органов Российской Федерации на протяжении нескольких лет.

Известно, что по результатам контроля таможенной стоимости принимается одно из двух окончательных решений: либо о принятии таможенной стоимости, либо о ее корректировке. Если окончательное решение по таможенной стоимости принять невозможно, принимается решение о назначении дополнительной проверки.

Рассмотрим, какие убытки несут участники ВЭД в случае, если таможенный орган назначает дополнительную проверку. Как правило, дополнительная проверка может быть сопряжена со следующими расходами участника ВЭД в связи с дополнительными мерами по минимизации рисков, помимо запроса документов и сведений в рамках дополнительной проверки:

1) необходимость внесения суммы обеспечения уплаты таможенных платежей (в некоторых случаях размер обеспечения может быть довольно большим);

2) невозможность реализовать товар клиенту (срыв деловой сделки) или невозможность запустить товар в производственный процесс (простой) в рамках логистической концепции «точно в срок». Пожалуй, этот пункт несет за собой самые большие убытки участника ВЭД;

3) расходы, связанные с судебным процессом, к которым относятся государственная пошлина, выплаты экспертам, специалистам, адвокатам и др. Это возможно в случае обжалования участником ВЭД действий (бездействий) таможенных органов в судебном порядке.

В целях дальнейшего исследования необходимо рассмотреть, какие обстоятельства могут служить поводом для проведения дополнительной проверки и порядок ее проведения.

Технология проведения дополнительной проверки по вопросам таможенной стоимости

Необходимость проведения дополнительной проверки по вопросам таможенной стоимости таможенными органами возникает при «выявлении ими обстоятельств, указывающих на признаки недоосто-

верности или неподтвержденности заявленных сведений о таможенной стоимости»¹.

Рассмотрим, наличие каких обстоятельств может говорить о признаках недостоверности заявленных сведений о таможенной стоимости (рис. 1²).

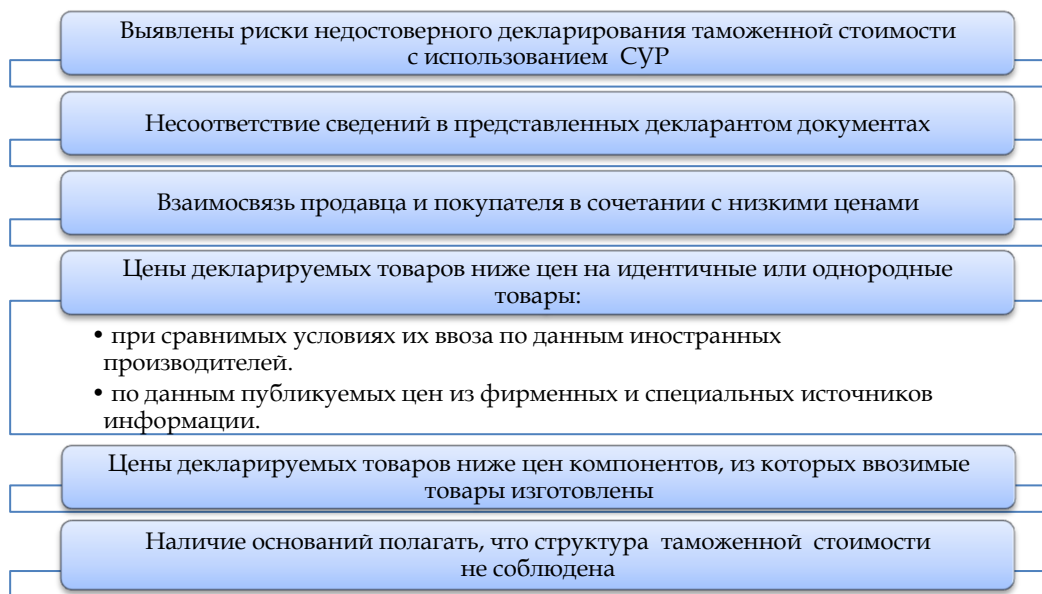


Рис. 1. Обстоятельства, являющиеся признаками недостоверности заявленных сведений о таможенной стоимости

Из рисунка следует, что признаком недостоверности заявленных сведений о таможенной стоимости товаров в большинстве случаев является выявление таможенным органом более низких цен декларируемых товаров в сравнении с имеющейся в таможенном органе ценовой информацией, в том числе с использованием системы управления рисками (СУР).

В рамках СУР таможенными органами разработаны профили рисков по таможенной стоимости, являющиеся инструментом оперативной оценки риска. Проанализировав основания для назначения дополнительной проверки, можно сделать вывод о том, что индикатор риска возможного заявления недостоверных сведений о таможенной стоимости в большинстве случаев – ценовой показатель «индекс таможенной стоимости» (ИТС), определяемый на основе информации из

¹ Таможенный кодекс Таможенного союза. – М. : Проспект, 2015. – Ст. 69.

² Составлен на основании Решения Комиссии Таможенного союза от 20 сентября 2010 г. № 376 «О порядках декларирования, контроля и корректировки таможенной стоимости товаров». – URL:http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_105055/

базы данных ДТ ФТС России, данных статистики, официальных справочно-ценовых изданий, сведений, предоставляемых импортерами, производителями, таможенными службами иностранных государств и т. д. «Отличие цены декларируемого товара от ценового показателя товара, имеющегося в таможенных органах при сопоставимых условиях, говорит о вероятном занижении таможенной стоимости, зависимости цены от каких-либо условий или обязательств, влияние которых на цену не может быть количественно определено» [2. – С. 65].

Величина ИТС рассчитывается как отношение статистической стоимости товара к количеству товара в физическом выражении (вес брутто, шт.). Следовательно, ИТС выражается в долл./кг или в долл./шт. Показатель ИТС автоматически рассчитывается в декларации на товары после заполнения 35 и 46 граф декларации на товары (ДТ).

В ходе проверки декларации на товары в рамках СУР может быть выявлено отклонение заявленной таможенной стоимости от ценовой информации, имеющейся у таможенного органа, что является признаком недостоверности заявленных сведений о таможенной стоимости. Такое отклонение выявлено следующим образом.

В соответствии с контрактом, заключенным российской фирмой-импортером «А» с компанией «С», номенклатура товара, соответствующие чертежи, его количество, цена и условия поставки указываются в спецификациях, подписанных обеими сторонами и прилагаемых к каждой поставке, которые являются неотъемлемой частью контракта.

Исходя из дополнительного соглашения к контракту утверждена партия товаров, имеющих один артикул и одну марку по цене от 15 евро/шт. до 200 евро/шт. В соответствии с инвойсом поставлены товары с артикулом и маркой, отличающимися от указанных в дополнительном соглашении по ценам от 30 до 350 евро/шт. Также представлены чертежи на модели товаров, но без указания сведений о лице, производившем проектирование и чертежи.

Из этого следует, что данные инвойса не соответствуют дополнительному соглашению, а в имеющихся чертежах на модели товаров отсутствуют информация о лице, осуществившем проектирование и чертежи (страна), а также стоимость произведенных работ, что указывает на признаки недостоверности заявленной таможенной стоимости товаров. В этом случае компании «А» назначается дополнительная проверка, в ходе которой таможенным органом запрашиваются дополнительные документы и сведения в целях подтверждения заявленной компанией таможенной стоимости. Однако часто возникают случаи, когда по одному и тому же внешнеторговому контракту ввозится товар, выявляются основания для проведения дополнительной проверки, которая должна быть назначена в обязательном порядке в соответствии с законодательством. По ее результатам принимается решение о при-

нятии таможенной стоимости товаров. Затем ввозится новая партия по этому же контракту, и опять должна быть назначена дополнительная проверка со всеми вытекающими запросами.

В целях упрощения процесса декларирования товаров, характеристики которых не изменяются при каждой поставке, 3 ноября 2015 г. Решением комиссии Таможенного союза были введены изменения, в соответствии с которыми количество проводимых дополнительных проверок по таможенной стоимости может быть ограничено при одновременном соблюдении 6 условий, указанных в законодательстве¹. Другими словами, если по результатам дополнительной проверки принимается решение о принятии таможенной стоимости товаров, то на следующие партии товаров по этому же контракту ее назначать не нужно.

К таким условиям относятся:

1) «декларируемые товары и ранее ввезенные товары идентичны, ввезены в рамках одного внешнеэкономического договора при неизменных условиях сделки (в том числе в отношении цены товаров и условий поставки)»;

2) «при проведении контроля таможенной стоимости до выпуска декларируемых товаров выявлены те же признаки недостоверности, что и при проведении таможенного контроля таможенной стоимости идентичных им товаров»;

3) «в отношении ранее ввезенных товаров, идентичных декларируемым товарам:

– таможенная стоимость заявлена по методу определения таможенной стоимости товаров по стоимости сделки с ввозимыми товарами (метод 1);

– проводилась дополнительная проверка, по результатам которой заявленная таможенная стоимость была принята таможенным органом»;

4) «декларация на товары в отношении декларируемых товаров подана в тот же таможенный орган, что и декларация на товары в отношении ранее ввезенных товаров, идентичных декларируемым товарам»;

5) «в декларации на товары в отношении декларируемых товаров заявлен регистрационный номер соответствующей декларации на товары в отношении ранее ввезенных товаров, идентичных декларируемым товарам»;

¹ Решение Комиссии Таможенного союза от 20 сентября 2010 г. № 376 «О порядках декларирования, контроля и корректировки таможенной стоимости товаров». – П. 11.1. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_105055/

6) «срок с даты принятия по результатам дополнительной проверки решения о принятии таможенной стоимости ранее ввезенных товаров не превышает 180 дней»¹.

При получении решения о назначении дополнительной проверки срок предоставления декларантом дополнительных документов, сведений и пояснений составляет 60 календарных дней².

После представления декларантом дополнительных документов, сведений и пояснений должностное лицо таможенного органа не позднее чем через 30 календарных дней со дня, следующего за днем сообщения декларантом таких сведений, принимает решение о принятии таможенной стоимости либо о ее корректировке. Такой срок необходим для анализа таможенным органом представленных документов а также документов, полученных самостоятельно.

Если декларант *не представил* запрашиваемые документы, сведения и пояснения, то «принимается решение о корректировке таможенной стоимости товаров не позднее 3 рабочих дней со дня, следующего за днем истечения срока представления таких сведений»³.

В таком случае должностное лицо таможенного органа рассчитывает скорректированную таможенную стоимость товаров, а также заполняет форму корректировки декларации на товары (КДТ), декларации таможенной стоимости (ДТС) и данные экземпляры КДТ и ДТС направляет декларанту в срок, установленный Решением Коллегии ЕЭК от 10 декабря 2013 г. № 289⁴.

Порядок такого направления следующий:

Декларант на основании сведений, указанных таможенным органом в решении о корректировке, в срок, не превышающий 10 рабочих дней со дня получения декларантом решения, представляет в таможенный орган КДТ и ДТС.

Далее должностное лицо проверяет правильность заполнения КДТ, ДТС. В случае если КДТ, ДТС заполнены верно, должностное лицо в срок, не превышающий 5 рабочих дней со дня, следующего за днем представления в таможенный орган КДТ, регистрирует КДТ и производит соответствующие записи (о принятии таможенной стоимости) в ДТ, КДТ, ДТС.

¹ Решение Комиссии Таможенного союза от 20 сентября 2010 г. № 376 «О порядках декларирования, контроля и корректировки таможенной стоимости товаров». – П. 11.1. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_105055/

² Там же. – П. 14.

³ Там же. – П. 21.

⁴ Решение Коллегии Евразийской экономической комиссии от 10 декабря 2013 г. № 289 «О внесении изменений и (или) дополнений в сведения, указанные в декларации на товары, и признании утратившими силу некоторых решений Комиссии Таможенного союза и Коллегии Евразийской экономической комиссии». – П. 23–25. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_105055/

Эти же документы (КДТ, ДТС) заполняются должностным лицом в случаях если:

- 1) в таможенный орган не была представлена КДТ, ДТС;
- 2) представленные КДТ и (или) ДТС заполнены ненадлежащим образом.

В таком случае должностное лицо направляет декларанту соответствующие экземпляры КДТ, ДТС:

- 1) в срок, не превышающий 15 рабочих дней со дня поступления в таможенный орган почтового отправления с отметкой о невручении адресату решения (непредставление);
- 2) по истечении 10 рабочих дней со дня получения декларантом решения (заполнение ненадлежащим образом).

С учетом вышеперечисленных сведений, а также в соответствии с Порядком проведения дополнительной проверки, утвержденным Решением Комиссии Таможенного союза от 20 сентября 2010 г. № 376, был разработан алгоритм проведения дополнительной проверки, приведенный на рис. 2.

Таким образом, при проведении дополнительной проверки у декларанта запрашиваются дополнительные документы и сведения, определяемые должностным лицом с учетом обнаруженных признаков недостоверности задекларированных сведений о таможенной стоимости товаров, а также с учетом особенностей условий внешнеэкономической сделки, физических свойств, репутации на рынке и качества ввозимых товаров.

Исходя из этого при истребовании инспектором дополнительных документов и сведений у декларанта необходимо соблюдение следующих условий:

- принятое решение о проведении дополнительной проверки должно быть мотивированным, так как затрагиваются права и законные интересы декларанта, а также удлиняется продолжительность совершения таможенных операций;
- декларанту должно быть сообщено, на чем основывается вывод о возможной недостоверности заявленных сведений о таможенной стоимости, а именно, какие конкретные факторы расцениваются таможенным органом как обстоятельства, рассматривающиеся как признаки недостоверности заявленных сведений о таможенной стоимости;
- должен быть определен конкретный перечень запрашиваемых документов и сведений, который должен соотноситься с необходимостью подтверждения тех или иных сведений;
- недопустимо произвольное истребование сведений не имеющих значения для выяснения обстоятельств рассматриваемой сделки.

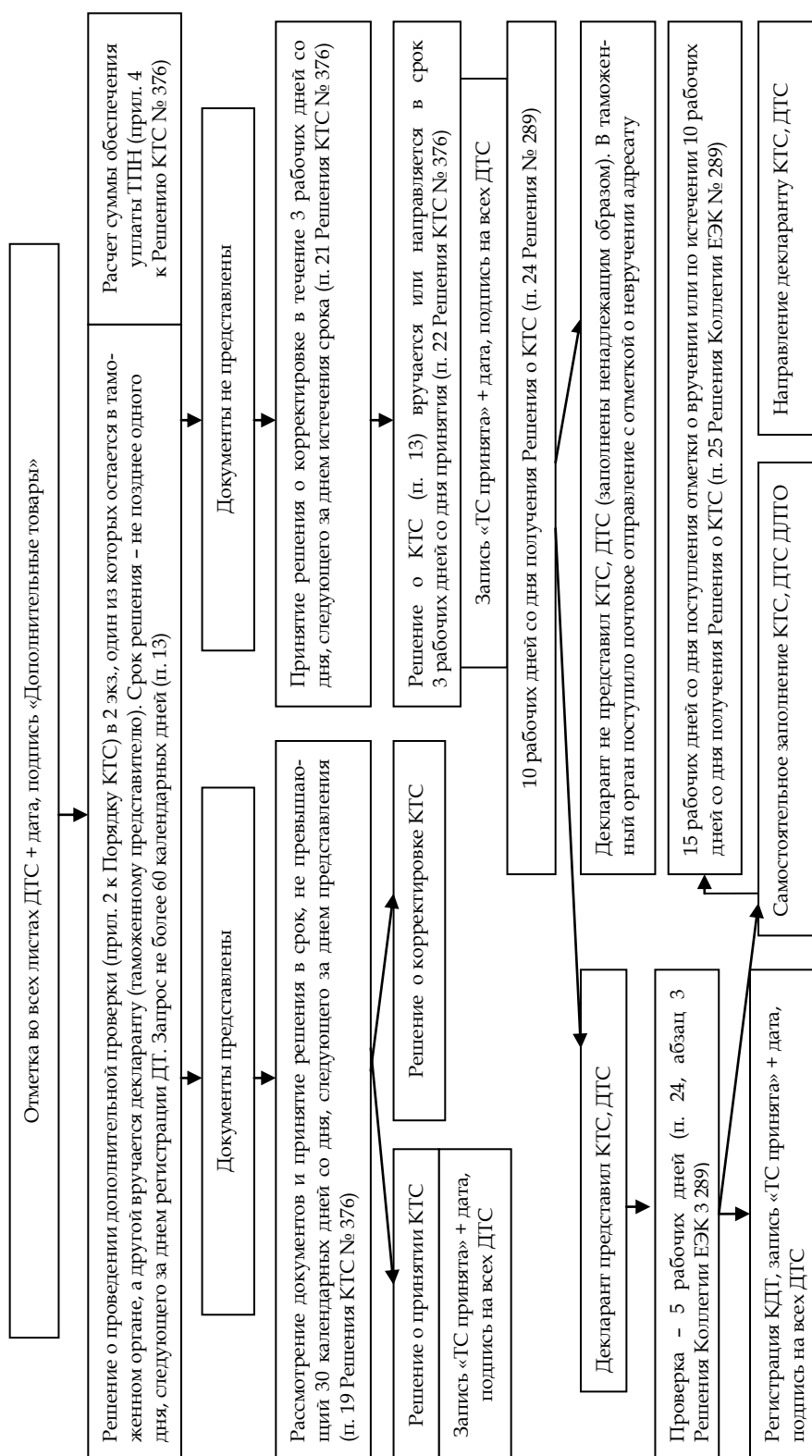


Рис. 2. Алгоритм проведения дополнительной проверки по вопросам таможенной стоимости

Следует отметить, что если таможенный орган во время проведения такой проверки в качестве подтверждения заявленной таможенной стоимости товара требует экспортную декларацию отправителя, а у получателя она отсутствует, то таможенный орган вправе осуществить международный запрос в рамках проведения таможенного контроля в порядке, установленном Приказом ФТС России от 9 декабря 2011 г. № 2490 «Об утверждении Инструкции о порядке подготовки и исполнения международных запросов, не относящихся к делам об административных правонарушениях и не связанных с проведением оперативных проверок». Согласно пункту 9 данного Приказа, «структурные подразделения ФТС России, РТУ, ТНП при необходимости направления международного запроса <...> обращаются в УТС, представляя обращение по образцу». Такое обращение занимает время, как и срок предоставления самого ответа на международный запрос.

При расчете суммы обеспечения уплаты ТПН необходимо учитывать положения пункта 5 статьи 85 ТК ТС о том, что «если сумма подлежащих уплате таможенных пошлин, налогов и процентов не превышает сумму, эквивалентную 500 (пятистам) евро по курсу валют <...>, действующему на день регистрации таможенной декларации», то обеспечение уплаты ТПН не предоставляется. Также следует учитывать, что в соответствии с пунктом 2 статьи 88 ТК ТС, при расчете суммы обеспечения таможенных пошлин, налогов на основании имеющихся в наличии сведений у таможенного органа «должна использоваться информация, имеющая максимально возможный сопоставимый вид с условиями анализируемой сделки». Например, если инспектор за основу расчета суммы обеспечения уплаты ТПН по ТД принимает стоимость товаров, ввезенных по другой ранее выпущенной ТД, то параметры, указанные при выборе ценовой информации, такие как описание, размер, количество и условия поставки товара, наименование его производителя, страна происхождения и т. д., должны совпадать с параметрами декларируемого товара.

Применение информации, максимально сопоставимой с условиями анализируемой сделки, позволит избежать необоснованного завышения размера обеспечения уплаты таможенных платежей и не повлечет нарушения законных прав и интересов декларанта.

Проблемы, возникающие при проведении таможенными органами дополнительной проверки по вопросам таможенной стоимости

В процессе исследования были выявлены следующие проблемы, возникающие при проведении дополнительной проверки в рамках контроля таможенной стоимости.

1. Проведение дополнительной проверки при применении предварительного декларирования. До предъявления товаров таможенному органу решение о назначении дополнительной проверки может быть принято формально, без учета условий и обстоятельств рассматриваемой сделки, физических характеристик, количества товаров, основываясь на недостаточных и, возможно, недостоверных сведениях о товаре.

В соответствии с действующим законодательством, решение о проведении дополнительной проверки назначается в срок не позднее одного рабочего дня, следующего за днем регистрации декларации на товары, в том числе предварительной¹. При таком предварительном декларировании допускается заявление декларантом неполных сведений о товаре² (стоимостных, количественных или весовых показателей).

Каким же образом таможенный орган может вынести решение о проведении дополнительной проверки с учетом всех обстоятельств сделки?

Таможенная стоимость товаров определяется, если товары фактически пересекли таможенную границу³; при предварительном же декларировании товары ввозятся позже декларирования. Таким образом, принятие решения о проведении дополнительной проверки в отношении товаров, которые не пересекли таможенную границу, противоречит положению об определении таможенной стоимости после фактического пересечения товарами таможенной границы.

Предлагается принимать решение о проведении дополнительной проверки в отношении товаров в случае предварительного декларирования в срок не позднее 1 рабочего дня, следующего за днем предъявления товаров таможенному органу, а не дня регистрации декларации.

2. Пунктом 15 раздела III Решения КТС № 376 установлено, что декларант обязан предоставить документы и сведения, истребованные таможенным органом в рамках проведения дополнительной проверки по вопросам таможенной стоимости товаров одним комплектом. При этом пунктом 19 Решения КТС № 376 также установлено, что такие документы и сведения должны быть проанализированы таможенным органом, и в отношении ТС товаров должно быть принято окончательное решение не позднее 30 календарных дней после их представления декларантом.

Проблема заключается в том, что пунктом 8 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации № 18 установлено, что «в соответствии со статьей 69 Таможенного кодекса Таможенного союза

¹ Решение Комиссии Таможенного союза от 20 сентября 2010 г. № 376 «О порядках декларирования, контроля и корректировки таможенной стоимости товаров». – П. 13. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_105055/

² Таможенный кодекс Таможенного союза. – Ст. 193. – П. 3.

³ Там же. – Ст. 64. – П. 2.

таможенный орган должен предоставить декларанту реальную возможность устранения возникших сомнений в достоверности заявленной им таможенной стоимости», в том числе в процессе проведения дополнительной проверки. Таможенный орган должен известить его об основаниях, по которым представленные при проведении дополнительной проверки документы и сведения о товаре не устраняют имеющиеся сомнения в достоверности заявленной таможенной стоимости. При этом абзацем 4 пункта 8 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации № 18 установлено, что «срок принятия таможенным органом решения по результатам дополнительной проверки не может считаться нарушенным, если соответствующее решение принято в течение тридцати календарных дней после представления декларантом возражений или пояснений».

Таким образом, было выявлено несоответствие требований, установленных порядком проведения дополнительной проверки решения КТС № 376 и требований Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации № 18 в части представления одного или нескольких комплектов документов и сроков их рассмотрения (если после представления дополнительного комплекта документов продлить проведение дополнительной проверки еще на 30 дней, нарушится общий срок ее проведения).

3. Таможенные органы имеют возможность запрашивать сведения о цене товаров у иностранных государственных органов (в том числе таможенных органов) и экспортеров товаров в рамках международных договоров Российской Федерации с другими странами путем направления запроса через ФТС России. Ответ может быть предоставлен спустя несколько месяцев, когда будет вынесено окончательное решение по таможенной стоимости товаров и сроки дополнительной проверки истекнут, в таких случаях ценовая информация может быть использована для целей контроля ТС после выпуска товаров. Экспортеры же товаров могут вообще не предоставить никаких сведений, так как не имеют таких обязательств перед таможенными органами иностранного государства.

Устранение вышеперечисленных проблем поможет повысить эффективность контроля таможенной стоимости в части проведения дополнительной проверки и является направлением развития таможенного контроля в части таможенной стоимости.

Участники ВЭД смогут защитить свои законные права и избежать незаконных с точки зрения нормативно-правовых документов доначислений таможенных платежей, внимательно изучив данные проблемы.

Список литературы

1. Агамагомедова С. Контроль таможенной стоимости в современной системе таможенного контроля: административно-правовой аспект // *Хозяйство и право*. – 2017. – № 6 (485). – С. 82–87.
2. Агапова А. В. Проблемные вопросы контроля таможенной стоимости ввозимых товаров на современном этапе // *Право и экономика*. – 2012. – № 5. – С. 64–68.
3. Габдуллина А. А. Декларирование и контроль таможенной стоимости товаров, ввозимых на таможенную территорию Таможенного союза // *Основные аспекты совершенствования таможенного дела: материалы круглого стола* / под ред Н. Т. Насретдинова. – М. : Русайнс, 2017. – С. 19–21.
4. Колесник Ю. В., Никитин Б. Г. К вопросу о законности решений, действий должностных лиц таможенных органов по контролю таможенной стоимости товаров // *Академический вестник Ростовского филиала Российской таможенной академии*. – 2017. – № 1. – С. 95–99.

References

1. Agamagomedova S. Kontrol' tamozhennoy stoimosti v sovremen-noy sisteme tamozhennogo kontrolya: administrativno-pravovoy aspekt [Controlling Customs Value of Imported Goods: Modern Problems] *Khozyaystvo i pravo*, 2017, No. 6 (485), pp. 82–87. (In Russ.).
2. Agapova A. V. Problemnye voprosy kontrolya tamozhennoy stoimosti vvozimyykh tovarov na sovremennom etape [Controlling Customs Value of Imported Goods: Modern Problems] *Pravo i ekonomika*, 2012, No. 5, pp. 64–68. (In Russ.).
3. Gabdullina A. A. Deklarirovanie i kontrol' tamozhennoy stoimosti tovarov, vvozimyykh na tamozhennuyu territoriyu Tamozhennogo soyuza [Declaring and Customs Value Control of Goods Imported to the Customs Union Customs Territory] *Osnovnye aspekty sovershenstvovaniya tamozhennogo dela: materialy kruglogo stola* [Main Aspects of Customs Law Improving: Proeed of Round-Table Discussion]. Adited by N. T. Nasretdinova. Moscow, Rusayns, 2017, pp. 19–21. (In Russ.).
4. Kolesnik Yu. V., Nikitin B. G. K voprosu o zakonnosti resheniy, deystviy dolzhnostnykh lits tamozhennykh organov po kontrolyu tamozhennoy stoimosti tovarov [To the Question of Legality of Decisions, Actions of the Customs Officials of the Customs Authorities Concerning Control of the Customs Value of the Goods], *Akademicheskiiy vestnik Rostovskogo filiala Rossiyskoy tamozhennoy akademii*, 2017, No. 1, pp. 95–99. (In Russ.).

**КЛАСТЕРНЫЙ АНАЛИЗ
ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ
И ОРГАНИЗАЦИОННО-
СТРУКТУРНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ
ЧЕШСКОЙ РЕСПУБЛИКИ**

Бобков Александр Леонидович

кандидат технических наук, доцент кафедры экономики промышленности РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», 117997, Москва, Стремянный пер., д. 36.

E-mail: a.l.bobkov@gmail.com

Денисов Игорь Владимирович

доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой теории менеджмента и бизнес-технологий РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», 117997, Москва, Стремянный пер., д. 36.

E-mail: idennis@rambler.ru

Кучмаева Оксана Викторовна

доктор экономических наук, профессор кафедры статистики РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», 117997, Москва, Стремянный пер., д. 36.

E-mail: kuchmaeva@yandex.ru

В статье рассматриваются результаты исследования образовательных организаций Чешской Республики с позиции выявления закономерностей изменения их организационных структур. Гипотеза авторов заключается в том, что в процессе своего развития организация, изменяя свою структуру с последовательной на параллельную (сетевую), качественно изменяется, но при этом на каждом новом уровне развития сохраняет свои определяющие свойства. Анализ проводился по данным образовательных организаций Чешской Республики. Такой выбор был обусловлен схожестью процессов функционирования образовательных организаций Чешской Республики и Российской Федерации. Данные для исследования были получены из базы данных Albertina Gold Edition of Bisnode Česká republika, a.s. Для разбиения исходного набора данных на группы использовался кластерный анализ, проводимый в программе IBM SPSS Statistics. В целом полученные результаты кла-

стерного анализа подтвердили выдвинутую гипотезу о закономерности развития образовательных организаций. Однако данное исследование должно рассматриваться лишь в качестве первого шага. Более убедительное доказательство чередования последовательных и параллельных организационных структур требует дальнейшего глубокого изучения организационных структур конкретных организаций.

Ключевые слова: организационные структуры, организационное развитие, образовательные организации, кластерный анализ.

CLUSTER ANALYSIS OF FINANCIAL AND ECONOMIC AND ORGANIZATIONAL AND STRUCTURAL INDICATORS OF THE EDUCATIONAL ORGANIZATIONS OF THE CZECH REPUBLIC

Bobkov, Alexander L.

PhD, Assistant Professor of the Department of Industrial Economics of the PRUE.

Adress: Plekhanov Russian University of Economics, 36 Stremyanny Lane, Moscow, 117997, Russian Federation.

Denisov, Igor V.

Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of the Theory of Management and Business Technologies of the PRUE.

Adress: Plekhanov Russian University of Economics, 36 Stremyanny Lane, Moscow, 117997, Russian Federation.

E-mail: idennis@rambler.ru

Kuchmaeva, Oxana V.

Doctor of Economics, Professor of the Statistics Department of the PRUE.

Adress: Plekhanov Russian University of Economics, 36 Stremyanny Lane, Moscow, 117997, Russian Federation.

E-mail: kuchmaeva@yandex.ru

In article results of a research of the educational organizations of the Czech Republic from a position of identification of regularities of change of their organizational structures are considered. The hypothesis of authors is that in the course of the development the organizations consistently change the structure with consecutive on parallel (network) qualitatively changing, but

at the same time at each new level of development keep the defining properties. The analysis was carried out according to the educational organizations of the Czech Republic. Such choice has been caused by similarity of processes of functioning of the educational organizations of the Czech Republic and the Russian Federation. Data for a research have been obtained from the database by Albertina Gold Edition of Bisnode Česká republika, a.s. For splitting an initial data set into groups the cluster analysis which is carried out in the IBM SPSS Statistics program was used. In general, the received results of the cluster analysis have confirmed the made hypothesis of regularity of development of the educational organizations. However, this research has to be considered only as the first step and more convincing proof of alternation of consecutive and parallel organizational structures demands also deeper studying of organizational structures of the concrete organizations.

Keywords: organizational structures, organizational development, educational organizations, cluster analysis.

Авторами уже проводились исследования закономерности развития организационных структур коммерческих организаций. В частности, было проведено исследование предприятий розничной торговли Чешской Республики [1], результаты которого показали, что развитие корпоративного сектора экономики происходит путем перехода от последовательных организационных структур к параллельным и снова к последовательным. Подтверждение гипотезы о том, что различные типы организационных структур компаний сводятся к двум базовым, сменяющим друг друга на новом диалектическом уровне развития, и определение набора их количественных характеристик может позволить менеджменту принимать оптимальные решения, поскольку в этом случае появляется возможность лучшего выбора из ограниченного, а не бесконечного числа вариантов развития.

В ранее проводимых исследованиях организационных структур Дж. Томсон, М. Залдс, В. Скот отмечают, что организационная структура определяется основной технологией и что существует всего три типа структур [16]. Первая – это объединенная взаимозависимость (pooled interdependence), в которой отдельные элементы организации не связаны друг с другом, но каждый вносит вклад в целое. Визуально такие элементы можно представить в виде параллельной схемы. Другим типом структуры является последовательная взаимозависимость (sequential interdependence), в которой входом одного элемента является выход предыдущего. Схема в данном случае будет выглядеть как последовательность элементов. Третий тип структуры является взаимной

взаимозависимостью всех элементов друг от друга. Согласно Дж. О'Шогнесси, организации со структурой этого типа обязательно включают в себя первые два [14].

В данной статье мы докажем возможность повторяющихся чередований первых двух базовых типов структур с помощью статистических методов.

Практически любое учебное заведение может рассматриваться как организация, которая преобразует базовые знания обучающихся в знания выпускников. Это относится ко всем уровням образования, начиная с начальной школы. Любую образовательную организацию можно рассматривать как сочетание процесса производства с процессом потребления знаний [2; 3].

Так, Винстон отметил, что образовательная организация производит и продает образовательные услуги клиентам по цене и одновременно покупает материалы, позволяющие сделать этот продукт [14]. Такой подход даже позволяет использовать производственные функции. Однако некоторые исследователи не согласны с этим и утверждают, что университет не является фабрикой [12].

В целом анализ результатов исследований предшествующих лет позволяет выделить два основных подхода [1. – С. 32–34].

Первый подход заключается в выявлении изменений в организационных структурах в процессе функционирования организаций. Такой подход рассматривался в работах Дж. С. Коулмен, Р. Л. Дафт, Д. И. Приходько, Д. В. Хлебникова, Г. В. Широковой, Ю. Д. Мироненко и А. К. Тереханова. [4; 6; 8; 9; 12]. В этом случае часто выделяются два основных типа управленческих структур – механистический и органический [5; 10; 12], которые основаны на концепции вертикальной и горизонтальной организационной структур. В то же время ряд исследователей [4; 6; 13; 14] рассматривает развитие организации как последовательный переход от линейных и линейно-функциональных структур к дивизиональным, а затем к матричным.

Второй подход предполагает проведение статистического анализа количественных параметров деятельности организаций и интерпретации полученных результатов. Такой подход рассматривался в работах С. Х. Хенкса, К. Дж. Вотсона, Е. Хансена, Г. Н. Чандлера [13], а также Г. В. Широкова [8]. Здесь исследователями проводился кластерный анализ организаций по определенным количественным показателям.

Цель данной статьи состоит в том, чтобы показать, что рост коммерческих организаций происходит в соответствии с объективно обусловленными закономерностями (паттернами) эволюции. Одним из проявлений этого является повторяющаяся смена последовательных (вертикальных) и параллельных (горизонтальных) организационных структур, теоретически обоснованных в научных работах авторов ста-

тии и ученых РЭУ им. Г. В. Плеханова В. Н. Юсима и В. Д. Свирчевского [4; 5; 13].

Для проверки гипотезы повторяемости изменения двух базовых типов организационных структур было выбрано образование как сектор экономики, в котором организационные структуры наиболее стабильны и, как правило, формируются отдельными репетиторами, небольшими организациями дополнительного образования, организациями, специализирующимися на определенных уровнях образования (школы, институты, образовательные центры и т. п.) и крупными университетами. Однако особенностью используемой базы данных Albertina Gold Edition of Bisnode Česká republika, a.s. является отсутствие финансово-экономических показателей государственных и муниципальных образовательных организаций. В связи с этим исследования проводились по 588 частным образовательным организациям с учетом их финансово-экономических показателей.

Для доказательства нашей гипотезы, как указывалось, мы будем использовать метод кластерного анализа, который широко используется для определения относительно однородных групп, сочетающих в себе элементы со сходными характеристиками. Этот метод используется, в том числе для определения структуры высшего образования [12; 15]. В том случае, если мы получим группы (кластеры), которые во многом совпадают с теоретическими прогнозами, то сможем говорить о существовании или определении объективных тенденций (или шаблонов) формирования таких групп. Поскольку подавляющее большинство частных образовательных организаций представляют собой организации дополнительного образования, это могло привести к некоторому искажению при их разбиении на кластеры.

Модель эволюции организационной структуры образовательных организаций

В качестве начальных условий при создании структурной модели организации мы исходили из предположения, что образовательные организации функционируют в условиях рынка, близкого к конкурентному. В целом деятельность образовательной организации может рассматриваться как производственный процесс, включающий привлечение потенциального обучающегося, оказание образовательной услуги и выдачу документа о результатах обучения (документа об образовании, диплома о повышении квалификации и др.). В предельном случае этот процесс реализуется одним человеком (как правило, репетитором) и чаще всего не включает выдачу документа о результатах обучения. Понятие коммерческой организации, состоящей из одного человека, конечно, не совпадает с классическими представлениями, но наличие множества лиц, индивидуально занимающихся с обучающи-

мися, позволяет определить их как начальную стадию развития образовательных организаций. Организационную или в данном случае, скорее, производственную структуру такой микроорганизации можно рассматривать как последовательную, а саму организацию как находящуюся на первом уровне развития [2; 3; 10].

Образовательные организации первого уровня реализуют простой учебный процесс. В этом примере преобразования продукции образовательный процесс состоит из последовательности уроков преподавания одной дисциплины. Реальность существования таких фирм подтверждает, что в дополнение к разнообразным – начального, среднего и высшего образования – организациям на рынке существует значительное число индивидуальных преподавателей (например, преподавателей иностранных языков, и др.).

В процессе совершенствования деятельности отдельных лиц, осуществляющих образовательные услуги, в определенный период времени достигается предел существующих технологических ограничений. После этого у владельца (и одновременно единственного работника) образовательной организации первого уровня развития, скорее всего, будет только один способ увеличения прибыли и снижения расходов – это дублирование основной деятельности (оказание образовательных услуг), и тогда можно говорить о возникновении организации второго уровня развития. Ее структура приобретает характеристики параллельной системы. С точки зрения реализации основного процесса – это может быть небольшой образовательный центр в сфере дополнительного образования, работники которого оказывают типовые образовательные услуги, объединяя при этом вспомогательные процессы, такие как маркетинг, ведение учета и т. п. Производственные возможности такой организации увеличиваются, как правило, пропорционально количеству работников, поскольку ее структура предполагает дублирование лучших достижений первоначально реализуемого бизнес-процесса. При этом эффективность одного работника повышается за счет того, что расходы на вспомогательные процессы возрастут в меньшей степени, чем объем реализуемой продукции.

Дальнейшие попытки расширения границ организации второго уровня развития посредством увеличения количества работников упрутся в проблему совершенствования технологий и расширения спектра оказываемых услуг, что приводит к необходимости перехода на более высокий уровень.

Появление организаций третьего уровня развития означает качественное изменение в области организации образовательной деятельности. Для осуществления качественного скачка новая организация должна использовать преимущества разделения труда и специализации работников примерно в той степени, в какой они были описаны

еще А. Смитом [7]. Организационная структура такой организации вновь становится последовательной за счет усложнения оказываемых образовательных услуг. Это выражается в переходе от оказания одиночной образовательной услуги к комплексному междисциплинарному или многоуровневому обучению. Примером таких образовательных организаций могут являться небольшие школы (в рамках одного уровня образования), образовательные центры, осуществляющие подготовку по нескольким последовательным уровням. При этом существенно возрастает эффективность таких организаций по сравнению с организациями первого и второго уровней развития.

По достижении минимальных затрат и максимальной производительности с использованием существующих технологий организации третьего уровня в процессе своего роста переходят на воспроизводство бизнес-процессов еще раз. В данном случае это будет выражаться уже не просто в найме дополнительного персонала, а в расширении сети образовательных центров или создании филиалов школ или гимназий. В результате возникает организация четвертого уровня развития, состоящая из нескольких организаций предыдущего уровня развития. Такой способ наращивания потенциала организации с использованием существующих технологий может продолжаться до тех пор, пока вновь не достигнет предела. Подобное развитие также ограничено из-за роста общей энтропии системы и постепенного ослабления эффекта роста объемов реализации услуг за счет расширения сети (увеличения филиалов) по сравнению с ростом расходов на эксплуатацию всей системы. То есть в определенный момент времени величина предельного дохода, связанного с созданием нового центра или филиала, сравнивается с величиной предельных затрат. Соответственно, экономический смысл дальнейшего расширения сети будет утрачен.

Логика дальнейшего развития предполагает переход от организации четвертого уровня развития (параллельной структуры) к организации пятого уровня развития (последовательная структура). Такая организация может функционировать в одной из двух форм. Первая форма предполагает создание новой организации с последовательной системой оказания образовательных услуг нескольким направлениям подготовки обучающихся (например, университет). Вторая форма функционирования организаций пятого уровня развития предполагает «продолжение» организаций четвертого уровня развития за счет добавления новых уровней образования (например, создание гимназий, включающих как общее среднее, так и среднее профессиональное образование).

Переход к организациям шестого уровня развития предполагает формирование горизонтально интегрированной (параллельной) структуры, включающей несколько относительно однородных регио-

нальных подразделений (дивизионов), каждое из которых представляет собой организацию пятого уровня развития. К таким образовательным организациям, например, могут быть отнесены крупные университеты, имеющие филиальную сеть.

В соответствии с выдвинутой авторами гипотезой развитие образовательных организаций происходит путем последовательного перехода на следующий уровень развития. Организационная характеристика каждого уровня развития представлена в табл. 1.

Т а б л и ц а 1

Уровни развития образовательных организаций

Уровень развития	Тип образовательной организации	Тип организационной структуры
1	Индивидуальное оказание образовательных услуг (репетитор)	Последовательная
2	Образовательный центр в сфере дополнительного образования	Параллельная
3	Школа (образовательный центр), осуществляющая междисциплинарное или многоуровневое обучение	Последовательная
4	Сеть образовательных центров, осуществляющих междисциплинарное или многоуровневое обучение	Параллельная
5	Организация высшего образования (институт, университет)/крупный образовательный центр	Последовательная
6	Организации высшего образования (институты, университеты) с филиальной сетью	Параллельная

С учетом особенностей представления информации в используемой базе данных Albertina Gold Edition of Bisnode Česká republika, a.s. в рамках данного исследования мы ограничимся определением первых пяти уровней для частных образовательных организаций (588 организаций). В процессе группировки образовательных организаций по уровням развития в соответствии с выдвинутой гипотезой наибольшую сложность представляет выделение организаций первого уровня развития (индивидуальное оказание образовательных услуг). По мнению авторов, это может быть обусловлено отсутствием юридического статуса у значительного числа лиц, оказывающих образовательные услуги. Иначе говоря, не все лица, занимающиеся оказанием образовательных услуг, регистрируются как индивидуальные предприниматели. Некоторые из них осуществляют свою деятельность частным образом.

Материалы и методы

Для подтверждения выдвинутой гипотезы нами использовался кластерный анализ образовательных организаций Чешской Республики, проведенный с использованием программы IBM SPSS. Исходные

данные были получены из базы данных Albertina Gold Edition (компании Bisnode Česká Republika, a.s.). Для исследования изначально было отобрано 588 частных образовательных организаций по результатам их хозяйственной деятельности за 2015 календарный год (с 1 января 2015 по 31 декабря 2015 г.). Выбор года был обусловлен полнотой информации. По результатам первичной обработки было отсеяно 211 образовательных организаций в связи с отсутствием необходимых для проведения анализа показателей. Таким образом, анализ проводился по 377 организациям. Финансовые показатели рассчитывались в исходной валюте – чешских кронах – CZK.

При проведении кластерного анализа были отобраны следующие переменные, характеризующие деятельность конкретной организации:

- X_1 – возраст организации (полное число лет);
- X_2 – среднесписочная численность работников (чел.);
- X_3 – количество мест осуществления образовательной деятельности;
- X_4 – величина совокупных активов (тыс. CZK);
- X_5 – сумма амортизационных отчислений (тыс. CZK);
- X_6 – производительность труда по добавленной стоимости (тыс. CZK/чел.);
- X_7 – среднесписочная численность работников в одном месте осуществления образовательной деятельности (чел.);
- X_8 – величина выручки, приходящаяся на одно место осуществления образовательной деятельности (тыс. CZK).

Расчет матрицы парных коэффициентов взаимной сопряженности Пирсона показал наличие определенной взаимосвязи между всеми анализируемыми признаками (табл. 2). Это позволяет использовать их при проведении кластерного анализа, а также проверить гипотезу о их влиянии на разбиение совокупности образовательных организаций на группы с учетом различий стажа функционирования, численности персонала, количества филиалов и показателей экономической эффективности.

Так как признаки являются одинаково информативными и значимыми для дальнейшего анализа, то расстояние между объектами вычислялось по формуле простого Евклидова расстояния:

$$\rho_E(x_i, x_j) = \sqrt{\sum_{e=1}^k (x_{ie} - x_{je})^2},$$

где x_{ie}, x_{je} – величина e -й компоненты у i -го (j -го) объекта ($e = 1, 2, \dots, k$), ($i, j = 1, 2, \dots, n$).

Т а б л и ц а 2

Матрица парных коэффициентов взаимной сопряженности Пирсона

	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈
X ₁	1	0,165**	0,170**	-0,244**	-0,123*	-0,113*	0,159**	-0,104
X ₂	0,165**	1	0,222**	0,553	0,630**	-0,217**	0,866**	0,569**
X ₃	0,170**	0,222**	1	0,211**	0,154*	0,134**	-0,254**	-0,168**
X ₄	-0,244**	0,553**	0,211**	1	0,640**	-0,106*	0,642**	0,900**
X ₅	-0,123*	0,630**	0,154*	0,640**	1	0,224**	0,762**	0,535**
X ₆	-0,113*	-0,217**	0,134*	-0,106*	-0,224**	1	-0,216**	-0,112*
X ₇	0,159**	0,866**	-0,254**	0,642**	0,762**	-0,216**	1	0,684**
X ₈	-0,104	0,569**	-0,168**	0,900**	0,535**	-0,112*	0,684**	1

* Корреляция значима на уровне 0,05 (2-сторонняя).

** Корреляция значима на уровне 0,01 (2-сторонняя).

Кластерный анализ проводился методом Ворда. В силу различных единиц измерения у исследуемых показателей была проведена предварительная стандартизация данных. Из анализа были исключены объекты с пропусками данных, а также объекты с аномально высокими на фоне других организаций значениями добавленной стоимости и совокупными активами.

Гипотеза о равенстве дисперсий внутри и между кластерами отвергается для всех переменных при 6 и 370 степенях свободы. Значение p – вероятности ошибки при принятии гипотезы о неравенстве дисперсий крайне низко – не более 0,001 (F-критерий значим для всех переменных на уровне не менее 0,001). Это позволяет говорить о том, что принимается гипотеза о неравенстве дисперсий и, соответственно, кластеры сформированы корректно.

Результаты

Результатом кластерного анализа явилось разбиение 377 частных образовательных организаций на 6 кластеров (рисунок).

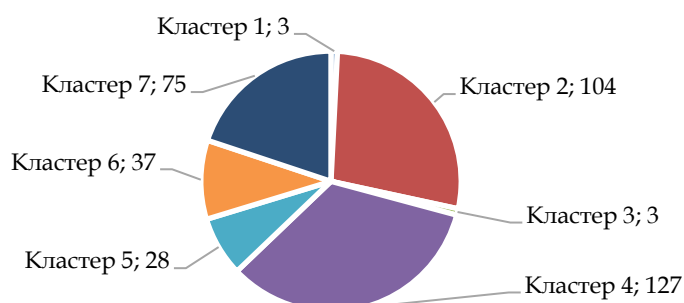


Рис. Распределение образовательных организаций по кластерам

Результаты проведения кластерного анализа частных образовательных организаций представлены в табл. 3.

Т а б л и ц а 3

Средние значения переменных в кластерах, отсортированных по показателю величины совокупных активов

Кластер	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈
7 N = 75	3,4	2,1	1,2	1 188	104	782	1,9	2 744
6 N = 37	8,7	1,0	1,9	4 067	318	3 048	0,7	4 789
2 N = 104	8,7	6,5	1,2	7 018	295	609	5,7	9 083
5 N = 28	16,5	1,3	1,3	7 454	254	2 662	1,2	8 077
4 N = 127	18,7	13,1	1,3	7 472	333	382	11,7	9 015
3 N = 3	13,7	126,7	8,3	37 851	589	281	22,0	11 435
1 N = 3	5,7	139,7	1,0	540 701	19 946	736	139,7	216 667

Если в целом посмотреть на результаты кластерного анализа (табл. 3), то становится очевидной тенденция чередования значений показателя X₃. Для организаций, входящих в кластер 7, значение этого показателя немного больше 1. У организаций, входящих в кластер 6, значение показателя X₃ возрастает почти до 2. Для организаций, входящих в кластеры 2, 4 и 5, его значение стабилизируется в пределах 1,2–1,3. Для организаций, входящих в кластер 3, значение показателя X₃ резко возрастает до 8,3. И наконец, для организаций, входящих в кластер 1, его значение снова уменьшается – до 1.

Наличие закономерности изменения значений показателя X₃ подтверждает гипотезу о чередовании последовательной и параллельной структур организации производственной (операционной) деятельности. Объединение организаций, входящих в кластеры 2, 4 и 5 в одну группу, обусловлено как близкими значениями показателя X₃, так и близкими значениями показателя X₄, что может говорить о сопоставимости организаций, входящих в соответствующие кластеры. Особенно заметно закономерности изменения значений показателя X₃ проявляются для наиболее крупных образовательных организаций, входящих в кластеры 3 и 1.

Вместе с тем детальный анализ результатов проведения кластерного анализа требует дальнейшего исследования. В первую очередь это касается организаций, входящих в кластеры 2, 4 и 5. При сопоставимых значениях показателей X₃ и X₄ образовательные организации, входя-

щие в указанные кластеры, существенно отличаются по среднесписочной численности сотрудников (X_2) и величине выручки, приходящейся на одно место осуществления образовательной деятельности (X_8).

Исходя из анализа средних значений переменных в кластерах 2, 4 и 5 авторами была выдвинута гипотеза, что существенные отличия в эффективности деятельности образовательных организаций сопоставимых размеров (средние значения показателя X_4 у них практически не отличаются) могут быть связаны как с особенностями кадрового учета в организациях (в небольших организациях часть сотрудников можно привлекать на условиях подряда без включения в штат организации и, соответственно, не учитывать их при расчете показателя X_2), так и с видом оказываемых образовательных услуг.

Прежде всего, необходимо отметить, что исследуемые частные образовательные организации в подавляющем большинстве предоставляют услуги в области дополнительного образования. Так, из 377 анализируемых частных образовательных организаций только 16 (4,2%) предоставляют услуги в области высшего образования и 21 организация (5,6%) предоставляет услуги в области общего среднего и среднего профессионального образования. Таким образом, из 377 исследуемых частных образовательных организаций 340 (90%) предоставляют услуги в области дополнительного образования.

Для проверки выдвинутой гипотезы о влиянии на эффективность деятельности образовательных организаций вида оказываемых образовательных услуг авторами был проведен кластерный анализ по количественным и качественным показателям (двухэтапный кластерный анализ) 377 частных образовательных организаций. При этом наиболее значимыми переменными для кластеризации оказались вид оказываемых образовательных услуг, среднесписочная численность работников (чел.), величина выручки, приходящаяся на одно место осуществления образовательной деятельности (тыс. CZK), и сумма амортизационных отчислений (тыс. CZK).

В результате разбиения было получено 4 кластера. Отсутствие среди наиболее значимых для кластеризации переменных, характеризующих структурные изменения в организациях (в частности, количество мест осуществления образовательной деятельности), не позволили подтвердить или опровергнуть изначально выдвинутую гипотезу о чередовании последовательной и параллельной структур организации производственной (операционной) деятельности. В то же время группировка по кластерам образовательных организаций по видам оказываемых образовательных услуг подтвердила гипотезу авторов о влиянии этого показателя на результаты финансово-экономической деятельности.

Так, по результатам проведенного анализа в кластер 1 попали все 160 организаций, оказывающих прочие образовательные услуги (Other education»), в кластере 2 (126 организаций) оказалось около 43% автошкол (вид деятельности Driving school activities). В кластерах 3 и 4 (82 и 9 организаций соответственно) оказались организации высшего образования (Tertiary education), среднего общего образования (General secondary education), школы иностранных языков (Education at school sofforeign languages) с преобладающим количеством образовательных организаций профессионального образования (28% организаций с видом деятельности Secondary vocational schools – в кластере 3 и 22% организаций с видом деятельности Technical and vocational secondary education – в кластере 4).

В целом результаты проведенного кластерного анализа подтверждают выдвинутую гипотезу. Как видно из средних значений переменных в кластерах, с ростом размера организаций (X_4) однозначно наблюдается последовательное изменение количества мест осуществления образовательной деятельности (X_3).

В то же время полученные результаты показали необходимость проведения дополнительных исследований, в частности, детального анализа влияния вида оказываемых образовательных услуг на показатели эффективности деятельности образовательных организаций.

Необходимо также учитывать особенность представления информации по образовательным организациям Чешской Республики в используемой базе данных Albertina Gold Edition, в которой из 11 288 образовательных организаций всех форм собственности финансово-экономические показатели представлены только по 588 частным образовательным организациям. Из них в процессе исследования пришлось отбросить 211 организаций в связи с отсутствием необходимых для проведения исследований показателей. То есть около 95% государственных и муниципальных образовательных организаций оказалось за рамками проводимого исследования.

Конечно, наше исследование должно рассматриваться лишь в качестве одного из этапов доказательства чередования последовательных и параллельных организационных структур и требует более глубокого изучения, включая анализ структуры конкретных образовательных организаций. Поэтому следующий этап исследования, который может подтвердить выдвинутую гипотезу, – полевое исследование совокупности образовательных организаций каждого уровня развития, включая проведение анализа влияния различных показателей на эффективность их деятельности и их организационной структуры.

Тем не менее полученные результаты позволяют предположить, что общая схема эволюции частных образовательных организаций может быть представлена как универсальная, поскольку подходы, лежа-

щие в ее основе, можно использовать в любых других странах с рыночной экономикой или их отдельных регионах.

Органы государственного регулирования в области образования в свою очередь могут использовать подобную кластеризацию для целей объективного определения текущей ситуации, оценки перспектив и разработки методов и стратегий содействия в ускоренном развитии образовательных организаций в своем регионе или в стране в целом.

Список литературы

1. Бобков А. Л., Денисов И. В., Кучмаева О. В. Развитие организационной структуры предприятий розничной торговли (на примере Чешской Республики) // Статистика и экономика. – 2017. – Т. 14. – № 3. С. 31–40.
2. Денисов И. В., Бобков А. Л. Управление развитием фирмы: экономико-технологический подход : монография. – М : ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2014.
3. Денисов И. В. Теория экономико-технологического развития фирм. – М. : Гриф и К, 2008.
4. Мироненко Ю. Д., Тереханов А. К. Роль стратегического управления предприятием в его организационном развитии // Питер-Консалт. – URL: <http://www.piter-consult.ru/home/Articles/company-stage-crisis/strategic-role-HR.html> (дата обращения: 28.12.16).
5. Минцберг Г. Структура в кулаке: создание эффективной организации : пер. с англ. / под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб. : Питер, 2004.
6. Приходько Д. И. Организационные структуры успешных корпораций. – М. : Инфотропик Медиа, 2012.
7. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов : пер. с англ. / предисл. В. С. Афанасьева. – М. : Эксмо, 2007.
8. Широкова Г. В. Жизненный цикл организаций: концепции и российская практика. – 2-е изд. – СПб. : Высшая школа менеджмента; Издательский дом СПбГУ, 2008.
9. Хлебников Д. В. Бизнес: проблемы роста // Питер-Консалт. Управленческий консалтинг. – URL: <http://www.piter-consult.ru/home/Articles/company-stage-crisis/bussines-rising-problems.html> (дата обращения: 28.12.16).
10. Юсим В. Н., Свирчевский В. Д., Бобков А. Л. Экономико-технологический форсайт и стратегии развития фирм // Научные исследования и разработки. Экономика фирмы. – 2015. – Т. 4. – № 4. – С. 43–54.

11. Coleman J. S. Foundations of Social Theory. Cambridge, MA : Belknap Press of Harvard University Press, 1990.
12. Daft R. L. Organization Theory & Design. Mason, OH: South-Western Cengage Learning, 2013.
13. Hanks S. H., Watson C. J., Jansen E., Chandler G. N. Tightening the Life-Cycle Construct: A Taxonomic Study of Growth Stage Configurations in High-Technology Organizations // Entrepreneurship: Theory & Practice. – 1993. – Vol. 18. – N 2. – P. 5–30.
14. O'Shaughnessy J. Patterns of Business Organization. – London : Routledge, 2013.
15. Stukalova I., Shishkin A., Stukalova A. Internationalization of Higher Education: a Case of Russian Universities // Economics & Sociology. – 2015. – Vol. 8. – N 1. –P. 5–30.
16. Thompson J., Zalds M., & Scott W. Organizations in Action: Social Science Bases of Administrative Theory. New Brunswick : Transaction; 2003.

References

1. Bobkov A. L., Denisov I. V., Kuchmaeva O. V. Razvitie organizatsionnoy struktury predpriyatiy roznichnoy trgovli (na primere Cheshskoy Respubliki) [Development of Organizational Structure of the Enterprises of Retail Trade (on the Example of the Czech Republic)]. *Statistika i ekonomika*, 2017, Vol. 14, No. 3, pp. 31–40. (In Russ.).
2. Denisov I. V., Bobkov A. L. Upravlenie razvitiem firmy: ekonomiko-tekhnologicheskii podkhod [Management of Development of Firm: Economical and Technological Approach], monografiya. Moscow, Plekhanov Russian University of Economics, 2014. (In Russ.).
3. Denisov I. V. Teoriya ekonomiko-tekhnologicheskogo razvitiya firm [Theory of Economical and Technological Development of Firms]. Moscow, Grif i K, 2008. (In Russ.).
4. Mironenko Yu. D., Terekhanov A. K. Rol' strategicheskogo upravleniya predpriyatiem v ego organizatsionnom razvitii [Role of Strategic Business Management in His Organizational Development], *Piter-Konsalt*. (In Russ.). Available at: <http://www.piter-consult.ru/home/Articles/company-stage-crisis/strategic-role-HR.html> (accessed 28.12.16).
5. Mintsberg G. Struktura v kulake: sozдание effektivnoy organizatsii [Structure in a Fist: Creation of the Effective Organization], per. s angl., adited by Yu. N. Kapturevskiy. Saint Petersburg, Piter, 2004. (In Russ.).

6. Prikhod'ko D. I. Organizatsionnye struktury uspeshnykh korporatsiy [Organizational Structures of Successful Corporations]. Moscow, Infotropik Media, 2012. (In Russ.).

7. Smit A. Issledovanie o prirode i prichinakh bogatstva narodov [Research about the Nature and the Reasons of Wealth of the People], translated from English by V. S. Afanas'ev. Moscow, Eksmo, 2007. (In Russ.).

8. Shirokova G. V. Zhiznennyi tsikl organizatsiy: kontseptsii i rossiyskaya praktika [Life Cycle of the Organizations: Concepts and Russian Practice]. 2nd ad. Saint Petersburg, Vysshaya shkola menedzhmenta; Izdatel'skiy dom SPbGU, 2008.

9. Khlebnikov D. V. Biznes: problemy rosta [Business: Growth Problems], *Piter-Konsalt. Upravlencheskiy konsalting*. (In Russ.). Available at: <http://www.piter-consult.ru/home/Articles/company-stage-crisis/bussines-rising-problems.html> (accessed 28.12.16).

10. Yusim V. N., Svirchevskiy V. D., Bobkov A. L. Ekonomiko-tekhnologicheskii forsayt i strategii razvitiya firm [Economical and Technological Forsythe and Development Strategies of Firms], *Nauchnye issledovaniya i razrabotki. Ekonomika firmy*, 2015, Vol. 4, No. 4, pp. 43–54. (In Russ.).

11. Coleman J. S. Foundations of Social Theory. Cambridge, MA, Belknap Press of Harvard University Press, 1990.

12. Daft R. L. Organization Theory & Design. Mason, OH: South-Western Cengage Learning, 2013

13. Hanks S. H., Watson C. J., Jansen E., Chandler G. N. Tightening the Life-Cycle Construct: A Taxonomic Study of Growth Stage Configurations in High-Technology Organizations, *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 1993, Vol. 18, No. 2, pp. 5–30.

14. O'Shaughnessy J. Patterns of Business Organization. London, Routledge, 2013.

15. Stukalova I., Shishkin A., Stukalova A. Internationalization of Higher Education: a Case of Russian Universities, *Economics & Sociology*, 2015, Vol. 8, No. 1, pp. 5–30.

16. Thompson J., Zalds M., & Scott W. Organizations in Action: Social Science Bases of Administrative Theory. New Brunswick, Transaction, 2003.

Требования, предъявляемые к статье для публикации в журнале

Представляемый материал должен быть оригинальным, не опубликованным ранее в том же виде в других печатных и электронных изданиях.

Структура статьи должна включать следующие обязательные элементы:

1. **Заглавие** статьи (должно быть коротким, отражать суть исследовательской проблемы).
2. **Инициалы и фамилию** автора(ов).
3. **Резюме** статьи (150–300 слов).
4. **Ключевые слова** (5–10 слов).
5. **Основной текст** (не более 30 тыс. знаков).
6. **Список литературы**.
7. **Сведения об авторе** (ФИО полностью, научные звания, должность, место работы и его почтовый адрес, включая почтовый индекс, научная специализация, e-mail).

Название, аннотация статьи, ключевые слова, информация об авторах даются на русском и английском языке, пристатейный библиографический список на русском языке должен быть транслитерирован латиницей и переведен на английский язык.

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова (РЭУ им. Г. В. Плеханова) в англоязычной версии указывать как **Plekhanov Russian University of Economics**.

Ключевые слова должны отражать основное содержание статьи, по возможности не повторять термины заглавия и аннотации, использовать термины из текста статьи, а также термины, определяющие предметную область и включающие другие важные понятия, которые позволят облегчить и расширить возможности нахождения статьи средствами информационно-поисковой системы.

Авторское резюме статьи является кратким изложением научной работы. Результаты работы описывают предельно точно и информативно. При этом отдается предпочтение новым результатам и данным долгосрочного значения, важным открытиям, выводам, которые опровергают существующие теории, а также данным, которые, по мнению автора, имеют практическое значение. В авторском резюме не должны повторяться сведения, содержащиеся в заглавии статьи.

Основная часть статьи должна содержать в себе теоретико-методологическую часть, в которой определяется и обосновывается выбор методов для решения поставленного вопроса или проблемы;

демонстрацию количественных и качественных данных, полученных в ходе реализации указанных методов и методик; обобщение и встраивание полученных результатов в интеллектуальную историю исследуемого предмета. Статья должна быть написана языком, понятным как специалистам в данной области, так и широкому кругу читателей, заинтересованных в обсуждении темы.

Ссылки оформляются в основном тексте статьи путем указания в конце предложения в **квадратных скобках** порядкового номера упоминаемого произведения из списка литературы, а в случае цитаты – и номера страницы цитируемого произведения [3. – С. 5].

Текст печатается в редакторе MS Word через полтора интервала с одной стороны бумаги формата А4 шрифтом Times New Roman размером 12 пт, страницы нумеруются.

Рисунки должны иметь расширение, совместимое с MS Word. Все буквенные обозначения на рисунках необходимо пояснить в основном или подрисуночном тексте. Подписи к рисункам и заголовки таблиц обязательны. Поскольку журнал печатается в одну краску, использование цветных рисунков и графиков не рекомендуется.

В математических формулах греческие и русские буквы следует набирать прямым шрифтом, латинские – курсивом. Нумеровать необходимо только те формулы, на которые есть ссылки в последующем изложении. Нумерация формул сквозная.

После текста статьи приводятся два тождественных пронумерованных списка литературы. Один список литературы для русскоговорящих читателей оформляется в соответствии с действующим ГОСТ Р 7.0.5–2008. Второй список (**References**) для иностранных читателей оформляется в соответствии с требованиями журналов, включенных в базу данных Scopus. Нумерация в двух списках должна полностью совпадать. Они должны быть идентичными по содержанию, но разными по оформлению.

Транслитерировать можно автоматически с помощью **translit.ru**, режим транслитерации следует выбрать LC (Library of Congress).

Требования к оформлению References

Описание монографии

Golovanova S. V. Mezhdunarodnaia trgovlia v razvitii rossiiskikh tovarnykh rynkov, monografiia [International Trade in Developing Russian Commodity Markets], monograph, Moscow, Forum, 2014. (In Russ.)

Описание статьи из журнала

Ivanova S. V. Modal'nosti prisutstviya pryamykh inostrannykh investitsiy v rakurse teoriiy dogonyayushchego razvitiya [Modality of Direct Foreign

Investment in View of the Catching-Up Development Theory], *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2012, No. 8 (50), pp. 25–38. (In Russ.).

Описание статьи из электронного журнала

Kontorovich A. E., Korzhubaev A. G., Eder L. V. [Forecast of Global Energy Supply: Techniques, quantitative assessments, and practical conclusions], *Mineral'nye resursy Rossii, Ekonomika i upravlenie*, 2015, No. 5. (In Russ.). Available at: <http://www.vipstd.ru/gim/content/view/90/278/> (accessed 22.05.2015).

Описание статьи из продолжающегося издания (сборника трудов)

Astakhov M. V., Tagantsev T. V. Eksperimental'noe issledovanie prochnosti soedineniy «stal'-kompozit» [Experimental study of the strength of joints "steel-composite"], *Trudy MGTU «Matematicheskoe modelirovanie slozhnykh tekhnicheskikh sistem»* [Proc. of the Bauman MSTU «Mathematical Modeling of Complex Technical Systems»], 2015, No. 593, pp. 125–130. (In Russ.).

Описание материалов конференций

Chzhan V., Liui K. Analiz vlianiia vstupleniia Kitaia v VTO dlia ekonomiki strany i mirovoi ekonomiki [Analysis of the impact of China's accession to the WTO for the National and World Economy], *Problemy innovatsionno-investitsionnogo razvitiia Dal'nego Vostoka Rossii: materialy mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii*, editor by A. E. Zubareva, I. V. Briantsevoi [Problems of Innovative Investment Development of the Russian Far East : Materials of the International Research Conference], Khabarovsk, 2013, pp. 178-181 (In Russ.)

Описание диссертации

Semenov V. I. Matematicheskoe modelirovanie plazmy v sisteme kompaktnyy tor. Diss. dokt. fiz.-mat. nauk [Mathematical modeling of the plasma in the compact torus. Dr. phys. and math. sci. diss.], Moscow, 2015, 272 p. (In Russ.).

Статьи, поступающие в редакцию журнала, проходят обязательное «слепое» рецензирование. По решению редколлегии журнала статьи могут быть отправлены автору на доработку или отклонены по формальным или научным причинам (автору направляется мотивированный отказ). Вместе со статьей авторы передают в редакцию лицензионный договор и акт передачи.

За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.

Плата за публикацию рукописи не взимается.



Уважаемые читатели!

Вы можете подписаться на наш журнал через
ОАО Агентство «Роспечать»
(подписной индекс на 2018 г. **84388**)

По вопросам подписки обращайтесь
в образовательно-научный центр «Торговля» Российского
экономического университета имени Г. В. Плеханова