

# ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА



№ 1 (22), 2020

**Электронный научный журнал  
Инновационная экономика**

**№ 1 (22), 2020 г.**

Все статьи, публикуемые в журнале, рецензируются ведущими учеными.

В журнале рассматриваются результаты научных исследований в области экономических наук.

Авторами статей являются ведущие специалисты современного научного знания, научно-педагогические работники, аспиранты, докторанты.

Журнал ориентирован на широкий круг ученых, специалистов-практиков, студентов, аспирантов и преподавателей, участвующих в научно-исследовательской работе.

Мнение авторов может не совпадать с мнением редакции.

Главный редактор — **Григорьева Елена Михайловна**, кандидат экономических наук, доцент, заместитель декана экономического факультета по науке, Российский университет дружбы народов.

Заместитель главного редактора — **Соловьёва Юлиана Владимировна**, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры национальной экономики, Российский университет дружбы народов.

Учредитель и издатель: **Российский университет дружбы народов (РУДН)**, г.Москва.

Журнал издается с 2014 года.

Издание зарегистрировано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор). Свидетельство о регистрации: Эл № ФС77-57989 от 28.04.2014 (СМИ — «сетевое издание»).

Журнал входит в базу РИНЦ (Лицензионный договор от 12 февраля 2015 г.). Зарегистрирован в международной базе цитирования Academic Resource Index ResearchBib

Периодичность: 4 раза в год.

Выпуски журнала размещаются на сайте [innecon.rudn.ru](http://innecon.rudn.ru)

E-mail редакции: [innecon@mail.ru](mailto:innecon@mail.ru)

**Редакционный совет**

**Мосейкин Юрий Никитович** – д.э.н., профессор, *председатель Редакционного совета*

**Григорьева Елена Михайловна** – к.э.н., доцент, *главный редактор электронного научного издания*

**Соловьёва Юлиана Владимировна** – к.э.н., доцент, *заместитель главного редактора электронного научного издания*

**Чернышева Анна Михайловна** – к.э.н., доцент, *ответственный секретарь*

**Айдрус Ирина Ахмед Зейн** – к.э.н., доцент, *член Редакционного совета*

**Балашова Светлана Алексеевна** – к.ф.-м.н., доцент, *член Редакционного совета*

**Быстряков Александр Яковлевич** – д.э.н., профессор, *член Редакционного совета*

**Ефремов Виктор Степанович** – д.э.н., профессор, *член Редакционного совета*

**Зобов Александр Михайлович** – к.э.н., доцент, *член Редакционного совета*

**Миронова Марина Николаевна** - к.э.н., доцент, *член Редакционного совета*

**Нежникова Екатерина Владимировна** – д.э.н., доцент, *член Редакционного совета*

**Пизенгольц Владимир Михайлович** - д.э.н., профессор, *член Редакционного совета*

**Пономаренко Елена Васильевна** - д.э.н., профессор, *член Редакционного совета*

Содержание

<b>Акокси Ж.П., Воскеричян Р.О.</b> Меры стимулирования предпринимательства в аграрном секторе Кот д'Ивуара	<b>4</b>
<b>Бонилла Р.К.</b> Экономическое развитие в глобальном и региональном аспектах и роль туризма в странах Латинской Америки	<b>16</b>
<b>Короткая А.А., Трофимова А.А.</b> Влияние коронавируса на изменение маркетинговых инструментов в сфере международного туризма	<b>28</b>
<b>Овчинникова Н.Э., Овчинникова О.П., Кокуйцева Т.В.</b> Сценарии развития ЕАЭС: анализ преимуществ и трудностей	<b>39</b>
<b>Жаркова Е.М.</b> Глобальные цепочки добавленной стоимости и их роль в мировой торговле	<b>50</b>
<b>Рябышева Ю.Н., Шкваря Л.В.</b> Спрос как необходимость ради цели в трудах Фомы Аквинского	<b>65</b>

## ИННОВАЦИОННЫЕ ПУТИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

### Меры стимулирования предпринимательства в аграрном секторе Кот д'Ивуара

*Акосси Жан Поль,*

*Воскеричян Роберт Оганесович*

*Российский университет дружбы народов,*

*117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6*

*Статья посвящена исследованию проблематики развития аграрного предпринимательства в Кот д'Ивуар. Анализируются различные модели, подходы и государственные программы. Особое внимание авторы уделяют рассмотрению процесса становления системы стимулирования предпринимательства в данной сфере.*

*Ключевые слова: аграрный сектор, предпринимательство, стимулирование, самофинансирование.*

*JEL коды: L26, Q13.*

### Measures for promoting entrepreneurship in the agricultural sector of Côte d'Ivoire

*Akossi Jean Paul,*

*Voskerichyan Robert Oganosovich,*

*People's Friendship University of Russia (RUDN University),*

*117198, Moscow, Miklukho-Maklaya str., 6*

*The article is devoted to the study of the development of agricultural entrepreneurship in Côte d'Ivoire. Various models, approaches and government programs are analyzed. The authors pay special attention to the consideration of the process of establishing a system to stimulate entrepreneurship in this area.*

*Key words: agricultural sector, entrepreneurship, promotion, selffinancing*

## **Введение**

Экономика Кот-д'Ивуара и других стран Западной Африки существенно зависит от развития сельского хозяйства. Традиционные реформы не принесли полностью удовлетворяющих результатов, не позволили решить имеющиеся проблемы, связанные с развитием производства, человеческого капитала и привлечением финансирования.

Необходимо осуществлять такую политику, которая побуждает неформальных и малорентабельных предпринимателей, мотивированных необходимостью выживания, стать субъектами с высокой производительностью труда. Страны Африки должны обеспечивать для своего населения возможности для создания разнообразных рабочих мест, проводя надежную экономическую политику и создавая благоприятную среду для предпринимательства. В отсутствие такой политики предприниматели, мотивированные необходимостью, будут по-прежнему создавать низкопродуктивные небольшие компании, которые будут лишь ограниченно способствовать экономическому росту.

## **Обзор ранее выполненных исследований**

Особенности и тенденции развития экономики Республики Кот-д'Ивуар достаточно подробно рассмотрены в работах ивуарийских экономистов Зади Кесси и Мамаду Кулибали [10; 1], которые пытались объяснить глубинные причины отсталости экономического положения Кот-д'Ивуара и проблему неэффективности аграрного и финансового секторов.

## **Аграрное предпринимательство: смена парадигмы мотивации**

Что касается предпринимателей, мотивированных возможностями, то национальные органы власти, финансовые институты, вкладывающие в развитие, и другие партнеры должны создавать структуры, позволяющие предпринимателям получать доступ к информации о рынках, а также содействовать налаживанию связей с предприятиями сектора на местном и

международном уровнях в целях расширения их знаний, инновационного потенциала и конкурентоспособности. Было бы особенно полезно поощрять прямые иностранные инвестиции, создавать центры деловой активности и бизнес-инкубаторы.

Кроме того, представляется необходимым:

- содействовать созданию и развитию специализированных банков для финансирования на национальном уровне всего процесса создания новых предприятий;

- популяризировать предпринимательскую культуру в школах;

- создавать учебные курсы по предпринимательству и контактные центры с менеджерами в целях улучшения восприятия желательности и осуществимости молодежного предпринимательства. Обучение должно преследовать две цели: сначала выявление предпринимательских талантов, а затем передача технологий и методов управления, адаптированных к каждому конкретному случаю, которые помогут при принятии решений и контроле за результатами предпринимательской деятельности или бизнес-проектов. Приоритетной задачей обучения должно быть расширение предпринимательских возможностей обучающихся и успех предпринимательской деятельности. Сети контактных центров могут помочь структурировать и упорядочить актуальную информацию о соответствующем рынке и о потребностях клиентов;

- информировать о существующих системах поддержки через официальные информационные каналы, форумы и конференции;

- повысить уровень информированности о молодежном предпринимательстве и о соответствующих статистических данных. В приоритете также создание банков данных о предпринимательской деятельности молодежи с такими всем известными возможностями, как ежеквартальные и ежегодные публикации информации о молодежном предпринимательстве по видам деятельности и особенно об успешных предпринимательских проектах, которые могут послужить моделью для будущих поколений;

- облегчить доступ к финансированию для предприятий на равных условиях;

- развивать инфраструктуру для предпринимателей;

- на государственном уровне создавать возможности для партнерства между государством, частным сектором и университетскими учреждениями, при активном участии двух последних в деятельности одного или нескольких кластеров конкурентоспособности (или объединений организаций по территориальному признаку, признанных государством и стремящихся работать совместно, внедряя инновационные проекты или оказывая поддержку инновационным проектам, инициированным молодежью);

- что касается выбора макроэкономической политики, то разработка Национальной молодежной политики, как частный случай, позволяет наметить ее основные направления и определить приоритетные задачи. Она должна увязывать экономические вопросы, связанные с молодежью (в частности, вопрос о молодежном предпринимательстве), с проблемами макроэкономической политики (занятость, сокращение безработицы, инклюзивный рост). С другой стороны, она позволяет пересмотреть в свете своих целей роль учреждений, которые могут способствовать развитию предпринимательства, в т.ч. молодежного;

- проводить исследования, чтобы получить более объективное представление о потребностях молодежи, склонной к предпринимательству. Более полная база данных позволила бы с большей точностью судить о влиянии политики и учебных программ на развитие предпринимательства среди молодежи.

Повышение производительности предприятий, принадлежащих фермерам и мелким земледельцам, объединение их в кооперативы, является в большинстве случаев важным элементом развития сельского хозяйства и будет влиять на уровень жизни сельской бедноты и в целом на экономику села. Хорошо функционирующие рынки продуктов питания, сельскохозяйственной продукции и труда могут помочь интегрировать семейные фермы и мелких

предпринимателей в сельскую экономику, и позволить сельской бедноте диверсифицировать свои средства к существованию, что имеет важное значение для управления рисками и для развития сельского хозяйства.

Во многих ситуациях открытый характер международной торговли обеспечивает широкие возможности для укрепления сельскохозяйственного производства и продовольственной безопасности. Поэтому для результативного и эффективного функционирования формирований предпринимательства последние должны иметь банк инноваций, который должен постоянно пополняться за счет сбора и обработки научной информации (идей, предложений, разработок). В целом, нужна сильная политическая воля и немалые масштабы инвестирования, чтобы устранить коренные причины существующих проблем.

Чтобы увеличить привлекательность инвестиций в республику Кот-д'Ивуар, были предприняты крупные реформы. Секторы, имеющие право на включение в новый кодекс, подразделяются на две категории. Секторами первой категории, получающими больше преимуществ, являются сельское хозяйство, агробизнес в соответствии с установленными пороговыми значениями, и здравоохранение.

*На этапе разработки* предприятия секторов, включенных в первую категорию, имеют прямые налоговые льготы, представляющие из себя налоговые каникулы в течение определенного периода.

Налогам, на которые эти льготы распространяются, являются: подоходный, налог на лицензию, на недвижимое имущество, на взнос работодателя, подоходный налог с продажи ценных бумаг для зон В и С, налог на банковские операции для микропредприятий, чтобы облегчить им доступ к кредитам, и налог на добавленную стоимость.

*На этапе реализации* на эти предприятия распространяется полное освобождение от уплаты таможенных пошлин и приостанавливается взимание НДС в зависимости от зоны. Зона А, представляет округ Абиджан, В –

административные центры областей, Бонуа и Гран-Бассам, а С - прочие агломерации.

Малым и средним предприятиям (МСП) предоставляется более благоприятный режим (в частности, снижение порога отбора до 50 000 000 франков КФА, увеличение ставки освобождения от налогов и налоговые льготы, а также освобождение от налога на банковские операции [5]). Им также предоставляется дополнительный налоговый кредит в размере 2% за элемент местного субподрядного контента, за участие граждан страны в капитале создаваемого предприятия, а также для найма национальных кадров руководящего и инженерно-технического состава. В рамках этой реформы предусмотрена приостановка действия благоприятного режима кодекса в случае несоблюдения инвестором своих обязательств, и денежные штрафы, что позволило осуществить множество инвестиций и создать тысячи предприятий и рабочих мест.

Американское агентство по международному развитию (АМР США) проводит компанию «Партнеры по предпринимательским решениям» (ППР) для продвижения малых и средних предприятий в Кот-д'Ивуаре. Подписанное 7 февраля 2018 года, это партнерство государства с частными предпринимателями, известное под названием Программы АМР США по наращиванию потенциала МСП, создаст около 2500 рабочих мест, в том числе 1500 в сельской местности. Оно направлено на стимулирование участия в предпринимательстве молодых людей и женщин.

На эту трехлетнюю программу американское агентство выделило более 360 миллионов франков КФА (690 498 долларов США). К этой сумме добавляется взнос ППР в размере около 427 миллионов КФА (810 870 долларов США). При поддержке Объединения партнеров-экспертов по отчетности и партнеров Института Кайдзен, ППР предоставит техническую помощь, чтобы помочь 20 выбранным малым и средним предприятиям понять структуру бухгалтерского учета и финансов, стратегию роста и познакомиться с операциями и процессами модернизации. Эти инструменты будут применяться

в повседневном управлении их бизнесом. Поскольку Кот-д'Ивуар стремится к укреплению мира, такие национальные лидеры позволят устранить недостаток в примерах для подражания молодежи.

Вышеупомянутый вклад является частью общей помощи в размере 380 млн долларов США (201,4 млрд франков КФА), предоставленной правительством Соединенных Штатов Америки в течение бюджетного 2017 года, и направлен на решение четырех приоритетных задач: надлежащее госуправление, экономический инклюзивный рост, улучшение системы здравоохранения и реформа сектора безопасности [9].

Через АМР США, Центры по контролю и профилактике заболеваний (CDC), Министерство обороны, Госдепартамент, корпорацию «Millennium Challenge», Корпорацию частных зарубежных инвестиций (OPIC) и другие агентства, США тесно сотрудничают с правительством Кот-д'Ивуара, чтобы поддержать цель Республики стать развитой страной к 2025 году.

### **Меры государственного стимулирования предпринимательства в аграрной отрасли**

Авторы полагают, что для разработки конкретных мер экономического стимулирования предпринимательства в стране, прежде всего, необходимо определиться с направлениями такого стимулирования. Кроме того, с 1 января 1995г. Кот-д'Ивуар стал членом ВТО. Таким образом страна должна соблюдать правила субсидирования отрасли, определенные соглашением ВТО по сельскому хозяйству, и обязательства по сокращению субсидий, согласованные в ходе переговоров.

Внутренняя поддержка сельского хозяйства, в соответствии с принципами ВТО, разделена на три основные «корзины»: голубую, оранжевую и зеленую.

В «зеленую корзину» входят меры поддержки, не оказывающие искажающее воздействие на торговлю, то есть на рынок, или оказывающие минимальное воздействие: развитие инфраструктуры, научные исследования, подготовка кадров, ветеринарные и фитосанитарные мероприятия, программа

страхования и ряд других. Меры «зеленой корзины» могут применяться без ограничений.

В «голубую и оранжевую корзины» входят меры, искажающие рынок. Их начальный, конечный размер и темп сокращения до согласованного уровня обсуждаются в ходе переговоров. К «оранжевой корзине» относятся: ценовая поддержка, субсидирование процентных ставок по кредитам, компенсация части затрат на горючее и смазочные материалы и другие, не вошедшие в «зеленую корзину», меры.

По «зеленой корзине» меры государственной поддержки могут применяться без ограничения. В этой связи, авторами предлагается на основе Национальной Программы Инвестиций (НПИ 2012-2015) предпринять ряд действий в различных сферах, стимулирующих предпринимательскую активность в аграрном секторе Кот д'Ивуара.

Информация и контроль:

- создать финансовую базу данных по сектору;
- создать систему контроля за кредитными профилями субъектов предпринимательской деятельности.

Подача заявок на финансирование:

- разработать и внедрить систему обучения формализации бизнес-планов;
- предоставить субсидии при технической поддержке для улучшения качества заявочной документации на финансирование;
- повысить квалификацию сотрудников банков с точки зрения оценки сельскохозяйственных рисков и инвестиций в сельское хозяйство;
- создать уполномоченные центры управления сельскохозяйственными инвестициями и инновациями.

Поддержка женщин и молодых предпринимателей:

- создать фонд финансирования и обеспечения предпринимательской деятельности в сельских регионах;
- поддержать практику неформальных кредитов (типа кассы

взаимопомощи) среди молодежи, женщин и других предпринимателей в сельских районах;

- создать специализированное окно рефинансирования по субсидированию процентной ставки, неформального кредитования и системы взаимного развития.

Финансовые продукты:

- облегчить доступ финансовых организаций к выгодным долгосрочным кредитам;

- создать механизм распределения рисков между финансовыми учреждениями и партнерами по финансированию;

- разработать программу технической помощи в целях реорганизации и развития сельских микрофинансовых учреждений;

- создать окно, специализирующееся на рефинансировании краткосрочных кредитов в среднесрочные и долгосрочные.

Мотивация финансовых учреждений:

- создать гарантийный механизм возврата кредитов;

- увеличить объем средств, выделяемых финансовым учреждениям для поддержки предпринимателей-женщин и молодежи.

Работа с частными инвесторами:

- повысить осведомленность частных инвесторов об инвестиционных возможностях в сельскохозяйственном секторе;

- информировать частных инвесторов о существующих возможностях финансирования.

Расширение доступа к кредитам:

- развивать учреждения микрофинансирования в рамках профессиональной сельскохозяйственной организации (ПСО).

## **Заключение**

Предлагаемые меры позволяют запустить механизм стимулирования предпринимательства в аграрном секторе Кот д'Ивуара посредством финансовой интеграции, укрепления потенциала финансовых учреждений и

местных кредиторов, обслуживающих МСП, кооперативы и иные аграрные предприятия, предоставления молодым людям более широких возможностей для создания своего предприятия, а также расширения возможностей женщин-предпринимателей.

При этом следует двигаться в направлении общемировых тенденций, а именно значительного увеличения сектора интенсивного сельского хозяйства с учетом максимальной экологичности и экономичности процесса, что выражается словосочетанием «устойчивое сельское хозяйство». Это позволит решить ключевые проблемы – сократить число недоедающих и голодающих, укрепить продовольственную безопасность и снизить уровень безработицы.

### **Список литературы**

1. Coulibaly M. Agriculture en Afrique de l'ouest: Ces engrais qui manquent cruellement // Maliactu.net, 2013, 26 septembre [Электронный ресурс]. URL: <http://maliactu.net/agriculture-en-afrique-de-louest-ces-engrais-qui-manquent-cruellement/#sthash.gK8DW8wl.dpuf> (дата обращения: 15.03.2020).
2. Decret № 2016-112 du 24 fevrier 2016 portant modalites d'acquisition et de perte de la qualite de PME [Электронный ресурс]. URL: [www.entrepreneuriat.gouv.ci/textes\\_juridiques\\_view.php/](http://www.entrepreneuriat.gouv.ci/textes_juridiques_view.php/) (дата обращения: 22.12.2019).
3. Loi № 2014-140 du 24 mars 2014 portant orientation de la Politique Nationale de promotion de PME [Электронный ресурс]. URL: [www.entrepreneuriat.gouv.ci/fichiers/1460477476loi-n-2014-140-politique-ntle-pme.pdf](http://www.entrepreneuriat.gouv.ci/fichiers/1460477476loi-n-2014-140-politique-ntle-pme.pdf) (дата обращения: 22.12.2019).
4. Loi № 2014-338 du 05 juin 2014 relative à l'artisanat [Электронный ресурс]. URL: [www.entrepreneuriat.gouv.ci/fichiers/1460477376code-de-l-artisanat-ivoirien-last.pdf](http://www.entrepreneuriat.gouv.ci/fichiers/1460477376code-de-l-artisanat-ivoirien-last.pdf) (дата обращения: 15.01.2020).
5. Programme National d'Investissement Agricole (Pnia) 2010-2015. № 1. - 118 p.
6. Programme National de Developpement (Pnd) 2012-2015. № 1. - 65 p.

7. Programme National de Developpement (Résumé Pnd) 2016-2020. № 1. - 14 p.
8. Promotion de l'entrepreneuriat en Côte d'Ivoire: Les Etats Unis s'allient au secteur privé. Ambassade des Etats Unis en Côte d'Ivoire // Fratmat.info, 22 février 2018 [Электронный ресурс]. URL: [www.fratmat.info/](http://www.fratmat.info/) (дата обращения: 25.02.2020).
9. Zadi Kessy M. Culture africaine et gestion de l'entreprise moderne, Abidjan, Editions CEDA, 1998. - 248 p.

### **References**

1. Coulibaly M. Agriculture en Afrique de l'ouest: Ces engrais qui manquent cruellement // Maliactu.net, 2013, 26. Available at: <http://maliactu.net/agriculture-en-afrique-de-louest-ces-engrais-qui-manquent-cruellement/#sthash.gK8DW8wl.dpuf> (accessed 15.03.2020).
2. Decret № 2016-112 du 24 fevrier 2016 portant modalites d'acquisition et de perte de la qualite de PME. Available at: [www.entrepreneuriat.gouv.ci/textes\\_juridiques\\_view.php/](http://www.entrepreneuriat.gouv.ci/textes_juridiques_view.php/) (accessed 22.12.2019).
3. Loi № 2014-140 du 24 mars 2014 portant orientation de la Politique Nationale de promotion de PME. Available at: [www.entrepreneuriat.gouv.ci/fichiers/1460477476loi-n-2014-140-politique-ntle-pme.pdf](http://www.entrepreneuriat.gouv.ci/fichiers/1460477476loi-n-2014-140-politique-ntle-pme.pdf) (accessed 22.12.2019).
4. Loi № 2014-338 du 05 juin 2014 relative à l'artisanat. Available at: [www.entrepreneuriat.gouv.ci/fichiers/1460477376code-de-l-artisanat-ivoirien-last.pdf](http://www.entrepreneuriat.gouv.ci/fichiers/1460477376code-de-l-artisanat-ivoirien-last.pdf) (accessed 15.01.2020).
5. Programme National d'Investissement Agricole (Pnia) 2010-2015. № 1. - 118 p.
6. Programme National de Developpement (Pnd) 2012-2015. № 1. - 65 p.
7. Programme National de Developpement (Résumé Pnd) 2016-2020. № 1. - 14 p.

8. Promotion de l'entrepreneuriat en Côte d'Ivoire: Les Etats Unis s'allient au secteur privé. Ambassade des Etats Unis en Côte d'Ivoire // Fratmat.info, 22 février 2018. Available at: [www.fratmat.info/](http://www.fratmat.info/) (accessed 25.02.2020).

9. Zadi Kessy M. Culture africaine et gestion de l'entreprise moderne, Abidjan, Editions CEDA, 1998. - 248 p.

© Акосси Жан Поль, Воскеричян Роберт Оганесович, 2020 г.

## МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ

### Экономическое развитие в глобальном и региональном аспектах и роль туризма в странах Латинской Америки

**Бонилла Ромеро Кэтти,**

Российский университет дружбы народов,  
117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д.6

*В статье представлен анализ глобальной макроэкономической динамики в 2002-2020 гг. и на перспективу до 2023 г. Автором показана высокая степень зависимости и, соответственно, уязвимости глобальной экономики в условиях нестабильности. В свою очередь, макроэкономические тренды в странах Латинской Америки сохраняют высокую степень зависимости от глобальных процессов и тенденций. В статье автор представил макроэкономическое видение международной и латиноамериканской экономики и ее перспектив в 2019-2020 гг. с акцентом на туристический сектор.*

**Ключевые слова:** глобальная экономика, социально-экономическая динамика, Латинская Америка, туризм.

**JEL коды:** O 100, O 018, O 540.

### Global and regional economic development and the role of tourism in Latin America

**Bonilla Romero Katty,**

Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University)  
117198, Moscow, Miklukho-Maklaya str., 6

*The article presents an analysis of global macroeconomic dynamics in 2002-2020 and for the future until 2023. The author shows a high degree of dependence and, consequently, vulnerability of the global economy in conditions of instability. In turn, macroeconomic trends in Latin America remain highly dependent on global processes and trends. In the article, the author presented a macroeconomic vision of the international and Latin American economy and its prospects in 2019-2020, with an emphasis on the tourism sector.*

**Keywords:** global economy, socio-economic dynamics, Latin America, tourism.

### Глобальная макроэкономическая динамика

Мировая экономика давно переживает непрерывный процесс «неопределенности», который углубился в последние 10 лет – с момента начала глобального финансово-экономического кризиса 2008-2009 гг., что подтверждают многие исследователи [5]. Он проявляется, прежде всего, в том, что происходит падение темпов роста мирового валового продукта, а также важнейшего макроэкономического показателя [1] – ВВП развитых стран (табл. 1), что, в свою очередь, приводит к фундаментальным трансформациям в системе мирового хозяйства.

Таблица 1.

**Темпы ежегодного роста мирового ВВП и развитых стран, 2002-2020 гг. и прогноз на 2023 г., %**

	2002-2007 (средний)	2012-2017 (средний)	2018	2019	2020	2023 (прогноз)
Мир	4,4	3,5	3,6	2,9	3,3	3,6
Развитые страны	2,5	1,9	2,2	1,9	1,7	1,5
США	2,6	2,2	2,9	2,6	1,9	1,4
ЕС	1,9	1,1	1,9	1,3	1,6	1,4
Япония	1,8	1,4	0,8	0,9	0,4	0,5
Прочие развитые страны	3,6	2,4	2,6	2,1	2,4	2,1
Страны с формирующейся рыночной экономикой и развивающиеся страны	7,1	4,8	4,5	4,1	4,7	4,8
Развивающиеся страны Азии	9,2	6,8	6,4	6,2	6,2	6,1
Субсахарская Африка	6,6	3,8	3,1	3,4	3,6	4,1
Латинская Америка	4,1	1,3	1	0,6	2,3	2,9

Источник: составлено по [11].

Table 1.

**Annual growth rate of world GDP and developed countries, 2002-2020 and forecast for 2023, %**

	2002-2007 (average)	2012-2017 (average)	2018	2019	2020	2023 (forecast)
World	4,4	3,5	3,6	2,9	3,3	3,6
The developed countries	2,5	1,9	2,2	1,9	1,7	1,5
USA	2,6	2,2	2,9	2,6	1,9	1,4
EU	1,9	1,1	1,9	1,3	1,6	1,4
Japan	1,8	1,4	0,8	0,9	0,4	0,5
The other developed countries	3,6	2,4	2,6	2,1	2,4	2,1
Emerging and developing economies	7,1	4,8	4,5	4,1	4,7	4,8
Developing countries of Asia	9,2	6,8	6,4	6,2	6,2	6,1
Subsaharan Africa	6,6	3,8	3,1	3,4	3,6	4,1
Latin America	4,1	1,3	1	0,6	2,3	2,9

Source: compiled from [11].

Из представленных данных видно замедление роста экономик развитых стран до менее 2% в год. Даже с учетом того, что после кризиса 2008 г. США восстановили свою экономику достаточно быстро, согласно прогнозу, дальнейшее развитие сохраняет тенденцию к понижению. Страны Еврозоны также с большим трудом преодолевают негативные тенденции в хозяйственном развитии. Япония характеризуется еще более медленным ростом по сравнению с США и ЕС.

По оценкам ООН, учитывая сохраняющуюся политическую неопределенность, слабую деловую уверенность и снижение фискальных стимулов, рост ВВП в США, по прогнозам, замедлится с 2,2% в 2019 г. до 1,7% в 2020 г. В Европейском Союзе глобальная неопределенность будет продолжать сдерживать производственный сектор, но будет частично компенсироваться

стабильным ростом частного потребления, что позволит скромно увеличить рост ВВП с 1,4% в 2019 г. до 1,6% в 2020 г. [10].

В развивающихся и переходных экономиках наблюдается экономический рост, но на более низких уровнях (Табл. 1). В то же время показатели стран Латинской Америки и Карибского бассейна сохраняются на более высоком уровне, чем у развитых стран, хотя и ниже общемирового уровня.

МВФ прогнозирует, что глобальный рост, который, по оценкам, составил 2,9% в 2019 г., увеличится до 3,3% в 2020 г. и до 3,4% в 2021 г. [11]. Однако, на наш взгляд, влияние негативных экономических тенденций, связанных с глобальной коронавирусной пандемией, вряд ли даст возможность реализовать эти предполагаемые темпы роста, и мировая экономика, а также и региональные и страновые хозяйства, по-видимому, ввергаются в очередной экономический кризис, глубина и продолжительность которого пока неясны в полной мере.

Значительный вклад в эту динамику вносит мировая торговля, в том числе – торговля услугами. И хотя ежегодный темп роста внешней торговли развитых стран пока выше, чем у развивающихся, он также имеет тенденцию к снижению.

Если говорить о наиболее крупном секторе торговли услугами, то это международный туризм.

Так, Всемирный совет по туризму и путешествиям (WTTC) в своем отчете за 2019 г. отметил, что в 2017-2018 гг. вклад мирового туризма составлял 10% от мирового валового продукта (8,8 трлн долл. США в 2018 г. в стоимостном выражении), что в 1,4 раза выше, чем доля сельского хозяйства, в 1,5 раза выше, чем банковского сектора и автомобилестроения и в 1,7 раза выше, чем горнодобывающей промышленности. В 2018 г. сектор туризма вырос на 3,9% относительно предыдущего года и обеспечивал более 300 млн. рабочих мест в мире [7]. В то же время турпотоки выросли в 2018 г. на 5% и принесли доход в размере 1,4 млрд долл. (Рис. 1). Эта цифра была достигнута на 2 года раньше прогнозов UNWTO [9].

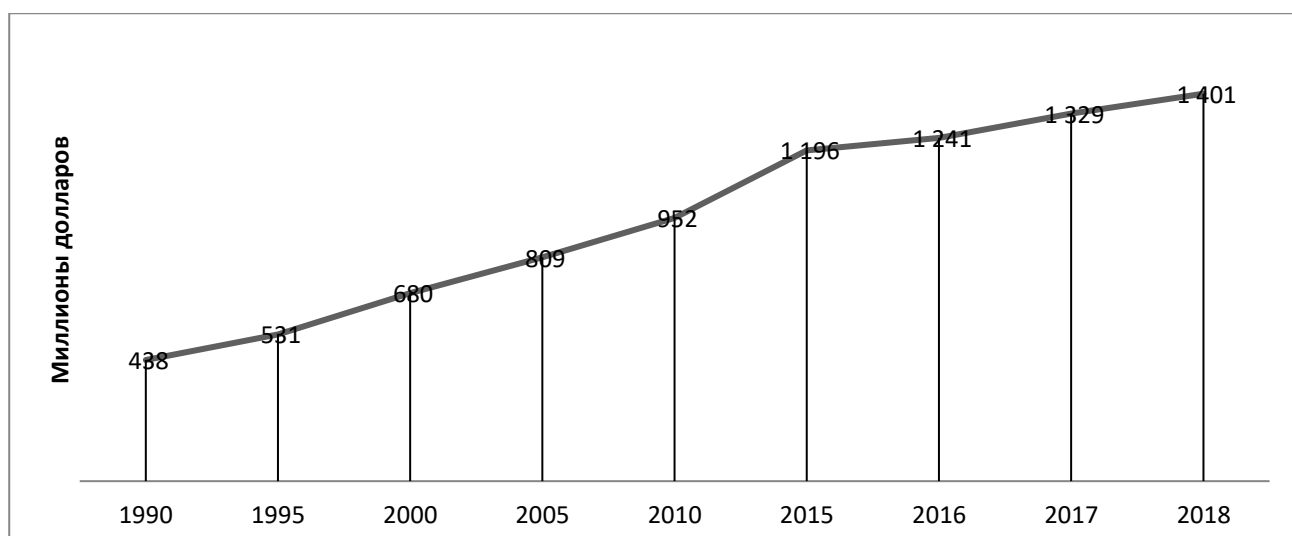


Рис. 1. Динамика доходов от международного туризма в 1990-2018 гг., млн долл.

Источник: составлено по [12].

Fig. 1: Dynamics of revenues from international tourism in 1990-2018, million dollars.

Source: compiled by the author from [7].

К туристской отрасли относится каждое 11-е рабочее место в мире. Если раньше рост мировой экономики опережал темпы роста развития туризма, то в настоящее время темпы роста мирового туризма составляют до 5% в год, в то время как рост мировой экономики – 2-3% в год, то есть туризм во многом стал фактором, способствующим развитию мировой экономики [2].

Нет сомнений в том, что существуют реальные условия глобальной нестабильности (экономической, социальной, экологической). Многие исследователи изучают современные тенденции, пытаются их объяснить и строят прогнозы и модели дальнейшего развития на глобальном и региональном уровнях. Однако появление все новых и новых вызовов до настоящего времени не позволяет стабилизировать ситуацию. Это говорит о глубоком структурном и организационном кризисе современной мировой экономики.

## Страны Латинской Америки: современные макроэкономические тенденции и роль туризма

Страны Латинской Америки развиваются в соответствии с общемировыми тенденциями. Негативные тенденции глобальной экономики последних лет охватили всю структуру и динамику мировой экономики, в частности, регион Латинской Америки и Карибского бассейна оказался среди проигравших (за некоторыми исключениями), как видно из табл. 2.

*Таблица 2.*

### Темп роста национальных экономик стран Латинской Америки в 2012-2019 гг., %

	2012-2017 (средний)	2018	2019
Латинская Америка и Карибы	1,1	0,9	0,5
Аргентина	0,4	-2,5	-1,8
Боливия	5,1	4,2	4
Бразилия	-0,0	1,1	0,8
Чили	2,7	4	2,8
Колумбия	3,3	2,6	3,1
Коста Рика	3,6	2,7	2,5
Эквадор	2,6	1,4	0,2
Гватемала	3,5	3,1	2,9
Мексика	2,7	2	1
Панама	6,3	3,7	4,9
Перу	4,0	4	3,2

*Источник:* составлено по [8].

Таблица 2.

Growth rate of national economies of Latin America in 2012-2019, %

	<b>2012-2017 (average)</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Latin America and the Caribbean	1,1	0,9	0,5
Argentina	0,4	-2,5	-1,8
Bolivia	5,1	4,2	4
Brazil	-0,0	1,1	0,8
Chile	2,7	4	2,8
Colombia	3,3	2,6	3,1
Costa Rica	3,6	2,7	2,5
Ecuador	2,6	1,4	0,2
Guatemala	3,5	3,1	2,9
Mexico	2,7	2	1
Panama	6,3	3,7	4,9
Peru	4,0	4	3,2

*Source:* compiled by the author from [8].

Как видно из анализа представленных данных, страны региона весьма дифференцированы как по уровню экономического развития, так и по его темпам, да и возможностям, а также роли в этом процессе внешней (в том числе внутрирегиональной торговли как основы интеграционных процессов) [6].

В 2018 г. внутрирегиональный экспорт по сравнению с общим экспортом составил 15,4%, в то время как внутрирегиональный импорт по сравнению с общим импортом достиг 15,7%. Со своей стороны, индекс соотношения биржевых цен в регионе (на основе 2010 г.) увеличился на 2,7% в 2018 г. для Латинской Америки по сравнению с уровнем 2017 г.

По данным Международной туристской организации (ЮНВТО), торговля услугами в странах Латинской Америки выросла на 8% за 2018 г. В частности, экспорт коммерческих услуг составил за год 5,7 млрд долл., а импорт – 5,5 млрд долл. Как видно из статистических данных, деятельность в области туризма в

масштабе стран Латинской Америки и Карибского бассейна, как и в целом в мире, демонстрирует устойчивость в сложном социально-экономическом и политическом контексте и может иметь необходимую основу для более сбалансированного изменения общеэкономической и социальной ситуации [12].

За 1-й квартал 2019 г. экономическая активность в Латинской Америке сократилась на 0,1% по сравнению с аналогичным периодом 2018 г. За тот же период экспорт увеличился на 0,8%, а импорт – на 0,6%, демонстрируя, однако, заметное замедление. И, наконец, инвестиции упали на 2,2%. Таким образом, на странах Латинской Америки и Карибского бассейна в значительной степени сказываются проблемы мировой экономики и собственные структурные ограничения.

В то же время, многие авторы отмечают, что «В XXI столетии тенденции в области развития в Латинской Америке и Карибском бассейне характеризуются заметным оживлением темпов экономического роста, значительным снижением уровня нищеты и умеренным прогрессом в сокращении неравенства и его масштабов. Это обстоятельство связано с возрождением общественного интереса к созданию долгосрочных условий развития. Добиться макроэкономической стабильности с позитивными социальными результатами было непросто. Эта убежденность, по-видимому, лежит в основе этого новаторского стремления – закрепить устойчивое развитие в Латинской Америке и Карибском бассейне» [8].

Во многом положительные процессы в странах Латинской Америки – как в экономической, так и в социальной сфере, – стали результатом развития в регионе международного туризма [13].

Однако, по нашему мнению, страны Латинской Америки и Карибского бассейна обязаны искать комплексные ответы – и формировать соответствующую политику – для решения сохраняющихся сложных проблем.

Одним из направлений развития как туризма, так и всей социально-экономической системы в странах Латинской Америки и Карибского бассейна,

по нашему мнению, может стать инновационная составляющая [3], как это уже имеет место в других развитых и развивающихся странах.

Кроме того, следует отметить, что для развития туристического сектора стран Латинской Америки решающую роль до настоящего времени играет государственное регулирование. Эта модель показала в регионе свою высокую эффективность на протяжении ряда десятилетий. Однако в настоящее время, на наш взгляд, важно осуществлять постепенную модернизацию этой системы в сторону роста государственно-частного партнерства.

### Список литературы

1. Вереникина А.Ю., Исаев В.А., Кузьмин Д.В. и др. Экономика. Базовый курс. – М., 2017.
2. Пирогова О.В., Пирогова А.Ю. Роль устойчивого туризма в мире // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. - 2017. – № 7-2. – С. 305-309.
3. Соловьёва Ю.В. Трансферт технологий стран БРИКС: проблемы и перспективы // Экономический журнал. – 2015. – №4 (40). – С. 85-96.
4. Столярова Е.И., Пономаренко Е.В. Государственное предпринимательство: теория и практика развития. Саарбрюкен, 2011.
5. Шкваря Л., Григоренко О., Стрыгин А., Русакович В., Шилина С. Влияние глобального экономического кризиса на технологические рынки стран Азии (Индия, Китай) // Центральная Азия и Кавказ. – 2016. – Т. 19. – № 2. С. 119-130.
6. Шкваря Л.В. Международная экономическая интеграция и рынок // Вестник Российской экономической академии им. Г.В. Плеханова. – 2004. – № 2. – С. 32-36.
7. Despite economic turbulence, Italy's Travel & Tourism sector continues to thrive, says new WTTS Benchmarking research // Всемирный совет по туризму и путешествиям: официальный сайт [Электронный ресурс]. URL:

<https://www.wttc.org/about/media-centre/press-releases/press-releases/2019/benchmarking-italy/> (дата обращения: 10.04.2020).

8. García Álvarez S. Prospectiva y desarrollo: el clima de la igualdad en América Latina y el Caribe a 2020 / Colección "La hora de la Igualdad, Naciones Unidas Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Estudio Económico de América Latina y el Caribe. El nuevo contexto financiero mundial: efectos y mecanismos de transmisión en la región. Santiago de Chile, 2019.

9. International tourism continues to outpace the global economy // International Tourism Highlights, 2019 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152> (дата обращения: 10.04.2020).

10. Situación y Perspectivas de la Economía Mundial 2020: Resumen ejecutivo // Department of Economic and Social Affairs Economic Analysis, United Nations [Электронный ресурс]. URL: [www.un.org/development/desa/dpad/publication/situacion-y-perspectivas-de-la-economia-mundial-2020-resumen-ejecutivo/](http://www.un.org/development/desa/dpad/publication/situacion-y-perspectivas-de-la-economia-mundial-2020-resumen-ejecutivo/) (дата обращения: 10.04.2020).

11. Tenue estabilización, lenta recuperación [Электронный ресурс]. URL: <https://www.imf.org/es/Publications/WEO/Issues/2020/01/20/weo-update-january2020> (дата обращения: 10.04.2020).

12. UNWTO Tourism Highlights. 2008-2019 Editions, p. 8-19 [Электронный ресурс]. URL: [http://tourlib.net/wto/WTO\\_highlights\\_2008-2019.pdf](http://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2008-2019.pdf) (дата обращения: 10.04.2020).

13. Zornitta J.F. Turismo en America Latina y en el Caribe Politicas de Desarrollo Economico, Ocupacion Territiirial y de Sostenibilidad [Электронный ресурс]. URL: [www.tourism4development2017.org/wp-content/uploads/2017/11/zornitta-jos-fernando-paper-d4.pdf](http://www.tourism4development2017.org/wp-content/uploads/2017/11/zornitta-jos-fernando-paper-d4.pdf) (дата обращения: 05.04.2020).

## References

1. Verenikina A.Ju., Isaev V.A., Kuz'min D.V. i dr. Jekonomika. Bazovyy kurs [Economy. Basic course]. Moscow, 2017.

2. Pirogova O.V., Pirogova A.Ju. Rol' ustojchivogo turizma v mire [The role of sustainable tourism in the world]. *Mezhdunarodnyj zhurnal prikladnyh i fundamental'nyh issledovanij*, 2017, № 7-2, pp. 305-309.
3. Solovieva Yu.V. Transfert tehnologij stran BRIKS: problemy i perspektivy [BRICS technology transfer: challenges and prospects]. *Ekonomicheskij zhurnal*, 2015, №4 (40), pp. 85-96.
4. Stoljarova E.I., Ponomarenko E.V. Gosudarstvennoe predprinimatel'stvo: teorija i praktika razvitija [State Entrepreneurship: Development Theory and Practice]. Saarbruken, 2011.
5. Shkvarya L., Grigorenko O., Strygin A., Rusakovich V., Shilina S. Vlijanie global'nogo jekonomicheskogo krizisa na tehnologicheskie rynki stran Azii (Indija, Kitaj) [Impact of the global economic crisis on Asian technology markets (India, China)]. *Central'naja Azija i Kavkaz*, 2016, T. 19, № 2, pp. 119-130.
6. Shkvarya L.V. Mezhdunarodnaja jekonomicheskaja integracija i rynek [International economic integration and market]. *Vestnik Rossijskoj jekonomicheskoi akademii im. G.V. Plehanova*, 2004, № 2, pp. 32-36.
7. Despite economic turbulence, Italy's Travel & Tourism sector continues to thrive, says new WTTS Benchmarking research. World Tourism and Travel Council: official website. Available at: <https://www.wttc.org/about/media-centre/press-releases/press-releases/2019/benchmarking-italy/> (accessed 10.04.2020).
8. García Álvarez S. Prospectiva y desarrollo: el clima de la igualdad en América Latina y el Caribe a 2020 / Colección "La hora de la Igualdad, Naciones Unidas Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Estudio Económico de América Latina y el Caribe. El nuevo contexto financiero mundial: efectos y mecanismos de transmisión en la región. Santiago de Chile, 2019.
9. International tourism continues to outpace the global economy // *International Tourism Highlights*, 2019. Available at: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152> (accessed 10.04.2020).
10. Situación y Perspectivas de la Economía Mundial 2020: Resumen ejecutivo // Department of Economic and Social Affairs Economic Analysis, United

Nations Available at: [www.un.org/development/desa/dpad/publication/situacion-y-perspectivas-de-la-economia-mundial-2020-resumen-ejecutivo/](http://www.un.org/development/desa/dpad/publication/situacion-y-perspectivas-de-la-economia-mundial-2020-resumen-ejecutivo/) (accessed 10.04.2020).

11. Tenue estabilización, lenta recuperación Available at: <https://www.imf.org/es/Publications/WEO/Issues/2020/01/20/weo-update-january2020> (accessed 10.04.2020).

12. UNWTO Tourism Highlights. 2008-2019 Editions, p. 8-19 Available at. URL: [http://tourlib.net/wto/WTO\\_highlights\\_2008-2019.pdf](http://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2008-2019.pdf) (accessed 10.04.2020).

13. Zornitta J.F. Turismo en America Latina y en el Caribe Politicas de Desarrollo Economico, Ocupacion Territiirial y de Sostenibilidad Available at: [www.tourism4development2017.org/wp-content/uploads/2017/11/zornitta-jos-fernando-paper-d4.pdf](http://www.tourism4development2017.org/wp-content/uploads/2017/11/zornitta-jos-fernando-paper-d4.pdf) (accessed 05.04.2020).

© Бонилла Ромеро Кэти, 2020 г.

## **Влияние коронавируса на изменение маркетинговых инструментов в сфере международного туризма**

*Короткая Анна Михайловна,  
Трофимова Александра Александровна,  
Российский университет дружбы народов,  
117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д.6*

*В статье рассматривается влияние пандемии COVID-19 на маркетинг в сфере международного туризма. Актуальность исследования определяется резким изменением в социально-экономической сфере жизни людей во всем мире, что повлекло за собой трудности в понимании того, какую маркетинговую политику проводить в такой сложный и неоднозначный период. Туристическая отрасль, которая всегда была стабильным источником дохода, сейчас переживает самый сложный период своей истории. Как действовать компаниям в условиях пандемии? В чем выражается специфика маркетинга в сфере международного туризма? Каковы основные маркетинговые инструменты в сфере туризма и какие факторы способны на нее повлиять? Автором сделана попытка ответить на эти вопросы.*

**Ключевые слова:** маркетинг, международный туризм, туристический продукт, маркетинговые инструменты, международный бизнес, COVID-19.

**JEL коды:** F00, M31.

## **Impact of coronavirus on changes in marketing tools in the field of international tourism**

*Korotkaya Anna Mikhailovna,  
Trofimova Aleksandra Aleksandrovna,  
Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University)  
117198, Moscow, Miklukho-Maklaya str., 6*

*In article examines the impact of COVID-19 on international tourism marketing. The relevance of the research is determined by the dramatic change in the socio-economic sphere of people's lives around the world, which has led to the difficulties in understanding which marketing*

*policy should be maintained in such complex and ambiguous period. The tourism industry, which has always been a stable source of income, is now going through a difficult period in its history. How companies should act in the in the face of pandemics? What is the specificity of marketing in the field of international tourism? What are the main marketing tools in tourism and what factors can influence on it? The author attempted to answer these questions.*

**Keywords:** *marketing, international tourism, tourist product, marketing tools, international business, COVID-19.*

## **Введение**

Актуальность темы влияния коронавируса на изменение маркетинговых инструментов в сфере международного туризма обусловлена тем, что мировой туристский рынок переживает период сильного экономического кризиса. В условиях временного прекращения своей деятельности компаниям важно понимать, что можно сделать, чтобы подготовиться к моменту возобновления своей деятельности.

В своей работе мы хотим обозначить несколько мер, которые позволят не только не прекратить маркетинговую деятельность компаний, но и помогут развить их потенциал.

Для того, чтобы понимать, как осуществлять маркетинговую деятельность в период кризиса, необходимо учитывать специфику туризма как отрасли мирового сектора услуг, особенности маркетинга в сфере туризма, его уровни и факторы, оказывающие на него влияние. Вся информация в рамках поставленного вопроса будет рассмотрена в данной статье.

## **Обзор литературы по теме**

Проблемой маркетинга в сфере международного туризма ранее занимались такие отечественные и зарубежные ученые, как: Дурович А.П. [1]; Джеймс Мейкенз, Филип Котлер, Джон Боуэн [4]; Шимин Н.А. [7]; Морозова М.А. [5]; Розанова Т.П. [2]; Карпова Г.А. [3] и др.

Тема влияния коронавируса на изменение маркетинговых инструментов в сфере международного туризма в научной литературе ранее не была рассмотрена.

### **Туризм как отрасль мирового сектора услуг**

Индустрия туризма – это одна из основных отраслей мирового сектора услуг. В последние годы туризм оставался надежной частью экономики многих стран.

Туризм затрагивает большое количество отраслей, а именно: транспортную, жилищную, строительную, общественного питания, развлечений, здравоохранения, связи и торговли, ввиду чего индустрия туризма имеет большое экономическое и социальное значение. Она является мощной базой рабочих мест для населения стран всего мира, источником пополнения государственного бюджета, развивает все отрасли, связанные с производством туристского продукта, обеспечивает повышение общего уровня культуры, что мотивирует государства развивать этот сектор сферы услуг.

Современный туризм включает в себя широкий спектр специализированных предприятий, учреждений и организаций, а именно:

- 1) турагенты и туроператоры;
- 2) предприятия по размещению туристов (мотели, гостиницы, кемпинги и др.);
- 3) предприятия общественного питания (кафе, рестораны);
- 4) предприятия транспортной отрасли (авиационные, морские, железнодорожные ведомства и др.);
- 5) предприятия досуговой сферы (кинотеатры, концертные залы, театры и др.);
- 6) рекламные агентства и информационные центры;
- 7) торговые предприятия [1, с.35].

Все эти организации в разной степени вынуждены заниматься маркетингом. Стоит отметить, что в зависимости от типа предприятия

отличается и содержание маркетинга. Но в любом случае, в условиях быстрых темпов развития индустрии туризма и нарастающей конкуренции, каждая организация должна развиваться в этой сфере для увеличения прибыли или для достижения иных конечных целей своей деятельности.

### **Маркетинг в сфере международного туризма**

Маркетинг в туризме – это деятельность, направленная на планирование и разработку туристских товаров и услуг, поиск способов стимулирования спроса на них, ценообразование. Он необходим для продвижения продукта с целью максимизации прибыли того, кто предоставляет товар или услугу при наиболее эффективном удовлетворении потребностей туристов.

В зависимости от того, к какой отрасли принадлежит организация, от её назначения, выделяют несколько уровней маркетинга в сфере туризма.

Так, маркетинг туроператоров и туристских предприятий в целом представляет собой процесс согласования возможностей таких организаций с запросами их клиентов. Конечным результатом в данном случае является удовлетворение потребностей туристов с одновременным получением прибыли, которая позволит увеличить производственный потенциал.

Маркетинг производителей туристских услуг включает в себя маркетинг гостиниц, кафе, организаций, занимающихся перевозкой туристов, и др. Он подразумевает процесс комплексного анализа потребительского спроса с целью организации услуг, ориентированных на удовлетворение потребностей клиента, поиск наиболее эффективных методов обслуживания.

Маркетинг общественных туристских организаций, защищающих интересы предприятий сферы туризма, направлен на формирование и поддержание благоприятного общественного мнения.

Маркетинг регионов и территорий направлен на формирование и поддержание отношения туристов к определенным территориальным единицам [1, с.36].

В соответствии с рекомендациями Всемирной туристской организации (UNWTO) принято выделять три основные функции маркетинга в сфере туризма.

Во-первых, маркетинг способствует формированию контактов с потребителями туристских продуктов. Суть этой функции заключается в том, чтобы убедить клиента в соответствии предлагаемого места размещения и сервиса его запросам. Во-вторых, проводимая маркетинговая политика приводит к развитию контактов за счет нововведений. Так, проектирование и создание новых услуг, товаров, которые будут отвечать требованиям потенциальных клиентов, обеспечат расширение рынка сбыта. В-третьих, маркетинг позволяет контролировать результаты обслуживания, он предусматривает анализ результатов продвижения товаров и услуг, рациональности использования имеющихся в сфере туризма возможностей, сопоставление расходов на рекламу и полученного дохода.

Организации воздействуют на внешнюю среду и различные стороны рынка при помощи маркетинговых инструментов (сувенирная продукция, торговые марки, социально-культурные мероприятия, отношения со СМИ, профессионализм персонала, миссия и ценности компании, реклама). Использование нескольких маркетинговых инструментов позволяет увеличить эффективность проводимой маркетинговой политики [2, с.8].

Организация постоянно находится под воздействием множества факторов, от которых зависит её стратегия, выбор правильных маркетинговых инструментов, а, в конечном итоге, прибыль и рейтинг. Если говорить о туризме со стороны целых регионов и стран, то благоприятные факторы способствуют увеличению туристического потока и приводят их к лидерству, а неблагоприятные, напротив, способны снизить туристический поток и привести к крупным экономическим потерям.

Все основные факторы, влияющие на развитие международного туризма, разделяют на две группы: динамические и статические.

Среди динамических выделяют:

1. демографические (общий рост народонаселения, изменения в возрастной структуре населения, урбанизация и др.);
2. экономические;
3. социальные (уровень благосостояния населения, уровень иммиграции, рост осознания туристских возможностей и др.);
4. научно-технический прогресс;
5. культурные;
6. международные (отношения между отдельными странами, процесс глобализации и др.).

Именно среди динамических факторов выделяют те, которые способны привести к развитию международного туризма, которое возможно при поддержке государственных органов, повышении уровня общественного сознания, процессе урбанизации и росте общественного богатства.

Если на динамические факторы может повлиять человек, может их предсказать и подготовиться к изменениям в сфере туризма, провести необходимые маркетинговые мероприятия для того, чтобы минимизировать негативные последствия или максимизировать выгоду, то статистические факторы не поддаются нашему контролю. К ним относятся географические, культурно-исторические и природно-климатические факторы.

Что делать в случае воздействия статических факторов? Да, сейчас страны все реже сталкиваются с такими проблемами, но в этом и есть их феномен. Они возникают внезапно и в масштабах, которые невозможно предсказать, как невозможно предсказать и последствия их влияния.

### **Влияние коронавируса на маркетинг в сфере международного туризма**

31 декабря 2019 г. мир столкнулся со вспышкой неизвестного вируса. Его распространение началось с Китая, а сейчас он охватил уже 181 страну. Пандемия COVID-19 изменила привычную жизнь людей. Число зараженных во всем мире уже превышает 3 000 000 человек [6]. Вирус отличается своей высокой скоростью распространения. Именно поэтому для недопущения его

распространения свои границы для въезда иностранных граждан закрыли порядка 63 стран.

Коронавирусная инфекция опасна не только для здоровья людей, но и для мировой экономики. Уже сейчас видно, какой экономический ущерб она принесла и насколько большие убытки несет бизнес. Несомненно, COVID-19 негативно сказывается на всей экономике в целом. Но все же есть определённые сектора, которые понесут больше всего убытков. К ним относят туристические услуги, отельный бизнес, платформы для бронирования апартаментов, HoReCa (сегмент сферы услуг индустрии гостеприимства), розничная торговля непродовольственными товарами, импорт в различных отраслях, рекламный бизнес, огромные потери переживают и авиакомпании, и аэропорты. Этот список можно продолжать ещё очень долго. Под удар пандемии попали как крупные, так и малые предприятия многих отраслей.

Можно заметить, что основной удар пришелся именно на индустрию туризма. Это логично: на время пандемии мир будто замер. Границы закрыты, люди, планировавшие свой отпуск заранее, теперь вынуждены сидеть на самоизоляции и лишь мечтать о предстоящих путешествиях. Международный туризм переживает тяжелейший период своей истории.

Сложность ситуации в этой отрасли усиливается и тем, что туристические компании (в частности, работающие там маркетологи), вынуждены сейчас планировать разработку предстоящих путешествий, отвечающих запросам туристов и не нарушающих установленных мер предосторожности, и думать над созданием максимально безопасных для клиентов условий.

Многие компании не выдерживают внезапного кризиса в своей отрасли. Так, компания Airbnb (сервис краткосрочной аренды жилья) вынуждена была принять решение о полном отказе от расходов на маркетинг на глобальном уровне из-за коронавирусной инфекции. Она потеряла несколько сотен миллионов долларов, а такая мера, по их мнению, позволит сэкономить 800 млн долларов в 2020 г. Но это лишь одна из нескольких мер, которые проводит компания во время кризиса. Также было принято решение о том, что учредители

компаниям не будут получать заработную плату в течение 6 месяцев. Заработная плата топ-менеджмента сократится вдвое. О намерениях сократить штат в 7 тысяч сотрудников, работающих по всему миру, в СМИ информации не поступало.

Пандемия COVID-19 действительно заставляет компании пересмотреть свой привычный порядок работы. Сейчас мир направляет все силы на борьбу с вирусом, именно поэтому Airbnb объявила о намерениях предоставлять жилье для медработников, которые работают в больницах, специализирующихся на борьбе с коронавирусной инфекцией, при этом комиссия за проживание с них взиматься не будет. Еще одним изменением в политике компании стал отказ от взимания процента с отмены бронирования.

В каждой крупной организации в сфере туризма маркетинговая стратегия содержит в себе определенный пакет мер реагирования на меняющуюся внешнюю среду, но ни один даже самый опытный маркетолог не сможет составить точные прогнозы последствий кризиса таких масштабов. Даже в этот тяжелый для всех момент есть возможности для маркетинга, которые можно использовать сейчас. В настоящее время будущее компаний зависит от того, как они будут использовать свои ресурсы во время кризиса.

Возникает вопрос: как управлять маркетингом в период пандемии?

Во время рецессии большинство топ-менеджеров придерживаются мнения о том, что компаниям необходимо сократить расходы. Такой вывод они делают из-за резкого падения спроса. Но в этой ситуации более грамотно поступит тот, кто будет думать о будущем. В один день пандемия закончится, график спроса вновь начнет расти, и в этом случае на вершине окажутся те, кто инвестировал в маркетинг во время рецессии. Во время пандемии потребители все так же думают о том, куда полететь если не в этом, то в следующем году, они непроизвольно будут видеть рекламу компаний, и, когда, спустя время, наступит тот самый момент планирования путешествия, они выберут именно её. Это позволяет сделать вывод о том, что полностью прекращать работу в сфере маркетинга на период рецессии – ошибочно. Исследования показывают, что

организации, инвестировавшие в маркетинг в такой период, после спада получают больше прибыли, чем те, которые значительно сократили эти расходы.

В период кризиса многие компании просто не имеют достаточных средств на проведение качественных маркетинговых мероприятий. Логичным будет снижение затрат на активную рекламу. В таком случае нужно распоряжаться имеющимися ресурсами и возможностями для максимизации прибыли в будущем.

Стоит задуматься о пересмотре каналов продвижения. Например, можно воспользоваться снизившейся стоимостью услуг разработчиков сайтов и обновить свою платформу. В распоряжение компаний сейчас попал очень важный ресурс – время, его маркетологи могут потратить на разработку контента, подготовив необходимый запас на время подъема спроса.

Если компания занимается производством туристского товара, во время сокращения объемов производства она может провести необходимый анализ потребительских потребностей, собрать необходимую для себя новую информацию и начать разработку новых продуктов. Это время можно использовать и для работы над качеством своей продукции, упаковки. Возможно, именно сейчас можно подумать о ребрендинге, чтобы после окончания пандемии выйти на рынок в обновленной форме. Это может помочь тем компаниям, которые до этого периода потерпели неудачу и имеют плохую репутацию.

В этот тяжелый период важно не потерять связь со своими клиентами и удержать аудиторию. Это повод подумать над программой лояльности и способах коммуникации с потребителем.

### **Выводы**

Кризис, вызванный пандемией COVID-19, заставил все предприятия, задействованные в сфере международного туризма, скорректировать свою деятельность, подстроиться под нынешние условия, которые диктует вирус. Но важно помнить, что полный отказ от маркетинга будет большой ошибкой.

Компании должны понимать, что грамотное и осмотрительное применение необходимых маркетинговых инструментов поможет не только удержаться на плаву в период рецессии, но и повысить свою прибыль в будущем.

### **Список литературы**

1. Дурович А.П. Маркетинг в туризме. – Минск, 2001.
2. Гончарова И.В., Розанова Т.П., Морозов М.А., Морозова Н.С. Маркетинг туризма. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014.
3. Карпова Г.А., Хорева Л.В. Экономика и управление туристской деятельностью. Ч. 1. – СПб.: Издательство СПбГУЭФ, 2011.
4. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм. – М.: Юнити, 2012.
5. Морозова М.А. Инновационные подходы к территориальному маркетингу в туризме / Общество в условиях современного медиапространства: сборник научных трудов. – Санкт-Петербург, 2016. – С. 242-245.
6. Онлайн карта распространения коронавируса. Коронавирус в России и мире [Электронный ресурс]. URL: <https://coronavirus-monitor.ru/> (дата обращения: 02.05.2020).
7. Шимин Н.А. Маркетинг туристского региона как необходимое условие эффективного управления региональным туризмом // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2012. – № 7(43). [Электронный ресурс]. URL: [www.uecs.ru/regionalnaya-ekonomika/item/1462-2012-07-25-05-37-26](http://www.uecs.ru/regionalnaya-ekonomika/item/1462-2012-07-25-05-37-26) (дата обращения: 02.05.2020).

### **References**

1. Durovich A.P. Marketing in tourism [Marketing in tourism]. Minsk, 2001.
2. Goncharova I.V., Rozanova T.P., Morozov M.A., Morozova N.S. Marketing turizma [Tourism marketing]. Moscow: Federal Agency for tourism, 2014.

3. Карпова G.A., Норева L.V. Экономика и управление туристской деятельностью [Economics and management of tourist activities]. Part 1. Saint Petersburg: Izdatel'stvo SPbGUEF, 2011.

4. Kotler F., Bowen J, Makens J. Marketing. Gostepriimstvo. Turizm [Marketing. Hospitality. Tourism]. Moscow: Unity, 2012.

5. Morozova M.A. Innovacionnye podhody k territorial'nomu marketingu v turizme [Innovative approaches to territorial marketing in tourism]. Society in the conditions of modern media space: collection of scientific works. Saint Petersburg, 2016, pp. 242-245.

6. Online map of the spread of coronavirus. Coronavirus in Russia and the world. Available at: <https://coronavirus-monitor.ru/> (accessed 02.05.2020).

7. Shimin N. A. Marketing turist'skogo regiona kak neobhodimoe uslovie jeffektivnogo upravlenija regional'nym turizmom [Marketing of the tourist region as a necessary condition for effective management of regional tourism]. Upravlenie ekonomicheskimi sistemami: elektronnyj nauchnyj zhurnal, 2012. № 7(43). Available at: [www.uecs.ru/regionalnaya-ekonomika/item/1462-2012-07-25-05-37-26](http://www.uecs.ru/regionalnaya-ekonomika/item/1462-2012-07-25-05-37-26) (accessed 02.05.2020).

© Короткая Анна Михайловна, Трофимова Александра Александровна, 2020 г.

## Сценарии развития ЕАЭС: анализ преимуществ и трудностей

*Овчинникова Наталия Эдуардовна,  
Овчинникова Оксана Петровна,  
Кокуйцева Татьяна Владимировна,  
Российский университет дружбы народов,  
117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д.6*

*В статье рассматриваются сценарии экономического развития Евразийского экономического союза в условиях пандемии и ее последствий. На примере Китая разобраны ключевые возможные пути выхода из кризиса и сформированы три ключевые сценария экономического развития для Евразийского экономического союза. В каждом сценарии описаны преимущества, перспективы и трудности, связанные с реализацией для государств-членов и для Союза в целом. Проведенный анализ позволил выделить один наиболее подходящий сценарий и сформировать ряд рекомендаций по его применению.*

**Ключевые слова:** ЕАЭС, сценарии развития, пандемия, экономический кризис.

**JEL коды:** E20, F13, F40, F50, O1.

## EAEU development scenarios: analysis of advantages and difficulties

*Ovchinnikova Nataliia Eduardovna,  
Ovchinnikova Oksana Petrovna,  
Kokuytseva Tatiana Vladimirovna,  
Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University)  
117198, Moscow, Miklukho-Maklaya str., 6*

*The scenarios of the Eurasian Economic Union development in a COVID-19 pandemic are presented in the article. The authors made an analysis of various ways out of the crisis in China, as well as three scenarios of economic development for the EAEU have been formed. In each scenario, the advantages, prospects and difficulties associated with implementation for Members and for the Union are used. The analysis made it possible to single out one of the most suitable scenarios.*

**Keywords:** Eurasian Economic Union, development scenarios, pandemic, economic crisis.

## **Введение**

В период пандемии и ликвидации ее последствий экономическая интеграция важна не только на региональном и страновом уровнях. Неотъемлемую часть в ликвидации последствий мировой пандемии коронавируса составляет многоаспектная интеграция на мировом уровне.

Одним из сильных и потенциально перспективных объединений можно считать ЕАЭС. Формирование евразийского экономического сообщества на этапе становления закладывало ключевой показатель эффективности – экономический рост и развитие стран постсоветского пространства.

Первые шаги к такого рода интеграции были положены в 1991 г., когда на смену СССР пришло объединение стран в Содружество Независимых Государств (СНГ). На тот момент, в состав СНГ вошли Беларусь, Россия и Украина. Однако ограничений на вступление в альянс не было и к Содруеству Независимых Государств присоединились страны бывших советских республик: Армения, Азербайджан, Казахстан, Кыргызстан, Молдова, Туркменистан, Таджикистан и Узбекистан подписали Алма-Атинский протокол и вступили в СНГ.

Возлагаемые на СНГ надежды не оправдались. Альянс не стал эффективным инструментом по решению проблем в условиях экономических сложностей, региональных войн, политической напряженности и конфликтов между странами-участницами. Доверительные отношения не удалось выстроить, что сказалось на эффективности функционирования этого альянса.

Опыт СНГ заставил страны принять новые меры по формированию межстрановых альянсов. В 1994 г. такой попыткой явилось создание зоны свободной торговли Армении, Беларуси, Грузии, Молдовы, Казахстана, Кыргызстана, России, Таджикистана, Украины и Узбекистана. К сожалению, данный союз так и не смог начать функционировать.

Пройдя через череду неудачных попыток, в 2003 г. было принято решение о создании Евразийского экономического сообщества (ЕАЭС) с целью урегулирования торгово-экономического сотрудничества.

В настоящее время ЕАЭС включает в себя пять стран: Россия, Белоруссия, Казахстан, Армения и Киргизия. В рамках заключенных соглашений о свободной торговле реализуется сотрудничество с Вьетнамом, Ираном, Китаем, Кубой. Молдавия является страной-наблюдателем [2]. 29 апреля 2020 г. стало известно, что в Узбекистане стартовала процедура присоединения к Евразийскому экономическому союзу в качестве наблюдателя [4].

### **Уроки Китая (пандемия и последствия)**

Вспышка коронавируса в Китае оказалась серьезным вызовом для всего мира. Быстро переросшая эпидемия в пандемию затронула практически все страны на Земле. COVID-19 представляет угрозу не только для системы здравоохранения стран, но также наносит серьезный ущерб экономике в целом.

В январе 2020 г. Китай подтвердил, что новый коронавирус [7], берущий свое начало в городе Ухань, представляет серьезную угрозу для здоровья человека. Правительство объявило о нескольких мерах по сдерживанию распространения вируса: ограничения на поездки, запреты на поставки, закрытие всех предприятий, в т.ч. малого бизнеса.

Многие экономические сферы пострадают от пандемии. По данным журнала *The Economist*, прогнозируется, что в 2020 г. мировая туристическая индустрия потеряет около 80 миллиардов долларов США. Розничные продажи, например, в Китае в 2020 г. будут составлять 5,1%. Это ниже раннее прогнозируемого сценария на 0,7%. Прогнозируемая цена на нефть в 2020 г. в среднем будет составлять 63 доллара США за баррель для Brent. Уже только эти факторы существенно повлияют на общеэкономическую деятельность.

Последствия COVID-19 в настоящий момент вышли далеко за пределы Китая. Вирус набирает свою силу. Несмотря на то, что многие страны уже преодолели плато по количеству заболевших, прогнозируется возможная вторая волна, а часть стран до сих пор ведет борьбу с этим вирусом.

Журнал *The Economist* выделяет четыре основных пути, которые отражают влияние кризиса в Китае на мировую экономику [7].

*Первый путь – Китай как ключевой поставщик товаров*

Согласно данным Главного таможенного управления, внешнеторговый оборот Китая составил 20,13 триллиона юаней, увеличившись на 3,6 процента по сравнению с аналогичным периодом прошлого года [5]. Китай взаимодействует в рамках соглашения о свободной торговле с 25 странами и регионами мира. В ходе пандемии коронавируса Китай остановил товарооборот со многими странами. Например, относительно России экспорт упал на 29,3% по сравнению с 2019 г. [3]. Объем производства в Китае претерпевает существенные изменения в связи с закрытием заводов и карантинном. Китай и город Ухань, в частности, играют важную роль в международных перевозках. Долгий перерыв серьезно нарушил цепочки поставок. Например, в автомобильном секторе некоторые поставки компонентов подверглись перебоям в таких странах, как Южная Корея и Германия. На Китай также приходится 30% нового спроса на нефть каждый год, в то время как на Азию в целом приходится примерно 50% нового спроса. В результате снижение спроса в Китае будет иметь прямое влияние на цены.

*Второй путь – Китай как потребитель импортных товаров и услуг*

Резкое замедление экономического роста в Китае повлияет на мировые цены на сырье, в том числе на нефть и полезные ископаемые. Больше всего от данной ситуации пострадают страны-экспортеры: Латинская Америка, Ближний восток и Россия.

*Третий путь – Китай как туристическое сердце мира*

Китайские туристы являются самыми многочисленными в мире. Внутренние и внешние ограничения на поездки сократят поток туристов из Китая, что существенно отразится на авиакомпаниях, отелях, ресторанах и розничной торговле. За последнее десятилетие приток туристов в Европу из Китая утроился - до 1,45 млн. В 2018 году основными направлениями были Италия, Франция, Германия и Великобритания.

*Четвертый путь – Усугубление деловых и рыночных отношений*

Кризис сферы здравоохранения окажет влияние также на деловые и рыночные отношения во всех странах мира. Заключенное соглашение между

США и Китаем в январе 2020 г. может отразиться двояко на экономике Китая. С одной стороны, Китай может улучшить экономическое положение, если не будет ссылаться на ситуацию с вирусом и выполнит все обязательства. В противном случае, ситуация для экономики Китая будет хуже [3]. Однако кризис развивается и доверие инвесторов и бизнеса слабеет на глазах. Такая ситуация приводит к росту волатильности на международных финансовых рынках.

Перечисленные сценарии применимы не только для Китая, с подобными проблемами столкнутся многие страны, в том числе члены ЕАЭС. Давайте рассмотрим, какие возможные сценарии развития ситуации можно спрогнозировать для ЕАЭС.

### **ЕАЭС после пандемии**

По данным исследований, последствия пандемии для многих стран будут тяжелыми и могут ввести в затяжную рецессию большинство стран. Прогноз ВВП для России составляет спад до -2,6% в 2020 году. Для сравнения, до пандемии прогноз был рост до 1,6% в 2020 году.

Глобальная экономическая ситуация выглядит достаточно мрачно. По прогнозам, мировая экономика сократится на 2,5%. Ожидаемое частичное восстановление экономики во второй половине 2020 г. может быть нарушено возникновением второй и третьей волны эпидемии. Сочетание низких бюджетных доходов и высоких государственных расходов поставит многие страны в ситуацию долгого и сложного экономического кризиса [6].

В этой связи видится необходимость особой поддержки и объединения стран-участниц ЕАЭС для преодоления последствий пандемии. Нам видится три ключевых сценария дальнейшего развития ЕАЭС.

*Первый сценарий – Амбициозный (расширение количества членов ЕАЭС и укрепление экономических связей)*

В настоящее время, между странами-участницами ЕАЭС возникают недопонимание и конфликтные ситуации. Напряженные отношения с Украиной являются ярким примером внутренних неурядиц, которые имеют влияние на

состояние всего альянса в целом. Однако, для разрешения сложившейся ситуации необходима справедливая, беспристрастная оценка ситуации и желание обеих сторон договориться. Такие переговоры по урегулированию сложных политических, идеологических и других конфликтов должны решаться без вмешательства сторонних государств или объединений. В случае успешной реализации конфликта, могут быть отменены санкции со стороны Запада, повысится стабильность национальной валюты, а экономика сможет вырасти. Такой оптимистичный сценарий позволит не только стабилизировать экономическую ситуацию в рамках ЕАЭС, но также позволит открыть окно для новых возможностей для расширения экономического сотрудничества по всему миру. Такая ситуация позволит странам-участницам сформировать внутри союза доверительные отношения, которые впоследствии могут быть преобразованы в нечто намного большее, чем просто союз.

Привлечение большего количества стран бывшего СССР позволит не только расширить торгово-экономические возможности стран, но также будет способствовать формированию объединения, которое не будет уступать Европейскому Союзу. Привлечение сильных игроков, формирование внешнеэкономических связей позволит укрепить положение ЕАЭС на мировой экономической арене и создать сильный альянс.

*Второй сценарий – Умеренно-оптимистичный (делать меньше, но качественнее)*

В условиях пандемии каждое государство старается выжить как может. Регионализация и стремительный упадок глобализации способствует пересмотру ключевых партнерских действий. Необходимо пересмотреть ценностное восприятие количественных ключевых показателей эффективности деятельности. В нынешней ситуации, будет значительно разумнее переключить внимание на более качественные, имеющую цель и решающие важную задачу действия.

Все страны-члены ЕАЭС потерпели существенные убытки за время пандемии. Фальсификация или следование политике закрытия показателей скажется губительно на каждой стране.

Сокращение количества мероприятий и переориентация существующих позволит более точно прорабатывать взаимодействие и развитие стран-участниц ЕАЭС. В данной ситуации не предусмотрено расширение участников альянса, так как подобная политика требует очень кропотливой и четкой работы.

Однако, ЕАЭС может столкнуться с существенной проблемой при реализации данного сценария. Слабые игроки альянса будут стараться получить максимальную выгоду от более сильных игроков (в данном случае, России) [8]. Немаловажной проблемой также является нежелание стран-членов ЕАЭС брать на себя ответственность за дальнейшую судьбу ЕАЭС. Если страны не смогут переступить через эту черту и объединить усилия, чтобы побороть кризис, успех данного сценария может не увидеть свет.

#### *Третий сценарий – Пессимистичный (распад ЕАЭС)*

Прогнозы развития экономической ситуации в условиях пандемии указывают, что международная торговля может сократиться в 2020 г. в пределах 15-35%. Сохранение мер по предотвращению распространения коронавируса обходятся странам в среднем 2% от ВВП. В апреле 2020 г. государства ЕАЭС предложили рассмотреть меры в области макроэкономической и денежно-кредитной политики. В частности, стабилизация обменных курсов национальных валют, нейтрализация спекуляции, обеспечение безопасности и устойчивости валютно-финансовой системы ЕАЭС. Несмотря на эти меры, все-таки этого может быть недостаточно. Многие страны теряют большое количество денег и постепенно погружаются в затяжную рецессию [1].

Одним из выходов из сложившейся экономической ситуации является расширение экономического сотрудничества с Шанхайской организацией сотрудничества. Реализуемый ШОС проект «Один пояс, один путь» может помочь выйти из рецессии странам альянса при активном сопряжении проектов и идей. Однако, здесь и кроется самая опасная ситуация.

Китай давно наблюдает со стороны на развитие экономической интеграции Евразии и имеет особые планы на государства Центральной Азии. КНР за последние годы смог стать главным торговым и инвестиционным партнером в Центральной Азии. Приглашение к сотрудничеству в рамках реализации проекта Шелкового пути позволяет установить более тесные интеграционные отношения со странами, которые интересны Китаю (например, Казахстан, Кыргызстан и Россия). В настоящее время ШОС активно расширяет экономическое сотрудничество и интеграцию между членами альянса.

Такая ситуация может способствовать тому, что при ухудшении ситуации внутри стран ЕАЭС, а также отсутствия перспектив развития, многие страны могут принять решение о присоединении к ШОС или слиянии ШОС и ЕАЭС. В этом есть очевидные плюсы, так как в ШОС входят такие страны, как Индия, Иран и Монголия (наблюдатели). Данная интеграция позволит расширить зону торгово-экономического сотрудничества, а, следовательно, может стать в ближайшем будущем серьезным конкурентом Европейскому союзу.

### **Выводы**

Последние 25 лет на евразийском пространстве проводились многочисленные эксперименты по формированию единого и эффективного экономического пространства. ЕАЭС – это единственный альянс, который позволил создать полноценный экономический союз с единой валютой и языком. Однако пандемия вносит свои коррективы. Россия является одним из самых сильных членов ЕАЭС, и она же сейчас столкнулась с серьезными экономическими проблемами. Как было упомянуто выше, Россию ждет затяжная рецессия, санкции будут только усугублять ситуацию, экономическая ситуация будет стабильно ухудшаться. Беря во внимание то, что цены на нефть существенно не растут, а то и прогнозируется ее удешевление, то у ЕАЭС могут возникнуть серьезные проблемы. Из всех предложенных сценариев и, учитывая опыт Китая, как потенциального партнера, в то же время соперника, наиболее реалистичным сценарием развития можно назвать первый сценарий.

Несмотря на то, что расширение может нести под собой риск, другие варианты могут не сработать в условиях нынешней экономической ситуации. Главной проблемой при реализации первого сценария является возможность перескочить к третьему сценарию, интегрироваться в ШОС, тем самым поставив крест на ЕАЭС как независимом альянсе.

Подводя итог всему вышесказанному, можно отметить, что при выборе сценария необходимо обращать внимание на реальную ситуацию в странах и действовать с наибольшей выгодой для стран-участниц. В настоящее время ключевой задачей государств является стабилизация экономического положения в стране и возможные действия, направленные на решение данной проблемы, могут иметь свои последствия в долгосрочной перспективе, которые будут ставить под вопрос существование ЕАЭС.

*Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта №19-010-00609 «Разработка прогнозных сценариев социально-экономического развития ЕАЭС на среднесрочную и долгосрочную перспективу на основе построения имитационных моделей оценки интеграционного потенциала ЕАЭС и анализа экономических и геополитических факторов и вызовов с оценкой их воздействия на Союз».*

### Список литературы

1. ЕЭК рассматривает меры макроэкономической и денежно-кредитной политики для обеспечения экономической стабильности стран ЕАЭС. Евразийская экономическая комиссия [Электронный ресурс]. URL: [www.eurasiancommission.org/ru/nae/news/Pages/14-04-2020-3.aspx](http://www.eurasiancommission.org/ru/nae/news/Pages/14-04-2020-3.aspx) (дата обращения: 01.05.2020).

2. История создания и развития ЕАЭС: ЕАЭС через ТС и ЕЭП. Агентство РСТ [Электронный ресурс]. URL: [www.rctest.ru/news/istoriya-sozdaniya-i-razvitiya-eaes-ot-evrazes-cherez-ts-i-eep.html](http://www.rctest.ru/news/istoriya-sozdaniya-i-razvitiya-eaes-ot-evrazes-cherez-ts-i-eep.html) (дата обращения: 01.05.2020).

3. Комраков А. Россия столкнулась с чудесами китайской статистики. Независимая газета [Электронный ресурс]. URL: [www.ng.ru/economics/2020-03-15/1\\_7817\\_customs.html](http://www.ng.ru/economics/2020-03-15/1_7817_customs.html) (дата обращения: 01.05.2020).
4. Кривошеев К. Узбекистан подбирается к ЕАЭС. Коммерсантъ [Электронный ресурс]. URL: [www.kommersant.ru/doc/4334643?utm\\_source=uxnews&utm\\_medium=desktop&utm\\_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews](http://www.kommersant.ru/doc/4334643?utm_source=uxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews) (дата обращения: 01.05.2020).
5. Объем внешней торговли Китая повышается при сохранении стабильности. RG.RU [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/2019/09/09/obem-vneshnej-torgovli-kitaia-povyshaetsia-pri-sohranenii-stabilnosti.html> (дата обращения: 01.05.2020).
6. COVID-19 to send almost all G20 countries into a recession. The Economist Intelligence Unit [Электронный ресурс]. URL: [www.eiu.com/n/covid-19-to-send-almost-all-g20-countries-into-a-recession/](http://www.eiu.com/n/covid-19-to-send-almost-all-g20-countries-into-a-recession/) (дата обращения: 01.05.2020).
7. COVID-19. The impact on industry. A report by The Economist Intelligence Unit [Электронный ресурс]. URL: [www.eiu.com/n/solutions/country-analysis/country-forecast/](http://www.eiu.com/n/solutions/country-analysis/country-forecast/) (дата обращения: 01.05.2020).
8. Mostafa G., Monowar M. Eurasian Economic Union: Evolution, challenges and possible future directions // Journal of Eurasian Studies. – 2018. – №9. – С. 163–172 [Электронный ресурс]. URL: <https://doi.org/10.1016/j.euras.2018.05.001> (дата обращения: 01.05.2020).
9. Shkvarya L., Karabulatova I., Rusakovich V., Rapiiev A. The impact of the Customs Union and the EAEU on the small and medium business in Kazakhstan // Central Asia and the Caucasus. – 2017. – Т. 18. – № 1. – С. 93-100.

## References

1. ЕЕК rassmatrivaet mery makroekonomicheskoy i denezhno-kreditnoj politiki dlya obespecheniya ekonomicheskoy stabil'nosti stran EAES. Evrazijskaya ekonomicheskaya komissiya [The EEC is considering macroeconomic and monetary policy measures to ensure the economic stability of the EAEU countries. Eurasian

Economic Commission]. Available at: [www.eurasiancommission.org/en/nae/news/Pages/14-04-2020-3.aspx](http://www.eurasiancommission.org/en/nae/news/Pages/14-04-2020-3.aspx) (accessed 1 May 2020).

2. Istoriya sozdaniya i razvitiya EAES: EAES cherez TS i EEP. Agentstvo RST [The history of the creation and development of the EAEU: EAEU through the CU and the CES. PCT Agency]. Available at: [www.rctest.ru/news/istoriya-sozdaniya-i-razvitiya-eaes-ot-evrazes-cherez-ts-i-eep.html](http://www.rctest.ru/news/istoriya-sozdaniya-i-razvitiya-eaes-ot-evrazes-cherez-ts-i-eep.html) (accessed 1 May 2020)

3. Komrakov A. Rossiya stolknulas' s chudesami kitajskoj statistiki [Russia faced with the wonders of Chinese statistics]. Nezavisimaya gazeta. Available at: [www.ng.ru/economics/2020-03-15/1\\_7817\\_customs.html](http://www.ng.ru/economics/2020-03-15/1_7817_customs.html) (accessed 1 May 2020).

4. Krivosheev K. Uzbekistan podbiraetsya k EAES. Kommersant [Uzbekistan is approaching the EAEU. Kommersant]. Available at: [www.kommersant.ru/doc/4334643?utm\\_source=yxnews&utm\\_medium=desktop&utm\\_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews](http://www.kommersant.ru/doc/4334643?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews) (accessed 1 May 2020).

5. Ob'em vneshnej trgovli Kitaya povyshetsya pri sohraneni stabil'nosti [China's foreign trade is increasing while maintaining stability]. Available at: <https://rg.ru/2019/09/09/obem-vneshnej-torgovli-kitaia-povyshaetsia-pri-sohraneni-stabilnosti.html> (accessed 1 May 2020).

6. COVID-19 to send almost all G20 countries into a recession. The Economist Intelligence Unit. Available at: [www.eiu.com/n/covid-19-to-send-almost-all-g20-countries-into-a-recession/](http://www.eiu.com/n/covid-19-to-send-almost-all-g20-countries-into-a-recession/) (accessed 1 May 2020).

7. COVID-19. The impact on industry. The Economist Intelligence Unit. Available at: [www.eiu.com/n/solutions/country-analysis/country-forecast/](http://www.eiu.com/n/solutions/country-analysis/country-forecast/) (accessed 1 May 2020).

8. Mostafa G., Monowar M. Eurasian Economic Union: Evolution, challenges and possible future directions. Journal of Eurasian Studies, 2018, Vol. 9, pp. 163-172. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.euras.2018.05.001> (accessed 1 May 2020).

9. Shkvarya L., Karabulatova I., Rusakovich V., Rapiev A. The impact of the Customs Union and the EAEU on the small and medium business in Kazakhstan. Central Asia and the Caucasus, 2017, Vol. 18, no 1, pp. 93-100.

© Овчинникова Наталия Эдуардовна, Овчинникова Оксана Петровна, Кокуйцева Татьяна Владимировна, 2020.

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС****Глобальные цепочки добавленной стоимости и их роль в мировой торговле**

*Жаркова Екатерина Михайловна,*

*Российский Университет Дружбы Народов (РУДН)*

*117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д.6*

*Данная статья посвящена изучению сущности и роли глобальных цепочек добавленной стоимости в современной мировой экономике. На основе проведенного анализа была определена роль ГЦДС как основной формы современной торговли и международной кооперации, также они предоставляют возможность странам и МНК получать выгоды от участия в торговле посредством выполнения отдельных задач, что ведет к повышению их конкурентоспособности на микро- и макроуровне. Помимо указанного выявлена проблема классического учета международных торговых потоков, в связи с чем определена роль ГЦДС как более эффективного способа сбора статистики и распределения реальных дисбалансов мировой торговли в терминах добавленной стоимости.*

***Ключевые слова:** глобальные цепочки добавленной стоимости, международная торговля, экспорт добавленной стоимости, зарубежная добавленная стоимость, внутренняя добавленная стоимость, мировая экономика, многонациональные компании.*

***JEL коды:** F 010, F 190, F 290.*

**Global value chains and their impact on international trade**

*Zharkova Ekaterina Mikhailovna,*

*Peoples' Friendship University of Russia (PFUR)*

*117198, Moscow, Miklukho-Maklaya st., bld.6*

*This article will examine the nature and role of global value chains in the modern global economy. Based on the analysis, was determined the role of GVCs as the main form of modern trade and international cooperation, they also provide countries and MNCs with an opportunity to benefit from participation in trade through the execution of individual tasks, which leads to an increase in their competitiveness at micro and macro levels. In addition to mentioned above, the problem of the classical accounting of international trade flows has been identified, on the background of which the*

*role of GVCs as a more efficient way of collecting statistics and distributing real imbalances in world trade in terms of value added has been determined.*

**Keywords:** *global value chains, international trade, export of value added, foreign value added, domestic value added, global economy, multinational companies.*

## Введение

В 1985 году М. Портер ввел понятие модели цепочки создания стоимости, таким образом он заложил начало для новой парадигмы развития теорий и моделей международной торговли. Претерпев сложную и многоступенчатую эволюцию теории возникло понятие глобальной цепочки добавленной стоимости (ГЦДС), под которой сейчас принято понимать последовательное выполнение отдельных видов действий, направленных на создание и дистрибуцию товара конечного потребления, причем эти действия выполняются в двух и более странах мира, каждая из которых приращивает продукту или его компоненту определенный объем добавленной стоимости. Одно только определение не может раскрыть всей сути данного явления, которое стало воплощением всех мировых тенденций торговли. Глобальные цепочки добавленной стоимости – это новая форма конкуренции и увеличения степени влияния страны на мировой арене. Также участие страны или региона в глобальных цепочках добавленной стоимости открывает перед ними новые возможности, которые они не имели ранее, теперь для торговли отсутствие природных ресурсов, труда или капитала больше не является ограничением для взаимовыгодных торговых отношений. Страна или многонациональная компания (МНК) теперь может сконцентрироваться на отдельном сегменте ГЦДС и добиться в нем наивысшего уровня влияния, повысив таким образом свой уровень конкурентоспособности. Именно конкурентная борьба и различия в наделенности природными ресурсами между странами главным образом и обусловили активное развитие глобальных цепочек добавленной стоимости. Актуальность темы подтверждается тем, что ГЦДС были подробно исследованы и рассмотрены в работах таких зарубежных ученых, как М.Портер [12], Г.Джереффи [5], Р.Б.Купман [10], Р.К.Джонсон и Г.Ногира [8], Дж.Хамфри и

Х.Шмитц [7], Г.Даудин [3], Д.Хаммельс [6], К.Саньял и Р.Джонс [13], Р.Каплински [9], В.В.Леонтьев и Р.Страут [11] и др. В целом, уже с 1985 г. теоретическая и эмпирическая база исследования ГЦДС отлично разработана и некоторые эконометрические и эмпирические тесты проводятся и сейчас, чтобы совершенствовать уже существующую базу. Однако все эти исследования в подавляющем большинстве зарубежные, а в отечественной литературе подобных многогранных исследований не так много. В данной работе будет приведен краткий обзор ГЦДС как явления и как современной формы торговли, проанализированы основные показатели участия стран в ГЦДС и перспективы исследования торговли на базе статистики торговли добавленной стоимостью, соответственно, главная цель настоящего исследования – это продемонстрировать важность и неотъемлемость ГЦДС в исследовании современных международных торговых потоков и распределения экономических сил.

### **Предпосылки и выгоды участия в ГЦДС**

Основными участниками производства товаров и оказания услуг в рамках ГЦДС являются МНК, на долю которых, по оценкам UNCTAD, приходится более 80% мирового экспорта [16, с. 16]. Таким образом именно они определяют условия распределения производственных, дизайнерских, дистрибуционных и координационных функций между участниками ГЦДС. МНК как ключевых игроков привлекают в ГЦДС такие выгоды, как:

- снижение издержек и максимизация прибыли за счет более дешевой рабочей силы в зарубежных экономиках;
- снижение издержек и обеспечение условий для долгосрочного роста за счет облегчения доступа к местному (часто более дешевому) сырью в развивающихся экономиках;
- обеспечение доступа к растущему спросу со стороны густонаселенных развивающихся стран в качестве экономик, принимающих отдельные звенья цепочек;

– продление жизни используемых технологий за счет их передачи на менее требовательные рынки развивающихся экономик;

– ускорение координации действий внутри МНК и установление взаимовыгодных отношений с партнерами, обмен знаниями и умениями [2, с. 10].

Глобальные цепочки добавленной стоимости – это отражение современных реалий торговли. Ввиду активного технологического прогресса последних десятилетий, либерализации торговли, развития телекоммуникационных услуг, инфраструктуры, возникновения фрагментации, производство стало носить комплексный, сложный характер. Отныне стране не обязательно самостоятельно производить товары конечного потребления, выполняя все стадии в своей стране, с развитием модульного производства на мировой товарный рынок (а также на рынок услуг) хлынули промежуточные товары, которых сейчас в торговле большинство. Также было отмечено в рабочей бумаге ВТО по экономическим исследованиям и статистике, уже в 2010 году мировая торговля промежуточными товарами составила около 60% (для услуг этот показатель составил 70%) мирового совокупного экспорта [4, с. 2]. Причем к промежуточным товарам относятся не только сырье, материалы и полуфабрикаты, но и сложные дорогостоящие модули, двигатели, установки и микросхемы, которые в дальнейшем используются в создании еще более сложных машин и иных товаров. Этот факт и явление наднационального характера мирового производства наталкивает на мысль: верно ли отражает мировую торговлю современная статистика внешнеэкономических отношений.

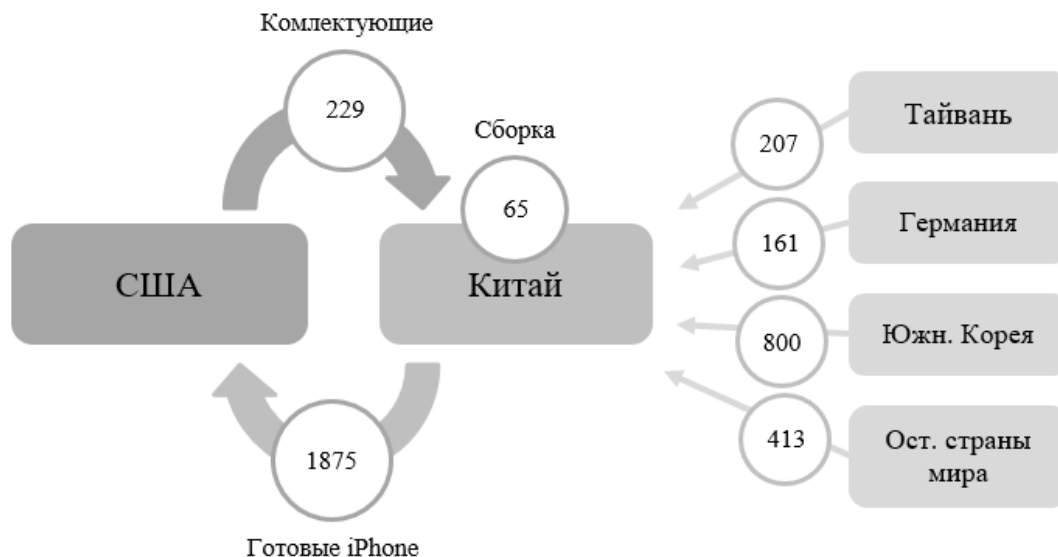
### **Проблема двойного учета и торговых дисбалансов в классической статистике мировой торговли**

Международная торговля товарами и услугами, которая сегодня составляет 19,4 триллионов долларов [1], включает в себя значительную степень двойного счета. Например, сырье, экспортированное страной А, импортируется страной Б для переработки, затем реимпортируется исходной страной А и

перепродается в страну С, которая использует обработанное сырье для производства какого-то товара конечного потребления и экспортируется страну Х для конечного потребления. По существу, стоимость исходного сырья в данной цепочке должно учитываться только один раз в качестве вклада в ВВП исходной страны А, однако в традиционной международной статистике экспорта это сырье «подсчитывается» несколько раз. По оценкам UNCTAD ежегодно дважды учитывается в международной статистике около одной пятой мирового экспорта [16, стр. 4], или в среднем доля иностранной добавленной стоимости в национальном экспорте стран составляет около 30% экспорта [17, с. 22], в 2018 году он составил 28% (согласно расчетам автора на основе статистики UNCTAD-EORA GVC database). Статистика торговли добавленной стоимостью направлена как раз на то, чтобы выявить двойной учет в показателях валовой торговли, сгладить дисбалансы торговли между странами и определить, на каких именно этапах и звеньях ГЦДС создается наибольшая стоимость.

Чтобы наглядно продемонстрировать всю важность учета мировой торговли в терминах добавленной стоимости, приведем известный пример с торговлей iPhone между Китаем и США. Важно понимать, что измерение торговли добавленной стоимостью не изменяет общий торговый баланс страны с остальным миром, а перераспределяет излишки и дефициты между странами-партнерами (см. Рис. 1). Когда двусторонние торговые балансы измеряются в валовом выражении, дефицит с конечными производителями товаров (или сальдо экспортеров конечных продуктов) завышается, поскольку он включает в себя стоимость иностранных материалов и комплектующих. Таким образом, торговый дисбаланс наблюдается и со странами, которые поставляли материалы и компоненты для конечного производителя. По мере того, как государственное давление в целях восстановления торгового баланса в контексте сохраняющегося дефицита усиливается, существует риск введения протекционистских ответных мер, которые будут иметь воздействие на страны, находящиеся в конце цепи создания добавленной стоимости из-за неточного восприятия происхождения торговых дисбалансов.

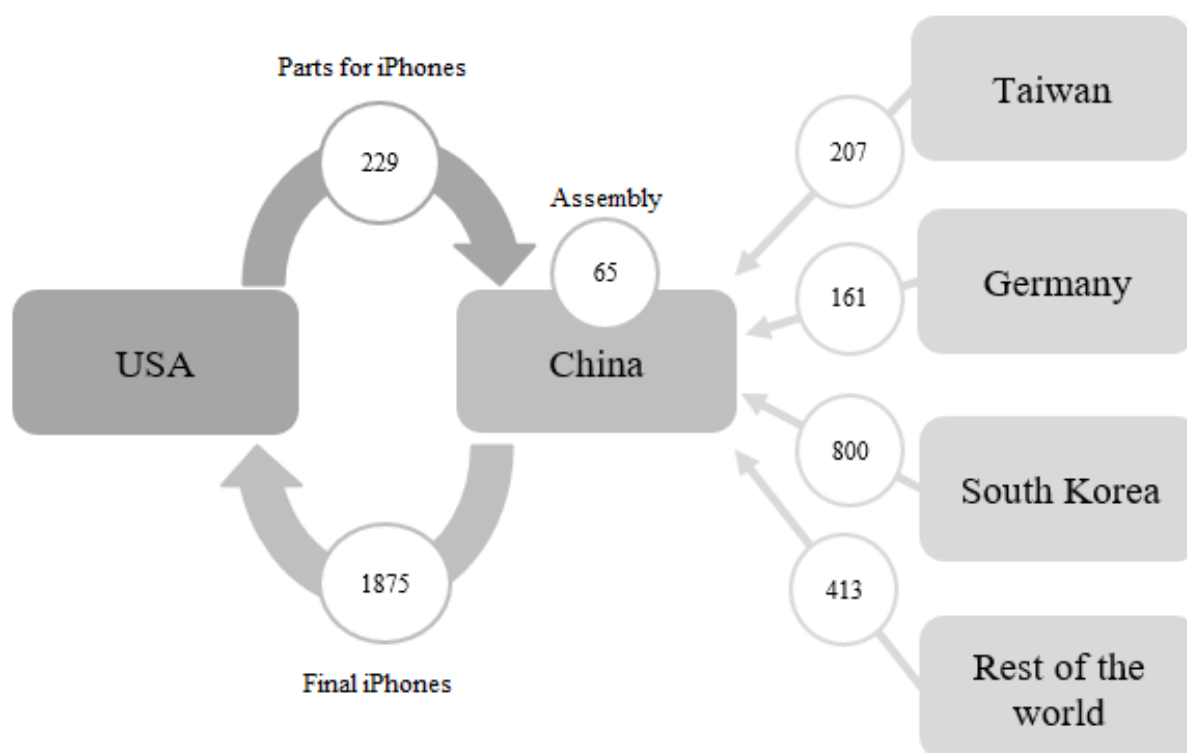
Итак, согласно примеру, проиллюстрированному на Рисунке 1, предполагается, что 10 млн готовых iPhone экспортируются из Китая в США, причем ранее США ввезли в Китай частей и комплектующих для производства этих смартфонов на сумму 229 млн долл. По статье торговли iPhone между Китаем и США образовывается торговый дефицит в размере 1646 млн долл. для экономики США (рассчитывается как разница между американским экспортом промежуточных товаров в Китай - 229 млн долл. - и американским импортом собранных iPhone - 1875 млн долл.). В общем, между Китаем и США существует только дефицит. Однако в терминах торговли добавленной стоимостью Китай добавляет лишь небольшую долю своей внутренней добавленной стоимости в готовый iPhone, соответствующую стоимости сборочных работ. Согласно Рисунку 1, большая часть компонентов и комплектующих iPhone поставляется из стран за пределами Китая. Торговый дефицит США связан не только с Китаем, но также с Тайванем, Германией, Кореей и остальным миром. Общий же торговый дефицит (по отношению к миру) остается неизменным и составляет 1646 млн долларов.



Торговый баланс США (на примере iPhone) со странами мира:	Китай	Тайвань	Германия	Южн. Корея	Остальные страны мира	МИР
Валовый дефицит в традиционной статистике (млн.долл.)	- 1 646					- <b>1 646</b>
Дефицит с т.з. Добавленной Стоимости (млн.долл.)	- 65	- 207	- 161	- 800	- 413	- <b>1 646</b>

Рис. 1. Сальдо торгового баланса США в понимании классической статистики международной торговли и с точки зрения торговли добавленной стоимостью (пример iPhone).

Источник: [14, с. 7].



US trade balance (using the iPhone as an example) with countries of the world:	China	Taiwan	Germany	South Korea	Rest of the world	World
Gross deficit (mln. dollars)	- 1 646					- 1 646
Deficit in Value Added (mln. dollars)	- 65	- 207	- 161	- 800	- 413	- 1 646

Fig. 1. The US trade balance in terms of the classical statistics of international trade and in terms of trade in value added (iPhone example).

Source: [14, p. 7].

### Основные показатели участия стран в ГЦДС

Таким образом, из примера, указанного в предыдущем разделе, следует, что совокупный экспорт страны (например, Китая, - Рисунок 1), можно разложить на две большие группы его составляющих:

1. Внутренняя добавленная стоимость экспорта (ВДС) (в нашем примере это 65 млн долл. из общей совокупности экспорта Китая равной 1 875 млн.долл.) – это та часть экспорта, которая создана внутри экспортирующей страны;

2. Зарубежная добавленная стоимость экспорта (ЗДС) (в нашем примере это внутренние добавленные стоимости Тайваня, Германии, Кореи, США и остального мира в их совокупности 1810 млн долл., которые являются частью совокупного экспорта Китая эквивалентному 1875 млн долл.) – это та часть экспорта страны, которая создана за ее пределами;

Сложив две эти компоненты, получим валовый экспорт Китая в терминах традиционной статистики 1875 млн долл. Причем можно выделить такие более узкие группы составляющих мировой торговли, как:

1. Внутренняя добавленная стоимость, инкорпорированная в экспорт третьих стран (например, для Тайваня она составит 207 млн долл., которые входят в экспорт Китая) – это внутренняя добавленная стоимость одной страны, которая используется в экспорте третьих стран;

2. Реимпортированная внутренняя добавленная стоимость (в нашем примере это компоненты и комплектующие США на сумму 229 млн долл., вывезенных в Китай, из всей массы импортированных товаров из Китая на сумму 1875 млн долл.) – это та часть внутренней добавленной стоимости одной страны, которая была экспортирована в третьи страны для обработки, сборки или дальнейшего производства, возвращенная в первоначальную страну в качестве части готовой продукции (или промежуточной продукции с более высокой степенью обработки).

Согласно данным статистики последних лет, среднемировое соотношение ЗДС к ВДС в 2018 г. составило 28% к 72% [15], данные показатели сильно различаются по регионам и странам. Так, согласно результатам исследований, представленным в World Investment Report 2018, наиболее интегрированными регионами в международное производство являются Западная Европа и Восточная и Юго-Восточная Азия [17, с. 24]. В отчете приводится рейтинг стран и регионов мира по показателю степени вовлеченности стран в ГЦДС, который рассчитывается как отношение суммы зарубежной добавленной стоимости экспорта и внутренней добавленной стоимости, инкорпорированной в экспорт третьих стран к совокупному объему экспорта исследуемой страны. Таким

образом, для Западной Европы и Восточной и Юго-Восточной Азии этот показатель составляет 65% и 61% соответственно [17, с. 24]. На глобальном уровне наиболее интегрированными в ГЦДС странами являются региональные штаб-квартиры и логистические центры (а также финансовые центры) для операций МНК такие, как Бельгия 78%, Нидерланды 78%, Сингапур 76%, Гонконг 73% и Ирландия 70% [17, с. 25].

### **Аргументы в пользу изучения мировых торговых потоков в терминах ГЦДС**

Что касается рассмотрения международной торговли с точки зрения глобальных цепочек добавленной стоимости и их анализа, существует как минимум шесть областей, по мнению ОЭСР и ВТО, в которых измерение торговли добавленной стоимостью открывает новые перспективы и может повлиять на политический выбор [14, сс. 5-9]:

1. Как уже было отмечено, это перераспределение мировых торговых дисбалансов;
2. Возможность взглянуть на торговые споры под новым углом, так как нередко в импорте страны обнаруживается ее собственная ВДС, экспортированная ранее в третьи страны;
3. Возможность отслеживать цепь распространения мировых кризисов;
4. Оптимизация занятости населения и перераспределение труда в более рентабельные участки глобальных цепочек добавленной стоимости;
5. Возможность оптимизировать состояние окружающей среды и нейтрализовать негативные последствия токсичных производств;
6. Новые способы повышения конкурентоспособности стран и МНК.

### **Заключение**

В статье был приведен аргумент в пользу исследования торговых потоков на основе статистики добавленной стоимости, данный подход позволит перераспределить мировые торговые дисбалансы и более точно выявлять очаги

промышленно-экономических сил мира, а также более точно применять протекционистские торговые политики. Сейчас, согласно приведенным в статье показателям степени интеграции стран в ГЦДС, наиболее интегрированным регионом является ЕС. ГЦДС – это способ странам с ограниченными ресурсами и капиталом повысить свою конкурентоспособность на мировой арене. Основываясь на вышеупомянутых аргументах, справедливо отметить все возрастающую важность и перспективность исследования торговли добавленной стоимостью. Глобальные цепочки добавленной стоимости – это не только новый способ измерения торговли, но современная реальность. На современном этапе активно развиваются и дополняются базы данных, которые ведут учет торговли частями и комплектующими, а также добавленной стоимостью, например, TiVA (Trade in Value-Added), WIOD (World Input-Output Database) и UNCTAD-EORA GVC database. Однако с ними связаны и определенные проблемы: невозможно обладать полным объемом информации о движении добавленной стоимости, в реальности производственные цепочки настолько сложны, что система поставок товаров/сырья/частей и комплектующих принимает форму факториала, множась и разрастаясь на каждом уровне. Тем не менее, это не меняет факта, что ГЦДС играют важнейшую роль в современной мировой экономике.

### Список литературы

1. По данным статистики UNCTADstat [Электронный ресурс]. URL: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableView/tableView.aspx?ReportId=24397> (дата обращения: 08.03.2020)
2. Рогатых Е. Глобальные цепочки добавленной стоимости и их влияние на развитие национальной экономики // Итоги, проблемы и перспективы экономической глобализации в мире: материалы секции X конвента РАМИ (8–9 декабря 2016 г., г.Москва). 2016. № 4(39). [Электронный ресурс]. URL: [www.mirec.mgimo.ru/upload/ckeditor/files/mirec-2016-4-rogatnykh.pdf](http://www.mirec.mgimo.ru/upload/ckeditor/files/mirec-2016-4-rogatnykh.pdf) (дата обращения: 02.03.2020)

3. Daudin G., Rifflart C., Schweisguth D. Who produces for whom in the world economy? // *Canadian Journal of Economics*. 2011. Vol. 44(4). P. 1403-1437. doi: 10.1111/j.1540-5982.2011.01679.x
4. Gamberoni E., Lanz R., Piermartini R. Timeliness and Contract Enforceability in Intermediate Goods Trade // WTO Staff Working Paper ERSD-2010-14, 2010 [Электронный ресурс]. URL: [www.hse.ru/data/2012/04/11/1251682286/ersd201014\\_e.pdf](http://www.hse.ru/data/2012/04/11/1251682286/ersd201014_e.pdf) (дата обращения: 05.03.2020)
5. Gereffi G., Humphrey J., Sturgeon T. The governance of global value chains // *Review of International Political Economy*. 2005. Vol. 12(1). P. 78-104. doi:10.1080/09692290500049805
6. Hummels D., Ishii J., Yi K.-M. The nature and growth of vertical specialization in world trade // *Journal of International Economics*. 2001. Vol. 54(1). P. 75-96. doi:10.2139/ssrn.163193
7. Humphrey J., Schmitz H. Governance and Upgrading: Linking Industrial Cluster and Global Value Chain Research // IDS Working Paper N 120, Institute of Development Studies. 2000. [Электронный ресурс]. URL: [www.ids.ac.uk/download.php?file=files/Wp120.pdf](http://www.ids.ac.uk/download.php?file=files/Wp120.pdf) (дата обращения: 03.04.2020)
8. Johnson R.C., Noguera G. Accounting for intermediates: Production sharing and trade in value added // *Journal of International Economics*. 2011. Vol. 86(2). P. 224-236. doi:10.1016/j.jinteco.2011.10.003
9. Kaplinsky R. Globalisation and unequalisation: What can be learned from value chain analysis? // *Journal of Development Studies*. 2000. Vol. 37(2). P. 117–146. doi:10.1080/713600071
10. Koopman R., Powers W., Wang Z., Wei S.-J. Give credit to where credit is due: tracing value added in global production chains // NBER Working Papers Series 16426. 2011. doi:10.2139/ssrn.1949669
11. Leontief W., Strout A., Barna T. (Ed.). *Multiregional Input-Output Analysis // Structural Interdependence and Economic Development*. London: Palgrave Macmillan, 1963. P. 119-150. doi:10.1007/978-1-349-81634-7\_8

12. Porter E.M. Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance. New York: The Free Press, 1985.
13. Sanyal K.K., Jones R.W. The theory of trade in middle products // American Economic Review. 1982. Vol. 72(1). P. 16-31.
14. Trade in value-added: concepts, methodologies and challenges [Электронный ресурс]. URL: [www.oecd.org/sti/ind/49894138.pdf](http://www.oecd.org/sti/ind/49894138.pdf) (дата обращения: 07.03.2020)
15. UNCTAD-EORA GVC database [Электронный ресурс]. URL: <https://worldmrio.com/unctadgvc/> (дата обращения: 02.03.2020)
16. World Investment Report 2013: Global Value Chains: Investment and value added trade in the global economy. [Электронный ресурс]. URL: [http://unctad.org/en/publicationslibrary/diae2013d1\\_en.pdf](http://unctad.org/en/publicationslibrary/diae2013d1_en.pdf) (дата обращения: 03.04.2020)
17. World Investment Report 2018: Global Value Chains: Investment and new industrial policies. [Электронный ресурс]. URL: [https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2018\\_en.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2018_en.pdf) (дата обращения: 03.03.2020)

### References

1. According to UNCTADstat data. Available at: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx?ReportId=24397> (accessed at 8 March 2020)
2. Rogatnykh E. Global'nye tsepochki dobavlennoj stoimosti i ih vliyanie na razvitie nacional'noj ekonomiki [Global value chains and their impact on national economy development]. Itogi, problemy i perspektivy ekonomicheskoy globalizacii v mire: materialy sekcii X konventa RAMI (8–9 dekabrya 2016 g, g. Moskva) [Results, problems and prospects of economic globalization in the world: section materials of X RAMI convention (8-9 of December 2016, Moscow)]. 2016. № 4(39). Available at: [www.mirec.ru/2016-04/globalnyye-tsepochki-dobavlennoy-stoimosti-i-ikh-vliyaniye-na-razvitiye-natsionalnoy-ekonomiki](http://www.mirec.ru/2016-04/globalnyye-tsepochki-dobavlennoy-stoimosti-i-ikh-vliyaniye-na-razvitiye-natsionalnoy-ekonomiki) (accessed at 2 March 2020)

3. Daudin G., Rifflart C., Schweisguth D. Who produces for whom in the world economy? *Canadian Journal of Economics*, 2011, Vol. 44(4), pp. 1403-1437. doi: 10.1111/j.1540-5982.2011.01679.x
4. Gamberoni E., Lanz R., Piermartini R. Timeliness and Contract Enforceability in Intermediate Goods Trade. WTO Staff Working Paper ERSD-2010-14, 2010. Available at: [www.hse.ru/data/2012/04/11/1251682286/ersd201014\\_e.pdf](http://www.hse.ru/data/2012/04/11/1251682286/ersd201014_e.pdf) (accessed at 5 March 2020)
5. Gereffi G., Humphrey J., Sturgeon T. The governance of global value chains. *Review of International Political Economy*, 2005, Vol. 12(1), pp. 78-104. doi:10.1080/09692290500049805
6. Hummels D., Ishii J., Yi K.-M. The nature and growth of vertical specialization in world trade. *Journal of International Economics*, 2001, Vol. 54(1), pp. 75-96. doi:10.2139/ssrn.163193
7. Humphrey J., Schmitz H. Governance and Upgrading: Linking Industrial Cluster and Global Value Chain Research. IDS Working Paper N 120, Institute of Development Studies, 2000. Available at: [www.ids.ac.uk/download.php?file=files/Wp120.pdf](http://www.ids.ac.uk/download.php?file=files/Wp120.pdf) (accessed at 3 April 2020)
8. Johnson R.C., Noguera G. Accounting for intermediates: Production sharing and trade in value added. *Journal of International Economics*, 2011, Vol. 86(2), pp. 224-236. doi:10.1016/j.jinteco.2011.10.003
9. Kaplinsky R. Globalisation and unequalisation: What can be learned from value chain analysis? *Journal of Development Studies*, 2000, Vol. 37(2), pp. 117–146. doi:10.1080/713600071
10. Koopman R., Powers W., Wang Z., Wei S.-J. Give credit to where credit is due: tracing value added in global production chains. NBER Working Papers Series 16426, 2011. doi:10.2139/ssrn.1949669
11. Leontief W., Strout A., Barna T. (Ed.). *Multiregional Input-Output Analysis // Structural Interdependence and Economic Development*. London: Palgrave Macmillan, 1963, pp. 119-150. doi:10.1007/978-1-349-81634-7\_8

12. Porter M.E. Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance. New York: The Free Press, 1985.
13. Sanyal K.K., Jones R.W. The theory of trade in middle products. *American Economic Review*, 1982, Vol. 72(1), pp. 16-31.
14. Trade in value-added: concepts, methodologies and challenges. Available at: [www.oecd.org/sti/ind/49894138.pdf](http://www.oecd.org/sti/ind/49894138.pdf) (accessed at 7 March 2020)
15. UNCTAD-EORA GVC database. Available at: <https://worldmrio.com/unctadgvc/> (accessed at 2 March 2020)
16. World Investment Report 2013: Global Value Chains: Investment and value added trade in the global economy. Available at: [http://unctad.org/en/publicationslibrary/diae2013d1\\_en.pdf](http://unctad.org/en/publicationslibrary/diae2013d1_en.pdf) (accessed at 3 April 2020)
17. World Investment Report 2018: Global Value Chains: Investment and new industrial policies. Available at: [https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2018\\_en.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2018_en.pdf) (accessed at 3 March 2020)

© Жаркова Екатерина Михайловна, 2020 г.

## ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ И ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

### Спрос как необходимость ради цели в трудах Фомы Аквинского

*Рябышева Юлия Николаевна,*

*Шкваря Людмила Васильевна,*

*Российский университет дружбы народов,*

*117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д.6*

*Исследования трудов Фомы Аквинского, с точки зрения современности, являются актуальными, поскольку сейчас ведутся разработки вопросов, связанных с природой спроса потребителей, их потребностей, желаний. В статье проводится анализ научных трудов Фомы Аквинского с точки зрения исследования экономической категории «спрос» в контексте религиозных воззрений.*

**Ключевые слова:** *история экономических учений, Фома Аквинский, спрос, «Учение о душе», «Сумма теологии».*

**JEL коды:** *B 310.*

### Demand as a necessity for purpose in the works of Thomas Aquinsky

*Ryabysheva Yulia Nikolaevna,*

*Shkvarya Lyudmila Vasilyevna,*

*Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University)*

*117198, Moscow, Miklukho-Maklaya str., 6*

*The research of Thomas Aquinsky 's works, from the point of view of modernity, is relevant, as issues related to the nature of consumer demand, their needs, desires are being developed. The article analyses Thomas Aquinsky 's scientific works from the point of view of the study of the economic category "demand" in the context of religious views.*

**Key words:** *history of economic studies, Thomas Aquinsky, demand, «The doctrine about soul», «Sum of theology».*

## Введение

История экономических учений имеет непреходящее значение для экономической практики всех времен. Это связано с тем, что основные вопросы экономики «что, как и для кого производить» [6] актуальны для «всех времен и народов», а что касается ответов на эти вопросы, которые предлагали выдающиеся исследователи, то они и до настоящего времени представляют определенный и теоретический, и практический интерес.

Одним из выдающихся ученых-экономистов Средневековья был Фома Аквинский (1225-1274 гг.). Он имеет почетное прозвище Ангельский учитель (Doctor angelicus) и Общий учитель (Doctor communis), что косвенным образом дает понять отношение к нему его современников, да и последователей.

Стоит подчеркнуть, что мы говорим о средневековье времен поздней школы канонистов, а значит огромнейшую роль в жизни общества в целом, и каждого человека в частности, играет религия. Также следует отметить, что, по мнению некоторых исследователей, «концепции Фомы Аквинского опираются на многие аристотелевские идеи, которые, однако, включены в христианские рамки. Фома «христианизировал» Аристотеля. Учение Фомы Аквинского – это синтез христианства и аристотелизма» [7].

Так, Аристотель (384-322 г. до н.э.) – и с этим во многом был согласен Фома Аквинский, – проанализировав хозяйственную деятельность, разделил ее на собственно экономику и «хрематистику». Экономика – это нравственная деятельность, в отличие от хрематистики. Согласно Аристотелю, **хрематистика** (в переводе с древнегреческого означает «обогащение») – это искусство наживать состояние путем накапливания, приумножения денег, имущества, богатства как самоцель, как сверхзадача, как поклонение прибыли [4].

В данной статье мы рассмотрим одну из наиболее важных категорий, изучавшихся Фомой Аквинским, среди которых – в современном обществе всеобщего потребления – особое значение имеет категория «спрос».

### **Фома Аквинский и его экономические воззрения**

Фома Аквинский является одним из самых крупных католических философов и теологов всех времен. Также в 1250-е гг. он был назначен преподавателем теологии в Парижском университете, где, наряду с преподавательской деятельностью, продолжал и свои научные изыскания. Фома Аквинский написал более 60 трудов, среди которых наиболее известны «Сумма теологии», «Сумма против язычников», «Сумма философии», «О правлении государей», «О началах природы» и др.

В своих трудах Фома Аквинский исследовал многие, даже и сегодня важные, экономические вопросы и категории, но в контексте религиозных догматов (именно поэтому мы говорим о двойственности методологического подхода Фомы Аквинского и других ученых-канонистов, например, Блаженного Августина). Таким образом, нравственное начало Фома Аквинский считал важнейшим не только в философском и религиозном, но и в экономическом плане [5], так как веления физической природы человека должны подчиняться велениям природы нравственной.

Эта точка зрения весьма актуализировалась в настоящее время [8].

Свои экономические выкладки Фома Аквинский делал на основе изучения торговли во Франции, а в тот период времени Франция славилась своими шампанскими ярмарками (названы так, поскольку проводились в регионе Шампань), и именно они послужили мощным толчком к развитию торговли.

На основе развития торговли уже в XI-XII вв. появляются торговые гильдии, купеческие союзы, деятельность которых направлена на расширение рынков (торговля в других странах). Стоит отметить, что этот процесс шел непросто и нелинейно. В частности, время от времени повышались ярмарочные пошлины, имели место войны, чем наносился ущерб торговле.

А всякая торговля предполагает получение прибыли. Появление прибыли положило начало изучению вопроса излишков – их природы, формирования, направлений использования и т.д.

О том, что эти факты могли повлиять на мировоззрение автора в момент написания им работ, достоверно говорить сложно, однако абстрагироваться от них тоже нельзя.

Ответы Фомы Аквинского на социально-экономические проблемы современного ему общества во многом базируются на философско-религиозных аспектах и связаны с такими категориями, как «справедливость», нравственность» и т.д. Другими словами, Фома Аквинский очень тесно связывал практические вопросы экономики с морально-этическими задачами внутреннего развития человека, его духовностью.

Именно в этом плане трактуются Ф.Аквинским такие экономические категории, как:

- «общее благо» (в людях изначально заложено стремление объединиться и жить в государстве, ибо индивид в одиночку удовлетворить свои потребности не может. По этой естественной причине и возникает политическая общность – государство [2]);

- «богатство» (оно должно быть приобретено «честно и справедливо» и направляться во благо не только себе, но и обществу);

- «частная собственность» (Фома Аквинский признавал частную собственность «пополнением» к естественному праву, вносимым «человеческим разумом». Подобно тому, отмечал Фома, как человек от природы гол, а одежда есть результат его собственного изобретения, так и право частной собственности дано не природой, а человеческим разумом. Оно на нем покоится и в силу этого стало необходимым институтом человеческой жизни);

- «торговля» (обмен – субъективный процесс и не всегда обеспечивает равенство пользы);

- «товар» (товары были необходимы для удовлетворения собственных потребностей (по Аквинскому *необходимости ради цели, полезности*); так, с точки зрения потребителя, участие в торговых отношениях не порицается; однако как же быть торговцу?);

- «цена» (справедливая цена, обеспечивающая экономические интересы как продавца, так и покупателя);
- «спрос» и «потребление».

### **Спрос как необходимость для достижения цели**

Изучая экономические процессы, связанные, главным образом, с торговлей, Фома Аквинский стоял на точке зрения, что позиция торговцев неоднозначна, как и позиция потребителя (двойственность метода). С одной стороны, крупные доходы торговцев допустимы в случае, если получены «благопристойно» (путем честной торговли). С другой стороны, с точки зрения Аквината, недопустимо и безнравственно получение «прибыли только ради прибыли», так как в торговле, как и в экономической деятельности в целом, должно учитываться соотношение затрат и качества в цене. Перефразируя этот постулат, можно сказать, что злом является не прибыль, как таковая, а неоправданное стремление к ней. Это же касается и потребителя (потребления): злом является не потребление, а неоправданное стремление к нему.

Если говорить о потребителе, то его поведение, т.е. потребление, допустимо и необходимо, если оно «нравственно», т.е. способствует его духовному развитию. Здесь Фома Аквинский приводит следующий пример «...как когда мы желаем пищи, если желаем сохранить жизнь, и желаем корабль, если хотим переправиться» [3].

Если же потребление выходит за пределы необходимого, оправданного (т.е. если речь идет об излишках в потреблении), то оно не одобряется Аквинатом, как подтверждение преобладания «материального» над «духовным» началом [1]. Здесь нужно отметить, что главной целью жизни человека Фома Аквинский считал «единение с Богом», что можно перевести, как духовное развитие. Именно духовная составляющая, по Аквинату, является важнейшей в человеке, так как «души нет у животных».

Так мы получаем нечто, схожее с объяснением спроса, ведь спрос есть потребность, подкрепленная покупательной способностью (ранее способностью

к обмену). При этом в словах Фомы прослеживается, что недостаток – это константа. Применительно к человеку: человек по своей природе не всегда довольствуется тем, что необходимо, а желает получить больше, даже если объективно этого ему и не требуется (фактически, в этой трактовке мы можем узнать современное общество потребления). Соединяя две эти мысли воедино, имеем, что человеческие потребности не могут найти достаточное предложение. Иными словами, спрос необходимо удовлетворять постоянно. Но, с другой стороны, человеку важно сдерживать «излишние» желания для развития духовного начала. С помощью разума человек может осознать и отличить необходимое от чрезмерного и вовремя остановиться в потреблении.

### **Выводы**

На основе всего изложенного выше, можно отметить, что Фома Аквинский уделял большое внимание экономическим вопросам, так как у человека есть потребности, удовлетворение которых жизненно необходимо. Следовательно, человек потребляет, исходя из полезности продукта, поскольку это необходимо ему, чтобы выжить. Данная трактовка получает вид спроса в привычном нам понимании, с одной стороны, а с другой стороны, порождает вопрос предложения, призванного спрос удовлетворить. Рассматривая этот вопрос, наблюдаем позицию Фомы Аквинского относительно важности и двойственности позиции и роли торговцев в обществе и развитии товарно-денежных отношений. Это дает нам возможность рассматривать спрос и предложение как взаимодополняющие друг друга аспекты и порождает пищу для размышления о естественных границах спроса и потребления, необходимых для духовного развития человека, что, собственно, отличает его от животного.

### Список литературы

1. Аквинский Ф. Дискуссионный вопрос о душе // Историко-философский ежегодник'98. - М., 2000.
2. Аквинский Ф. О правлении государей // Политические структуры эпохи феодализма в Западной Европе VI-XVII вв. - Л.: Наука, 1990.
3. Аквинский Ф. Учение о душе. - СПб.: Азбука-Аттикус, 2018.
4. Аристотель. Политика. Соч. Т.4. Книга первая. - М.: Мысль, 1984.
5. Бандуровский К.В. Проблемы этики в «Сумме теологии» Фомы Аквинского // Вопросы философии. - 1997. - № 9. - С. 156-162.
6. Вереникина А.Ю., Исаев В.А., Кузьмин Д.В., Меланьина М.В., Рузина Е.И., Савинский А.В. Экономика. Базовый курс. – М., 2017.
7. Дзикевич Е.А. Философско-эстетические взгляды Фомы Аквинского. - М., 1986.
8. Марченко О.В. О нравственности в экономике // Россия и Азия. - 2018. - №2 (3). - С.81-92.
9. Радиллов Э.Л. Фома Аквинат // Христианство: Энциклопедический словарь. Т.3. - М., 1995. - С.131-133.

### References

1. Akvinskij F. Diskussionnyj vopros o dushe [Soul Discussion Question]. Istoriko-filosofskij ezhegodnik'98. Moscow, 2000.
2. Akvinskij F. O pravlenii gosudarej [About government of sovereigns]. Politicheskie struktury jepohi feodalizma v Zapadnoj Evrope VI-XVII vv. - Leningrad: Nauka, 1990.
3. Akvinskij F. Uchenie o dushe [The doctrine about soul]. St. Petersburg: Azbuka-Attikus, 2018.
4. Aristotel'. Politika. Sochineniya. T.4. Kniga pervaya [Policy. Compositions. V.4. The first book]. Moscow: Mysl', 1984.

5. Bandurovskij K.V. Problemy etiki v «Summe teologii» Fomy Akvinskogo [Ethics Problems in Thomas Aquinsky 's "Sum of Theology"]. Voprosy filosofii, 1997, № 9, pp. 156-162.

6. Verenikina A.Ju., Isaev V.A., Kuz'min D.V. i dr. Ekonomika. Bazovyj kurs [Economy. Basic course]. Moscow, 2017.

7. Dzikevich E.A. Filosofsko-jesteticheskie vzgljady Fomy Akvinskogo [Philosophical-aesthetic views of Thomas Aquinsky]. Moscow, 1986.

8. Marchenko O.V. O npravstvennosti v ekonomike [About morals in the economy]. Rossiya i Aziya, 2018, №2 (3), pp.81-92.

9. Radilov E.L. Foma Akvinat [Foma Akvinat]. Hristianstvo: Enciklopedicheskij slovar'. V.3. Moscow, 1995, pp.131-133.

© *Рябышева Юлия Николаевна, Шкваря Людмила Васильевна, 2020 г.*

---

