

Рецензируемый международный межвузовский научный журнал  
**Прикладные экономические исследования**  
№ 1 (23) январь 2018 г., ISSN: 2313-2086. www.n-ko.ru, keyneslab@gmail.com

Главный редактор: д.э.н., профессор, А.А. Степанов (МГИМО МИД России);  
Выпускающий редактор: к.э.н. В.Д. Петухов (Издательство «Научный консультант»);  
Научный редактор: д.э.н., доцент М.В. Савина (Российский государственный социальный университет).

**Редакционная коллегия:**

Бялоблудская Славомира, к.э.н., ректор Высшей школы национальной экономики в Кутно (Польша)  
Веселовский Михаил Яковлевич, д.э.н., профессор, заведующий кафедрой управления ГБОУ ВО Московской области «Технологический университет» (Россия)  
Гнездова Юлия Владимировна, д.э.н., профессор кафедры экономики ФГБОУ ВПО «Смоленский государственный университет» (Россия)  
Золотарева Альбина Фаниловна, к.э.н., директор филиала "Котельники" ГБОУ ВО Московской области «Университет «Дубна» (Россия)  
Измайлова Марина Алексеевна, д.э.н., доцент, профессор Департамента корпоративных финансов и корпоративного управления ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (Россия)  
Литвинова Светлана Николаевна, к.п.н., директор Института делового администрирования Московского городского педагогического университета (Россия)  
Недялкова Анна, д.э.н., профессор, Президент ВГУ «Свободный университет» (Болгария)  
Новикова Диана Михайловна, к.э.н., доцент, проректор, заведующий кафедрой экономики НОУ ВПО «Московская гуманитарно-технологическая академия» (Россия)  
Павлов Павел, д.э.н., профессор, заместитель ректора по научно-исследовательской деятельности ВСУ им. Черноризца Храбра (Болгария)  
Рагулина Юлия Вячеславовна, д.э.н., профессор, ФБУ «Государственный научно-исследовательский институт системного анализа Счетной палаты РФ» (Россия)  
Санду Иван Степанович, д.э.н., профессор, заведующий отделом экономических проблем научно-технического развития АПК ФГБНУ ФНЦ «ВНИИЭСХ» (Россия)  
Собонь Януш, д.э.н., профессор, заведующий кафедрой экономики Морской университет в Щецине (Польша)  
Ушвицкий Лев Исакович, д.э.н., профессор, директор Института экономики и управления, заведующий кафедрой экономического анализа и аудита Северо-Кавказского федерального университета (Россия)  
Чурилова Эльвира Юрьевна, к.э.н., доцент, ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (Россия)

Peer reviewed international interuniversity scientific journal  
**The Applied Economic Researches**  
№ 1 (23) January 2018, ISSN: 2313-2086, www.n-ko.ru, keyneslab@gmail.com

Editor-in-chief: Stepanov A.A., Doctor of Economics, professor, (MGIMO University);  
Managing editor: Petukhov V.D., PhD (Publishing house "Scientific Adviser");  
Scientific editor: Savina M.V., Doctor of Economics, associate professor (The Russian State Social University).

**Editorial board:**

Ślawomira Białobłocka, PhD, Rector of Higher School of National Economy in Kutno, Poland  
Veselovsky Michael, Doctor of Economics, professor, Head of the management department of State Educational Institution of Higher Education Moscow Region University of Technology, Russia  
Gnezdova Julia, Doctor of Economics, professor of the economy department of the Russian State University of Smolensk, Russia  
Zolotareva Albina, PhD, Director of the Kotelniki branch of the Russian State Dubna University, Russia  
Izmailova Marina, Doctor of Economics, docent, professor of the Corporative finance and Corporative management department of the Financial University under the Government of the Russian Fedetation, Russia  
Litvinova Svetlana, PhD, Director of the Institute for Business Administration of the Moscow Pedagogy University, Russia  
Anna Nedyalkova, Doctor of Economics, professor, President of Varna Free University, Bulgaria  
Novicova Diana, PhD, docent, Head of the Economy department of the Moscow State Technology Academy, Russia  
Pavel Pavlov, Doctor of Economics, professor, Vice-Rector for Scientific Research of Varna Free University, Bulgaria  
Ragulina Julia, Doctor of Economics, professor, Moscow, Russia  
Sandu Ivan, Doctor of Economics, professor, Head of the Department for Economic Issues of the Scientific and Economic Development of the Russian Research Institute of the Agriculture Economy (VNIIESH), Russia  
Janusz Soboń, Doctor of Economics, professor, Head of Economics Department of the Maritime University of Szczecin, Poland  
Ushvitsky Leo, Doctor of Economics, professor, Director of the Economy and Management Institute of the Russian North Caucasian State University, Head of the economic analysis and audit department, Russia  
Churilova Elvira Yurievna, Ph.D., Associate Professor, Financial University under the Government of the Russian Federation, Russia

Журнал «Прикладные экономические исследования» издается при участии:

Варненского свободного университета им. Черноризца Храбра (г. Варна, Болгария);  
Всероссийского научно-исследовательского института экономики сельского хозяйства (г. Москва, Россия)  
Высшей школы национальной экономики в Кутно (г. Кутно, Польша);  
Высшей школы управления и права им. Хелены Хотьковской в Варшаве (г. Варшава, Польша);  
Нового экономического университета им. Т. Рыскулова (г. Алматы, Казахстан);  
Московского государственного педагогического университета (Институт делового администрирования; г. Москва, Россия);  
Морского университета в Щецине (г. Щецин, Польша);  
Московской академии предпринимательства при Правительстве Москвы (г. Москва, Россия);  
Московской гуманитарно-технической академии (г. Москва, Россия);  
Российского государственного социального университета (г. Москва, Россия);  
Северо-Кавказского федерального университета (г. Ставрополь, Россия);  
Смоленского государственного университета (г. Смоленск, Россия);  
Филиала «Котельники» университета «Дубна» (г. Котельники, Россия);  
Технологического университета (г. Королёв, Россия).

Учредитель и издатель: ООО «Научный консультант»,

Адрес редакции: 123007, г. Москва, ул. Хорошевское ш., д.35 к2, оф. 508. Тел.: +7 (926) 609-32-93

Издание зарегистрировано в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. Свидетельство ПИ № ФС77-65288 от 12.04.16 г.

Тираж 1000 экземпляров. Цена свободная. Телефон для рекламодателей: +7 (926) 609-32-93. Рукописи не возвращаются. Ссылка при перепечатке обязательна.

Дизайн и верстка: ООО «Научный консультант».

Стать автором:

Чтобы опубликовать статью в «Прикладных экономических исследованиях» свяжитесь с редакцией:

keyneslab@gmail.com или по телефону: +7 (926) 609-32-93.

<http://www.n-ko.ru>. Москва 2018. © Издательство «Научный консультант».

*The Applied Economic Researches Journal* is published with participation of:

Chernorizets Hrabar Free University of Varna, Bulgaria;  
Federal Governmental Budgetary Scientific Institution Russian Research Institute of the Agriculture Economy (VNIIESH), Russia;  
Higher School of National Economy in Kutno, Poland;  
University of Technology and Economics in Warsaw named after Heley Chodkowskiej, Poland;  
New Economic University. T.Ryskulov, Almaty, Republic of Kazakhstan;  
Institute for Business Administration of the Moscow Pedagogy University, Russia;  
Maritime University of Szczecin, Poland;  
Moscow Academy of Enterprise under the Government of Moscow, Russia;  
Moscow Humanitarian-Technical Academy, Russia;  
North Caucasian State University, Russia;  
Russian State Social University, Russia;  
Smolensk State University, Russia;  
Kotelniky branch of the Russian State Dubna University, Russia;  
Moscow Region University of Technology, Russia

Founder and Publisher: Scientific Adviser, LLC,

Editorial office address: 123007, Moscow, Russia, Khoroshevskoe shosse., bld 35, constr 2, office 508.

Phone: +7 (926) 609-32-93

Title is registered by the Russian Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology, and Mass Media. Certificate: ПИ № ФС77-65288 of 12.04.16 г.

Circulation 1000 copies. Free-of-control price. Phone for advertisers: +7 (926) 609-32-93. Manuscripts will not be returned. Reference at the reprint is obligatory.

Design and page-proof: Scientific Adviser, LLC.

Submit a manuscript:

*The Applied Economic Researches* is an open access journal. To submit a manuscript please, contact us:

keyneslab@gmail.com or via phone: +7 (926) 609-32-93.

<http://www.n-ko.ru>. Москва 2018. © Publishing house «Scientific Adviser».

## Тема номера: Региональная экономика

### Содержание

#### **ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ**

ТАРАСОВ В.И., ИВОЙЛОВА И.В. О ДИНАМИКЕ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО И РОССИЙСКОГО ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА ХЛЕБА И ПРОДУКЦИИ.....	4
АБРАШКИН М.С., ТКАЧЕНКО О.А. ФАКТОРЫ ПОВЫШЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РАКЕТНО-КОСМИЧЕСКОГО МАШИНОСТРОЕНИЯ.....	9
LANČARIČ D., SAVOV R., UBREŽIOVÁ I., KOZÁKOVÁ J. ENTREPRENEURIAL INTENSIONS OF STUDENTS: A CASE OF SLOVAKIA .....	14

#### **РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА**

ОСИНИНА А.Ю. ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ В АГРАРНОЙ СФЕРЕ СТРАН СНГ ВО ВЗАИМОСВЯЗИ С НАЦИОНАЛЬНЫМИ ИНТЕРЕСАМИ РОССИИ.....	24
--	----

#### **БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, СТАТИСТИКА**

МАКУНИНА И.В., МИРОНЦЕВА А.В., КУЛЬКОВА Е.О. ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ – ПОДГОТОВКА ПОЛОЖЕНИЯ О ИХ ЗАЩИТЕ И ВИДЫ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ О СОХРАННОСТИ ПОЛУЧЕННОЙ ИНФОРМАЦИИ ФИЗИЧЕСКОГО ЛИЦА.....	30
--	----

#### **БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, СТАТИСТИКА**

ЛИЧМАН А.А. МИРОВАЯ СИСТЕМА ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В ОБЛАСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ.....	36
---	----

## THE DYNAMICS OF DEVELOPMENT OF THE WORLD AND RUSSIAN HALAL FOOD MARKET

Tarasov V.I.<sup>a</sup>, Ivoylova I.V.<sup>b</sup>

<sup>a</sup>All-Russian Research Institute of Agricultural Economics, PhD, Lead Research Associate,  
Khoroshevskoe ch. 35/2, Moscow, 123007 Russia

<sup>b</sup>All-Russian Research Institute of Agricultural Economics, research fellow,  
Khoroshevskoe ch. 35/2, Moscow, 123007 Russia

**Abstract:** the article presents data on the dynamics of the global and Russian halal food market, both in general and its main segment - the meat market. The product segment of the halal market around the world at the beginning of 2017 is estimated at 1,2 billion dollars. The largest food markets of the Organization of Islamic Cooperation include: Indonesia, Turkey, Pakistan, Iran, Egypt. the largest exporters of halal bovine meat, ovine meat and poultry are Brazil, India, Australia, USA, France. In 2016, Russian companies increased their exports and increased supplies of halal products to Central Asia (Kazakhstan and Uzbekistan) and the Middle East (Saudi Arabia and the United Arab Emirates). Russian companies offer halal goods and services targeted at a wide range of consumers. People are ready to pay a certain price premium for halal products.

**Keywords:** world food market, halal products, meat market, Islamic world, food segment, retail chains, International Halal Center, certification.

УДК 338.43

Прикладные экономические исследования, ООО «Научный консультант», 2018

## О ДИНАМИКЕ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО И РОССИЙСКОГО ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА ХАЛЯЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ

Тарасов В.И.<sup>a</sup>, Ивойлова И.В.<sup>b</sup>

<sup>a</sup>ФГБНУ ФНЦ ВНИИЭСХ, к.т.н, ведущий научный сотрудник, 123007 Россия, г. Москва, Хорошевское ш. 35/2

<sup>b</sup>ФГБНУ ФНЦ ВНИИЭСХ, научный сотрудник, 123007 Россия, г. Москва, Хорошевское ш. 35/2

**Аннотация:** в статье приводятся данные о динамике мирового и российского продовольственного рынка халяльной продукции, как в целом, так и его основного сегмента — мясного рынка. Продуктовый сегмент рынка халяль во всем мире на начало 2017 г. оценивается в 1,2 трлн. долларов. К крупнейшим продовольственным рынкам Организации Исламского Сотрудничества относятся: Индонезия, Турция, Пакистан, Иран, Египет, а к крупнейшим экспортерам халяльной говядины, баранины и птицы относятся следующие государства: Бразилия, Индия, Австралия, США, Франция. В 2016 году российские компании увеличили объемы экспорта и нарастили поставки халяльной продукции как в страны Центральной Азии (Казakhstan и Узбекистан), так и Ближнего Востока (Саудовская Аравия и ОАЭ). Российские компании предлагают халяльные товары и услуги, ориентированные на широкий круг потребителей. Люди готовы платить определенную ценовую премию за халяльную продукцию.

**Ключевые слова:** мировой продовольственный рынок, продукция халяль, мясной рынок, исламский мир, продуктовый сегмент, торговые сети, Международный Центр «Халяль», сертификация.

### Основные положения:

- в последнее десятилетие халяль превратился в бренд, став элементом рыночного механизма, в силу быстрого роста числа мусульман всего мира;

- продуктовый сегмент рынка халяль во всем мире на начало 2017 г. оценивался в 1,2 трлн. долларов;
- активными участниками мирового рынка халяль являются страны, где мусульмане составляют меньшинство населения – Австралия, Новая Зеландия, Бразилия, Аргентина;
- по заявлению торговых сетей сегодня около 40 % потребителей не являются конфессионально предрасположенными к данным продуктам, но выбирают ее исходя из соображений качества, безопасности и надежности;
- Россия, учитывая ситуацию на валютном рынке, может составить конкуренцию поставщикам продукции халяль на глобальном рынке, особенно на рынке мяса и мяса птицы.

**Введение.** Мир живет в эпоху перехода к потреблению полезных и натуральных продуктов. Одним из таких видов продуктов является халяль, дозволенное и разрешенное религиозными предписаниями. Эти предписания мусульмане строго соблюдают на протяжении более 1400 лет [1]. Но только в последнее десятилетие халяль превратился в бренд, став элементом рыночного механизма, в силу роста числа мусульман всего мира и его урбанизации. На популярность бренда повлияло и то, что западные корпорации начали производить данные продукты в мировом масштабе.

Международный бренд «Халяль» должным образом оправдывает свою универсальность. Потребители халяльной продукции представляют собой различные расы, народы и национальности и, естественно, различные культуры поведения и потребления пищи [2].

Халяль является не только образом жизни для мусульман, но имеет особое значение для решения коренных вопросов населения африканских и ближневосточных стран, в снижении уровня бедности, так как рост производства продуктов «халяль» позволяет обеспечивать потребности внутреннего рынка этих стран, в первую очередь продовольственными товарами. К тому же рост производства халяльной продукции создает дополнительные рабочие места, что является актуальным для быстрорастущего населения данных стран.

**Методы исследования.** При проведении исследования использовались общенаучные и специальные методы и приемы исследования, характерные для экономической науки: совокупность научных приемов абстрактно-логического метода, монографический, экспертный, экономико-

статистический методы, метод институционального анализа.

**Результаты.** В настоящее время оценка динамики продовольственного рынка халяльной продукции позволила получить представления как о мировом рынке продукции халяль, так и о его основном сегменте — мясном. В структуре ведущих стран сегмент рынка халяльной продукции достиг: в Китае 857 млрд. \$, США – 768 млрд. \$, Японии – 445 млрд. \$ и Индии – 434 млрд. \$ [3]

Торговый оборот 10 крупнейших рынков халяльной продукции мусульманских государств представлен в таблице 1, а данные об оборотах крупнейших государств-экспортеров халяльной говядины, баранины и птицы приведены в таблице 2.

Численность мусульман в мире к 2017 г. достигла почти 1,8 млрд. чел, это около 23% всего населения планеты. В 2017 г. мировой рынок всей халяльной продукции оценивался экспертами примерно в 2,1 трлн. долл. США [5]. Продуктовый сегмент рынка халяль во всем мире на начало 2017 г. оценивается в 1,2 трлн. долларов.

На основании экспертных прогнозов к 2025 г. доля продуктов халяль будет составлять не менее 20 % от всей произведенной в мире продукции, а к 2030 г. может составить уже 25 %. В связи с этим растет интерес инвесторов к данному сегменту рынка [3].

Стоит отметить, что активными участниками мирового рынка халяль являются страны, где мусульмане составляют меньшинство населения – Австралия, Новая Зеландия, Бразилия, Аргентина. Сегодня именно эти страны поставляют мясо халяль во многие государства Ближнего востока. О своих возможностях на халяльном рынке также активно заявляют Тайланд и Корея.

**Таблица 1. Крупнейшие продовольственные рынки Организации Исламского Сотрудничества**

Страна	млрд долл. США
Индонезия	190
Турция	168
Пакистан	108
Иран	97
Египет	95
Бангладеш	60
Саудовская Аравия	53
Нигерия	38
Ирак	35
Алжир	35

Источник: *From niche to mainstream. Halal Goes Global, Geneva, 2015*[3]

**Таблица 2. Торговый оборот крупнейших экспортеров халяльной говядины, баранины и птицы**

Страна	млрд долл. США
Бразилия	4,7
Индия	2,1
Австралия	1,6
США	1,2
Франция	0,8
Турция	0,5
Новая Зеландия	0,5
Нидерланды	0,2
Пакистан	0,2
Германия	0,2

Источник: *From niche to mainstream. Halal Goes Global, Geneva, 2015*[3]

К мировым региональным рынкам халяльной продукции относятся:

Средний Восток и Северная Африка	– 441 млрд долл. США
Южная Азия	– 238 млрд долл. США
Восточная Азия	– 230 млрд долл. США
Центральная Азия	– 218 млрд долл. США
Южнее Сахары	– 127 млрд долл. США

Источник: *From niche to mainstream. Halal Goes Global, Geneva, 2015*[3]

Более 300 млн. мусульман, то есть одна пятая часть населения исламского мира, проживают в странах, где ислам не является преобладающей религией [4]. В Китае около 22 % китайцев в возрасте до 30 лет исповедует ислам в России — 20 млн. мусульман, больше, чем в Иордании и Ливии вместе взятых.

Такие крупные мировые компании, как Tesco, McDonalds и Nestle постоянно расширяют свои предложения для мусуль-

ман. На сегодняшний день, по неофициальным данным, они контролируют около 90% всемирного халяль рынка. Только им под силу так быстро развернуть масштабные производства. Ведущий игрок на рынке продуктов питания и напитков Nestle SA (Малайзия) производит около 300 наименований продуктов «халяль» на 159 фабриках из 480, принадлежащих компании. Эти мировые бренды, в том числе оказали влияние на рост популярности продуктов «халяль» во всем

мире, информируя и потребителей – не мусульман, об их высоком качестве и пользе для здоровья.

**Обсуждение.** Компании предлагают товары и услуги халяль, ориентированные на широкого потребителя. Люди готовы платить определенную ценовую премию за халяльную продукцию. Считается, что она более качественная, чем харамная (запрещенная), так как к ней предъявляются достаточно жесткие требования. Граждане, имеющие достаточный уровень дохода и ориентированные на здоровый образ жизни, также являются целевой аудиторией для предприятий индустрии, независимо от их религиозных убеждений.

По заявлению торговых сетей сегодня около 40 % потребителей не являются профессионально предрасположенными к данным продуктам, но выбирают ее исходя из соображений качества, безопасности и надежности. В последнее время произошел рост в онлайн торговле мясом на таких платформах как HalalEat (Великобритания), Nahalonclick (Сингапур) и NahalEda.me (Россия), которые являются только несколькими примерами потенциала внешней торговли в отрасли халяльной пищи.

На сегодняшний день Международным Центром «Халяль» (далее - МЦСиС «Халяль») сертифицировано более 100 российских и зарубежных компаний. МЦСиС «Халяль» получил аккредитацию в ряде профильных ведомств стран Ближнего Востока и Северной Африки. Сертификат, полученный в МЦСиС «Халяль» Совета Муфтиев России, даёт возможность экспорта продукции российских производителей в страны мусульманского мира. Россия, учитывая ситуацию на валютном рынке, может составить конкуренцию поставщикам продукции халяль на глобальном рынке, особенно на рынке мяса и мяса птицы. Очевидно, сколь высок интерес к данной продукции у потенциальных закупщиков из стран Персидского Залива.

Для продовольственного рынка России это единственное серьезное подспорье, учитывая, что рынки Европы закрыты. Кроме того, необходимо принимать во внимание, что в европейских странах своя система стандартизации. С учетом нынешних цен,

Россия имеет большие шансы расширения экспорта халяль на ближневосточные и паназиатские рынки.

Продукция халяль на российском рынке появилась сравнительно недавно. Однако сегодня она уверенно осваивает его и уже заняла свою нишу в сфере торговли, охватывая от 20 до 30% всего рынка продуктов питания. Объем рынка России в 2017 г. оценивается Комитетом по стандарту «Халяль» Духовного управления мусульман примерно в 34 млрд. рублей, и ежегодно производство халяльной продукции в России увеличивается на 30 – 40% .

Из-за устойчивого роста спроса многие предприниматели изъявляют желание производить всю свою продукцию по стандарту халяль. Сегодня в России в соответствии со стандартом халяль работают несколько крупных мясокомбинатов – «Приосколье», «ЭКОЛЬ», «Йошкар-Олинский мясокомбинат», «САФА», «Халяль-Аш», Пензенский мясокомбинат, а также птицефабрики «Ясные зори», «Белая птица», «Павловская» и другие.

Наибольшую долю в объеме потребляемой халяльной мясной продукции занимает мясо кур. В настоящее время в России производится около 100 тыс. тонн такого мяса ежегодно и объем его производства растет, поскольку наблюдается и рост постоянных потребителей этой продукции. Отечественная промышленность полностью удовлетворяет этот спрос и уже начала экспортировать халяльную курицу в другие страны, такие как Бразилия и Франция. Крупными производителями халяльной продукции стали «Приосколье» (Белгородская область более, 4,5 тыс. тонн мяса птицы в год), «Майкопская птицефабрика», «Турбаслинские бройлеры» (Башкирия), «Челны-Бройлер» (Татарстан, более 5 тыс. тонн в год) и подмосковная «Элинар-Бройлер». Всего более 300 предприятий, предпринимателей и организаций производят продукцию в соответствии с требованиями халяль.

Второе место занимает халяльная говядина (около 45-50 тыс. тонн в год).

Третье место в мясной продукции принадлежит баранине (порядка 30 тыс. тонн в год). Халяльная говядина и баранина со-

ставляют около 20% всего российского рынка продукции рогатого скота.

В сетевых магазинах представлена мясная продукция многих других компаний, например, Мираторга. Доля продаж халяльной продукции в ассортименте сетевых продуктовых магазинов в Москве составляет около 15-18%.

Сегодня халяльные предприятия располагаются уже не только в регионах компактного проживания мусульман – Поволжья и Северного Кавказа, а также в крупных городах – Москве и Московской области, Санкт-Петербурге, Ленинградской, Ростовской, Белгородской, Челябинской, Свердловской и других областях.

Рынок продукции халяль расширяет ассортимент: появляются кондитерские изделия, сухое молоко, мука, хлебобулочная продукция, мясо оленей, перепелов, страусов и пр.

В Татарстане рынок халяльной продукции (только продуктов питания) вырос до 100 млрд. рублей, или \$1,5 миллиарда. В республике созданы все условия для развития данной продукции. В Татарстане более 50 предприятий в сфере мясоперерабатывающей и птицеперерабатывающей промышленности, а также производителей халяльных полуфабрикатов, кондитерских и хлебобулочных изделий. Самые крупные из них ООО «Челны-бройлер», ООО «Челны-мясо», ОАО «Казанский мясокомбинат», ООО «Пестречинка», ОАО «Елабужский МКК» ОАО «Казанский хлебозавод №3», ОАО «Булочно-кондитерский комбинат», ООО «Вкуснотеевъ» и др.

**Заключение.** Для современного потребителя здоровье и безопасность сегодня стоят на первом месте. В свою очередь халяльные продукты нередко позиционируются как наиболее экологически чистые. В результате спрос на них увеличивается. Можно сказать, что сегмент «религиозных» продуктов становится новым модным брендом, ведь их приобретают не только верующие: халяльные продукты покупают люди и далекие от всех религий. Рост популярности подобной продукции, действительно, достаточно заметен в последние годы. Продукты халяль пользуются стабильным спросом.

По прогнозам, специалистов, численность мусульманского населения в мире в ближайшее время будет только увеличиваться. Еще одной из причин увеличения товарооборота халяльной продукции является развитие экономики стран, где основной религией является ислам. Стоит отметить, что спрос на продукцию «Халяль» вырос не только у мусульман, но также и у людей других конфессий – в странах ЕС, Японии, Китае и Индии.

Если говорить про мировой рынок продукции халяль, то он развивается очень динамично и составляет примерно 5% мировой торговли продовольствием. Рост идет как за счет вхождения в него новых секторов, так и за счет спроса, который формируют не только более 1,5 млрд. мусульман, но и широкий круг потребителей немусульман [6].

Значительную долю на российском рынке занимают халяльные продукты питания, наибольшая часть в объеме которых приходится на куриное мясо. Основными импортерами халяльных кур выступают Франция и Бразилия. Помимо кур, в России производится халяльная говядина, в целом в месяц выпускается примерно 1000 т такого мяса крупного рогатого скота.

Производство халяльных продуктов питания в значительной степени локализовано, на рынке мало производств, способных предложить продукцию, произведенную с учетом всех нюансов и особенностей товара.

Тем не менее, количество российских компаний, заходящих на рынок производства продукции халяль, постоянно растет. Это обусловлено как перспективами экспорта мяса птицы на Ближний Восток, так и растущим внутренним спросом на подобного рода продукцию.

Несмотря на большие перспективы, уровень конкуренции на рынке халяльной продукции остается сравнительно комфортным. Российскому производителю есть где развернуться, тем более что раньше на рынке хозяевами были зарубежные производители, а сегодня импорт ритейлерам интересен куда меньше, тем более при неустойчивом курсе евро и доллара.

Рынок халяльных продуктов еще достаточно слабо развит, отечественные произ-



водители только начинают развивать это направление, а импортеров, работающих с данным ассортиментом, пока в России мало – наиболее активны Израиль и Германия, но они также сталкиваются с трудностями.

Несмотря на все сложности, развитие ускоряет шаг. Если еще недавно конфессио-

нальный ассортимент был хаотичным, то сейчас он стабилизируется. Рынок халяльной продукции развивается, набирает обороты, и доля данного сегмента в мире и в России растет из года в год.

#### Литература:

- [1] Воронцова Е. «Вековые традиции Ислама в современном производстве продукции халяль»/ Мясные технологии №8, 2012, 22 стр.
- [2] Давыдова Р. «Халяль движет рынком»/ Мясные технологии №8, 2012, 36 стр.
- [3] From niche to mainstream. Halal Goes Global, Geneva, 2015
- [4] «Халяль продукция – драйвер экономического роста». Электронный ресурс. Доступно на: <http://islam-tod>
- [5] [ay.ru/islam\\_v\\_mire/perspektivy-razvitia-mirovogo-halal-rynka/](http://ay.ru/islam_v_mire/perspektivy-razvitia-mirovogo-halal-rynka/).
- [6] Электронный ресурс. Доступно на: [https://islamtoday.ru/islam\\_v\\_mire/perspektivy-razvitia-mirovogo-halal-rynka/](https://islamtoday.ru/islam_v_mire/perspektivy-razvitia-mirovogo-halal-rynka/)
- [7] Березина Е. «Халяль и кашрут: тренд на российском рынке»/ Мясные технологии №2, 2018

#### References

- [1] Voroncova E. «Vekovye tradicii Islama v sovremennom proizvodstve produkci halyal'»/ Myasnye tekhnologii №8, 2012, 22 str.
- [2] Davydova R. «Halyal' dvizhet rynkom»/ Myasnye tekhnologii №8, 2012, 36 str.
- [3] From niche to mainstream. Halal Goes Global, Geneva, 2015
- [4] «Halyal' produkciya – drajver ehkonomicheskogo rosta». EHlektronnyj resurs. Dostupno na: [http://islam-today.ru/islam\\_v\\_mire/perspektivy-razvitia-mirovogo-halal-rynka/](http://islam-today.ru/islam_v_mire/perspektivy-razvitia-mirovogo-halal-rynka/).
- [5] EHlektronnyj resurs. Dostupno na: [https://islamtoday.ru/islam\\_v\\_mire/perspektivy-razvitia-mirovogo-halal-rynka/](https://islamtoday.ru/islam_v_mire/perspektivy-razvitia-mirovogo-halal-rynka/)
- [6] Berezina E. «Halyal' i kashrut: trend na rossijskom rynke»/ Myasnye tekhnologii №2, 2018

---

DOI: 10.33049/11.012318.2

Applied Economic Researches, SA LLC, 2018

## FACTORS OF INCREASING THE INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF ENTERPRISES ROCKET AND SPACE ENGINEERING

Abrashkin Mikhail <sup>a</sup>, Tkachenko Olga <sup>b</sup>

<sup>a</sup> State Educational Institution of Higher Education Moscow Region «University of Technology»,  
associate professor, ul. Gagarin 42, Korolev 41070, Russia

<sup>b</sup> Municipal budgetary institution, sports school «Debut», director, st. 50-letija VLKSM 5/16,  
Korolev 141077, Russia

---

**Abstract:** Rocket and space engineering is the leading branch of high-precision engineering and the economy of the country as a whole. The tendencies of its functioning, which have changed under the influence of globalization and the expanding world division of labor, are a challenge for changing investment forms of the industry development. It is necessary to improve organizational design, strengthen the role of private capital and reduce the risks of activities. Therefore, the purpose of this work was to study the factors of increasing the investment attractiveness of enterprises of rocket and space engineering.

As a result of the work done, it was possible to identify that among the main factors that adversely affect the development of rocket and space machinery and impede the growth of investment is the presence of cases of discrimination by subjects of foreign and international space activities of

Russian entities, resource dependence on foreign resources, including intellectual property, imperfection of the model of domestic competition and the problems of organizational design of enterprises of the industry. In the opinion of the authors, the output of products of rocket and space engineering to the international market is possible only through the consolidation of coordination efforts without "internecine" domestic competition among themselves and improving the quality of products. On the part of public authorities, measures are required to attract private capital, improve the tools for the right protection of intellectual property, and form a new institutional environment for the development of this sector.

**Keywords:** rocket and space engineering; rocket and space industry; investments; investment attractiveness.

УДК 338.43

Прикладные экономические исследования, ООО «Научный консультант», 2018

## ФАКТОРЫ ПОВЫШЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РАКЕТНО-КОСМИЧЕСКОГО МАШИНОСТРОЕНИЯ

Абрашкин М.С.<sup>а</sup>, Ткаченко О.А.<sup>б</sup>

<sup>а</sup> ГБОУ ВО Московской области «Технологический университет», доцент, 141070 Московская область, г.Королев, ул. Гагарина, д. 42

<sup>б</sup> МБУ СШ «Дебют», директор, 141077, Московская область, г. Королев, ул. 50-летия ВЛКСМ, д5/16

**Аннотация:** Ракетно-космическое машиностроение является ведущей отраслью высокоточного машиностроения и экономики страны в целом. Тенденции её функционирования, изменившиеся под влиянием глобализации и расширяющегося мирового разделения труда, являются вызовом для изменения инвестиционных форм развития отрасли. Требуется совершенствование организационного проектирования, усиление роли частных капиталов и снижение рисков деятельности. Поэтому целью данной работы было исследование факторов повышения инвестиционной привлекательности предприятий ракетно-космического машиностроения.

В результате проделанной работы удалось выявить, что среди главных факторов, негативно влияющих на развитие ракетно-космического машиностроения и препятствующих росту инвестиций, является наличие случаев дискриминации субъектами зарубежной и международной космической деятельности российских субъектов, ресурсная зависимость от зарубежной ресурсной базы, в том числе интеллектуальной собственности, несовершенство модели внутрироссийской конкуренции и проблемы организационного проектирования предприятий отрасли. По мнению авторов, выход продукции ракетно-космического машиностроения на международный рынок возможен только путём консолидации усилий без «междоусобной» внутрироссийской конкуренции между собой и повышение качества продукции. Со стороны органов государственной власти требуются меры привлечения частного капитала, совершенствование инструментов правовой защиты интеллектуальной собственности и формирование нового качества институциональной среды развития данной отрасли.

**Ключевые слова:** ракетно-космическое машиностроение; ракетно-космическая отрасль; инвестиции; инвестиционная привлекательность.

### Основные положения

- Проблемы развития ракетно-космического машиностроения (далее РКМ) опираются в первую очередь на проблемы реструктуризации ракетно-космической отрасли.
- Низкая инвестиционная привлекательность и проблемы финансирования РКМ связаны с неопределённостью перспектив освоения космоса.
- Органы государственной власти должны находить дополнительные источники финансирования РКМ и привлекать частный капитал в отрасль.

- Выход продукции РКМ на международный рынок возможен только путём консолидации усилий правительства, совершенствования модели внутрироссийской конкуренции и повышения качества продукции.

**Введение.** Ракетно-космическое машиностроение является одной из наиболее технически развитых отраслей машиностроения с высокой степенью кооперирования и концентрации производства. Оно играет авангардную роль в обеспечении военно-экономической безопасности, оказывая существенное влияние на уровень военного, экономического, научного потенциалов России. Развитие РКМ выступает в качестве ключевого приоритета отечественной промышленной политики. Требуется усиление позиций отрасли на отечественном и международном рынке, однако без повышения её инвестиционной привлекательности достижение подобных целей представляется маловероятным. Поэтому целью данной работы является исследование факторов повышения инвестиционной привлекательности предприятий РКМ. Задачами исследования выступают конкретизация факторов повышения инвестиционной привлекательности предприятий РКМ, финансово-экономической среды их функционирования и тенденций развития в долгосрочной перспективе.

**Методы исследования.** Работа базируется на общелогических методах познания, таких как синтез, анализ, абстрагирование и обобщение. Их использование позволило на основе анализа теории и практики управления предприятиями РКМ выявить факторы повышения их инвестиционной привлекательности.

**Результаты.** Проблемы развития РКМ в первую очередь опираются на проблемы реструктуризации ракетно-космической отрасли (далее РКО) с позиций институционального проектирования. Необходимо выработка оптимальных решений на основе поиска компромиссов между субъектами экономической деятельности, имеющими зачастую противоречивые интересы. При этом, как справедливо отмечают Горелова Л.И., Николаева О.Ю. можно выделить два основных движущих фактора, определяющих возможность компромисса [1]. Первым фактором выступает наличие институционально не зависимых друг от друга заказчиков и подрядчиков (поставщиков про-

дукции) на разных уровнях отраслевой цепочки переделов (включая её конечный уровень, определяющий поставку финишной продукции государственному или коммерческому заказчику). Вторым фактором – наличие конкуренции поставщиков, во всяком случае, финишной продукции, причём конкуренции, реализуемой на всех целевых рыночных сегментах [2]. Следует понимать, что выход продукции РКМ на международный рынок возможна только путём консолидации усилий без «междоусобной» внутрироссийской конкуренции между собой.

Для поддержания РКМ органы государственной власти должны привлекать частный капитал в свои программы, что позволит находить дополнительные источники финансирования. При этом пределы частного бизнеса должны быть ограничены, чтобы государство не потеряло монополии в этой сфере, как это произошло на примере спутниковой индустрии в США [3]. Она являлась отраслью высокой прибыльности, заинтересовала частные инвестиции и в какой-то момент стала менее контролируемой. В России имеются проблемы с привлечением частных капиталов, способных удовлетворить немалую потребность в финансировании, которую государство обеспечить ресурсами полностью не может, происходит не так интенсивно, как в США [3], так как «частный бизнес имеет не только свойство к риску, но и совсем другую степень ответственности за принимаемые экономические и инвестиционные решения» [4]. Не все отрасли ракетно-космической отрасли имеют высокий интерес со стороны инвесторов. РКМ одна из таковых. Проблемы низкой инвестиционной привлекательности кроются в наличии рисков. Обеспечение надёжности выпускаемой продукции является одной из главных задач ракетно-космической индустрии, но трагедии всё-таки случаются [5]. Аварии ракетно-космической техники могут повлечь тяжёлые финансовые последствия для предприятий ракетно-космической промышленности, так как приводят к потере доверия у иностранных заказчиков и партнёров и, как

следствие, к сокращению заказов и прекращению финансирования» [6].

РКМ, как и РКО, финансируется государством, но главная поддержка этой отрасли осуществляется со стороны иностранных партнёров за счёт заключаемых контрактов по эксплуатации отечественной космической техники. Однако из-за слабой правовой защиты, а именно в области защиты интеллектуальной собственности, Европа, Америка и Китай переняли технологию изготовления и конструирования, и теперь все меньше контрактов заключается с российскими компаниями. На сегодняшний день только Китай ещё заинтересован в контракте с Россией, но и он в скором времени расторгнет его [7].

Проблемы финансирования и низкая инвестиционная активность РКМ также связаны с неопределённостью перспектив освоения космоса. Требуется чтобы издержки РКО перекрывались доходами, а это возможно только в случае коммерческого использования. Однако выход в открытый космос, изучение планет и космического пространства представляет интерес для науки, но практическая реализация и обоснованность затрат на это вызывают большие сомнения [7]. Также следует отметить, что РКМ производит продукцию для РКО, которая в свою очередь занимается и стратегическими объектами, отвечающими за обороноспособность и безопасность страны. Поэтому существует режим секретности и автономности разработок, при которых рыночная ориентация невозможна в принципе [8]. Двойственность ситуации заключается в том, что согласно задачам, поставленным правительством [9], за ближайшие 5 лет предприятия РКО должны выйти на 50% рыночной окупаемости. При условии существующих санкций и низкоплатёжеспособного скромного внутреннего рынка эта задача становится крайне сложной [10].

На финансирование и инвестиционную активность РКМ влияют факторы которые способствуют его росту или наоборот, снижают его. По материалам Перминова А. Н. [11], авторам удалось выявить данные факторы.

К факторам, способствующим повышению инвестиционной привлекательности РКМ следует отнести:

- рост потребностей государственных структур, государства, регионов и населения страны в космических средствах и услугах;
- достижение соответствия мировому уровню разрабатываемых космических средств;
- обеспечение проведения экспериментов в условиях космоса с участием человека для ускорения отработки нового поколения космической техники;
- организацию производства биопрепаратов и материалов со свойствами, которые недостижимы в наземных условиях;
- расширение и повышение эффективности использования космического пространства в различных областях деятельности для решения стоящих перед РФ задач;
- развитие и укрепление космического потенциала Российской Федерации, обеспечивающего создание и использование конкурентоспособных на мировом рынке космических технологий и услуг, а также необходимое присутствие и гарантированный доступ в космическом пространстве [11].

К факторам, снижающим инвестиционную привлекательность РКМ следует отнести:

- наличие случаев дискриминации субъектами зарубежной и международной космической деятельности российских субъектов;
- благодаря приобретению российской интеллектуальной собственности, технологий у зарубежных и международных космических товаров и услуг повышается конкурентоспособность, следовательно, происходит вытеснение российских производителей и операторов;
- у российских субъектов космической деятельности повышается зависимость от различных ресурсов, предоставляемых субъектами зарубежной и международной космической деятельности, а агрессивное продвижение и широкое предложение на российском космическом рынке космических технологий, компонентов элементной базы, финальных космических товаров и услуг наносит ущерб их производству и продажам в России [11].

Для роста инвестиционной привлекательности РКМ требуется изменение архитектуры их институционального пространства. Первый шаг был сделан в 2015 году, когда были произведены изменения организационных форм многих предприятий. От модели ФГУПов перешли к акционерным обществам. Данные изменения стали драйвером развития предприятий, повышения национальной конкуренции продукции РКМ. В дальнейшем необходимо усиление данных процессов. Требуется наличие институционально независимых друг от друга заказчиков и подрядчиков на разных уровнях отраслевой цепочки переделов [12]. Необходимо повышение конкуренции поставщиков, во всяком случае финишной продукции, причём конкуренции, реализуемой на всех целевых рыночных сегментах [12].

Таким образом, в текущих условиях неустойчивого роста РКМ требуется формирование новой национальной конкурентной среды предприятий РКМ, эффективного организационного проектирования и повышение качества выпускаемой продукции.

**Обсуждение.** Данное исследование направлено на выявление факторов повы-

шения инвестиционной привлекательности предприятий РКМ. Полученные результаты соответствуют поставленной цели. Они могут быть использованы в теории и практике управления предприятиями РКМ. Исследования было ограничено выявлением данных факторов. Их количественная оценка и степень влияния на управление предприятиями РКМ не производилась, что является потенциалом для проведения дальнейших исследований.

**Заключение.** В контексте продолжающейся реформы РКМ особый интерес представляют формы совершенствования конкуренции и снижения рисков, модели организационного проектирования, повышение качества выпускаемой продукции и привлечение частных инвестиций в РКМ. Со стороны органов государственной власти требуется формирование новой инвестиционной среды, которая бы позволила предприятиям данной отрасли расширить воспроизводственную базу и прирастить производственный потенциал выпуска конкурентоспособной продукции на мировых рынках.

#### Литература:

- [1] Горелова Л.И., Николаева О.Ю. Об актуальных проблемах ракетно-космической отрасли России. Проблемы современной науки и образования. №11 (29). 2014. С. 67-68.
- [2] Экономика космической деятельности / Под науч. ред. док. техн. наук, проф. Г.Г. Райкунова. – М.: ФИЗМАЛИТ, 2013. – 600 с.
- [3] Лукшин Б.С. Анализ космической стратегии США и её соответствие тенденции регионального развития [Электронный ресурс] // Россия и Америка в XXI веке. 2009. № 3. URL: [http://www.rusus.ru/?act=read&id=165\\_edn1](http://www.rusus.ru/?act=read&id=165_edn1)
- [4] Панова Е. Правительство будет привлекать в «оборонку» частные деньги [Электронный ресурс] / URL:<http://www.aviaport.ru/news/2013/03/23/251773.html>
- [5] Бабинова Е.О., Рощин А.В., Сидорова Л.Б. Об экономических проблемах ракетно-космической отрасли. Актуальные проблемы авиации и космонавтики. №11. 2015. С. 530-531.
- [6] Медведчиков Д.А. Роль управления рисками космической деятельности на современном этапе реформирования отечественной ракетно-космической промышленности // Полет. 2003. № 12. С. 45–49.
- [7] Е.Б. Пацук, И.С. Коршакевич. Проблемы и перспективы развития ракетно-космической отрасли. Актуальные проблемы авиации и космонавтики. №13. 2017. С. 392-394.
- [8] Dobrova K. V. Development of Innovative Protsessovv Corporations Space Industry. M.I.R. (Modernization. Innovation. Development). 2016. T. 7. № 2. P. 110-116.
- [9] Meeting on the potential use of military-industrial complex in the production of civilian high-tech products. Tula 08.09.2016. <http://www.kremlin.ru/events/president/news/52852>
- [10] Гостева О.В., Бойко А.А. Проблемы генерации инноваций на предприятиях ракетно-космической отрасли. Решетневские чтения. №20. 2016. С. 362-363.

- [11] Перминов А.Н. Состояние ракетно-космической промышленности (проблемы и перспективы) // Федеральный справочник. 2013. С. 277-296.
- [12] Пайсон Д.Б. Конкуренция в ракетно-космической промышленности: время ответственных решений. Анализ конкурентоспособности. №3(354). 2014. С. 2-11.

#### References

- [1] Gorelova L.I., Nikolaeva O.YU. Ob aktual'nyh problemah raketno-kosmicheskoy otrasli Rossii. Problemy sovremennoj nauki i obrazovaniya. №11 (29). 2014. S. 67-68.
- [2] *Экономика космической деятельности / Под науч. ред. док. техн. наук, проф. Г.Г. Ражкунова.* – М.: FIZMALIT, 2013. – 600 с.
- [3] Lukshin B.S. Analiz kosmicheskoy strategii SSHA i eyo sootvetstvie tendencii regional'nogo razvitiya [Электронный ресурс] // Россия и Америка в XXI веке. 2009. № 3. URL: [http://www.rusus.ru/?act=read&id=165\\_edn1](http://www.rusus.ru/?act=read&id=165_edn1)
- [4] Panova E. Pravitel'stvo budet privlekat' v «oboronku» chastnye den'gi [Электронный ресурс] / URL:<http://www.aviaport.ru/news/2013/03/23/251773.html>
- [5] Babinova E.O., Roshchin A.V., Sidorova L.B. Ob ekonomicheskikh problemah raketno-kosmicheskoy otrasli. Aktual'nye problemy aviatsii i kosmonavтики. №11. 2015. S. 530-531.
- [6] Medvedchikov D.A. Rol' upravleniya riskami kosmicheskoy deyatel'nosti na sovremennom etape reformirovaniya otechestvennoj raketno-kosmicheskoy promyshlennosti // Polet. 2003. № 12. S. 45–49.
- [7] E.B. Pacuk, I.S. Korshakevich. Problemy i perspektivy razvitiya raketno-kosmicheskoy otrasli. Aktual'nye problemy aviatsii i kosmonavтики. №13. 2017. S. 392-394.
- [8] Dobrova K. B. Development of Innovative Protsessovv Corporations Space Industry. M.I.R. (Modernization. Innovation. Development). 2016. T. 7. № 2. P. 110-116.
- [9] Meeting on the potential use of military-industrial complex in the production of civilian high-tech products. Tula 08.09.2016. <http://www.kremlin.ru/events/president/news/52852>
- [10] Gosteva O.V., Bojko A.A. Problemy generacii innovacij na predpriyatiyah raketno-kosmicheskoy otrasli. Reshetnevskie chteniya. №20. 2016. S. 362-363.
- [11] Perminov A.N. Sostoyanie raketno-kosmicheskoy promyshlennosti (problemy i perspektivy) // Federal'nyj spravochnik. 2013. S. 277-296.
- [12] Pajson D.B. Konkurenciya v raketno-kosmicheskoy promyshlennosti: vremya otvetstvennyh reshenij. Analiz konkurentosposobnosti. №3(354). 2014. S. 2-11.

DOI: 10.33049/11.012318.3

Applied Economic Researches, SA LLC, 2018

## ENTREPRENEURIAL INTENSIONS OF STUDENTS: A CASE OF SLOVAKIA

Lančarič, D.,<sup>a</sup> Savov, R.,<sup>b</sup> Ubrežiová, I.,<sup>c</sup> Kozáková, J.<sup>d</sup>

<sup>a</sup> Ing., PhD., Slovak University of Agriculture in Nitra, Tr. A. Hlinku 2, 949 76 Nitra, Slovak republic, Faculty of Economics and Management, Department of Management, [drahoslav.lancaric@uniag.sk](mailto:drahoslav.lancaric@uniag.sk);

<sup>b</sup> Ing., PhD., Slovak University of Agriculture in Nitra, Tr. A. Hlinku 2, 949 76 Nitra, Slovak republic, Faculty of Economics and Management, Department of Management, ; [radovan.savov@uniag.sk](mailto:radovan.savov@uniag.sk)

<sup>c</sup> Prof. Ing., Slovak University of Agriculture in Nitra, Tr. A. Hlinku 2, 949 76 Nitra, Slovak republic, Faculty of Economics and Management, Department of Management,

<sup>d</sup> CSc., Ing., PhD., Slovak University of Agriculture in Nitra, Tr. A. Hlinku 2, 949 76 Nitra, Slovak republic, Faculty of Economics and Management, Department of Management, [jana.kozakova@uniag.sk](mailto:jana.kozakova@uniag.sk)

**Abstract:** Despite attention being paid to entrepreneurial intentions in the literature, little empirical research has been conducted on developing the link between personal characteristics, education and exposure in transition economies, and moreover, only a few empirical studies have investigated this issue in Slovakia. The conducted empirical survey examines entrepreneurial intentions of students in Slovakia. The empirical findings are based on 235 responses from students. To evaluate the entrepreneurial intentions the questionnaire of own construction drawing heavily from

already used questionnaires was used. The authors have used Kruskal-Wallis ANOVA as an evaluation method. Based on the results it can be concluded the entrepreneurial intentions are determined by gender and family background. Higher levels of entrepreneurial intentions are confirmed among males and among students from entrepreneurial families. This study contributes to the European research that studies the entrepreneurial intentions by means of an empirical investigation in a transition economy such as Slovakia.

**Keywords:** entrepreneurial intentions, personal characteristics, education, exposure.

**Introduction.** Last three decades in the Central and Eastern European countries (CEEC) are characterized by many changes in economic, social, cultural, and others areas. After regime change at the end of 1980s, many CEEC pass through the transformation process from centrally planned into market-oriented economies. Entrepreneurship is seen as a critical factor in promoting innovation, creating employment opportunities and generating social and economic wealth in a country's economy (Wong et al., 2005). Higher opportunity to be self-employed decreased demand for entrepreneurship education. This growth has been based on the implicit premise that entrepreneurship education can contribute to the development of students' entrepreneurial attitudes, abilities, and skills, and hence enhance their intentions to launch new ventures (Piperopoulos and Dimov, 2015).

Entrepreneurship education should definitively be one of the biggest entrepreneurship intentions drivers. By entrepreneurship education, we are referring to education for entrepreneurial attitudes and skills. Entrepreneurial intentions are desires to own or start a business (Bae et al., 2014). Entrepreneurship education consists of any pedagogical program or process of education for entrepreneurial attitudes and skills (Fayolle et al., 2006).

This paper extends the existing research on entrepreneurial intentions by examining the impact of selected factors (age, gender, education level, form of study, work experience and family background) on entrepreneurial intentions. It specifically deals with moderating influence of personal characteristics, education and exposure on the entrepreneurial intentions of students in Slovakia. Our paper therefore contributes to the developing body of knowledge on factors determining students' intentions to choose an entrepreneurial path.

The rest of the paper is structured as follows: Section 2 reviews the empirical literature on entrepreneurial intentions. Section 3 presents

the data and the methodology. In section 4, empirical results are summarized and implications are discussed. Section 5 concludes.

**Literature Review.** Entrepreneurship education is associated with entrepreneurial self-efficacy, which may increase entrepreneurial intentions (Zhao et al., 2005; Wilson et al., 2007). Entrepreneurial self-efficacy refers to a belief in one's ability to successfully perform the various roles and tasks of entrepreneurship (Chen et al., 1998; De Noble et al., 1999; McGee et al., 2009). After the Shapero's publications (Shapero, 1984; Shapero and Sokol, 1982) literature oriented to entrepreneurial intentions started to growth. There are some other publications that helped to develop intentions approach (Gartner, 1985; Bird, 1988; Shaver and Scott, 1991). With respect to entrepreneurial intentions educational background is an important factor (Guerrero et al., 2008; Gird and Bagraim, 2008). Entrepreneurship courses orientation, was examined by Piperopoulos and Dimov (2015). They argue that higher self-efficacy can be associated with lower entrepreneurial intentions in the theoretically oriented courses and higher entrepreneurial intentions in the practically oriented courses. Most university-level programs are intended to increase entrepreneurial awareness and to prepare aspiring entrepreneurs (Garavan and O'Cinneide, 1994). An entrepreneurship education may cultivate a student's attitudes and intentions, as well as the founding of a new firm (Liñán, 2008). Martin et al. (2013) found a statistically significant relationship between entrepreneurship education and human capital outcomes, such as entrepreneurship-related knowledge and skills a positive perception of entrepreneurship, and intentions. Jamieson (1984) proposed a three-category framework for entrepreneurship education: education about enterprise; education for enterprise; and education in enterprise.

Kolvereid and Moen (1997) study of Norwegian business schools show that graduates with an entrepreneurship major are more

likely to start a new venture and have significantly stronger entrepreneurial intentions and aspirations than other graduates. At the same time, study of an entrepreneurship course in Netherlands suggests an insignificant effect on students' entrepreneurial skills and even a negative effect on their entrepreneurial intentions to launch a new venture (Oosterbeek et al., 2010)

In the literature on individual-level determinants of entrepreneurship it is argued that individuals who are, for instance, more achievement oriented (Collins et al., 2004), more risk tolerant (Stewart Jr. and Roth, 2001), more independence seeking (Douglas and Shepherd, 2002), more self-efficacious (Chen et al., 1998), more creative (Lee and Wong, 2004), more susceptible to decision-making biases (Simon et al., 1999). Bae et al. (2014) showed some interesting findings in the research where gender, entrepreneurship family background, and cultural values are testing as an important factors of entrepreneurship intentions. They found non-significant effects for two individual differences: gender and entrepreneurial family background. In contrast, cultural dimensions played a significantly positive role in the entrepreneurship education–entrepreneurial intentions relationship. However, family members often play a crucial role in providing financial and human resources for business start-up (Zhang et al., 2003; Steier and Greenwood, 2000).

Family influences are crucial for the development of young people's occupational intentions (Jodl et al., 2001). Several scientists argue that exposure to a family business can predispose offspring's entrepreneurial intentions by increasing their perceptions that self-employment is a feasible career option (Krueger et al., 2000; Sorensen, 2007, Laspita et al., 2012). Some authors suggest that the existence of family member with entrepreneurial experiences increases entrepreneurial ambitions because such individuals can serve as role models (Samuelsson, 2001; Liao and Welsch, 2001; Altinay and Altinay, 2006; Pruett et al., 2009). Davidsson and Honig (2003) found that there was a positive relation between having parents and/or close friends in business and the encouragement and support from the family. Klyver (2007) found that family members are most

strongly involved in the early stages of the lifecycle when the decision to start or not is yet to be made. Key persons can be grandparents also. Grandparents' narratives about their former businesses may provide their grandchildren with knowledge about entrepreneurship and lead to the development of entrepreneurial self-efficacy. They may directly provide their grandchildren with financial and non-financial resources needed to start a business. Entrepreneurial grandparents may provide their grandchildren with the same or similar information and knowledge about entrepreneurship and its benefits as compared to other occupational careers. (Laspita et al., 2012).

Other important factor examined by the scientists is connected with personality. The role of personal factors in the development of an entrepreneurial career has been widely investigated (Rauch and Frese, 2007; Unger, et al. 2011; Zacher et al., 2012; Altinay et al., 2012). The influence of personality traits is the highest determinant in business start-up intentions in budding entrepreneurs (Nga and Shamuganathan, 2010). Another intension connected with entrepreneurship is associated with current state of the country (GDP, unemployment, poverty, living conditions). Given the economic and social relevance of entrepreneurs, it is important to understand what drives young people's intent to start a business, especially those from developing countries (Tolentino et al, 2014). Social capital, as an indication of the characteristics of the social network, is also a major background factor affecting intention (Liñán and Santos, 2007). The strength of the entrepreneurial intentions varies across cultures (Carsrud et al., 2011). Culture is a major determinant explaining why some societies are more entrepreneurial than others (Mueller and Thomas, 2001; Hayton et al., 2002; Stephan and Uhlaner, 2010). Only few empirical studies have explored the role of organizational drivers for entrepreneurial intentions. Specifically, Lee et al. (2011) studied entrepreneurial intentions in a corporate setting. Organizational culture, acting through institutional belief systems and norms, can be a very effective means of directing the attitude and behavior of organizational members towards entrepreneurial activities (Huyghe and Knockaert, 2015).



Two dominant models of entrepreneurial intention include Shapero's (1975) Entrepreneurial Event Model and Ajzen's (1991) Theory of Planned Behaviour. In the first model, entrepreneurial intention reflects the perceived desirability and feasibility of becoming an entrepreneur. In the second model, entrepreneurial intention is determined by one's personal attitude toward the behaviour, perceived social norms and perceived behavioural control.

**Data and Methods.** A questionnaire of own construction (though drawing heavily from already used questionnaires (Carr and Sequeira, 2007; Chandler et al., 2009; Liñán and Chen, 2009; McGee et al., 2009; Vanevenhoven and Liguori, 2013) was used as a tool of data collection. The questionnaire was divided into several sections, each addressing different variable (table 1). The content of the survey was developed with consideration of earlier research on entre-

preneurship education. The study employs measures which on the one hand reflect entrepreneurial intentions of students and on the other tries to assess factors which can affect these measures. We accounted for entrepreneurial exposure. In particular we followed Vanevenhoven and Liguori (2013) by asking respondents to indicate whether their parents, siblings, or grandparents had ever started a new venture, and simplifying slightly another question whether they ever worked for a new venture/startup. Additionally we accounted for their employment experience and self-employment experience. We used also a number of control variables addressing questions of respondents' gender, age, field of education, level (bachelor, engineering, master, postgraduate) and mode of studies (regular, weekend) which they attend (table 1).

**Table 1. Variables, coding and measurements**

Variable	Variable code	Measurement
Age	I_1	Open category
Gender	I_2	0=male; 1=female
Education level	I_3A	1=bachelor; 2=engineer; 3=master; 4=PhD./postgraduate
Study form	I_3B	0=daily (present form); 1=weekend (external form)
Study focus	I_3C	1=business (economics and management); 2=technical; 3=natural/life; 4=other
Work experience	I_4	0=no; 1=yes
Exposure	I_5 to I_7	0=no; 1=yes
Carrier plans	I_15A to I_15H	1-5 scale: 1=strongly disagree; 3=neutral; 5=strongly agree

*(Own processing)*

The data collection was Slovak Republic. In order to obtain a more representative view of the role of entrepreneurship education a survey targeting university students was administered. The questionnaire was distributed in the combined manner, both in printed and digital form. It was directed mostly, though not exclusively towards students of the final semesters, either of bachelor or master studies. Smaller part of participants, however, was less advanced in their education. It was also intended to cover a sample of both business and non-business students and to obtain responses from both bachelor and master students.

The reliability of the questionnaire was verified by means of Cronbach's alpha. The values of Cronbach's alpha 0.7 and more mean sufficient internal scale consistence.

Since the assumption of the normality was violated, non-parametric statistical methods were used. To verify the existence of statistically significant differences between the individual groups of respondents (depending on a particular factor, see classification units) the Mann-Whitney U test was used. Mann-Whitney U test is the alternative test to the independent sample t-test. It is a non-parametric test that is used to compare two population means that come from

the same population, it is also used to test whether two population means are equal or not.

The reliability of the questionnaire was verified using Cronbach's Alpha method. The Cronbach's Alpha of all questionnaire sections

(apart from the carrier plans sections) was higher than 0.7, therefore we conclude the questionnaire's reliability is sufficient. The overall results can be seen in table 2.

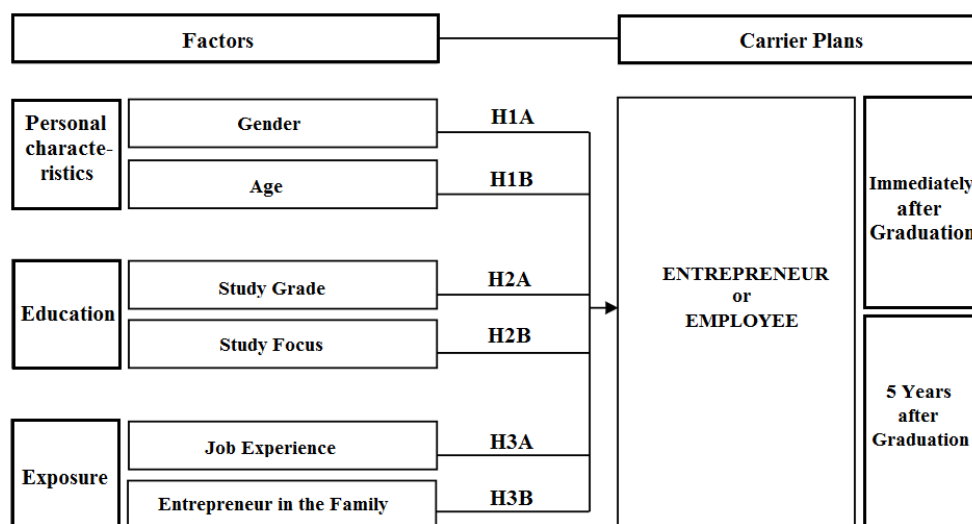
**Table 2. Reliability of the questionnaire evaluation**

	Cronbach's Alpha
Study description	0.711
Carrier plans	0.502
Causation	0.831
Effectuation	0.750
Intentions	0.943
Skills and competences	0.938

(Own processing)

The main objective of the research is assess the influence of selected factors on the respondents' decision regarding their future carrier immediately after graduation and 5 years after graduation. We evaluated the influence of

selected personal characteristics (age, gender), education (study grade, study focus) and previous exposure to entrepreneurship (job experience, family background). The research design is as follows (figure 1):



**Figure 1. Research model** (own processing).

Based on the literature review we set 3 hypotheses, each of them connected to different factor (driver):

**H1:** Respondent's intentions towards becoming entrepreneur are determined by his/her personal characteristics.

*H1A:* Respondent's intentions towards becoming entrepreneur are determined by his/her gender.

*H1B:* Respondent's intentions towards becoming entrepreneur are determined by his/her age.

**H2:** Respondent's intentions towards becoming entrepreneur are determined by his/her education.

*H2A:* Respondent's intentions towards becoming entrepreneur are determined by his/her study grade.

*H2B:* Respondent's intentions towards becoming entrepreneur are determined by his/her study focus.

**H3:** Respondent's intentions towards becoming entrepreneur are determined by his/her earlier experience with entrepreneurship.

H3A: Respondent's intentions towards becoming entrepreneur are determined by his/her job experience.

H3B: Respondent's intentions towards becoming entrepreneur are determined by his/her exposure to the entrepreneurship in the family circle.

**Results and Discussion.** Out of the total number of 235 respondents, there were 136 women and 99 men. The majority of students is studying at the bachelor level (68%) at daily form (70%). The prevailing education focus was economics and management (64%). There were 28% of respondents whose family member is an entrepreneur (table 3).

**Table 3. Characteristics of the sample**

		N	%
Gender	women	136	57.87
	men	99	42.13
Education level	bachelor	160	68.09
	master	75	31.91
Form of study	present form	166	70.64
	distance form	69	29.36
Education focus	economics and management	150	63.83
	technical sciences	85	35.74
Entrepreneur in the family	no	170	72.34
	yes	65	27.66

(Own processing)

Based on the achieved average scores we conclude men are more inclined to become an entrepreneur both immediately after the graduation and 5 years after the graduation. The differences based on the education level are almost non-existent, the entrepreneurial intension of students studying at the bachelor and master levels are very similar. The attitude of students of the distance form of study towards becoming

an entrepreneur is more positive when compared to the attitude of the students of the daily form. The entrepreneurial intensions of students of technical sciences are similar to the intensions of students of economics and management. The most obvious difference in entrepreneurial intensions is based on the fact, whether the students are hailing from a family of entrepreneurs (table 4).

**Table 4. Entrepreneurial intensions – Average scores**

		immediately after graduation	5 years after graduation
Gender	women	2.54	3.30
	men	2.84	3.71
Education level	bachelor	2.64	3.49
	master	2.72	3.44
Form of study	present form	2.36	3.19
	distance form	2.80	3.59
Education focus	economics and management	2.61	3.52
	technical sciences	2.79	3.40
Entrepreneur in the family	no	2.53	2.82
	yes	3.61	3.88

(Own processing)

With respect to structure of data and the results of tests of normality, we used non-parametric methods for evaluation of existence

of statistically significant differences in attitudes of respondents (table 5).

The results confirmed the existence of statistically significant differences in entrepreneurial intentions of respondents based on their gender 5 years after the graduation (*H1A was confirmed*). Another statistically significant difference in entrepreneurial intentions was con-

firmed in attitudes of students with and without entrepreneurial family background (*H3B was confirmed*). There were no other statistically significant differences, *the rest of the hypotheses (H2, H2A, H2B and H3A) was not confirmed*.

**Table 5. Entrepreneurial intentions - Results of Kruskal-Wallis test**

		immediately after graduation	5 years after graduation
H1	H1A	0.083	0.027**
	H1B	0.521	0.400
H2	H2A	0.554	0.917
	H2B	0.213	0.488
H3	H3A	0.734	0.866
	H3B	0.002***	0.006***

Note: \*\*\*\*p < 0.001; \*\*\* p < 0.01; \*\* p < 0.05; \* p < 0.1

(Own processing)

Gender differences in entrepreneurial intentions are very frequent single research topic. Our results suggest, the males exhibit a more positive attitude towards entrepreneurship and a higher entrepreneurial intentions. Strobl et al., (2012) came to a similar conclusion, as well as Dabic et al., (2012); Kautonen et al., (2010) and Yordanova, (2011). Nevertheless, these results need further explanation. The association of entrepreneurship with a male gender stereotype seems to explain part of this difference (Gupta et al., 2008, 2009).

Our findings regarding the family background are in line with those of Carr and Sequeira (2007); Bhandari, (2012); Hadjimanolis and Poutziouris, (2011), who tested the influence of prior family exposure to entrepreneurship (parents' occupation, the family business background). These studies concluded the family background to be an important factor moderating the entrepreneurial intentions.

**Conclusion.** Our study shows the importance of the family background in forming entrepreneurial intentions. Our analysis has revealed that a family background characterized

by previous exposure to entrepreneurship (family members are entrepreneurs) has a positive impact on students' entrepreneurial intentions.

The results support the body of literature that finds systematically higher levels of entrepreneurial intentions, self-efficacy and social norms among males versus females across cultures. From a policy perspective, the study shows a need for the development of policy instruments that may support female entrepreneurship. Assisting women to start and grow enterprises would reduce unemployment, contribute to economic growth in the country and create wealth. The findings of our study have implications for policymakers looking for measures to increase entrepreneurial intentions among women.

**Acknowledgment.** This paper was created within the research project «Innovative entrepreneurship education - necessary precondition for future prosperity of V4 region» supported by the Visegrad Fund. Strategic Grant No: 31410020.

## References

- [1] Altinay L., Altinay E., 2006, Determinants of ethnic minority entrepreneurial growth in the catering sector, *The Service Industries Journal*, 26 (2), 203–221.
- [2] Altinay L., Madanoglu M., Daniele R., Lashley C. 2012, The influence of family tradition and psychological traits on entrepreneurial intention, *International Journal of Hospitality Management*, 31 (2012) 489– 499.

- [3] Bhandari N. C., 2012, Relationship between students' gender, their own employment, their parents' employment, and the students' intention for entrepreneurship, *Journal of Entrepreneurship Education*, 15, 133–144.
- [4] Bird B., 1988, Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention, *Academy of Management Review*, 13(3), 442–453.
- [5] Carr J. C., Sequeira J. M., 2007, Prior family business exposure as intergenerational influence and entrepreneurial intent: a theory of planned behavior approach, *Journal of Business Research*, 60(10), 1090–1098.
- [6] Carsrud A. L., Brännback M., Kickul J., Krueger N., Elfving J., 2011, *The Family Pipelines: Why Intentions Matter*, Florida International University, Miami.
- [7] Chen C. C., Greene P. G., Crick A., 1998, Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13(4), 295–316.
- [8] Chen C.C., Greene P.G., Crick A., 1998, Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13(4), 295–316.
- [9] Collins C. J., Hanges P. J., Locke, E. A., 2004, The relationship of achievement motivation to entrepreneurial behavior: A meta-analysis, *Human Performance*, 17(1), 95–117.
- [10] Dabic M., Daim T., Bayraktaroglu E., Novak I., Basic M., 2012, Exploring gender differences in attitudes of university students towards entrepreneurship: an international survey, *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 4(3), 316–336.
- [11] Davidsson P., Honig B., 2003, The role of social and human capital among nascent entrepreneurs, *Journal of Business Venturing*, 18 (3), 301–331.
- [12] De Noble A. F., Jung D., Ehrlich S. B., 1999, Entrepreneurial self-efficacy: The development of a measure and its relationship to entrepreneurial action, [in:] Reynolds P., Bygrave W., Manigart S., Mason C., Meyer, G., Sapienza H., Shaver K., *Frontiers of entrepreneurship research*, Wellesley, MA: Babson College, 73–87.
- [13] Douglas E. J., Shepherd D. A., 2002, Self-employment as a career choice: Attitudes, entrepreneurial intentions, and utility maximization, *Entrepreneurship Theory & Practice*, 26(3), 81–90.
- [14] Fayolle A., Gailly B., Lassas-Clerc N., 2006, Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: A new methodology, *Journal of European Industrial Training*, 30(9), 701–720.
- [15] Garavan T.N. O'Cinneide B., 1994, Entrepreneurship education and training programmes: A review and evaluation—Part 1, *Journal of European Industrial Training*, 18(8), 3–12.
- [16] Gartner W. B., 1985, A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation, *Academy of Management Review*, 10(4), 494–706.
- [17] Gird A., Bagraim J. J., 2008, The theory of planned behaviour as predictor of entrepreneurial intent amongst final-year university students, *South African Journal of Psychology*, 38(4), 711–724.
- [18] Guerrero M., Rialp J., Urbano D., 2008, The impact of desirability and feasibility on entrepreneurial intentions: a structural equation model, *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(1), 35–50.
- [19] Gupta V. K., Turban D. B., Bhawe N. M., 2008, The effect of gender stereotype activation on entrepreneurial Intentions, *Journal of Applied Psychology*, 93(5), 1053–1061.
- [20] Gupta V. K., Turban D. B., Wasti S. A., Sikdar A., 2009, The role of gender stereotypes in perceptions of entrepreneurs and intentions to become an entrepreneur, *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33(2), 397–417.
- [21] Hadjimanolis A., Poutziouris P, 2011, Family business background, perceptions of barriers, and entrepreneurial intentions in Cyprus, *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 3(2), 168–182.
- [22] Hayton J. C., George G., Zahra S. A., 2002, National culture and entrepreneurship: a review of behavioral research, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26 (4), 33.
- [23] Huyghe A., Konockaert M., 2015, The influence of organizational culture and climate on entrepreneurial intentions among research scientists, *Journal of Technology Transfer*, 40, 138–160.
- [24] Jamieson I., 1984, *Education for Enterprise*, [in:] Watts A. G., Moran P, Cambridge: Ballinger, 19–27.

- [25] Jodl K.M., Michael A., Malanchuk O., Eccles J. S., Sameroff A., 2001, Parents' roles in shaping early adolescents' occupational aspirations, *Child Development*, 72 (4), 1247–1265.
- [26] Klyver K., 2007, Shifting family involvement during the entrepreneurial process, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 13 (5), 258–277.
- [27] Kolvereid L., Moen O., 1997, Entrepreneurship among Business Graduates: Does a Major in Entrepreneurship Make a Difference? *Journal of European Industrial Training*, 21(4), 154–160.
- [28] Krueger N. F., Reilly M.D., Carsrud A.L., 2000, Competing models of entrepreneurial intentions, *Journal of Business Venturing*, 15 (5–6), 411–432.
- [29] Laspita S, Breugst N, Hebllich S., Patzelt H., 2012, Intergenerational transmission of entrepreneurial intentions, *Journal of Business Venturing*, 27 (2012) 414–435.
- [30] Lee L., Wong P. K., Foo M. D., Leung, A., 2011, Entrepreneurial intentions: The influence of organizational and individual factors, *Journal of Business Venturing*, 26, 124–136.
- [31] Lee S. H., Wong, P. K., 2004, An exploratory study of technopreneurial intentions: A career anchor perspective, *Journal of Business Venturing*, 19(1), 7–28.
- [32] Liao J., Welsch H. P., 2001, Social capital and growth intention: the role of entrepreneurial networks in technology-based new ventures, [in:] Bygrave W. D., Autio E., Brush C. G., Davidsson P., Greene P.G., Reynold P.D., Sapienza H.J. (Eds.), *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Babson College, Wellesley, MA, 315–327.
- [33] Liñán F., 2008, Skill and value perceptions: How do they affect entrepreneurial intentions? *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(3), 257–272.
- [34] Liñán F., Fayolle A., 2015, A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda, *International Entrepreneurship Management Journal*, 11, 907–933.
- [35] Liñán F., Santos F. J., 2007, Does social capital affect entrepreneurial intentions? *International Advances in Economic Research*, 13(4), 443–453.
- [36] Martin B.C., McNally J.J., Kay, M.J., 2013, Examining the formation of human capital in entrepreneurship: A meta-analysis of entrepreneurship education outcomes, *Journal of Business Venturing*, 28, 211–224.
- [37] McGee J. E., Peterson M., Mueller S. L., Sequeira, J. M., 2009, Entrepreneurial self-efficacy: Refining the measure, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(4), 965–988.
- [38] Mueller S.L., Thomas A.S., 2001, Culture and entrepreneurial potential: a nine country study of locus of control and innovativeness, *Journal of Business Venturing*, 16 (1), 51–75.
- [39] Nga H. K. J., Shamuganathan G., 2010, The influence of personality traits and demographic factors on social entrepreneurship start up intentions, *Journal of Business Ethics*, 95, 259–260.
- [40] Oosterbeek H., van Praag M., Ijsselstein A, 2010, The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurship Skills and Motivation, *European Economic Review* 54, 442–454.
- [41] Piperopoulos P., Dimov D., 2015, Burst Bubbles or Build Steam? Entrepreneurship Education, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Intentions, *Journal of Small Business Management* 53(4), 970–985.
- [42] Pruett M., Shinnar R., Toney B., Llopis F., Fox J., 2009, Explaining entrepreneurial intentions of university students: a cross-cultural study, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 15 (6), 571–594.
- [43] Rauch A., Frese M., 2007, Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success, *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16, 353–385.
- [44] Samuelsson M., 2001. Modeling the nascent venture opportunity exploitation process across time, [in:] Bygrave W. D., Autio E., Brush C. G., Davidsson P., Greene P.G., Reynolds P. D., Sapienza H.J. (Eds.), *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College, Wellesley, MA, 66–79.
- [45] Shapero A., 1984, The entrepreneurial event, [in:] C. A. Kent (Ed.), *The environment for entrepreneurship*. Lexington, Mass.: Lexington Books.

- [46] Shapero A., Sokol L., 1982, Social dimensions of entrepreneurship, [in:] Kent C. A., Sexton D. L., Vesper K. H., (Eds.), *Encyclopedia of entrepreneurship*, Englewood Cliffs (NJ): Prentice Hall, 72–90.
- [47] Shaver K. G., Scott L. R., 1991, Person, process, choice: The psychology of new venture creation, *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 16(2), 23–45.
- [48] Simon M., Houghton S. M., Aquino K., 1999, Cognitive biases, risk perception, and venture formation: How individuals decide to start companies, *Journal of Business Venturing*, 15(2), 113–134.
- [49] Sorensen J. B., 2007, Closure and exposure: mechanisms in the intergenerational transmission of self employment, [in:] Ruef M., Lounsbury M. (Eds.), *Research in the Sociology of Organizations*, Emerald Group Publishing Limited, Bradford, 25, 83–124.
- [50] Steier L., Greenwood R., 2000, Entrepreneurship and the evolution of angel financial networks, *Organization Studies*, 21 (1), 163–192.
- [51] Stephan U., Uhlaner L. M., 2010, Performance-based vs socially supportive culture: a cross-national study of descriptive norms and entrepreneurship, *Journal of International Business Studies*, 41 (8), 1347–1364.
- [52] Stewart W. H., Jr., Roth P. L., 2001, Risk propensity differences between entrepreneurs and managers: A metaanalytic review, *Journal of Applied Psychology*, 86(1), 145–153.
- [53] Strobl A., Kronenberg C., Peters, M., 2012, Entrepreneurial attitudes and intentions: assessing gender specific differences, *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 15(4), 452–468.
- [54] Tae Jun Bae, Shanshan Qian, Chao Miao, Fiet J.O., 2014, The Relationship Between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions: A Meta-Analytic Review, *Entrepreneurship Theory and Practice*. 217-254.
- [55] Teemu K., Luoto L., Tornikoski E. T., 2010, Influence of Work History on Entrepreneurial Intentions in Prime Age and Third Age: A Preliminary Study, *International Small Business Journal*, 28 (6): 583– 601.
- [56] Tolentino R. L., Sedoglavich V., Lu N. V., Garcia M., Restubog S. L. 2014. The role of career adaptability in predicting entrepreneurial intentions: A moderated mediation model, *Journal of Vocational Behavior*, 85 (2014), 403–412.
- [57] Unger J. M., Rauch A., Frese M., Rosenbusch, N., 2011, Human capital and entrepreneurial success: A meta-analytical review, *Journal of Business Venturing*, 26, 341–358.
- [58] Vanevenhoven J., Liguori E., 2013, The Impact of Entrepreneurship Education: Introducing the Entrepreneurship Education Project, *Journal of Small Business Management*, 51(3), 315–328.
- [59] Wilson F., Kickul J., Marlino D., 2007, Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for entrepreneurship education, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 387–406.
- [60] Wong P. K., Ho Y. P., Autio E., 2005, Entrepreneurship, innovation and economic growth: evidence from GEM data, *Small Business Economics*, 24 (3), 335–350.
- [61] Yordanova, D. I., Tarrazon M.A., 2010. Gender Differences in Entrepreneurial Intentions: Evidence from Bulgaria, *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 15(3), 245– 261.
- [62] Zacher H., Biemann T., Gielnik M. M., Frese M., 2012, Patterns of entrepreneurial career development: An optimal matching analysis approach, *International Journal of Developmental Science*, 6, 177–187.
- [63] Zhang J., Wong P.-K., Soh P.-H., 2003, Network ties, prior knowledge and resource acquisition by high-tech entrepreneurs, Paper Presented at the Academy of Management Conference, Seattle, WA, August 1–6, 2003.
- [64] Zhao H., Seibert S. E., Hills, G. E., 2005, The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions, *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265–1272.
-

## CHARACTERISTIC OF THE DEVELOPMENT OF REGIONAL ECONOMIC INTEGRATION IN AGRICULTURE OF CIS COUNTRIES IN CONJUNCTION WITH NATIONAL INTERESTS OF RUSSIA

Osinina A. Y.

*All-Russian Research Institute of Agricultural Economics, Research Associate, Khoroshevskoe ch. 35/2, Moscow, 123007 Russia*

---

**Abstract:** The development of regional economic integration in the post-Soviet space in the context of globalization and crisis phenomena in many countries of the world acquires special significance. In this regard, the study of the previous experience of the development of integration seems very important in order to understand what forms of regional economic integration are applicable in the post-Soviet space. The processes of economic integration in the agriculture in the post-Soviet space that are taking place at present are not so much connected with the search for new ways of interaction and mutual adaptation of the agro-industrial complexes of the post-Soviet states, but rather with the restoration of the lost economic integration ties.

Despite the fact that the CIS member states differ in their natural-geographical features and level of socio-economic development, the issues of the agro-industrial complex development for them are in many respects similar. There is a sufficiently high level of coincidence of the goals of the development of national agribusinesses, taking into account the natural and socio-economic conditions of their functioning and, in general, the economic policies of each of the states. All member states of the Commonwealth set goals based on real opportunities, with an orientation in the immediate or in the longer term to increase the export of agricultural products.

**Keywords:** regional integration strategy; the Commonwealth of Independent States; agricultural sector; regional integration formation; the common agrarian market.

---

УДК 339, 338.43

Прикладные экономические исследования, ООО «Научный консультант», 2018

## ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ В АГРАРНОЙ СФЕРЕ СТРАН СНГ ВО ВЗАИМОСВЯЗИ С НАЦИОНАЛЬНЫМИ ИНТЕРЕСАМИ РОССИИ

Осинина А.Ю.

*ФГБНУ ФНЦ ВНИИЭСХ, научный сотрудник, 123007 Россия, г. Москва, Хорошевское ш. 35/2*

---

**Аннотация:** Развитие региональной экономической интеграции на постсоветском пространстве в условиях глобализации и кризисных явлений во многих странах мира приобретает особое значение. В этой связи изучение предыдущего опыта развития интеграции представляется весьма важным для того, чтобы понять, какие формы региональной экономической интеграции применимы на постсоветском пространстве. Процессы экономической интеграции в аграрной сфере на постсоветском пространстве, происходящие в настоящее время, связаны не столько с поиском новых путей взаимодействия и взаимного приспособления агропромышленных комплексов постсоветских государств, сколько с восстановлением утраченных экономических интеграционных связей.

Несмотря на то, что государства-члены СНГ отличаются друг от друга по своим природно-географическим особенностям и уровню социально-экономического развития, вопросы развития АПК для них во многом сходны. Существует достаточно высокий уровень совпадения целей развития национальных АПК с учётом природных и социально-экономических условий их функционирования и в целом экономической политики каждого



из государств. Все государства-члены Содружества ставят цели, исходя из реальных возможностей, с ориентацией в ближайшей или в более отдаленной перспективе на увеличение экспорта сельскохозяйственной продукции.

**Ключевые слова:** стратегия региональной интеграции; Содружество Независимых Государств; аграрный сектор; региональные интеграционные формирования; общий аграрный рынок.

**Основные положения:**

- проанализированы основные тенденции развития экономической интеграции в аграрном секторе СНГ;
- дана оценка современного состояния аграрной сферы стран СНГ;
- выявлены позитивные эффекты от региональной экономической интеграции в аграрной сфере стран СНГ для России.

**Введение.** В условиях глобализации и кризисных явлений во многих странах мира региональная экономическая интеграция оказывает все большее влияние на эффективность сельскохозяйственного производства и связанных с ним отраслей, а также торговлю сельскохозяйственным сырьем и продовольствием. Региональная экономическая интеграция значительно упрощает взаимодействие между странами, способствует значительному снижению издержек производства и транзакционных издержек. Отсутствие сбалансированных подходов и четкого механизма взаимодействия секторов аграрной экономики России и других стран СНГ сдерживает торговлю продовольствием и сельскохозяйственным сырьем, производственное и научно-техническое сотрудничество.

В этой связи изучение предыдущего опыта развития интеграции представляется весьма важным для того, чтобы понять, какие формы региональной экономической интеграции применимы и наиболее эффективны на постсоветском пространстве.

Основная цель исследования выявить особенности развития региональной экономической интеграции в аграрной сфере стран СНГ во взаимосвязи с национальными интересами России.

Для достижения поставленной цели были определены следующие основные задачи:

- провести обзор литературы, выявляющей особенности развития региональной экономической интеграции в аграрной сфере стран СНГ;

- выявить основные тенденции развития региональной экономической интеграции в аграрной сфере стран СНГ;

- провести оценку современного состояния аграрной сферы стран СНГ;

- выявить позитивные эффекты от региональной экономической интеграции в аграрной сфере стран СНГ для России.

Проблемы развития региональной экономической интеграции в аграрной сфере исследовались в трудах отечественных и зарубежных ученых-экономистов: Аллэ М., Алтухова А.И., Баласса Б., Бородина К.Г., Винокурова Е.Ю., Геца В.М., Германа Е.И., Гусакова В.Г., Ильиной З.М., Киселева С.В., Крылатых Э.Н., Либмана А.М., Маршалла А., Махлупа Ф., Молдашева А.Б., Мюрдала Г., Пантелеевой О.И., Репке В., Папцова А.Г., Петрикова А.В., Серкова А.Ф., Серовой Е.В., Тарасова В.И., Ткача А.В., Ушачева И.Г.

**Методы исследования.** Научно-методическую основу исследования составили научные труды ведущих зарубежных и отечественных ученых по проблемам экономической интеграции. В настоящее время изучением теоретических аспектов перспектив развития экономической интеграции занимается несколько евразийских научных школ, прежде всего это Центр интеграционных исследований Евразийского банка развития, ФГБНУ ФНЦ ВНИИЭСХ, Аграрный центр МГУ им. М.В. Ломоносова (Евразийский Центр по продовольственной безопасности), Высшая школа экономики, ФГБНУ ВИАПИ им. А.А. Никонова, Центр агропродовольственной политики Института прикладных экономических исследований РАНХиГС, Институт системных исследова-

ний в АПК НАН Беларуси, ГНУ «Институт экономики НАН Беларуси», Казахский НИИ экономики АПК и развития сельских территорий и другие. В процессе работы использована совокупность методов исследования - экономико-статистического, монографического, абстрактно-логического и экспертных оценок.

**Результаты.** После распада Советского Союза первым шагом к региональной экономической интеграции на евразийском постсоветском пространстве стало формирование Содружества Независимых Государств (далее – СНГ). Соглашение о его создании было подписано 8 декабря 1991 г. руководителями Республики Беларусь, Российской Федерации и Украины.

Одиннадцать суверенных государств (кроме прибалтийских государств и Грузии) 21 декабря 1991 г. подписали Протокол к этому Соглашению, в котором подчеркнули, что на равноправных началах они образуют Содружество Независимых Государств. Грузия присоединилась к СНГ лишь в 1993 г., а в августе 2009 г. официально вышла из состава СНГ.

На саммите СНГ в Минске 22 января 1993 г. был принят Устав Содружества. Его не подписали Украина и Туркменистан, которые тем самым де-юре не являются государствами – членами СНГ. Туркменистан участвует в Содружестве в качестве «ассоциированного члена».

Аграрный сектор традиционно играет важнейшую роль в национальных экономиках стран Содружества. Основные показатели развития сельского хозяйства стран СНГ в 2016 г. представлены в таблице 1.

Для развития экономической интеграции в аграрной сфере стран СНГ имеется ряд объективных предпосылок:

- географическая близость государств;
- наличие мощной взаимодополняющей сырьевой базы;
- единая энергетическая система;
- традиционная специализация постсоветских государств в производстве сельскохозяйственной продукции;

- производственно-технологическая, техническая и транспортно-логистическая взаимосвязанность национальных АПК;

- необходимость сохранения стабильного и емкого продовольственного рынка и рынка средств производства;

- перенасыщенность рынков промышленно развитых стран сельскохозяйственной продукцией;

- существование тарифных и нетарифных барьеров для продвижения сельскохозяйственной продукции на рынки третьих стран;

- недостаточная по сравнению с мировыми поставщиками конкурентоспособность аграрной продукции стран СНГ по качественным, ценовым критериям и ассортименту;

- традиции общения народов, включая отсутствие языкового барьера.

Достижение конкурентоспособности аграрного сектора предполагает решение ряда стратегических задач, среди которых:

- развитие в инновационном направлении, обеспечивающее осуществление «зеленой революции» в области аграрных технологий и закладывающее фундамент будущего динамичного развития;

- модернизация инфраструктуры и материально-технической базы аграрного сектора, гарантирующая возможность ведения эффективной производственной деятельности и реализации социальных программ села;

- возрождение интеграционных и кооперационных связей на постсоветском пространстве как на уровне конкретных предприятий, так и на межгосударственном уровне, позволяющее бывшим союзным республикам использовать преимущества международного разделения труда и бурно протекающих процессов глобализации, а также совместно противостоять их возможным негативным последствиям [1].

Следует отметить, что рынок сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия был одним из первых трех общих рынков, где началась экономическая интеграция в рамках Содружества Независимых Государств.

Таблица 1. Основные показатели развития сельского хозяйства государств-членов СНГ

	Доля сельского хозяйства в ВВП, %	Экспорт сельскохозяйственной продукции, млрд. долл США	Импорт сельскохозяйственной продукции, млрд. долл США	Занятость в сельском хозяйстве (% от общей занятости), %
Армения	17,4	0,5	0,6	35,2
Азербайджан	6,0	0,5	1,6	36,6
Беларусь	8,0	4,2	4,0	9,6
Казахстан	4,8	2,1	3,0	18,0
Кыргызстан	14,9	0,2	0,6	29,9
Молдавия	14,0	0,9	0,6	28,8
Россия	4,7	17,0	24,9	6,8
Таджикистан	23,3	0,03	0,7	57,4
Узбекистан	17,6	0,7	1,0	29,5
Туркменистан*	13,4	0,2	0,5	18,2
Украина*	13,7	15,6	3,9	16,0

\*Украина и Туркменистан де-юре не являются государствами – членами СНГ

Источник: составлена автором на основе статистической базы данных ООН

В связи с этим в марте 1998 г. главами правительств 10 государств СНГ было подписано «Соглашение об Общем аграрном рынке государств - участников Содружества Независимых Государств», которое является правовой и организационно-экономической основой для формирования этого рынка и разработки согласованной аграрной политики.

Решением Совета глав правительств СНГ от 30 мая 2002 г. была утверждена Концепция согласованной аграрной политики государств - участников СНГ (далее – Концепция).

Аграрная политика государств-участников СНГ, определенная в Концепции, предусматривает согласованную, но не единую аграрную политику. Это положение составляет ее существенное отличие от аграрной политики ЕС, которая строится на использовании унифицированных механизмов как внутри самого интеграционного объединения, так и в его взаимоотношениях с третьими странами и различными региональными интеграционными формированиями.

Помимо этого, в каждом из государств – участников СНГ приняты долго-

срочные программы развития отечественных АПК, в которых в разной степени учитывается потенциал интеграции в аграрном секторе стран СНГ и развитие общего аграрного рынка. Аграрные реформы, которые проводятся самостоятельно каждой из стран СНГ, направлены, в основном, на обеспечение национальной продовольственной безопасности. В результате каждое государство – участник СНГ в рамках обеспечения национальной продовольственной безопасности выстраивает структуру сельскохозяйственного производства для самообеспечения. В итоге резко увеличились совокупные сельскохозяйственные издержки, и снизилась доходность сельского хозяйства и сельхозтоваропроизводителей.

В целях углубления интеграции и достижения общих стратегических целей государств – участников СНГ Решением Совета глав правительств Содружества Независимых Государств от 14 ноября 2008 г. была утверждена Стратегия экономического развития Содружества Независимых Государств на период до 2020 года.

В Стратегии определены приоритетные направления взаимодействия государств-участников СНГ, среди которых осо-

бое значение имеют завершение формирования и функционирования зоны свободной торговли в рамках СНГ в соответствии с нормами и правилами Всемирной торговой организации (ВТО), создание предпосылок для формирования общего экономического пространства, развитие общих рынков отдельных видов продукции, в первую очередь сельскохозяйственной и др. [2]

Отдельный раздел Стратегии посвящен развитию агропромышленной сферы государств СНГ и охватывает меры формирования общего аграрного рынка:

- развитие производственной базы агропромышленного комплекса государств – участников СНГ, улучшение обеспечения сельскохозяйственной техникой, машинами и оборудованием сельских товаропроизводителей за счет широкого внедрения лизинговых операций;

- последовательная интеграция рынков зерна, сахара, мясомолочной и плодово-овощной продукции;

- реализация согласованной аграрной политики большинства государств – участников СНГ, направленной на расширение и развитие взаимной торговли продовольствием;

- формирование балансов производства и потребления основных видов продовольствия;

- реализация высокотехнологичных проектов, позволяющих ускоренными темпами обеспечить значительный прирост производства важнейших видов продовольствия;

- создание взаимовыгодного таможенного режима между государствами – участниками СНГ, позволяющего создать благоприятные условия для развития национальных сельскохозяйственных рынков;

- проведение межрегиональных ярмарок, обеспечивающих беспрепятственный доступ сельскохозяйственных товаропроизводителей к рынкам, и сокращение числа посредников на пути движения сельскохозяйственных товаров от производителя к потребителю;

- разработка совместных мер по повышению продовольственной безопасности государств – участников СНГ и контроля качества продовольствия [2].

Реализацию Стратегии экономическо-

го развития СНГ запланировано проводить в три этапа:

I – 2009–2011 гг.

II – 2012–2015 гг.

III – 2016–2020 гг.

На текущем этапе предусматривается формирование регионального рынка наноиндустрии, что должно способствовать сохранению и развитию наукоемких отраслей экономики, реализации научно-технического и образовательного потенциала государств – участников СНГ для усиления к 2020 году их позиций на мировом рынке по некоторым видам высокотехнологичной продукции, включая продукцию высокой степени переработки АПК [2].

Важнейшим этапом углубления региональной интеграции на постсоветском пространстве стало подписание 8 странами СНГ Договора о зоне свободной торговли СНГ (далее – ЗСТ СНГ) 18 октября 2011 г., который отменяет таможенные пошлины, за исключением некоторых товарных позиций, а также количественные ограничения во взаимной торговле, за исключением квот на импорт алкогольной продукции Кыргызской Республикой [3].

Договор о ЗСТ СНГ учитывает общепринятые нормы и правила ГАТТ/ВТО и регламентирует дальнейшее развитие взаимной торговли в целях обеспечения свободного доступа товаров национальных производителей на рынки стран СНГ.

Подписание Договора и практическое выполнение его положений явилось новым качественным шагом в развитии торгово-экономических отношений на постсоветском пространстве, открыло новые горизонты экономического взаимодействия стран Содружества.

Договор о ЗСТ СНГ вступил в силу 20 сентября 2012 г. Первыми странами, ратифицировавшими его, стали Беларусь, Россия и Украина. Узбекистан присоединился к Договору в особом порядке 31 мая 2013 г. (отдельный протокол к договору). В настоящее время Договор действует в отношении Армении, Беларуси, Казахстана, Киргизии, Молдавии, России, Таджикистана, Узбекистана, Украины. В связи с исключительными обстоятельствами действие договора о ЗСТ между Россией и Украиной приостановлено

с 1 января 2016 г. Российские контрсанкции в отношении Украины были продлены до 31 декабря 2017 г.

Следует отметить, что пять из восьми участников Договора о ЗСТ СНГ являются также членами регионального интеграционного формирования - ЕАЭС, в который входят Армения, Беларусь, Казахстан, Киргизия и Россия[4].

**Обсуждение.** Одной из главных особенностей процесса региональной интеграции на постсоветском пространстве является её открытый, взаимовыгодный характер и перспективы сотрудничества на основе отношений свободной торговли и кооперации. При переходе к более совершенным форматам интеграции, начиная с Союзного государства России и Беларуси и созданного позднее ЕАЭС, государства на постсоветском пространстве показали свою способность пойти на ограничение национального суверенитета как в экономической, так и в политической сферах в связи с созданием наднациональных органов управления.

При последовательном совершенствовании созданной к настоящему времени институциональной структуры межгосударственной интеграции в аграрной сфере станет возможным обеспечение эффективного взаимодействия государств СНГ между собой на общем аграрном рынке, а также с аграрными рынками третьих стран.

**Заключение.** В целом региональная экономическая интеграция в агропродовольственном секторе является позитивным про-

цессом, поскольку обеспечивает повышение конкурентоспособности интегрированных образований и входящих в них государств за счет устранения неоправданных барьеров во взаимной торговле и других сферах торгово-экономического сотрудничества, технико-технологической модернизации сельского хозяйства, повышению доходности сельскохозяйственных товаропроизводителей различного уровня и обеспечению коллективной продовольственной независимости. Кроме того, благодаря возникновению интегрированных агропродовольственных формирований повышается уровень жизни в сельской местности, улучшается ее социальная инфраструктура за счет обеспечения занятости и роста доходов населения.

К внутренним сдерживающим факторам развития интеграции в аграрной сфере в ряде стран относятся низкие объёмы экспорта агропродовольственной продукции с высокой добавленной стоимостью, не достаточно высокое ее качество, слабое развитие рыночной инфраструктуры и товаропроводящей системы. Отмечается низкий уровень развития кооперации как в сельском хозяйстве, так и между сельскохозяйственными товаропроизводителями, перерабатывающей промышленностью и торговлей. Наличие многочисленных посреднических структур вызывает удорожание сельскохозяйственного сырья в конечной цене продукта, что приводит к снижению конкурентоспособности предприятий АПК.

#### Литература:

- [1] Рау В.В. Аграрный сектор России и СНГ: новые тенденции. Никоновские чтения. 2016
- [2] Стратегия экономического развития СНГ на период до 2020 г.
- [3] Тарасов В.И., Глотова И.С., Осинина А.Ю. Развитие и углубление региональной интеграции в аграрной сфере стран ЕАЭС. Агропродовольственная политика России. № 8 (68). 2017. с. 40-44
- [4] Осинина А.Ю., Ивойлова И.В. Основные тенденции развития интеграции в агропромышленной сфере стран Евразийского экономического союза. Прикладные экономические исследования. № 4 (20). 2017. С. 28-34
- [5] Папцов А.Г. Глобализация как фактор развития мировой экономики. В сборнике: Состояние и перспективы развития АПК Материалы V Международной научно-практической конференции. 2017. С. 17-22.

#### References

- [1] Rau V.V. Agrarnyj sektor Rossii i SNG: novye tendencii. Nikonovskie chteniya. 2016
- [2] Strategiya ehkonomicheskogo razvitiya SNG na period do 2020 g.
- [3] Tarasov V.I., Glotova I.S., Osinina A.YU. Razvitie i uglublenie regional'noj inte-gracii v agrarnoj sfere stran EAEHS. Agroprodovol'stvennaya politika Rossii. № 8 (68). 2017. s. 40-44

[4] Osinina A.YU., Ivojllova I.V. Osnovnye tendencii razvitiya integracii v agropro-myshlennoj sfere stran Evrazijskogo ehkonomicheskogo soyuza. Prikladnye ehkonomicheskie issledovaniya. № 4 (20). 2017. S. 28-34

[5] Papcov A.G. Globalizaciya kak faktor razvitiya mirovoj ehkonomiki. V sborni-ke: Sostoyanie i perspektivy razvitiya APK Materialy V Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii. 2017. S. 17-22.

DOI: 10.33049/11.012318.5

Applied Economic Researches, SA LLC, 2018

PERSONAL DATA - PREPARATION OF THE PROVISION  
ON THEIR PROTECTION AND TYPES OF THE RESPONSIBILITY  
OF THE ORGANIZATION FOR THE PRESERVATION  
OF THE INFORMATION RECEIVED PHYSICAL PERSON

Makunina I. V.,<sup>a</sup> Mirontseva A.V.,<sup>b</sup> Kulkova E.O.<sup>c</sup>

<sup>a</sup> FGBOU VO Russian State Agrarian University - MTAA named after K.A. Timiryazeva, Cand. Econ. Sci., Associate Professor, street Timiryazev, 49, Moscow

<sup>b</sup> FGBOU VO Russian State Agrarian University - MTAA named after K.A. Timiryazeva, senior lecture, street Timiryazev, 49, Moscow

<sup>c</sup> FGBOU VO Russian State Agrarian University - MTAA named after K.A. Timiryazeva, student Bachelor full-time Department. The profile "Accounting, analysis and audit" TSU 4th year, street Timiryazev, 49, Moscow

**Abstract:** The article is devoted to the protection of personal data as one of the main directions of ensuring the inviolability of private life for today. The provisions of the Constitution of the Russian Federation testify to the fact that the state seeks to establish a democratic society in which the main value is a person. The path of transition entails solving the necessary problems, in particular, ensuring the confidentiality of personal information of a citizen.

The organization is obliged to develop and adopt a "Regulation on the protection of personal data", which regulates the work with confidential data of employees. For the disclosure of personal information provided material, administrative and criminal penalties.

**Keywords:** protection, personal data, general provisions, the composition of documents, the rights and duties of the employee, punishment, responsibility for disclosure.

УДК 341

Прикладные экономические исследования, ООО «Научный консультант», 2018

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ – ПОДГОТОВКА ПОЛОЖЕНИЯ О ИХ ЗАЩИТЕ  
И ВИДЫ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ О СОХРАННОСТИ  
ПОЛУЧЕННОЙ ИНФОРМАЦИИ ФИЗИЧЕСКОГО ЛИЦА

Макунина И.В.,<sup>a</sup> Миронцева А.В.,<sup>b</sup> Кулькова Е.О.<sup>c</sup>

<sup>a</sup> Российский государственный аграрный университет — МСХА им. К. А. Тимирязева, кандидат экономических наук, доцент, ул. Тимирязева, д.49, г. Москва

<sup>b</sup> Российский государственный аграрный университет — МСХА им. К. А. Тимирязева, старший преподаватель, ул. Тимирязева, д.49, г. Москва

<sup>c</sup> Российский государственный аграрный университет — МСХА им. К. А. Тимирязева, Бакалавр очного отдела по профилю «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» ТвГУ 4 курса, ул. Тимирязева, д. 49, г. Москва

**Аннотация:** Статья посвящена защите персональных данных, как одному из главных направлений обеспечения неприкосновенности частной жизни на сегодняшний день. Положения Конституции Российской Федерации свидетельствуют о том, что государство стремится к становлению демократического общества, в котором главной ценностью является человек. Путь перехода влечет за собой решения необходимых проблем, в частности, обеспечение конфиденциальности личных сведений гражданина.

Организация обязана разработать и принять «Положение о защите персональных данных», которое регламентирует работу с конфиденциальными данными сотрудников. За разглашение личных сведений предусмотрено материальное, административное и уголовное наказание.

**Ключевые слова:** защита, персональные данные, общие положения, состав документов, права и обязанности работника, наказание, ответственность за разглашение.

**Основные положения:**

- структура положения о защите персональных данных;
- передача информации внешним пользователям;
- ответственность за разглашение персональных данных;
- наказание за незаконные действия с личными сведениями.

**Введение.** Работа с людьми обязывает уделять внимания информационной безопасности, в частности, сохранности конфиденциальности личных данных. Законодательство дает свободу выбора организациям в установлении порядка работы с личными сведениями, но обязует к принятию соответствующего локального нормативного акта – Положения о защите персональных данных. Федеральный закон от 27.07.2006 №152-ФЗ определяет персональные данные как любую информацию, прямо или косвенно относящуюся к субъекту или позволяющую его идентифицировать (п.1 ст. 3) [1]. При этом акт не включает разъяснений о том, какая именно информация понимается под данным понятием. Трудовой кодекс определяет перечень документов, которые физическое лицо предъявляет работодателю при устройстве на работу [4].

**Методы исследования:** Для наглядного представления сведения приведены в таблице 1. В таблице приведен минимальный перечень возможной информации о себе, предоставляемой при приеме на работу. В процессе труда к нему добавляются: условия трудового договора, различные социальные льготы, данные о дисциплинарных взысканиях и поощрениях, отчеты органов статистики и многое другое.

Важно отметить, что согласно ст. 86 ТК РФ от 30.12.2001 N 197-ФЗ что работодатель имеет запрет на получение следующей информации: политических, религиозных и иных убеждений работника, его частной жизни, членстве в общественных объединениях, размере заработной платы, пин-коде денежной карты и т.д. [4]. Порядок утвер-

ждения Положения о защите персональных данных и его принятие не регламентированы ни одним законом, следовательно, рекомендуется руководствоваться общим порядком принятия любых локальных документов, представленным на рисунке 1.

Функции по разработке Положения возлагаются на работников службы кадров. Утверждается Положение приказом руководителя организации, составленном в произвольной форме. Кроме того, этим приказом утверждается список должностных лиц, имеющих доступ к работе с персональными данными сотрудников. Положение является как отдельным документом, так и разделом, входящим в Правила внутреннего трудового распорядка. После утверждения и принятия документа акт хранится в отделе кадров. Составляя Положение о защите персональных данных, следует придерживаться определенной структуры, представленной в таблице 2.

В разделе основных положений указывается основная задача разработки данного локального нормативного документа, порядок его утверждения и принятия, период действия, для каких категорий работников акт является обязательным для исполнения. Кроме того, необходимо перечислить ряд документов, на основании которых было разработано Положение.

Следующим разделом являются основные понятия и состав персональных данных, где личная информация собирается и обрабатывается сотрудниками кадровой службы при поступлении человека на работу. В этом же разделе указывается перечень сведений, которые являются персональными данными.

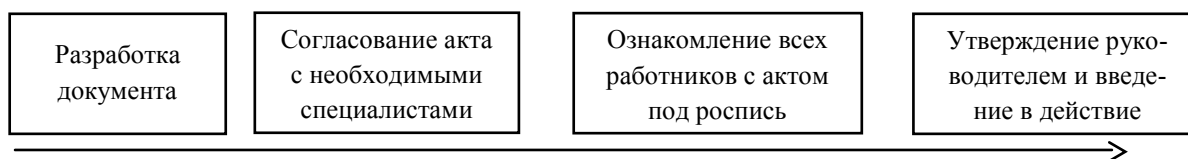
**Таблица 1. Личные сведения, предъявляемые работником при трудоустройстве в России**

№	Данные	Содержание
1	ФИО	Иванов Иван Иванович,
2	Дата рождения	20.07.1984 г.
3	Место рождения	Гор. Москва
4	Паспортные данные(серия, номер, кем и когда выдан)	32 08 615148, Выдан УВД гор.Москва Административный округ Москвы
5	Адрес регистрации и проживания	Г. Москва, Ул. 2-я Черногрязенская, д.3, кв. 4
6	ИНН	770703477512
7	Номер СНИЛС	123-456-789-01
8	Информация об образовании(когда и какие образовательные учреждения закончил, номер диплома, направление подготовки или специальность, квалификация)	Негосударственное аккредитованное частное образовательное учреждение высшего профессионального образования Современная Гуманитарная Академия, Дата окончания 04.06.2002 г., номер диплома ВСА 0394022, степень бакалавра менеджмента по направлению «Менеджмент»
9	Трудовой стаж (включая военную службу)	Служба в Вооруженных силах Российской Федерации с 19.12.2002 г, Военный билет №1234567; 02.08.2004 г. Принят в отдел продаж на должность менеджера по продажам
10	Семейное положение	женат
11	ФИО, Дата и место рождения детей	Иванова Анна Ивановна, 15.09.2008 г., гор. Москва
12	Номер телефона	+79987654321
13	Адрес электронной почты	Ivanov-Ivan@mail.ru
14	Результаты обязательного медосмотра при поступлении на работу	Медицинские противопоказания не выявлены

В их состав включается не только та информация, которая известна из представленных при поступлении на работу ряду документов, но и , например, такая:

- номер дебетовой пластиковой карты;
- условия трудового договора, его содержание и дополнительные соглашения к нему;
- перечень сведений о имеющемся в собственности имуществе;
- результаты медицинской истории работника.

В данном разделе также следует указать комплекс документов, формируемых в процессе трудового взаимодействия, которые также содержат персональные данные работника и подпадают под это определение. К таким документам, например, можно отнести: трудовую книжку; трудовой договор; приказы по личному составу; личное дело; сертификаты и свидетельства, подтверждающие повышение квалификации, обучение и переобучение;копии отчетов по персонализированному учету, направляемые во внебюджетные фонды и органы статистики.



**Рисунок 1. Этапы утверждения положения «о защите персональных данных»**



После того, как определен состав персональных данных, следует перейти к разделу обработки, учету, хранению и передаче персональных данных. В данном разделе указываются задачи, в соответствии с которыми собираются и обрабатываются личные сведения сотрудников. Устанавливается единый порядок действий с информацией, вне

зависимости от того, на каких носителях она находится, как на бумажных, так и на электронных носителях. В разделе описываются меры по ограничению доступа, обеспечению сохранности и целостности доверенных ему персональных данных, в том числе, личных дел и личных карточек работников.

**Таблица 2. Структура положения о защите персональных данных в России**

№	Раздел	Содержание	Кем утвержден
1	Основные положения	Цели документа, законы, порядок утверждения	Администрация организации
2	Основные понятия	Определения понятий, употребляемых в документе	Общенаучные понятия
3	Состав персональных данных работников	Перечень личных сведений	Отдел кадров
4	Обработка данных	Условия обработки информации	Отдел кадров
5	Комплекс документов	Перечень документов, содержащих личные сведения	Отдел кадров
6	Доступ к персональным данным	Порядок внешнего и внутреннего доступа к информации	Администрация организации
7	Защита персональных данных	Комплекс мер для обеспечения безопасности конфиденциальных сведений	Администрация организации
8	Права и обязанности работника	Права работника в отношении обработки данных, обязанность по своевременному уведомлению об их изменении	Администрация организации
9	Ответственность за разглашение информации	Разъяснение ответственности за нарушение сохранности информации в соответствии с законодательством	Администрация организации

В разделе доступа к персональным данным представляется список должностей, для которых устанавливается свободный доступ к персональным данным сотрудников, а также тех должностей, которые имеют ограничения доступа [5].

К первым относятся:

- директор организации, руководитель структурного подразделения, в котором работает сотрудник;
  - работник, являющийся владельцем персональных данных;
- руководитель и работник отдела кадров, ответственные за ведение личных дел и личных карточек сотрудников.

**Результаты:** В числе лиц, имеющих ограничение доступа, можно перечислить:

- сотрудников кадровой службы по персоналу;

- сотрудников бухгалтерии, которые взаимодействуют с личными данными работников для выполнения некоторых функций. Кроме этого, в этом разделе указывается состав внешних пользователей, которым при соблюдении требований закона, могут передаваться личные данные сотрудников. Перечень государственных органов приведен в таблице 3.

Отдельно определяется основание, процесс и порядок передачи личных данных третьим лицам. Далее перейдем к разделу обеспечения защиты персональных данных, где приводятся меры, предпринимаемые работодателем для внутренней и внешней за-

щиты личной информации сотрудников. Здесь устанавливается обязанность лиц, имеющих свободный доступ к таким сведениям, подписать обязательство о их неразглашении. В разработке раздела прав и обя-

занностей сотрудника в области защиты его персональных данных. регламентировано руководствоваться ст. 89 ТК РФ, раскрывающей права работника в рассматриваемой области [4].

**Таблица 3. Ограничение передачи информации внешним пользователям в России**

№	Наименование государственного органа	Ограничение по форме передачи данных
1	Внебюджетные фонды и органы статистики	Только по электронной передаче данных при наличии ключа электронной подписи
2	Налоговые органы	
3	Здравоохранительные органы	
4	Органы социального страхования	
5	Органы воинского учета	
6	Органы исполнительной власти	

В процессе написании заключительной и самой важной части Положения – раздела ответственности работника и работодателя, необходимо предусмотреть все виды ответственности, которые предусмотрены за несоблюдение правил учета, ведения и хранения персональных данных работников. В данном случае предусматривается дисциплинарная, административная, гражданско-правовая и уголовная ответственность. Кроме того, в отношении сотрудника устанавливается ответственность за предоставление недостоверной информации и фальшивых документов.

**Обсуждение:** При подготовке акта информацию берут из закона. Проблема заключается в том, что в ст. 18.1 Закона о персональных данных перечень мер, с помощью которых обеспечивается защита и сохранность, не является исчерпывающим [1]. Беря за основу факт, что в настоящее время используется электронный обмен данными, в законе отсутствуют формулировки, подходящие к описанию отдельных компаний, что ведет к необходимости указания процессов и технических средств, используемых самостоятельно.

#### Ответственность за разглашение персональных данных

В соответствии со статьей 90 ТК РФ лица, виновные в нарушении положений законодательства РФ в области персональных данных при обработке персональных данных работника, привлекаются к дисциплинарной и материальной ответственности в порядке,

установленном ТК РФ и иными федеральными законами, а также к гражданско-правовой, административной и уголовной ответственности в порядке, предусмотренном федеральными законами [4]. Согласно п.2 ст.23 Федеральному Закону № 152-ФЗ установлено, что уполномоченный орган по защите прав субъектов персональных данных имеет право привлекать к административной ответственности лиц, виновных в нарушении положений этого закона [5]. Размер административной ответственности за нарушение закона о персональных данных регламентирован ст. 13.11 КоАП РФ [3]. Федеральным законом № 13-ФЗ ст. 13.11 КоАП РФ изложена в новой редакции. В частности, дан подробный список нарушений разглашения персональных данных и увеличен размер административной ответственности за них. Новая редакция статьи применяется с 1 июля настоящего года. Кодекс об административных правонарушениях (ст. 13.11 КоАП) предусматривает административную ответственность за нарушение порядка сбора, хранения, использования или распространения персональных данных. Административная ответственность за разглашение персональных данных для юридических лиц влечет за собой предупреждение или штраф от 5 до 10 тыс. руб. Важно отметить, с 1 июля 2017 года штрафы за нарушение работы с персональными данными возросли. Для организаций на данный момент они составляют от 15 до 75 тыс. руб.. Штраф для юридиче-

ских лиц за разглашение персональных данных, когда работодатель не обеспечил их сохранность на материальном носителе, составляет значительную сумму, в пределах 50 000 рублей. Должностное лицо, допустившее разглашение конфиденциальной информации (в том числе персональных данных сотрудников организации), обязано заплатить штраф от 4 до 5 тыс. руб. (ст. 13.14 КоАП). Кроме административной ответст-

венности, на плечи сотрудника возлагается уголовная ответственность, предусмотренная за нарушение неприкосновенности частной жизни, и установлена в ст. 137 УК РФ [2]. Часть 2 данной статьи указано, что незаконные сбор или распространение сведений о частной жизни лица, совершенные лицом с использованием своего служебного положения, влекут соответствующие наказания, представленные в таблице 4.

**Таблица 4. Наказание за незаконные действия с личными сведениями**

№	Санкции за незаконные действия с личными сведениями	Примечание
1	Штраф в размере от 100 000 до 300 000 руб. или в размере заработной платы (иного дохода осужденного) за период от одного года до двух лет	В бухгалтерском учете составляется проводка Д 76 К 91.01 «Начислен штраф за нарушение условий трудового договора»
2	Лишение права занимать определенные должности или осуществлять определенную деятельность на срок от 2 до 5 лет	-
3	Принудительные работы на срок до 4 лет с лишением права занимать определенные должности или осуществлять определенную деятельность на срок до 5 лет или без такового	-
4	Арест на срок до 6 месяцев, лишением свободы на срок до 4 лет с лишением права занимать определенные должности или осуществлять определенную деятельность на срок до 5 лет	-

Кроме ответственности за нарушение работы с персональными данными уделим внимание возмещению морального вреда. Согласно ст. 24 Федерального закона № 152-ФЗ лица, виновные в нарушении требований Положения, несут предусмотренную законодательством РФ ответственность [1]. Моральный вред, причиненный субъекту персональных данных вследствие нарушения его прав, нарушения правил обработки персональных данных, установленных данным законом, а также требований к защите персональных данных, подлежит возмещению в соответствии с законодательством РФ. Возмещение морального вреда осуществляется независимо от возмещения имущественного вреда и понесенного убытка субъектом персональных данных.

**Заключение:** Подводя итоги, следует сделать вывод о том, что разработка и при-

нятие Положения о защите персональных данных основана на нормативно-правовых актах, законах и документах регулирующих органов, а также на мнении экспертов организаций. Соблюдение данного Положения влечет за собой не только удовлетворение требованиям законодательства, но и повышение безопасности персональных данных [5]. Законом запрещено разглашение персональных данных, а также их сбор, хранение, обработка и использования в целях, отличных от целей Трудового кодекса РФ, что обусловлено защитой ценностей человека и его неприкосновенности частной жизни. За нарушение Федерального Закона предусмотрена материальная, административная, а в случае умышленных действий - уголовная ответственность.

**Литература:**

- [1] Федеральный закон от 27.07.2006 № 152 - ФЗ (ред. от 29.07.2017) "О персональных данных". [Электронный ресурс]. – М., [2017]. – Режим доступа: информационно-правовая справочная система Консультант+.
- [2] "Уголовный кодекс Российской Федерации" от 13.06.1996 N 63-ФЗ (ред. от 29.07.2017) (с изм. и доп., вступ. в силу с 26.08.2017) [Электронный ресурс]. – М., [2017]. – Режим доступа: информационно-правовая справочная система Консультант+.
- [3] "Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях" от 30.12.2001 N 195-ФЗ (ред. от 27.11.2017, с изм. от 04.12.2017) [Электронный ресурс]. – М., [2017]. – Режим доступа: информационно-правовая справочная система Консультант+.
- [4] "Трудовой кодекс Российской Федерации" от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 27.11.2017) [Электронный ресурс]. – М., [2017]. – Режим доступа: информационно-правовая справочная система Консультант+.
- [5] Макунина И.В. Миронцева А.В. Экономические риски организации расчетов с ФСС РФ // В сборнике: ПРИКЛАДНЫЕ НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ Сборник статей по материалам XXV Международной научно-практической конференции. 2017. С. 167-177

**References:**

- [1] Federal Law No. 152-FZ of July 27, 2006 (as amended on July 29, 2012) "On Personal Data". [Electronic resource]. - M., [2017]. - Access mode: information and legal information system Consultant +.
- [2] "The Criminal Code of the Russian Federation" of June 13, 1996, No. 63-FZ (as amended on 07/07/2017) (as amended and supplemented, effective from August 26, 2017) [Electronic resource]. - M., [2017]. - Access mode: information and legal information system Consultant +.
- [3] "Code of the Russian Federation on Administrative Offenses" of December 30, 2001 No. 195-FZ (as amended on November 27, 2017, as amended on December 4, 2017) [Electronic resource]. - M., [2017]. - Access mode: information and legal information system Consultant +.
- 

DOI: 10.33049/11.012318.36

Applied Economic Researches, SA LLC, 2018

**THE WORLD INFORMATION SYSTEM IN THE FIELD OF ECONOMIC RESEARCH**

Lichman A.A.

*Federal Research Institute "Federal Research Center of Agrarian Economy and Social Development of Rural Areas – All Russian Research Institute of Agricultural Economics", Russian Institute of Agrarian Issues and Information Technology, leading researcher, Candidate of Economic Sciences, B.Kharitonevsky, 21, bd. 1, Moscow, Russia, 105064, PB. 342*

---

**Abstract:** At present, the Russian scientific community is in need of publishing the results of its work and taking worthy places in the field of world science. There are many reasons why this problem is far from being solved. The aim of the article is to familiarize the widest possible circle of Russian researchers with the opportunities that exist for this in the world. The article describes the international project RePEc (Research Publications in Economics), which provides an opportunity for Russian researchers in the economic field to publish without payment in a worldwide open database accessible to scientists around the world. The broad possibilities of this project are briefly described not only how to be informed in the world economic science for any researcher, but also determine their place in it and the place (rank) of the any scientific organization represents.

**Keywords:** the publication of scientific research, open access to publications, the world information system for economic research, the RePEc project, project services, the EDIRC database.

---

## МИРОВАЯ СИСТЕМА ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В ОБЛАСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Личман А.А.

*ФГБНУ «ФНЦ Аграрной экономики и социального развития сельских территорий – ВНИЭСХ» Филиал ВИАПИ им. А.А.Никонова, к.э.н., ведущий научный сотрудник, 105064, Москва, а/я 342, Б.Харитоньевский пер., д. 21, строение 1*

**Аннотация:** В настоящее время российское научное сообщество испытывает потребность в публикации результатов своих работ и занятии достойных мест в поле мировой науки. Есть много причин, по которым эта проблема далека от решения. Целью статьи является ознакомление как можно более широкого круга отечественных исследователей с возможностями, существующими для этого в мире. В статье рассматривается международный проект RePEc (Научные Публикации по Экономике), предоставляющий возможность российским исследователям в экономической области публиковаться без оплаты в мировой открытой базе данных, доступной ученым всего мира. Кратко описаны широкие возможности этого проекта быть не только в курсе мировой экономической науки для любого исследователя, но и определить свое место в ней и место научной организации, которую он представляет.

**Ключевые слова:** публикация научных исследований, открытый доступ к публикациям, мировая информационная система экономических исследований, проект RePEc, сервисы проекта, база данных EDIRC.

### Основные положения:

- представлена информация о RePEc - мировой интегральной системе экономических исследований в сети Интернет, доступной исследователям по всему миру;
- описаны возможности проекта RePEc (свободный доступ к базам проекта, возможность размещения результатов своих исследований в одном из сервисов проекта без оплаты, ранжирование авторов, организаций, определение индексов цитирования, количества скачивания статьи любого автора и т.д.);
- кратко описана структура международного проекта RePEc, его сервисы.

**Введение.** В современном мире невозможно развитие научных исследований в любой стране без доступа к существующей в мире информации о таких исследованиях в самых разных странах. Наука становится интернациональной, открытой и общедоступной. Особенно это стало заметно с развитием мировой сети Интернет. Ранее существующие научные печатные издания стремятся расширить область своего распространения путем перехода или дополнения печатного издания электронными версиями. Российские научные издания в этом отстают. Отечественные авторы испытывают трудности с возможностью публикации своих работ в мировых журналах по ряду разных причин. Это может быть: слабое знание английского языка, незнание правил оформления статей, неумение выбрать журнал по тематике статьи и прочие достаточно формальные при-

чины. Даже при наличии высокого научного качества статьи российского автора, такие статьи могут быть отвергнуты иностранным журналом.

Целью данной статьи является ознакомление как можно более широкого круга российских авторов экономических публикаций с возможностями выхода в мировое открытое пространство экономических исследований.

**Методы.** Область наших интересов лежит в сфере экономических исследований, далее будем рассматривать мировую экономическую науку представленную организациями, и авторами, занимающимися экономическими исследованиями. Ещё одно уточнение: будем рассматривать представление таких организаций и исследователей во всемирной сети Интернет.

**Результаты:** В настоящее время в мировой сети представлено огромное количество экономических институтов, исследовательских центров, экономических факультетов университетов и департаментов государственных организаций. Департамент экономических исследований Федерального резервного банка Сент-Луиса разработал проект EDIRC [1] (Economics Departments, Institutes and Research Centers in the World) в котором к настоящему времени собрано и проиндексировано более 14 тысяч учреждений из нескольких сот стран, занимающихся экономическими исследованиями. Эта база данных открыта для пополнения. В нее включены исследовательские центры экономических факультетов и институты университетов, а также министерства финансов, статистические управления, центральные банки, аналитические центры и другие некоммерческие организации, в которых работают главным образом экономисты. Например, по аграрной экономике в базе EDIRC есть более пятисот организаций. Существуют различные способы просмотра информации в базе EDIRC: список по странам (в общем алфавитном порядке, по странам, по отраслям исследования, по видам организаций, поиск по ключевым словам в полях: URL, имя, перевод имени, местоположение)

В результате поиска в базе EDIRC можно просмотреть сайты экономических обществ, ассоциаций, институтов, университетов, центров. В дополнение к этому есть возможность просмотреть 25 % топ таких организаций и топ - исследователей в области экономики в выбранной стране из рейтинга организаций, авторов и их публикации, представленных в базе IDEAS [2], которая является одним из сервисов проекта RePEc [3].

Можно отметить, что в базе EDIRC проиндексировано 549 экономических организаций России (на апрель 2018 года). Что касается области аграрной экономики в РФ, количество организаций вошедших в базу – всего 10, в том числе ВИАПИ им. А.А.Никонова, Тимирязевская академия, Московский университет лесного хозяйства (2 факультета) и Воронежский аграрный университет (5 факультетов). Поскольку все эти проекты заполняются информацией, по-

ставляемой самими авторами и организациями, такое малое количество отечественных организаций и авторов говорит о недостаточно активном желании, незнании и неумении российских исследователей заявить о себе в мировом интернет - пространстве.

Далее более подробно остановимся на том, какие возможности существуют в мировом интернете для распространения научных знаний. Поскольку научное знание имеет своей целью возможно более широкое распространение не только в научной среде в виде публикаций в печатных изданиях, но и в более широком кругу пользователей для этого, как нельзя лучше, в эпоху развитых цифровых технологий соответствует мировая сеть Интернет. Она позволяет более быстро и эффективно доводить полученные знания до конкретного заинтересованного пользователя. Наиболее удобно это осуществлять с помощью разработки проектов, объединяющих огромные объемы данных в виде интеграции различных баз данных. Цель этой статьи дать представление, какие подобного рода проекты существуют за рубежом и, каковы их возможности.

В последнее время в мировой научной среде, да и не только в ней, возникла необходимость свободного доступа к научным публикациям, так как в крупных научных журналах и в их электронных версиях за просмотр или скачивание той или иной публикации требуется подписка на это издание или денежная оплата. Аналогично обстоит дело с книгами, докладами, отчетами. Нашей областью исследования является экономика и, в частности, аграрная экономика. Поэтому мы выбрали проекты доступные для свободного пользования, существующие на западе и связанные с экономикой в различных отраслях. Наиболее интересным в этом смысле нам представляется Проект RePEc (Research Papers in Economics) характеризующийся системным подходом, дающим возможность свободного доступа в мировой сети к научным работам по экономике которые публикуются в мире.

RePEc (научные публикации по экономике) – проект, основанный на совместной работе сотен волонтеров из 96 стран для расширения распространения исследований в области экономики и смежных наук. Цен-

тром проекта является децентрализованная библиографическая база данных научных трудов, отчетов, документов, журнальных статей, книг, глав книг и программных продуктов, выходящих по всему миру. RePEc можно назвать единым информационным пространством по экономическим исследованиям в мировом масштабе.

Проект RePEc полностью основан на вкладе волонтеров: хранителей архивов RePEc, редакторов в NEP [4] (New Economics Papers – Служба электронного оповещения пользователей о новых работах в более чем 90 областях экономической науки) и MPRA [5] (Munich Personal RePEc Archive – Мюнхенский репозиторий научных работ по экономике). RePEc был создан в 1997 году для децентрализации работы WoPEc, проекта, который был инициирован Объединенным комитетом по информационным системам (JISC) Британских советов по финансированию высшего образования в рамках своей программы электронных библиотек (eLib) и стал первой открытой коллекцией электронных рабочих документов в экономике.

В настоящее время RePEc является самой большой в мире онлайн-коллекцией рабочих документов, журнальных статей и программных продуктов по экономике. Здесь же собраны базы данных по организациям и авторам в области экономики. О востребованности такого проекта говорит тот факт, что только в марте 2018 года пользователями было загружено 507 929 файлов документов и просмотрено 2 025 384 аннотаций, а всего с января 1998 года загружено файлов 100 025 384 и просмотрено аннотаций 404 752 845 [3].

На сегодняшний день в RePEc более 1900 архивов из 96 стран внесено около 2,4 млн. научных работ из 2800 журналов и 4500 серийных изданий рабочих документов. Зарегистрировано около 50 000 авторов и каждую неделю подаются 75 000 заявок на участие в этом проекте. Авторы из любой страны могут зарегистрироваться в RePEc для создания онлайн-профиля. Затем каждый, кто найдет некоторые из своих исследований, может найти последние контактные данные и список своих других исследований. Авторы также получают ежемесячную рассылку о популярности своих публикаций, их

ранжировании и недавно найденных цитирований.

Сервисы RePEc вносят и анализируют данные, сообщают статистику обращения к данным, которая может быть использована для ранжирования организаций и авторов в RePEc.

Описывая этот проект, следует остановиться на его возможности проводить наукометрический подход, количественную оценку роли научных организаций, публикаций и их авторов в мире в той или иной области исследований по экономике. Эта возможность осуществляется с помощью различных подпроектов-сервисов RePEc, основные из которых перечислены ниже. Даже из краткого описания этих сервисов можно понять, какие широкие возможности предоставляет проект RePEc.

Сервисы RePEc

Munich Personal RePEc Archive (MPRA, Мюнхенский репозиторий научных работ по экономике. RePEc Author Service - авторизация регистрации и сопровождения профиля автора на RePEc). IDEAS - полная база данных RePEc для просмотра и поиска. EconPapers [6] - обеспечивает просмотр и поиск ко всем документам RePEc. RePEc Genealogy - генеалогическое дерево авторов-экономистов. RePEc Biblio - отобранная вручную библиография статей и документов по экономике. EconAcademics.org - анализатор блога для обсуждения экономических исследований. NEP - New Economics Paper - новые статьи об экономике - бесплатная электронная почта, служба новостей для новых загружаемых рабочих документов из более 90 конкретных областей, архивы также доступны. EDIRC - база данных экономических организаций со ссылками на их сотрудников и публикации, перечисленные в RePEc. RePEcPlagiarism Committee - проект по сокращению плагиата содержимого в RePEc. LogEc [7] - подробная статистика загрузки и доступа к статьям и авторам RePEc. CitEc [8] - анализ цитирования из документов в базе данных RePEc. CollEc - рейтинги соавторства для авторов, зарегистрированных в службе RePEc Author Service. SocioRePEc.org - служба для аннотирования документов RePEc в формате PDF и установления научных связей между документа-

ми. SPZ - интернет-рабочее место для исследователей, преподавателей и студентов в информационном пространстве RePEc. Socionet - реализация метода и базы данных RePEc на русском языке в качестве коллективной информационной среды для социальных наук.

**Заключение:** В настоящее время в России научные издания требуют порой высокую плату за публикацию несоразмерную с оплатой труда научных работников. Российские исследователи должны быть заинтересованы в возможности опубликовать свою работу и тем более в открытом доступе без

оплаты в международном проекте RePEc. Особый интерес для организаций, научных изданий и авторов представляет возможность в огромном поле мировой науки определить в нем свое место. Такую возможность предоставляет проект RePEc со своими сервисами, который осуществил давно ожидаемую идею интеграции различных баз данных и воплотил ее в жизнь.

Более подробному описанию возможностей проекта RePEc будет посвящена статья в следующем выпуске журнала «Прикладные экономические исследования».

#### Литература:

- [1] EDIRC, URL: <https://edirc.repec.org>,
- [2] IDEAS, URL: <https://ideas.repec.org>,
- [3] RePEc, URL: <http://repec.org>,
- [4] New Economics Papers, NEP, URL: <http://nep.repec.org>,
- [5] Munich Personal RePEc Archive, URL: <https://mpra.ub.uni-muenchen.de>,
- [6] EconPapers, URL: <http://econpapers.org>
- [7] LogEc, URL: <https://logec.repec.org>,
- [8] CitEc, URL: <http://citec.repec.org>

#### References:

- [1] EDIRC, URL: <https://edirc.repec.org>,
  - [2] IDEAS, URL: <https://ideas.repec.org>,
  - [3] RePEc, URL: <http://repec.org>,
  - [4] New Economics Papers, NEP, URL: <http://nep.repec.org>,
  - [5] Munich Personal RePEc Archive, URL: <https://mpra.ub.uni-muenchen.de>,
  - [6] EconPapers, URL: <http://econpapers.org>
  - [7] LogEc, URL: <https://logec.repec.org>,
  - [8] CitEc, URL: <http://citec.repec.org>
-



ДЛЯ ЗАМЕТОК

---

**Прикладные экономические исследования**  
Международный межвузовский рецензируемый научный журнал.  
№ 1 (23) / 2018

Главный редактор  
Доктор экономических наук, профессор А.А. Степанов

Выпускающие редакторы: к.э.н. В.Д. Петухов, к.с.-х.н., доцент М.В. Ступников  
Научный редактор: д.э.н., доцент М.В. Савина  
Оформление обложки Ж.Г. Черепанова

Стать автором:

Чтобы опубликовать статью в журнале «Прикладные экономические исследования»  
свяжитесь с редакцией:

keyneslab@gmail.com или по телефону: +7 (926) 609-32-93.

<http://www.n-ko.ru>. Москва 2018. © Издательство «Научный консультант».

Издательство ООО «Научный консультант».  
123007, г. Москва, ул. Хорошевское ш., д.35 к2, оф. 508.  
Тел.: +7 (926) 609-32-93, web: [www.n-ko.ru](http://www.n-ko.ru), mail: [keyneslab@gmail.com](mailto:keyneslab@gmail.com)

---

**The Applied Economic Researches**  
Peer reviewed international interuniversity scientific journal.  
N 1 (23) / 2018

Editor-in-chief  
Stepanov A.A., Doctor of Economics, professor

Managing editors: Petukhov V.D., PhD, Stupnikov M.V., PhD, associate professor  
Scientific editor: Savina M.V., Doctor of Economics, associate professor  
Cover design Zh.G. Cherepanova

Submit a manuscript:

The Applied Economic Researches is an open access journal. To submit a manuscript please,  
contact us: [keyneslab@gmail.com](mailto:keyneslab@gmail.com) or via phone: +7 (926) 609-32-93.

<http://www.n-ko.ru>. Moscow 2018. © Publishing house «Scientific Adviser».

Publishing house «Scientific Adviser»  
123007, Moscow, Russia, Khoroshevskoe shosse., bld 35, constr 2, office 508.  
Phone: +7 (926) 609-32-93, web: [www.n-ko.ru](http://www.n-ko.ru), mail: [keyneslab@gmail.com](mailto:keyneslab@gmail.com)

---