



РОССИЙСКИЙ ПОСТИНДУСТРИАЛЬНЫЙ ЭКСПОРТ: ВЫЗОВЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ



ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

При участии Всемирного банка

Москва, 2017

**К XVIII Апрельской
международной
научной конференции
по проблемам развития
экономики и общества**

11–14 апреля 2017 г.
Москва

ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ УЧАСТИИ ВСЕМИРНОГО БАНКА

РОССИЙСКИЙ ПОСТИНДУСТРИАЛЬНЫЙ ЭКСПОРТ: ВЫЗОВЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Доклад НИУ ВШЭ



Издательский дом
Высшей школы экономики
Москва, 2017

УДК 339.564
ББК 65.59(2Рос)
Р76

Авторский коллектив:

Акиндинова Н.В., Якобсон Л.И. (руководители авторского коллектива),
Абанкина И.В., Абанкина Т.В., Алашкевич М.Ю., Буряк М.А.,
Владимирский А.В., Громов А.Д., Данильцев А.В., Иванова К.А.,
Исаев Н.И., Капустин А.К., Кузнецов П.П., Куренной В.А., Матеркова Н.О.,
Мельгунова С.М., Меркулов М.В., Мисихина С.Г., Ненько А.Е.,
Плисс М.А., Рудник Б.Л., Сагиева Г.С., Седых И.А., Смирнов С.Н.,
Шульгин П.М., Шукин Д.А.

Р76 **Российский постиндустриальный экспорт: вызовы и перспективы** [Текст] : докл. к XVIII Апр. междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 11–14 апр. 2017 г. / рук. авт. кол. Н. В. Акиндинова, Л. И. Якобсон ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. — 41, [3] с. — 500 экз. — ISBN 978-5-7598-1577-8 (в обл.). — ISBN 978-5-7598-1643-0 (e-book).

УДК 339.564
ББК 65.59(2Рос)

Опубликовано Издательским домом Высшей школы экономики
<<http://id.hse.ru>>

ISBN 978-5-7598-1577-8 (в обл.)
ISBN 978-5-7598-1643-0 (e-book)

© Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2017

Содержание

Введение	4
1. Роль постиндустриального экспорта в современной российской экономике	7
2. Развитие экспортного потенциала образования.....	13
3. Медицинские услуги и индустрия здоровья.....	16
4. Креативные индустрии	23
5. Экспорт интеллектуальной собственности	32
Приложение. Российский креативный экспорт: истории успеха	35

Введение

Структурные сдвиги, интенсивно меняющие облик национальных экономик, все сильнее влияют на мирохозяйственные связи. Нарастает уязвимость стран — экспортеров сырья, экономическое и социальное благополучие которых издавна зависит от внутренних процессов в «мастерских мира». Теперь же непосредственные производители промышленных товаров в свою очередь оказались в критической зависимости от поставщиков инновационных решений, которые обеспечивают доминирующее положение в глобальных цепочках добавленной стоимости.

Эта тенденция отчетливо обозначилась сравнительно недавно, но с начала XXI в. зримо дополняется новой: быстрым ростом глобальных рынков образования, здравоохранения, рекреации и других постиндустриальных секторов, сопровождаемым мощной экспансией на них со стороны тех стран, которые вовремя откликнулись на открывающиеся возможности. Намечается своего рода раздел обладающих огромным потенциалом рынков между наиболее подготовленными, целеустремленными и энергичными игроками. В его основе не чей-либо умысел, а сочетание трех объективных факторов. Первый — смещение потребительского спроса в сторону постиндустриальных благ и, как следствие, повышение привлекательности их производства для инвесторов. Второй — беспрецедентное снижение издержек перемещения людей и особенно информации, в силу чего необратимо размывается граница между торгуемыми и неторгуемыми (tradable and non-tradable) благами. Третий — свойство олигополий спонтанно возникать на любом рынке, где относительно надолго определяется группа лидеров, которые впоследствии могут закреплять свои преимущества целенаправленным созданием препятствий для опоздавших. Все три фактора действуют по большей части стихийно, за счет инициативы корпораций, университетов, медицинских центров и т.п., но ряд государств уже настойчиво поддерживают продвижение национального бизнеса и НКО в новые сферы с помощью системно выстраиваемой политики. Страна, заботящаяся о своей конкурентоспособности, не вправе пассивно наблюдать за происходящим.

Уже сегодня миллионы людей учатся, лечатся, посещают музеи и театры за рубежами своих стран. Труднее оценить совокупное число тех, кто самостоятельно, платно или бесплатно, легально или нелегально, импортирует через Интернет информацию, в той

или иной мере замещающую услуги, получаемые при непосредственном контакте с их поставщиками. Замещение никогда не станет полным, но, несомненно, будет быстро прогрессировать, все шире и глубже проникая в ключевые звенья цепочек добавленной стоимости постиндустриального мира. Вероятно, довольно скоро появятся более эффективные институты рынков, на которых формируются эти цепочки, в том числе надежнее станут барьеры, ограничивающие нелегальное потребление. Однако вряд ли успех принесут попытки отгородиться барьерами от тенденции как таковой. Не говоря уже о прямых и косвенных издержках построения и администрирования заграждений, увлечение ими чревато выпадением из глобальных технологических трендов и безнадежной экономической отсталостью.

Очевидна потребность в доступе к новым технологическим и организационным решениям, в том числе рождающимся за рубежом. Но, когда речь идет о постиндустриальных отраслях, не меньшее значение, чем доступ как таковой, имеет мотивация его использовать. Конкуренции свойственно предотвращать застой, самоуспокоенность, кадровые пробки и отторжение инноваций. В большинстве отраслей промышленности заметное оздоравливающее влияние конкуренции достигается уже на уровне внутреннего рынка. В образовании и здравоохранении дело обстоит сложнее, поскольку эти отрасли объективно нуждаются в массивной поддержке со стороны государства и довольно детальном государственном регулировании. Отсюда столь же объективная, далеко не полностью определяемая личными свойствами и намерениями руководителей, тенденция к бюрократизации и унификации. В разных странах мира, включая Россию, ей стараются противостоять, стимулируя внутреннюю конкуренцию, в том числе между государственными и негосударственными поставщиками услуг. Такие усилия отнюдь не бесполезны. Однако не только здравый смысл, но и теория, и эмпирические наблюдения показывают, что, если поставщики услуг ограждены от внешней конкуренции, эти усилия редко приносят впечатляющие результаты.

Недопустимо, чтобы мечта о своего рода постиндустриальной автаркии оправдывала медлительность в освоении наиболее перспективных глобальных рынков наступившего века. К его середине житель экономически развитой страны, для которого непривычен или, тем более, недоступен широчайший выбор образовательных, медицинских, развлекательных и иных услуг, производимых за рубежом, станет такой же редкостью, как

ныне человек, никогда не покупавший импортную одежду и обувь. В данном отношении уместна аналогия с тем, что всего за несколько десятилетий произошло с межстрановым обменом промышленными товарами. Взаимопроникновение продуктов нематериального производства на национальные рынки будет, вероятно, нарастать еще быстрее.

Однако трудно надеяться, что начавшийся процесс окажется игрой без проигравших. Вопрос в том, кто войдет в число лидирующих экспортеров, а кому достанется периферийная роль. Этим в немалой степени станет определяться благосостояние граждан того или иного государства. Но обсуждаемая тема имеет не одно лишь экономическое измерение. С ней напрямую связаны перспективы восприятия страны в мире, будущая привлекательность ее рынка труда для наиболее талантливой и амбициозной молодежи, наконец, поскольку речь идет, в том числе, об образовании и культуре, способность общества сохранять свою идентичность не в ущерб уверенному развитию и восприятию мировых достижений.

Как будет показано ниже, Россия обладает необходимыми предпосылками для успешного участия в глобальной конкуренции на постиндустриальных рынках. Более того, участие уже стало реальным и подчас довольно результативным. Однако значимость и острота проблем, которые предстоит решать, предполагают гораздо более интенсивные усилия и, главное, формирование целостной, системной политики повышения конкурентоспособности российских поставщиков постиндустриальных благ и поддержки постиндустриального экспорта. До сих пор и то и другое делается скорее фрагментарно и не всегда эффективно. Одна из причин состоит в том, что тематика, о которой идет речь, находится пока вне поля зрения большинства российских специалистов в области экономического развития и международной торговли. Доклад НИУ ВШЭ представляет собой попытку выдвинуть эту тематику на достойное место в экспертной, а в итоге и в политической повестке дня.

Тема, которой посвящен доклад, заслуживает многоаспектного анализа и разносторонних дискуссий. Доклад, разумеется, не претендует на то, чтобы, заменив их, сразу предложить исчерпывающие неоспоримые выводы. Тем не менее мы попытались не только идентифицировать вызовы, но и предоставить свое видение мер, необходимых, чтобы на них ответить. Кроме того, мы сочли целесообразным дать в приложении к докладу некоторые поучительные примеры российского постиндустриального экспорта.

Доклад представляет собой промежуточный итог работы специалистов НИУ ВШЭ по заявленной тематике. Мы отчетливо видим необходимость дальнейшей ее проработки, в особенности в отношении перспектив интернет-экспорта многих видов услуг. Однако надеемся, что доклад принесет пользу как содержащимися в нем конкретными предложениями, так и подразумеваемым нашим приглашением коллег к изучению и обсуждению назревших проблем.

1. Роль постиндустриального экспорта в современной российской экономике

Динамика экспорта является важнейшим индикатором, характеризующим способность страны производить товары и услуги, конкурентоспособные на мировом рынке, и служит ключевым драйвером экономического роста. В середине 2000-х годов российский экспорт достигал 35% ВВП, однако к 2016 г. он сократился до 26% ВВП. Как и в предыдущие десятилетия, львиную долю его составляют энергоносители и сырье. На несырьевую часть по итогам 2016 г. пришлось всего 28,5%, в том числе на долю услуг не более 16%.

Хотя сырьевой экспорт все еще остается выгодным, глобальные тенденции, связанные с ростом предложения сланцевой нефти, распространением энергосберегающих технологий и альтернативной энергетики, стремительно сокращают потенциальные возможности роста экономики за счет этого фактора. Поиск новых экспортных возможностей стал исключительно острой проблемой. В 2014–2015 гг. России удалось достичь исторических максимумов по экспорту зерна и минеральных удобрений, не в последнюю очередь благодаря ослаблению рубля (этот эффект по итогам 2016 г. уже практически исчерпан). В то же время российское машиностроение (например, грузовики и сельхозтехника) даже в условиях слабого курса не может конкурировать с ведущими мировыми брендами из-за растущего технологического отставания.

На нынешнем этапе глобального развития основные вызовы (и экспортные возможности) связаны с растущими двухзначными темпами рынками постиндустриальных товаров и услуг. Страны — лидеры по уровню экономического развития (США, Великобритания, Германия) активно пользуются этими возмож-

ностями, имея передовые сектора, производящие образовательные (5–6% ВВП) и медицинские (6–8% ВВП) услуги, а также мощные сектора туризма и креативных индустрий. Быстро развивающиеся страны, прежде всего Китай, также успешно наращивают свое присутствие на этих рынках, инвестируя в их завоевание значительные средства.

В соответствии с общемировыми тенденциями постиндустриальные сектора растут быстрее, отвечая на изменения структуры потребностей населения. С увеличением доходов спрос смещается с товаров повседневного спроса на качественные услуги образования и здравоохранения, продукцию и услуги в сфере отдыха и развлечений. Процесс изменения структуры потребностей не обходит Россию. Если российские производители не смогут удовлетворить эту потребность, то соответствующим образом будут увеличиваться объемы импорта (российские граждане станут гораздо чаще, чем сейчас, уезжать для лечения и учебы за границу).

Недостаток конкурентоспособного индустриального и постиндустриального экспорта ведет к тому, что при положительном в целом торговом сальдо России, обеспечиваемом продажей углеводородов, по другим товарным группам импорт значительно превышает экспорт. Так, в сфере креативных индустрий¹ отрицательное сальдо формируется, в том числе, за счет растущего импорта зарубежных дизайнерских разработок. Импорт услуг в 2012–2014 гг. превышал их экспорт на 50–60 млрд долл., что в немалой степени определялось соотношением выездного и въездного туризма. Несмотря на наличие в России туристских объектов мирового класса, численность ежегодно посещающих Россию иностранных туристов не увеличилась по сравнению с 2002–2003 гг.

Максимальный уровень экспорта услуг был достигнут в 2013 г. (70 млрд долл.). В его структуре наибольший вес (31% по данным 2014 г.) имеют традиционные транспортные услуги, связанные с перевозками грузов и пассажиров. На втором месте (25%) находится экспорт «прочих деловых услуг», из которых около половины приходится на «креативные сферы» — рекламу, маркетинг, исследования общественного мнения, архитектуру, инжиниринг и другие технические услуги. Около 7% экспорта составляют «телекоммуникационные, информационные и компьютерные услуги»,

¹ В рамках этой работы под креативными индустриями понимается производство товаров и услуг в сферах искусства и культуры, дизайна и архитектуры, медиа и коммуникаций, цифровых технологий.



Рис. 1. Структура российского экспорта услуг, 2014 г., %

Источник: Банк России.

которые продемонстрировали двукратное увеличение в абсолютных показателях по сравнению с 2010 г.

Гораздо меньшее развитие (1%) в России получил экспорт персональных услуг, в том числе услуг в сфере культуры и отдыха (рис. 1).

Данные российской торговой статистики не позволяют выделить в структуре экспорта поездки и персональных услуг те, которые связаны с образованием и здравоохранением. По имеющимся оценкам, объем доходов от экспорта медицинских услуг составил 165 млн долл. в 2015 г.², а доходы от приема иностранных студентов (около 180 тыс. чел.) в 2016 г. достигали около 240 млн долл.³ Что

² Оценка Министерства здравоохранения Российской Федерации.

³ Оценка Института образования НИУ ВШЭ.

касается импорта аналогичных услуг, то, по разным оценкам, россияне ежегодно тратят на лечение за рубежом 1–1,5 млрд долл.⁴, в 2015 г. обучались за рубежом 55 тыс. российских студентов⁵.

Существенное значение имеет соотношение не только количества оказанных услуг, но особенно их стоимости, в той или иной мере отражающей качество. Приобретая услуги за рубежом, наши соотечественники, как правило, не столько экономят средства, сколько получают доступ к благам более ценным, чем те, что доступны им внутри страны. В то же время российский постиндустриальный экспорт, хотя и включает глобально конкурентные сегменты, все же в большей степени обеспечивается представлением скромных по качеству и цене услуг гражданам постсоветских республик и других стран с невысоким подушевым ВВП.

Недостаточное предложение глобально конкурентоспособных услуг образования и здравоохранения, как и наметившееся отставание в развитии части креативных индустрий, приводят к переключению платежеспособного спроса российских граждан на зарубежные рынки и подталкивают немалое число наиболее квалифицированных специалистов из этих сфер уезжать за границу либо искать удаленную занятость в иностранных компаниях.

Настоятельно необходимо быстрое повышение доли России на мировых рынках образования, здравоохранения и креативных индустрий. Этого не достичь без серьезных инвестиций как в производство постиндустриальных благ, так и в продвижение экспорта. Между тем изменение бюджетных приоритетов, а также экономический кризис 2014–2016 гг. привели к тому, что расходы на образование и здравоохранение не только перестали расти в реальном выражении, но и год от года сокращаются. В 2016 г. расходы на здравоохранение в постоянных ценах относительно 2012 г. уменьшились на 13%, а на образование — на 15%. Не говоря уже о наращивании и полноценной реализации экспортного потенциала страны, приемлемое удовлетворение запросов ее граждан и предотвращение деградации постиндустриальных отраслей предполагают разворот этого негативного тренда одновременно с осуществлением комплексных институциональных преобразований.

Ресурсный дефицит и институциональные сбои в той или иной мере присущи едва ли не большинству структурных звеньев пост-

⁴ BCG. <<http://expert.ru/ural/2014/20/turist-po-zhiznennyim-pokazaniyam/>>.

⁵ По данным ЮНЕСКО.

индустриальных отраслей. Единовременно устранить и то и другое трудно не только в силу финансовых ограничений, но и ввиду недостатка готовых к переменам кадров, в том числе эффективных управленческих команд, а также из-за потребности в пилотной апробации новых институциональных решений. Отсюда необходимость выделять очаги опережающего развития — не просто сильные, но динамичные организации, наиболее восприимчивые к инновациям. В большинстве случаев это организации, более других склонные быстро адаптироваться к российским условиям лучшее из того, что появляется на глобальных рынках, и в меру сил осваивать эти рынки.

Таким образом, задача увеличения постиндустриального экспорта может непосредственно сопрягаться с задачей наиболее рационального осуществления назревших институциональных преобразований в непосредственных интересах потребителей услуг внутри страны. Зачастую рационально не внезапное наступление сразу широким фронтом, а выдвижение некоего авангарда, осуществление пилотных проектов и т.п. Сопряжение диктуется не только содержательной взаимосвязью обеих задач, но и тем, что дополнительные доходы от экспорта могут становиться одним из источников финансирования пилотов и ресурсной поддержки авангарда, а в дальнейшем — втягивания в зону изменений все большего числа организаций.

Сказанное не следует понимать как призыв раз и навсегда выделить предполагаемый авангард посредством административного решения, насытить отнесенные к нему организации дополнительными ресурсами и предоставить самим себе. Необходимо увязывать дополнительную поддержку с конкретными обязательствами по совершенствованию всех сторон деятельности организации, в том числе по модернизации менеджмента, выходу на международный рынок труда для привлечения кадров, обладающих дефицитными компетенциями, и по наращиванию иных факторов, критически значимых с точки зрения глобальной конкурентоспособности. Обязательства такого рода должны быть четко сформулированы, надежно взаимоувязаны и реалистично распределены во времени в рамках дорожной карты. Своего рода конкурсы дорожных карт и ежегодную оценку хода их реализации имеет смысл проводить с участием экспертов, которые были бы хорошо знакомы с условиями глобальных рынков, в достаточной мере независимы от органов управления отраслью и не слишком связаны корпоративной солидарностью. Очевидно, в подобных случаях не обойтись без

формирования коллегиальных структур, в которые следует вовлекать не только отечественных, но и зарубежных специалистов.

Условия, о которых идет речь, в значительной мере апробированы в рамках Проекта повышения конкурентоспособности ведущих российских университетов (так называемая Программа 5-100). Не идеализируя данный Проект, детали которого дискуссионны, следует констатировать, что использованный в нем принципиальный подход убедительно оправдал себя. Этот опыт, несомненно, заслуживает распространения на другие отрасли с соответствующими модификациями конкретных решений в рамках общего подхода.

Еще одна тема, имеющая межотраслевой характер, — причастность институтов развития и поддержки экспорта к обеспечению конкурентоспособности постиндустриальных секторов. В России, в отличие от стран, более активно ведущих себя на новых рынках, эти сектора не являются предметом повседневного внимания такого рода институтов. Как правило, то же относится к торгпредствам. Все еще привычным остается отношение к так называемому нематериальному производству как к чему-то «неэкономическому», некой «непроизводственной сфере». Разумеется, развитие образования, здравоохранения, культуры отнюдь не сводится к экономическому аспекту. Однако этот аспект не только вполне реален, но и критически важен. Самостоятельное значение имеет вопрос о том, должна ли основная роль в поддержке постиндустриального экспорта принадлежать уже существующим институтам (что предполагает их соответствующую организационную и кадровую достройку) или целесообразно создание специализированных институтов. Преимущества и недостатки имеет каждый из вариантов, но в самое ближайшее время вопрос необходимо перенести в практическую плоскость.

Если принять энергичные меры, рост экспорта образования, здравоохранения и креативных индустрий способен уже в среднесрочной перспективе оказывать весьма ощутимое влияние на динамику ВВП. Кроме того, повышение глобальной конкурентоспособности российских индустрий образования, здоровья и сферы досуга даст эффект импортозамещения, тогда как альтернативой является растущий отток средств в пользу зарубежных поставщиков соответствующих благ.

Долгосрочные эффекты еще более существенны. Демографические прогнозы показывают, что в ближайшие десятилетия Россия будет испытывать дефицит трудовых ресурсов, особенно в молодых

возрастах. Возможности для роста инвестиций будут также ограниченными. В этих условиях перспективы экономического развития будут зависеть от скорости создания и освоения новых технологий. Без повышения глобальной конкурентоспособности отраслей, которые формируют человеческий капитал, трудно рассчитывать на сохранение имеющихся и рост предложения новых кадров, обладающих высокой квалификацией, гибкостью, креативностью и восприимчивостью к новым технологиям, т.е. соответствующих требованиям современной постиндустриальной экономики.

2. Развитие экспортного потенциала образования

Россия входит в пятерку стран — лидеров по числу иностранных студентов, обучающихся в высших учебных заведениях. В 2015 г. их численность составила около 240 тыс. чел. При этом численность граждан других стран, приезжающих на обучение в Россию, показывает устойчивый рост — в течение 2011–2015 гг. среднегодовые темпы роста числа обучающихся в России иностранцев составили 11%. Однако по величине доходов, получаемых от экспорта высшего образования, Россия далеко отстает от первой пятерки (рис. 2).

Наибольшая доля в структуре численности иностранных студентов приходится на выходцев из постсоветских стран (79%). Среди других направлений больше всего студентов прибывает из Азии (57% студентов из стран, находящихся за пределами постсоветского пространства), Северной Африки и Ближнего Востока (19%), Африки южнее Сахары (16%).

Большинство иностранных студентов обучается на платных местах, обеспечивая дополнительный приток финансовых ресурсов в экономику. Так, около 164 тыс. иностранных студентов, или 69% от их общего числа, учится за счет внешних источников финансирования. Одновременно с этим студенты из стран бывшего СССР обладают широкими возможностями обучения за счет российского бюджета. Более половины студентов очной формы (54%) учатся на бюджетных местах. Заочное обучение является распространенным у иностранных студентов, обучающихся в России, доля студентов неочных форм обучения составляет всего 37%. Наиболее популярными направлениями российского образования

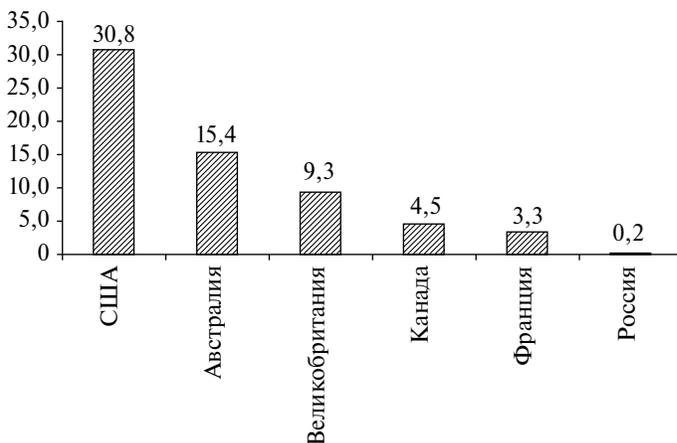


Рис. 2. Страны — лидеры по величине экспорта поездок с образовательными целями (2014 г.) и положение России (оценка НИУ ВШЭ, 2016 г.), млрд долл.

Источник: <<http://www.intracen.org>> по данным ИТС, UNCTAD, WTO, Eurostat, International Monetary Fund, Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD).

у иностранных студентов являются здравоохранение, экономика и управление, гуманитарные науки.

По нашим оценкам, реализация специального комплекса мер для обеспечения привлекательности обучения в России позволила бы повысить общую численность иностранных студентов до 600 тыс. чел. к 2024 г., при численности обучающихся на платных местах 370 тыс. чел. При этом увеличение средней стоимости обучения за счет положительной динамики набора на более дорогие программы обучения приведет к расширению объема финансовых ресурсов, получаемых за счет экспорта образовательных услуг.

Назревшая институциональная мера, способная оказать существенное позитивное влияние на экспорт образования, — разрешение франчайзинга некоммерческому сектору. Это касается как программ раннего развития, дошкольного уровня, дополнительного образования, так и программ профессионального образования (и бакалавриата, и магистратуры).

Для решения вопроса о допуске некоммерческих организаций к заключению договоров коммерческой концессии требуется внести поправки в ГК РФ. Они должны затронуть не только вопросы коммерческой концессии, но и вопросы исключительных прав,

авторских прав, прав некоммерческих организаций на продукты интеллектуальной деятельности и т.д.

Объектом коммерческой концессии в сфере образования мог бы стать комплекс принадлежащих юридическим или физическим лицам исключительных прав на образовательные программы, методики и технологии обучения, воспитания и контроля качества образования, включая право на коммерческое обозначение (наименование), товарный знак, знак обслуживания.

Помимо роста доходов от экспорта, развитие международной конкурентоспособности образования позволит увеличить приток квалифицированных экономически активных мигрантов путем рекрутинга большего количества иностранных студентов, которые: а) имеют хорошее базовое образование; б) реализуют свою трудовую траекторию в России; в) более адаптированы к социальной среде. Все это способствовало бы улучшению демографической ситуации в сочетании с успешной социализацией иммигрантов.

Для осуществления намеченных целей целесообразно упростить порядок получения вида на жительство и гражданства для иностранных выпускников российских вузов. Наряду с этим требуется создать эффективные сервисы для иностранных студентов, в том числе:

- единое окно по управлению входящими потоками (по аналогии с Campus France или DAAD), обеспечивающее навигацию, прием и обработку заявлений;
- сопровождение визовых и миграционных процедур, а также образовательных траекторий;
- сеть агентов, которые будут привлекать иностранных студентов (их деятельность будет оплачиваться со стороны вузов пропорционально количеству привлеченных студентов);
- базу вакансий для трудоустройства иностранцев;
- маркетинговую программу (разработка и продвижение зонтичного бренда Study in Russia, безвозмездное лицензирование использования брендбука для университетов, портал, виртуальные дни открытых дверей, программы профориентации для выпускников школ в целевых странах).

Кроме того, для обеспечения привлекательности обучения в России требуется расширить возможности для постоянного совершенствования образовательного процесса, расширения и обновления инфраструктуры. Следует проработать возможность создания на базе национальной платформы открытого образования Открытого университета для иностранцев Open University of Russia

в партнерстве с зарубежными ведущими открытыми университетами. Открытый университет может также стать оператором государственных программ по распространению русского языка за рубежом. Образование в Открытом университете предполагается в основном платное по наиболее востребованным специальностям.

3. Медицинские услуги и индустрия здоровья

Глобализация торговли услугами, в том числе медицинскими, и медицинским оборудованием, рост потока пациентов и специалистов в области здравоохранения привели к появлению новой модели производства и потребления медицинских услуг, называемой медицинским туризмом.

Медицинский туризм (МТ) — это направление туризма, целью которого является получение медицинской помощи гражданами вне страны проживания.

По тем или иным причинам люди, которые нуждаются в медицинской помощи, едут за ней в другие страны, как соседние, так и дальние:

- за конкретными видами диагностики и лечения (медицинский туризм);
- для оздоровления и улучшения общего самочувствия (оздоровительный туризм).

Предоставление таких услуг, наряду со стимулированием их получения (облегченный режим получения визы, помощь в оформлении необходимых документов, размещение детальной информации в Интернете и т.п.), привело к росту числа пациентов, которые выезжают за границу для получения медицинских услуг.

Пока не разработано согласованное определение медицинского туризма, однако общие принципы учета торговли услугами описываются в материалах ОЭСР и ВТО⁶.

⁶ OECD, Health Accounts Experts, Progress Report. Trade in Health Care Goods and Services under the System of Health Accounts. Paris: OECD, 2010. <http://www.academia.edu/17812706/Medical_Tourism_Treatments_markets_and_health_system_implications_A_scoping_review>; General Agreement on Trade in Services; и другие документы.

Services Trade. Trade Topics. WTO. <https://www.wto.org/english/tratop_e/serv_e/serv_e.htm>.

Причины, по которым люди пользуются услугами систем здравоохранения других стран, различны. Среди них можно выделить несколько устойчивых групп:

- более низкая стоимость медицинских услуг при сохранении того же необходимого уровня качества их оказания;
- более короткое время ожидания оказания медицинских услуг с тем же качеством за ту же или более высокую цену;
- более высокое качество медицинской помощи.

В настоящее время основной поток пациентов направляется из более развитых стран в менее развитые, так как пациентов привлекает возможность получить необходимые медицинские услуги по цене меньшей, чем в стране их проживания. Привлекательности медицинских услуг за рубежом способствует и рост авиакомпаний-дискаунтеров, которые позволяют покупать недорогие авиабилеты. Наряду с основным потоком медицинского туризма продолжает функционировать и более традиционный для XX в. поток: из менее развитых стран в более развитые для получения более качественных медицинских услуг.

Большую роль в торговле медицинскими услугами играют двухсторонние соглашения между странами — членами ОЭСР (например, между США и Мексикой, между США и Кореей). Страны ОЭСР и менее развитые страны (такие как Индия, Таиланд, Малайзия) стремятся развивать свои сильные стороны предоставления медицинских услуг иностранным гражданам. В ряде стран ОЭСР созданы механизмы финансирования или софинансирования получения необходимых медицинских услуг пациентами за счет средств национального здравоохранения.

В табл. 1 приведены данные о стоимости некоторых видов медицинских услуг в Великобритании и Индии, куда система здравоохранения Великобритании направляет своих пациентов для того, чтобы сэкономить на расходах и сократить очередь на ожидание получения медицинских услуг в Великобритании.

Международный туризм может не только способствовать экономии страны на расходах здравоохранения (при стимулировании получения более дешевой медицинской помощи за рубежом) как в случае Великобритании, но и стать источником дополнительного роста доходов в системе здравоохранения, налоговых доходов, занятости и экономического роста в целом при привлечении в страну медицинских туристов.

Таблица 1. Экономия на расходах на отдельные виды медицинских услуг, которая может быть получена системой здравоохранения Великобритании при согласии пациентов на получение услуг в Индии

Затраты на медицинскую помощь (фунтов Великобритании)	Операция		Билет	Экономия на 1 чел.	Очередь (чел.)	Экономия всего (фунтов Великобритании)
	Велико-британия	Индия				
Шунтирование коронарной артерии	8631	3413	500	4718	97	457 646
Замена тазо-бедренного сустава	8811	3413	500	4898	28 800	141 062 400
Замена коленного сустава	6377	5145	500	732	53 911	39 462 852

Источник: Lunt N., Smith R., Exworthy M., Green S., Horsfall D., Mannion R. Medical Tourism: Treatments, Markets and Health System Implications: A Scoping Review. OECD, Directorate for Employment, Labour and Social Affairs, 2012.

В этом случае туристы, которые приезжают в страну для получения медицинской помощи, приносят следующие преимущества:

1) увеличение выручки органов здравоохранения, сопровождаемое, соответственно, увеличением налоговых поступлений;

2) увеличение выручки сопутствующих предприятий и организаций (отели, логистика, патронаж, сиделки и т.д.) с соответствующим увеличением налоговых поступлений;

3) улучшение качества медицинской помощи своим гражданам за счет увеличения практики врачей и лучшего финансирования. Так, США, Германия и Израиль, сфокусировавшись в том числе на лечении онкологических заболеваний, постоянно улучшают качество лечения, так как обладают огромным потоком профильных платежеспособных пациентов;

4) улучшение имиджа системы здравоохранения страны как на внешнем рынке, так и на внутреннем.

Данные Совета по международному продвижению медицины Коста-Рики (PROMED) показывают, что в 2012 г. Коста-Рика привлекла около 50 тыс. иностранных пациентов (в основном из США и Канады), и каждый из них потратил в среднем 7000 долл. США. Около половины этих пациентов обращались за стоматологической помощью. Другими направлениями оказания медицинских

услуг были ортопедия, хирургия снижения веса, гинекология и пластическая хирургия. Медицинский туризм принес Коста-Рике в 2012 г. 338 млн долл.

В 2012 г. Министерство здравоохранения Таиланда отметило, что страну посетили 2,5 млн международных пациентов (в основном из таких стран, как Япония, США, Великобритания, Австралия, страны Персидского залива). Доход от медицинского туризма составил 4 млрд долл. США.

По данным опроса почти 50 тыс. пациентов в США, они выбирают медицинский туризм по таким причинам, как:

- передовые технологии — 40% опрошенных;
- медицинское обслуживание более высокого качества — 32%;
- быстрый доступ к необходимому медицинскому обслуживанию — 15%;
- медицинское обслуживание с более низкими издержками — 9%⁷.

Российская ассоциация медицинского туризма (РАМТ) отмечает растущую привлекательность России как поставщика медицинских услуг пациентам из других стран⁸. По данным этой ассоциации, Россия активно привлекает пациентов из-за рубежа для лечения бесплодия⁹. Еще одним направлением медицинского туризма в нашей стране Российская ассоциация медицинского туризма считает стоматологические услуги из-за высокого качества обслуживания и материалов и сравнительно низкой цены.

По данным РАМТ, в 2014 г. около 7 тыс. пациентов приехали в Россию за получением медицинских услуг. В 2015 г. их численность выросла до 8,5 тыс. чел. За первое полугодие 2016 г. 5 тыс. иностранных пациентов приехали лечиться в Россию¹⁰.

Среди причин роста числа иностранных пациентов в России отмечают:

- выгодный курс рубля, приводящий к оказанию недорогих по меркам развитых стран медицинских услуг;

⁷ Обследование 49,980 пациентов (McKinsey Quarterly, 2008).

⁸ Президент Российской ассоциации медицинского туризма дал интервью телеканалу «Мир 24». <<http://amtrf.ru/association-news/konstantin-onishhenko-intervyu-telekanalu-mir-24.html>>.

⁹ Пятерку пациентов, приезжающих в Россию на ЭКО, возглавили итальянки // РАМТ. <<http://amtrf.ru/activities/releases/eko-v-russia.html>>.

¹⁰ Иностранцы массово едут в Россию на лечение // Известия. 7 октября 2016. <<http://izvestia.ru/news/636796>>.

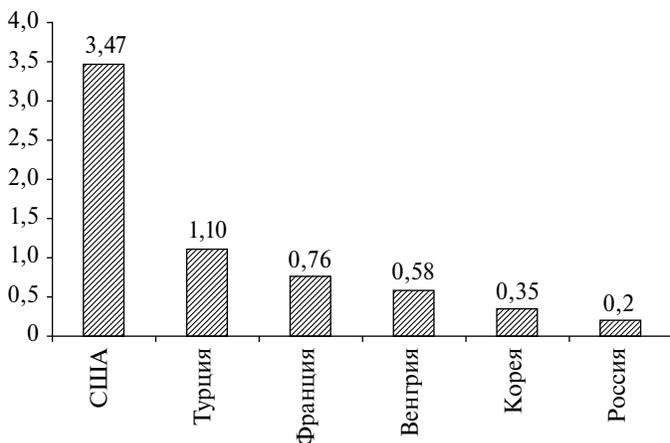


Рис. 3. Страны — лидеры по величине экспорта поездок с медицинскими целями (2014 г.) и положение России (оценка Министерства здравоохранения РФ, 2015 г.), млрд долл.

Источник: <<http://www.intracem.org>> по данным ИТС, UNCTAD, WTO, Eurostat, International Monetary Fund, Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD).

- законодательные и медицинские ограничения в отдельных странах (например, в некоторых странах запрещено проводить операции по экстракорпоральному оплодотворению после 35–40 лет);

- стимулирование международного туризма (например, упрощение визового режима для въезжающих в Россию граждан Китая, Индии, Южной Кореи, республик бывшего СССР). По данным РАМТ, среди лиц, приезжающих в Россию за получением медицинской и оздоровительной помощи, основная часть — из стран СНГ и Прибалтики (что значительно облегчает языковые проблемы)¹¹.

В 2015 г. объем экспорта российских медицинских услуг составил 10 млрд руб. (164 млн долл.), тогда как общий объем мирового рынка медицинского туризма в настоящее время достигает 45,5–72 млрд долл.¹², а рынка оздоровительного туризма — более 560 млрд долл.¹³ (рис. 3).

¹¹ РАМТ относит к международному туризму не только медицинские, но и санаторно-курортные услуги.

¹² <<http://www.patientsbeyondborders.com/medical-tourism-statistics-facts>>.

¹³ <<https://www.globalwellnessinstitute.org/press-room/statistics-and-facts/>>.

В целом, несмотря на то что часть стран СНГ дают поток выездного медицинского туризма для оказания высокотехнологичной медицинской помощи внутри России, преобладание выездного потока сохраняется.

В ходе социологического опроса, в котором участвовали 10 тыс. москвичей, 5 тыс. петербуржцев и 10 тыс. жителей других регионов России, выяснилось, что 0,7% россиян, которым требовались сложные медицинские услуги, выезжали на лечение за рубеж. Также, по данным только официальной статистики, из Москвы до полумиллиона человек в год уезжают лечиться за границу. Расходы российских граждан на получение медицинской помощи за рубежом по различным оценкам составили накопленным итогом более 1 млрд долл. в год.

Вместе с тем наша страна обладает вполне реальным потенциалом для масштабного увеличения экспорта медицинских услуг, конкурентоспособных по цене и качеству. Этому способствуют:

- традиционно сильные российские клинические школы, признанные на глобальном уровне, фундаментальные и прикладные научные исследования: редактирование генома, биоинформатика, прорывные открытия в офтальмологии, ортопедии, космической медицине и др.;

- лидерские позиции в IT (разработка прикладного программного обеспечения мирового класса), наличие опыта в применении технологий Big Data, необходимых для сервисов персонализированной медицины;

- мощная инфраструктура федеральных клинических центров и медицинских университетов;

- низкие цены на медицинские услуги аналогичного качества по сравнению со странами дальнего зарубежья;

- географическое положение и разнообразие природно-климатических условий, часовых поясов Российской Федерации.

Эти конкурентные преимущества России позволяют в перспективе вывести на глобальный рынок индустрии здоровья услуги российских клинических центров, стоматологических клиник, организаций, специализирующихся на медико-информационных услугах.

В качестве стратегических направлений развития экспорта следует выделить медицинские услуги в области нейронаук (neuroscience) в сочетании с образовательными услугами и услугами культуры.

Это большая группа комплексных услуг, востребованная в ближайшем будущем, особенно в Юго-Восточной Азии (в част-

ности, в Китае). Ее компонентами являются диагностическое обследование с прогнозированием и картированием рисков на основе молекулярно-генетических тестов (оценка генома); формирование и реализация персонализированной модели биомедицинского обслуживания, включающего прогноз, профилактику, диагностику, лечение и реабилитацию; последующее дистанционное и очное медико-информационное сопровождение жизненного цикла индивида с набором рекомендаций по реорганизации биологического и социального (профессионального) развития на основе мониторинга персональных данных (в перспективе мониторинга функциональной активности и развития нейронных сетей).

Ведущими поставщиками таких комплексных услуг в настоящее время являются кластеры организаций во главе с ведущими клиническими и научными центрами:

1) трансграничные диагностические услуги: дистанционная интерпретация результатов лучевых методов исследований, патогистологических препаратов;

2) высокотехнологичная хирургия: применение аддитивных технологий для проведения индивидуализированных хирургических вмешательств (прежде всего — реконструктивно-восстановительных на основе виртуальной медицины); развитие дистанционной (трансграничной) робот-ассистированной хирургии;

3) прорывная онкология: развитие иммунотерапии (в том числе апробация экспериментальных препаратов в условиях медицинского кластера);

4) высокотехнологичная реабилитация: применение аддитивных технологий для индивидуализированного протезирования; экзоскелеты; дистанционные (трансграничные) программы восстановительного лечения; использование климатических зон и природных ресурсов для реализации полного спектра оздоровительных и реабилитационных инструментов, лечебного и профилактического питания, санаторно-курортного лечения, занятия различными видами спорта, физического и духовного развития.

Продвижение российских услуг на международном рынке медицинского и оздоровительного туризма требует мер преимущественно институционального характера. При этом анализ мирового опыта показывает, что медицинский туризм в современном высококонкурентном мире надо развивать целенаправленно, реализуя комплексный долгосрочный подход.

Среди элементов, которые содержатся в наиболее успешных программах развития въездного медицинского туризма, можно назвать следующие.

1. Признанный в международных медицинских сообществах уровень качества медицинской помощи. Для этого необходимо признание в международных профессиональных медицинских сообществах по различным направлениям медицинской деятельности. Наряду с этим на качество медицинской помощи влияют владение современной технологией успешного лечения, наличие современного оборудования, полнота цикла оказания медицинской помощи и другие факторы.

2. Доступность и оперативность получения информации об услугах. Необходима доступная понятная информация по всем популярным каналам коммуникаций о порядке получения услуги на языке пациента.

3. Простота и доступность логистики (организация одним звонком, упрощенный порядок получения медицинских виз, инфраструктура транспорта, отелей).

4. Продвижение страны, регионов и клиник среди врачей и пациентов (рекламные кампании, инвестиции в участие специалистов в конференциях, выставках и т.п.).

5. Ценовая конкурентоспособность или уникальность услуги.

6. Меры по безопасности пациента (отбор клиник и помощь в сертификации со стороны государства).

Если последовательно реализовывать имеющиеся резервы, объемы экспорта медицинских услуг и связанных с ними информационных и образовательных услуг способны уже к 2024 г. значительно превысить 3 млрд долл., а к 2035 г. увеличиться до 15 млрд долл. в год.

Прямой эффект от развития экспорта медицинских услуг может, по нашей оценке, обеспечить вклад в экономический рост в размере 0,2 п.п. за период до 2024 г. и 0,7 п.п. до 2035 г. Другие эффекты связаны с ростом предложения медицинских услуг мирового уровня для российских граждан, что позволит им в ряде случаев отказываться от лечения за границей.

4. Креативные индустрии

Креативные индустрии — институционализованные виды деятельности, основанные на индивидуальном креативном потен-

циале, навыках и таланте, и позволяющие создавать материальные блага и рабочие места за счет формирования объектов интеллектуальной собственности и оперирования ею. Классификация креативных индустрий была предложена Британским министерством культуры, СМИ и спорта (DCMS). Существуют и другие известные классификации, например, виды культурных индустрий, охраняемых авторским правом, предложенные ЮНЕСКО и Всемирной организацией интеллектуальной собственности (ВОИС).

Объединяющая ключевые концепции классификация основных креативных индустрий включает следующие сферы.

1. Искусство и культура (фотография, изобразительное искусство, исполнительское искусство, ремесла, литература, культурно-досуговая и выставочная деятельность, аукционы, фестивали).

2. Дизайн и архитектура (архитектура, интерьерный дизайн, графический дизайн, промышленный дизайн, мода, коммуникационный дизайн, интерьерный дизайн, дизайн среды, дизайн товаров).

3. Медиа и коммуникации (издательское дело, реклама, фильмы и видео, звукозапись, СМИ, связи с общественностью).

4. Цифровые технологии (дизайн и проектирование веб-сайтов, дизайн и проектирование программного обеспечения, компьютерное программирование, дизайн приложений, IT-стратегии и планирование).

Данная структура креативных индустрий актуальна для большинства развитых стран. Она представляет сферу креативной экономики как целостность, которую можно выделить из других отраслей экономического производства, при этом сектора тесно связаны между собой. Большинство указанных секторов представляет перспективные и быстро развивающиеся сферы постиндустриальной экономики.

В настоящее время в России наиболее интенсивно развивается экспорт услуг ИКТ. По данным Центрального банка Российской Федерации, с 2005 по 2015 г. его объем утроился, достигнув 4 млрд долл. По оценкам компании РУССОФТ¹⁴, в 2015 г. с учетом продаж через зарубежные представительства российских компаний экспорт составил 6,7 млрд долл. (табл. 2).

Объемы экспорта креативных услуг за последнее десятилетие удвоились. Основной его объем весь этот период обеспечивали

¹⁴ Экспорт российской индустрии разработки программного обеспечения, 13-е ежегодное исследование. РУССОФТ, 2016.

Таблица 2. Объемы российского экспорта креативных индустрий, млрд долл.

	2005	2010	2015
<i>Креативные товары</i>	<i>1,21</i>	<i>1,20</i>	<i>1,57</i>
Художественные промыслы	0,01	0,01	0,02
Аудиовизуальные средства	0,03	0,08	0,12
Дизайн	0,19	0,13	0,48
Новые медиа	0,02	0,07	0,04
Исполнительское искусство	0,00	0,00	0,00
Издательская деятельность	0,87	0,90	0,85
Изобразительное искусство	0,09	0,02	0,07
<i>Креативные услуги</i>	<i>3,38</i>	<i>6,68</i>	<i>6,56</i>
Реклама, исследования рынков и опросы общественного мнения	1,57	2,62	3,25
Архитектурные, инженерные и прочие технические услуги	1,15	3,23	2,65
Исследования и разработки	0,48	0,36	0,32
Персональные, культурные и рекреационные услуги, в том числе	0,19	0,47	0,34
аудиовизуальные услуги и связанные услуги	0,13	0,36	0,13
прочие персональные, культурные и рекреационные услуги	0,06	0,11	0,21
<i>Услуги ИКТ</i>	<i>1,04</i>	<i>2,62</i>	<i>3,97</i>
Креативные индустрии, всего	5,63	10,51	12,10

Источник: UNCTAD.

реклама, маркетинг, архитектурные, инженерные и прочие технические услуги.

Экспорт креативных товаров за тот же период вырос на 44%, в основном за счет продукции дизайна и аудиовизуальных средств. При этом его доля в общем объеме экспорта российских товаров и услуг не росла, в отличие от доли креативных услуг и ИКТ (рис. 4).

Наряду с подготовкой кадров, обладающих компетенциями, необходимыми для работы в креативной экономике, для опережающего развития постиндустриальных секторов и реализации

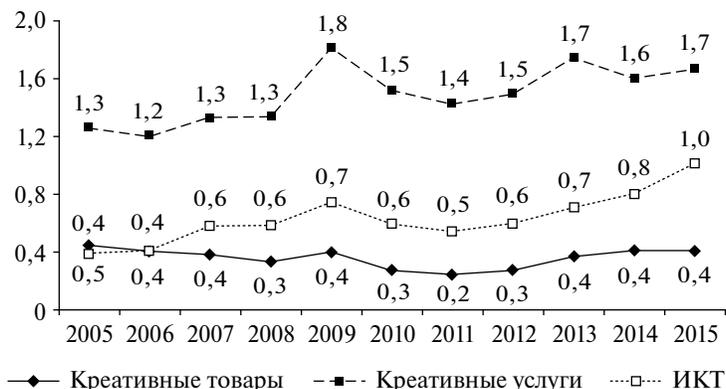


Рис. 4. Доля экспорта креативных индустрий в общем экспорте товаров и услуг, %

Источники: UNCTAD; расчеты авторов.

их экспортных возможностей необходимо радикальное улучшение институциональных условий для такой деятельности.

Общенациональная система поддержки постиндустриального экспорта должна включать следующие направления.

- Комплекс мер поддержки малого и среднего бизнеса, государственная политика по поощрению конкуренции, надежное обеспечение прав собственности, сокращение влияния бюрократических преград на получение лицензий, сертификатов, оформление документов.

- Дальнейшее развитие информационных ресурсов и информационной среды развития внешней торговли. Речь идет не только о государственном портале внешнеэкономической информации Минэкономразвития России, но и о совершенствовании независимых информационных ресурсов в сфере развития внешнеэкономической деятельности в целом.

- Повышение внимания к мониторингу и оценке, а также своевременной коррекции предлагаемых программ и стратегий развития сектора услуг. В связи с этим остро стоит вопрос о накоплении статистической информации, применении четкой методологии для анализа развития сегмента наукоемких услуг в России. Подобный подход должен применяться на системной основе, учитывать зарубежный опыт изучения интеллектуальных услуг для последующего сопоставления качественных и количественных параметров.

- Усиление работы торговых представительств в части продвижения экспорта услуг. Речь идет о разработке регламента деятельности торгпредств по предоставлению услуг российским экспортерам и совершенствовании географического размещения торгпредств, в том числе с учетом интересов поставщиков услуг.

- Улучшение условий доступа на внешние рынки услуг.

- Создание эффективной и транспарентной системы предоставления услуг бизнесу в сфере торговой политики. Эта система должна поддерживать доступную базу данных по ограничительным мерам в отношении российского экспорта услуг, осуществлять проведение обучающих круглых столов, семинаров, конференций по вопросам защиты поставщиков услуг.

- Развитие системы сбора данных об экспортерах услуг России: разработка новых статистических форм и сводной статистики, позволяющей вести учет общего числа экспортеров, их типа и признаков размерности, а также экспортных операций в соответствии с четырьмя способами поставки услуг ГАТС.

- Проведение политики привлечения инвестиций для повышения конкуренции на внутреннем рынке, привлечения финансовых ресурсов и технологий, улучшения качества предоставляемых услуг. Конкурентоспособность сферы услуг в значительной степени зависит от привлечения зарубежного капитала, прежде всего в форме прямых инвестиций (пример — отечественный телеком), так как именно с ними приходят технологии, опыт эффективных методов управления.

- Оказание поддержки отечественным компаниям в приобретении высокотехнологичных зарубежных активов на государственном уровне и активизация международного научно-технического сотрудничества, в том числе за счет совершенствования работы механизма торговых представительств РФ и межправительственных комиссий по торгово-экономическому и научно-техническому сотрудничеству с зарубежными странами.

- Для повышения роли отечественного сектора наукоемких услуг и технологий важно обеспечить более масштабное вовлечение в межотраслевое разделение труда и активное участие в международных кластерных альянсах, специализирующихся на производстве наукоемких технологий, товаров и услуг.

- Совершенствование законодательства РФ для адаптации финансовых инструментов поддержки экспорта (госгарантии, возмещение из федерального бюджета части затрат на уплату процентов по кредитам, полученным в российских кредитных

организациях) и их развития в соответствии с потребностями экспортеров.

• Уточнение определений «работ» и «услуг», предназначенных на экспорт, для целей налогового регулирования. Наиболее рациональным шагом для конкретизации экономической сущности понятия «услуга» представляется составление перечней-классификаторов конкретных сфер и видов деятельности (операций) или результатов (конкретных благ), которые относятся к услугам.

В целом для реализации своего потенциала российским экспортерам услуг необходимо расширять во всех географических направлениях круг поставляемых услуг с их ориентацией на новые и наукоемкие виды, повышать конкурентоспособность традиционных услуг, в том числе транспортных и туристических, и активнее внедряться на перспективные рынки услуг, в частности, путем создания там дочерних компаний и филиалов (так называемое коммерческое присутствие).

Реализация указанных мер будет способствовать расширению экспорта креативных индустрий и увеличению его суммарного объема с 10 млрд долл. в 2016 г. до примерно 45 млрд долл. к 2024 г.

Наиболее традиционные сектора глобально конкурентоспособных креативных индустрий России — культура и рекреационный туризм. В стране имеется немало международно признанных театров, концертных организаций, музеев и других учреждений культуры. В постсоветский период в этой отрасли, в отличие от некоторых других, происходил довольно быстрый количественный рост. Так, число музеев увеличилось более чем в 2 раза, театров — в 1,7 раза. Только за период с 2012 по 2015 г. гастрольная деятельность федеральных театров выросла на 60%. С 2007 по 2015 г. общее число посещений музеев Минкультуры России увеличилось в 1,5 раза, в том числе в Москве — почти в 2,5 раза. Кроме того, в последние полтора десятилетия активно развивались негосударственные музеи. В числе удачных проектов — музей техники Вадима Задорожного, музеи в Переславле-Залесском (утюга, радио, граммофонов и грампластинок, чайников, швейных машин, железнодорожной техники), музей валенок в Кинешме и др. Однако музейная деятельность чрезмерно концентрируется в двух основных центрах: Москве и Санкт-Петербурге, причем эта тенденция усиливается. Если в 2007 г. на эти два города приходилось 32,6% всех посещений музеев Минкультуры России, то в 2015 г. — уже

42,3%. На примере музеев хорошо видны как достижения, так и недоиспользуемые возможности результативного развития рекреационного туризма. Наша страна обладает весьма благоприятными предпосылками для его развития, поскольку входит в десятку стран, возглавляющих список Всемирного наследия.

Однако в период с 2002 по 2015 г. наблюдалась стагнация въездного туристского потока в Российскую Федерацию. Данный поток формируется за счет въездных посетителей, посещающих Россию по туристским визам (из стран с визовым режимом въезда), либо посетителей, декларирующих туризм в качестве основной цели въезда (для стран с безвизовым режимом въезда в Россию). При этом доля прибытий по туристским визам и в туристских целях в общем числе международных прибытий в Российскую Федерацию существенно упала: с 14,0% в 2003 г. до 8,7% в 2015 г.

По-прежнему сохраняется высокая концентрация въездных туристских потоков на ограниченном числе регионов. Неудивительно, что она совпадает с городами концентрации основных туристических объектов (Москва, Санкт-Петербург). Так, в 2015 г. на КСР Москвы и Санкт-Петербурга приходилось 67,3% туристов — граждан из стран вне СНГ и 41,9% туристов — граждан стран СНГ (рис. 5, 6).

Одной из позитивных тенденций в рассматриваемом периоде стало наращивание возможностей по приему туристов коллективными средствами размещения (КСР). С 2002 по 2015 г. число КСР увеличилось на 35,9%, количество номеров и мест в месяц максимального развертывания — соответственно на 27,8 и на 16,8%. Эти данные являются подтверждением происшедшей реструктуризации бизнеса, заключавшейся в дополнении санаторно-курортных организаций и гостиниц «советского типа» и современных гостиничных комплексов, малыми и микрогостиницами как в крупных городах, так и в основных рекреационных дестинациях.

По вкладу туризма в структуру экспортных поступлений Россия далеко отстает от стран ЕЭС, где такой вклад составляет 5–6%.

Ключевые проблемы текущего состояния сферы туризма в Российской Федерации можно сгруппировать по трем следующим направлениям.

1. Неблагоприятная общая среда для совершения туристских поездок.

2. Неудовлетворительное состояние туристской и транспортной инфраструктуры.

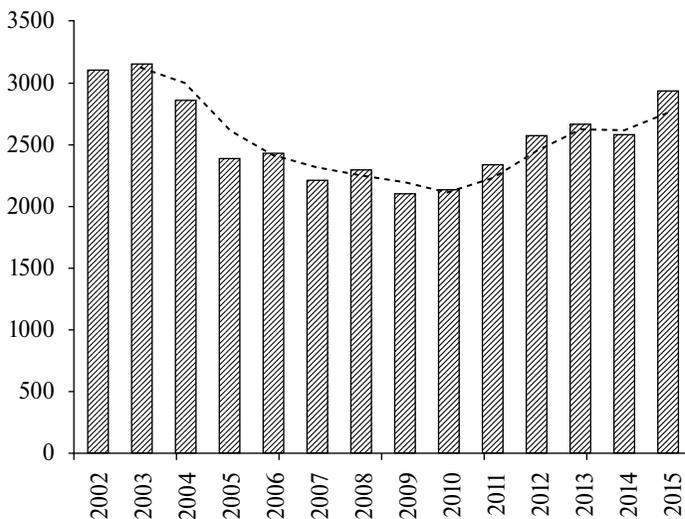


Рис. 5. Динамика въезда в Россию иностранных граждан с целью туризма, тыс. прибытий

Источник: Составлено по данным Пограничной службы ФСБ России.

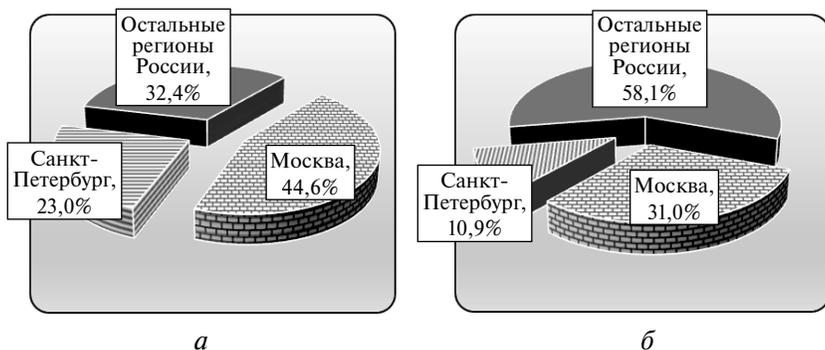


Рис. 6. Туристы — постояльцы КСР из стран вне СНГ (а) и из стран СНГ (б)

Источник: Рассчитано по консолидированным данным формы федерального статистического наблюдения 1-КСР «Сведения о деятельности коллективного средства размещения» (годовая).

3. Низкая эффективность государственного менеджмента туристской сферы на федеральном и региональном уровнях.

Наиболее значимые факторы в разрезе указанных направлений приведены в табл. 3, составленной по результатам опросов менеджеров высшего звена, проведенных аналитической группой Всемирного экономического форума для построения индексов глобальной конкурентоспособности.

Таблица 3. Позиционирование России по отдельным компонентам индекса конкурентоспособности в сфере путешествий и туризма среди 140 стран мира в 2013 г.

Показатель	Место, занимаемое Россией и «соседними» по рейтингу странами
A1. Благожелательное отношение местного населения к туристам	138 (137 — Кувейт; 139 — Венесуэла)
A2. Безопасность и работа правоохранительных органов	129 (128 — Гайана; 130 — Мексика)
A.3. Состояние окружающей среды/экологии	120 (119 — Нигерия; 121 — Болгария)
B1. Уровень развития наземной инфраструктуры воздушного пассажирского транспорта	103 (102 — Мозамбик; 104 — Польша)
B2. Уровень развития и качество автомобильных дорог	134 (133 — Мозамбик; 135 — Украина)
B3. Уровень развития сети наземных видов транспорта (автобусное, железнодорожное сообщение, городской транспорт)	86 (85 — Молдова; 87 — Гватемала)
C1. Приоритетность развития туризма для правительства	124 (123 — Бенин; 125 — Нигерия)
C2. Эффективность маркетинговой и брендинговой политики по привлечению туристов	126 (125 — Казахстан; 127 — Кот-д'Ивуар)
C3. Успешность сочетания развития туризма с политикой устойчивого развития в области окружающей среды	126 (125 — Ливан; 127 — Бурунди)

Источник: Составлено по: The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013. Reducing Barriers to Economic Growth and Job Creation. World Economic Forum, Geneva, 2013.

Результаты социологических опросов свидетельствуют, что сложившийся в советские годы имидж России как страны посещения у большинства иностранных туристов не претерпел серьезных

изменений. Образ России по-прежнему ассоциируется в основном с Кремлем, ограниченным числом исторических достопримечательностей, в основном древними соборами и монастырями, а также в последнее время — с небезопасностью пребывания и плохой экологией.

В ближайшие годы вполне реально добиться более полной реализации потенциала природного и культурного наследия нашей страны для привлечения туристов из-за рубежа. Укажем ряд мер, которые могли бы этому способствовать.

- Создание карты культурного потенциала территорий и объектов культурного наследия, перспективных для развития туризма и культурных событий.

- Обеспечение на перспективных территориях реализации комплексных проектов создания современной культурно-туристской инфраструктуры на основе государственно-частного партнерства.

- Активизация деятельности по номинированию новых объектов наследия в список Всемирного наследия ЮНЕСКО.

- Стимулирование предпринимательской активности местного сообщества в части капитализации культурного наследия и развития туризма, в том числе формирование корпоративных (паевых) экономических ассоциаций, использование льготных арендных ставок, поощрение собственной экономической деятельности объектов культурного наследия по возрождению традиционных промыслов и ремесел.

Благодаря этим и другим мерам доля России в мировом рынке туристических услуг уже к 2024 г. могла бы увеличиться в 2 раза (с 0,6 до 1,3%), а в последующее десятилетие наша страна способна войти в топ-10 туристических стран.

5. Экспорт интеллектуальной собственности

Страны — лидеры международной торговли уделяют самое пристальное внимание экспорту интеллектуальной собственности (ИС), что составляет одно из важнейших направлений постиндустриальной экономики и свидетельствует о высоком уровне конкурентоспособности, а также охране и защите результатов интеллектуальной деятельности за рубежом в качестве системы пре-

вентивных мер, обеспечивающих легитимное проникновение и закрепление на внешних рынках.

В России, несмотря на провозглашение стратегической цели инновационного развития, зарубежное патентование и экспорт ИС на деле еще не стали приоритетами государственной политики. Даже вступление России в ВТО не привело пока к формированию эффективной системы управления ИС, в то время как зарубежные конкуренты и партнеры активно используют рациональные организационно-правовые технологии и особенно патентно-лицензионную экспансию на рынках других стран, включая Россию.

В настоящее время трансфер ИС на глобальные рынки отечественными организациями осуществляется бессистемно. Как результат, лицензионная деятельность в России замкнута главным образом на внутренний рынок. Поступления от экспорта услуг технологического характера в 2015 г. имели всего 6,8% организаций, выполняющих научные и исследовательские разработки (ИР); доля экспорта не превышала 5,8% от общего объема поступлений¹⁵. Несмотря на постоянный рост объемов поступлений от экспорта ИС (в 1,9 раза за 2011–2015 гг.), доля России составляет лишь 0,2%¹⁶ от общемирового потока экспортных трансакций по ИС.

Для повышения экспортного потенциала услуг, связанных с ИС, необходимо формирование системной поддержки выхода российских организаций и компаний на зарубежные рынки знаний и технологий, в том числе за счет:

- разработки программы и дорожной карты развития экспорта ИС;
- разработки норм, регламентирующих обеспечение поддержки охраны результатов интеллектуальной деятельности (РИД) за рубежом и экспорта ИС льготными механизмами таможенного регулирования и налогообложения;
- создания и развития системы специальных фондов для содействия патентованию за рубежом и экспорта технологий в регионах страны;
- создания налоговых стимулов для притока иностранного капитала в сектор ИР;

¹⁵ По данным инвентаризационного обследования организаций, выполняющих ИР, проведенного НИУ ВШЭ в 2015 г.

¹⁶ По данным Всемирного банка. <<http://data.worldbank.org/indicator/BX.GSR.ROYL.CD>>.

- организационного развития национальной системы ИС, включая ее инфраструктуру;
- развития специфических форм финансирования (венчурного, конкурсного, льготного кредитования, лизинговых операций, микрофинансирования); создания системы страхования рисков; обеспечения гарантиями для получения кредитов под операционную деятельность, снижения стоимости услуг гарантийных фондов;
- расширения в регионах страны сети консалтинговых компаний, предоставляющих услуги в вопросах охраны ИС за рубежом, выхода организаций на зарубежные рынки знаний и технологий;
- совершенствования системы профессиональной подготовки и переподготовки специалистов в области ИС (с учетом зарубежного права);
- создания системы статистического мониторинга развития рынка, трансфера и использования ИС.

Приложение

Российский креативный экспорт: истории успеха

Индустрия развлечений. Мультсериал «Маша и Медведь»

Российский детский мультипликационный сериал «Маша и Медведь» (2009 г.) в формате 3D от студии «Анимаккорд» является ярким примером успешной международной экспансии российской мультипликации. Мультсериал переведен на 25 языков и транслируется в более чем 120 странах мира, в том числе в Германии, Италии, США, Канаде, Индонезии, Латинской Америке, ОАЭ.

В 2015 г. студия «Анимаккорд» получила награду за лучший анимационный сериал на саммите детского развлекательного телевидения Kidscreen в Майами. В 2016 г. создателем мультсериала вручили российскую награду Ассоциации продюсеров кино и телевидения за лучшие отечественные телевизионные фильмы, сериалы и мультсериалы, вышедшие в эфир в 2015 г. В Италии мультсериал даже вошел в топ-10 фильмов рождественского проката.

Таблица 4. Самые популярные российские мультфильмы

	Целевая аудитория, лет	Подписчики канала, млн	Количество просмотров, млрд	Запросы за мес., млн
Маша и Медведь	2–6	5	6,3	3,5
Фиксики	3–9	1,6	2,1	2,6
Лунтик	2–5	1,4	3,8	1,7
Смешарики	3–12	1	1,6	1,8

Источники: YouTube; Yandex.

Причина феномена «Маши и Медведя» кроется в том, во-первых, что простой сюжет мультсериала с короткими диалогами между героями понятен детям в возрасте 2–6 лет вне зависимости от национальности и культуры. Главные герои мультсериала — Маша и Медведь — продолжают архетипические отношения героев практически одноименной русской сказки («Маша и три медведя»), однако отображаемая реальность (современная техни-

ка, транспорт и т.д.), а также поведение девочки находится в полном соответствии с поведением современного ребенка. Во-вторых, каждая серия длится не более 7 минут, вследствие чего дети не устают. В-третьих, это присутствие элементов гэговости — нелепых и смешных ситуаций, понятных широкой аудитории. Следует сказать, что мультфильм также изначально создавался с достаточно высоким производственным бюджетом в целях получения высококачественного продукта.

Необходимо отметить, что основной источник дохода студии «Анимаккорд», как и международных лидеров этой отрасли (например, компании Disney, Marvel), — это продажа лицензий (около 60% выручки, по данным «Анимаккорд»). Продажа прав на показ мультипликационных серий и рекламные отчисления (т.е. контент) приносит остальные 40% доходов студии. При этом экспортные продажи как лицензий, так и контента генерируют до 40% всей выручки компании.

Программное обеспечение. Антивирусные программы «Лаборатории Касперского»

Принято считать, что в ИТ-секторе РФ представлена достаточно слабо, а технологичных компаний, которые смогли бы конкурировать с мировыми лидерами, не существует. Однако отечественная софтверная компания «Лаборатория Касперского» (1997 г.), которая входит в топ-4 производителей антивирусного ПО в мире, разрушает давно сложившийся стереотип (доля на мировом рынке — 7,9%, по данным IDC).

На данный момент «Лаборатория Касперского», фокусирующаяся, как уже говорилось, на решениях информационной безопасности, — это международная компания, продающая свои ИТ-продукты и сервисы почти в 200 странах и регионах мира. Ключевой внешний рынок — это континентальная Европа (рыночная доля свыше 40%, по данным аналитических агентств). Два других значимых макрорынка — регион ЕЕМЕА (страны Восточной Европы, Ближнего Востока и Африки), где компания занимает около 30%, а также страны Северной и Южной Америки (рыночная доля — свыше 20%). При этом, по данным самого игрока, его рыночная доля на российском рынке составляет около 50%.

Передовое решение «Антивирус Касперского» — по мнению экспертов, признанный лидер в технологиях информационной безопасности. Исключительные надежность и качество програм-

мы подтверждаются многочисленными наградами и сертификатами российских и зарубежных ИТ-ассоциаций и объединений, а также независимых тестовых ИТ-лабораторий. В настоящее время «Лаборатория Касперского» разрабатывает широкий спектр программных продуктов для обеспечения информационной безопасности как физлиц, так и корпоративного сектора: антивирусные программы, системы контроля целостности информации и комплексы защиты от внешних кибератак.

Необходимо также отметить, что многие функциональные особенности большинства современных антивирусных программ были разработаны именно в «Лаборатории Касперского». По данным компании, на текущий момент ею получено уже свыше 300 патентов на собственные изобретения. Важно, что ряд зарубежных производителей используют в своих продуктах разработки именно «Лаборатории Касперского». Кроме того, в «Лаборатории Касперского» функционирует глобальный центр исследований и анализа угроз. Это команда из высококвалифицированных ИТ-специалистов, работающих по всему миру и занимающихся изучением киберугроз и поиском способов противодействия им.

Что касается генерации доходов софтверной компанией, то их сокращение наблюдалось впервые за 18 лет в 2015 г. (см. рис. 7). По итогам года валютная выручка по МСФО составила 619 млн

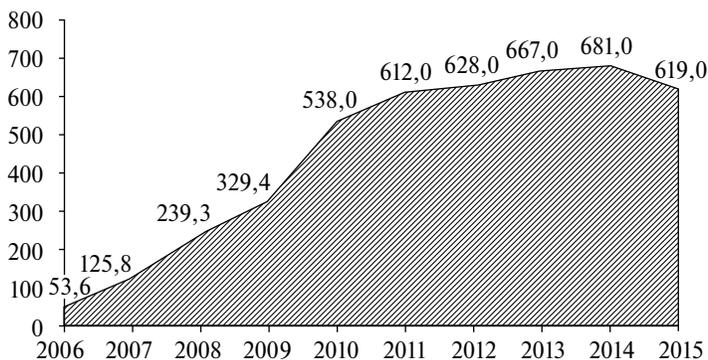


Рис. 7. Динамика выручки компании «Лаборатория Касперского», млн долл.

Источник: Данные компании «Лаборатория Касперского».

Примечание. С 2015 г. «Лаборатория Касперского» перешла на МСФО и пересчитала выручку за предыдущие годы.

долл., что на 9% ниже аналогичного показателя 2014 г. Основная причина — девальвация мировых валют, в частности евро, рубля, и бразильского реала по отношению к доллару. Однако в национальных валютах, по оценкам самой компании, прирост выручки компании составил примерно 13%. При этом аналогичная ситуация наблюдается в показателях компаний-конкурентов (например, Symantec). На ближайшие годы потенциал роста компании видится в развитии решений по кибербезопасности для бизнеса и промышленных объектов, а также решений для мобильных устройств.

Социальные сети. Видеосервис Soub

В 2012 г. был запущен российский сервис Soub, где можно на заикленные короткие (до 10 сек.) видеоролики накладывать музыкальное сопровождение — так называемые коубы. Видеоконтент на сервис можно как загружать из памяти персонального компьютера или смартфона, так и импортировать с других веб-ресурсов, например, с таких популярных видеохостингов, как YouTube и Vimeo. Также разработаны специальные приложения для мобильных устройств на базе операционных систем iOS и Android. Важно, что созданному при помощи Soub уникальному контенту можно найти различное применение — можно показывать трехмерные объекты (для интернет-магазинов), создавать «живые» фотографии (для физлиц), формировать тексты из видеоцитат (для СМИ) и др.

Следует отметить, что на год позже, в 2013 г., был запущен аналогичный ресурс микровидео — Vine от Twitter, однако спустя три года был закрыт, что, вероятно, связано как с общими проблемами, которые в последнее время испытывает Twitter (перманентные убытки), так и с сильной конкуренцией со стороны Instagram, который теперь принадлежит сети Facebook, российского аналогичного сервиса Soub и американского фото- и видеохостинга Snapchat.

Изначально технологичный продукт был ориентирован на зарубежную (преимущественно американскую) аудиторию, однако в РФ, которая стала своеобразным тестовым полигоном, сервис также оказался достаточно популярен. Так, по данным Starcom Mediavest Group, 64% трафика Soub обеспечивает российская аудитория, 27% приходится на страны СНГ, 8% — на США и ЕС.

По данным стартапа, в декабре 2013 г. общее количество пользователей сервиса Soub составило 28 млн, в феврале 2014 г. с учетом начала экспансии в США посещаемость выросла до 45 млн

уникальных посетителей, которые смотрели в месяц по 320 млн коубов. У сообщества Soub почти 1 млн подписчиков «ВКонтакте» и более 24 тыс. в Facebook.

В 2016 г. после закрытия Vine сервис Soub запустил удобный инструмент для переноса всех аккаунтов вместе с видео, лайками и подписчиками на свои серверы, что позволит существенно увеличить аудиторию (в 2015 г. количество подписчиков Vine составляло около 200 млн активных пользователей по всему миру, а видеоролики (около 40 млн), просматривались более 1 млрд раз в день).

Основной способ монетизации сервиса Soub — это публикация рекламы на сервисе, стандартный способ для подобных проектов. В частности, рекламодателям могут быть доступны следующие форматы:

- специализированные брендируемые каналы с возможностью продвижения рекламного видео, где пользователи смогут создавать коубы из предложенного видеоматериала или тематические подборки;
- размещение баннерной рекламы и вирусное продвижение видео с помощью функционала сервиса Soub.

Также в дальнейшем возможно получение доходов от внедрения новых B2B-возможностей (например, аналогичных Facebook) до платных пользователей для пользователей-физлиц.

Российская мода. Бренд Gosha Rubchinskiy

По мнению модных экспертов, Гоша Рубчинский с одноименным брендом одежды и аксессуаров Gosha Rubchinskiy (2008 г.) в настоящее время является одним из самых популярных российских дизайнеров в мире. Кроме того, в 2016 г. дизайнер вошел в список 500 самых влиятельных людей мира моды, по мнению авторитетного модного ресурса Business of Fashion. Также Рубчинский принимает участие в съемках для популярных брендов спортивной и уличной одежды в качестве стилиста (Opening Ceremony, Nike, Topman и др.).

Первоначально модный бренд Gosha Rubchinskiy был ориентирован на внутренний рынок, однако на данный момент ключевыми стали именно зарубежные направления. Это связано прежде всего с выбранной брендом стилистикой, базирующейся на советском и постсоветском прошлом страны, и ростом интереса к России на фоне изменения геополитической ситуации в мире. На

локальном рынке Gosha Rubchinskiy — это в большей степени нишевая модная марка одежды.

Ключевым моментом для развития модного бренда стал контракт с новаторской японско-французской компанией *Comme des Garçons*, отличающейся «интеллектуальной», или «антимодной» эстетикой (2010 г.). *Comme des Garçons* оказала помощь в пошиве, а также реализации коллекции Gosha Rubchinskiy посредством собственных модных универмагов («маркетов»). Это позволило еще в 2010 г. начать продажи русского бренда в культовом магазине *Dover Street Market* в Лондоне. Сегодня, по данным компании, точки продаж Gosha Rubchinskiy есть в западной Европе, США, Китае.

Интерес к бренду также поддерживает правильно выбранная пиар-стратегия. Формат показов отличается от принятых стандартов в модной индустрии — не привлекаются профессиональные модели, используются неформатные места для модных шоу (показы в полуразрушенном здании, гимнастическом зале) и т.д. Также интерес к марке поддерживается такими имиджевыми решениями, как интервью с «ребятами со двора»; тематическими фотоальбомами, выпущенными ограниченным тиражом; участием в различных современных выставках и арт-проектах.

Данные о продажах брендовой одежды не публикуются. Однако необходимо отметить, что ценовая политика бренда Gosha Rubchinskiy не отличается особой демократичностью. На данный момент свитер стоит порядка 40 тыс. руб., джинсы и брюки — 15 тыс. руб., футболки — 5 тыс. руб.

Индустриальный дизайн. Компания SmirnovDesign

SmirnovDesign (1994 г.) — одна из самых опытных российских компаний, работающих в области индустриального дизайна, и первой стала предоставлять полный спектр услуг для вывода продукта на рынок (от брендинга и исследований до прототипирования и, собственно, производства продукции).

SmirnovDesign является одной из лидирующих компаний на российском рынке промышленного дизайна. Кроме того, по оценкам экспертов, *SmirnovDesign* является крупнейшим экспортером креативных идей в РФ в сфере промышленного дизайна. На данный момент в портфолио компании более 200 успешных проектов в области промышленного дизайна, в том числе заказы для иностранных компаний, ищущих преимущественно кастомизации на

российском рынке, например, таких как Samsung, Bombardier, LG, Siemens, Akai.

В 2006 г. SmirnovDesign заключила партнерство с одним из лидеров мирового дизайна DesignContinuum, что позволило российской компании выйти на новый качественный уровень (мировое качество новых изделий, высокая скорость продвижения на рынок и др.).

С 2012 г. компания стала официальным партнером Сколково в области разработки промышленного дизайна в РФ. В этом же году компания приняла участие в конкурсе Google Lunar X PRIZE.

Новаторский подход к решению задач позволил SmirnovDesign занять первые позиции в значимых международных конкурсах. При этом все технологичные решения, которые были представлены на конкурсах, полностью разработаны и произведены в РФ. Так, два года подряд компания получала самую престижную премию в области промышленного дизайна Red Dot Design Award (Германия) за медицинские устройства:

- в 2013 г. за универсальную одноразовую иммобилизационную шину Vimedico, которая благодаря запатентованной конструкции легко трансформируется, подгоняется и надежно закрепляется в необходимом положении;
- в 2014 г. за устройство Divider Vimidico, позволяющее решать проблему спутывания проводов кардиографа. Конструкция изделия позволяет разместить его как на новых изделиях, так и на уже работающих аппаратах.

В 2017 г. SmirnovDesign была удостоена премии ISPO AWARD (Германия) — ведущая международная бизнес-площадка для всего спортивного бизнеса — за спортивное устройство.

Необходимо также отметить, что бывшими сотрудниками этой компании созданы собственные активно развивающиеся студии индустриального дизайна — Art-up, Manworksdesign, Lumiknows, objectlab.

Научное издание

**Российский постиндустриальный экспорт:
вызовы и перспективы**

Доклад НИУ ВШЭ

Подписано в печать 07.04.2017. Формат 60×88 1/16
Гарнитура Newton. Усл. печ. л. 2,7. Уч.-изд. л. 2,1
Тираж 500 экз. Изд. № 2109. Заказ №

Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»
101000, Москва, ул. Мясницкая, 20
Тел.: (495) 772-95-90 доб. 15285

