

Петербургский международный экономический форум — 2019

ПАРТНЕРЫ ПРОЕКТА



MARS

Реклама

18+

ТЕНДЕНЦИИ | Как ответственные инвестиции становятся общемировой практикой

*Отечественные предприятия переходят на эффективные **ТЕХНОЛОГИИ**, а потребители формируют запрос на решение **ЭКОЛОГИЧЕСКИХ** проблем. Инвесторы за изменениями настроений **ОБЩЕСТВА** пока не поспевают.*

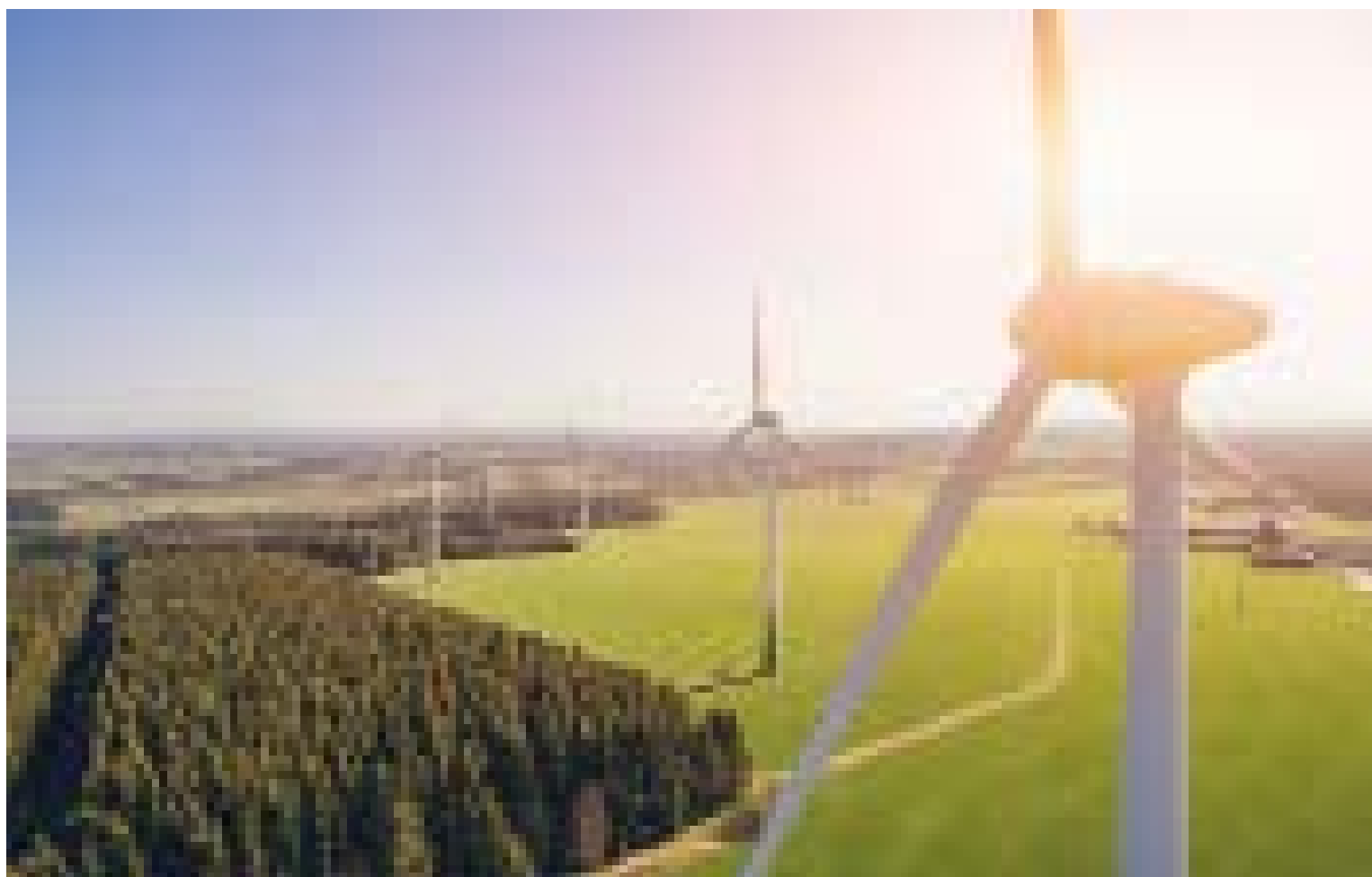


Фото: ??????????????

Зеленая экономика проросла в России

ВЛАДИМИР ПАНЬКОВ

меваются экономическая деятельность, которая повышает благосостояние людей и обеспечивает устойчивое развитие, но при этом существенно снижает риски для окружающей среды и обеднения ресурсов.

К 2030 году, по прогнозу FTSE Russell, при условии сохранения нынешнего курса на устойчивое развитие, зеленая экономика должна вырасти до 10% валового мирового продукта.

Понимание масштабов задач устойчивого развития, а также развивающееся национальное и международное регулирование становятся стимулами стремительного развития более чистых, в первую очередь низкоуглеродных, технологий во многих отраслях, говорит старший менеджер Ernst & Young (EY) Сергей Дайман: «Трансформация экономики в мире и России требует огромных объемов инвестиций и займет, по крайней мере, половину века — но оно того стоит. Снижение негативного воздействия загрязнения на здоровье и окружающую среду способно существенно уменьшить нагрузку на экономику, тем самым высвобождая и ресурсы для роста».

ПОВЫШЕННАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Инвесторы все чаще смотрят на компании — объекты инвестиций с учетом экологических, социальных рисков и практик корпоративного управления, то есть переходят к ответственному инвестированию (ESG-инвестиции: environmental, social and governance), подчеркивает

В мире инвестиции в зеленую экономику растут, а акции компаний, учитывающих экологические риски, показывают более устойчивый рост и стабильность.

Согласно ежегодному отчету британской аналитической компании FTSE Russell за 2018 год, зеленая экономика выросла до \$4 трлн, или 6% объема всей глобальной экономики, и таким образом сравнялась с сектором добычи полезных ископаемых. Под зеленой экономикой подразу-

Тенденции

← 1 Сергей Дайман. Основным фактором здесь являются не столько этические позиции, сколько значимость экологических и социальных рисков для бизнеса и, следовательно, возврата инвестиций.

Объем активов, в управлении которыми учитываются ESG-критерии, ежегодно растет. В 2018 году он составлял, по данным Глобального альянса устойчивых инвестиций (GSIA), \$30,7 трлн, увеличившись с 2016 года на 34%.

По данным глобального исследования EY за 2018 год, 97% опрошенных инвесторов проводят оценку нефинансовых показателей, включая экологические риски. Всего за три года с первого такого исследования количество инвесторов, проводящих оценку нефинансовых показателей, выросло с 52 до 97%. В опросе принимали участие инвесторы разных масштабов, с активами от менее \$1 млрд до более \$50 млрд из всех регионов мира. Таким образом, ответственные инвестиции — уже не нишевый или региональный тренд, а общепринятая практика.

Исследование, проведенное в 2015 году в Германии (Friede G., Busch T. & Bassen A. ESG and financial performance), подтверждает, что акции компаний, доказывающих свою ответственность, показывают более высокий рост и стабильность. Анализ показал, что положительная корреляция критериев ESG с финансовыми результатами выявлена почти в 63% метаисследований и 48% исследований, основанных на опросе экспертов. Важно, что развивающиеся рынки, к которым относят Россию, показали взаимосвязь экологических и социальных показателей с финансовыми значительно более высокую, чем на развитых рынках.

Востребованность зеленой экономики пришла в Россию вместе с западными компаниями, которые давно интегрировали устойчивое развитие в бизнес-стратегии, где экологический аспект является важнейшим критерием в оценке эффективности, отмечает директор по устойчивому развитию «Сибур» Максим Ремчуков. В первую очередь зеленые технологии актуальны в производственной сфере, и российский бизнес стремится применять лучшие мировые практики. В числе приоритетных направлений — снижение углеродного следа компании и развитие технологий замкнутого цикла, когда отходы рассматриваются как ценный ресурс и вновь используются в производстве. Такая политика напрямую влияет на инвестиционную привлекательность компании в долгосрочной перспективе, подчеркивает Максим Ремчуков: «Она определяет положение компаний в международных экологических рейтингах, таких как ESG, на которые ори-

ентируются зарубежные инвесторы».

Сегодня российские инвесторы также оценивают экологические и социальные риски инвестиций в крупные проекты, но, возможно, не всегда в достаточной мере серьезно воспринимают их или не успевают за растущим экологическим сознанием общества, считает Сергей Дайман. Тем не менее некоторые российские финансовые организации осознанно выбирают стратегии ответственного инвестирования как наименее рискованные и наиболее прибыльные и присоединяются к инициативе «Принципов ответственного инвестирования» в 2005 году.

В отдельных отраслях Россия является одним из мировых лидеров во внедрении зеленых, более экологически безопасных технологий, говорят эксперты, — например, в гидро- и атомной энергетике, централизованном отоплении, городском общественном и железнодорожном транспорте. В других отраслях тоже есть заметные по масштабам проекты и по мере развития технологий их доля может расти, отмечает Сергей Дайман: «Среди таких отраслей, например, возобновляемые источники энергии в изолированных районах, производство горячебрикетированного железа, биологическое выщелачивание золота».

Но перспективны, по его словам, не только традиционные для России ресурсные отрасли: одним из факторов развития экономики без роста загрязнения окружающей среды выступает сектор услуг, в первую очередь цифровые решения, позволяющие оптимизировать использование ресурсов, обойтись без поездок, физических копий.

В России достаточно проблемных зон в области накопленного загрязнения, негативного воздействия в крупных промышленных агломерациях, загрязнения рек, обращения с опасными и коммунальными отходами. Инвестиции предприятий и регионов в решение этих проблем значительны — только прямые инвестиции, учтенные в национальной статистике, в 2018 году составили 158 млрд руб.

В будущем они должны существенно вырасти. Бюджет национального проекта «Экология», в частности, подразумевает ежегодные инвестиции в среднем около 800 млрд руб., или 4–5% от всего объема инвестиций в основной капитал в России. По оценке EY, для повышения энергоэффективности и обеспечения снижения выбросов вредных веществ и парниковых газов в энергетике, промышленности и ЖКХ в ближайшие годы потребуются порядка 1,3 трлн руб. ежегодно.



Фото: Shutterstock

ДЕНЬГИ И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Нехватка инвестиций является ключевой проблемой формирования зеленой экономики не только в России, но и в Европе. Согласно плану действий по финансированию устойчивого развития, принятому Еврокомиссией в марте 2018 года, существующие объемы инвестиций недостаточны для поддержки экологически чистой и социально устойчивой экономической системы Европы. Недостаток инвестиций в инфраструктуру транспорта, энергетики, водоснабжения и водоотведения составляет ежегодно €270 млрд — при текущем объеме инвестиций на уровне €258 млрд, приводит оценку Европейский инвестиционный банк. По расчетам Еврокомиссии, ЕС требуется порядка €180 млрд только на выполнение обязательств по сокращению выбросов парниковых газов в рамках развития зеленой экономики.

Однако, как считает исполнительный директор ассоциации «Лига переработчиков макулатуры» Алексей Сергеев, в Европе требования, предъявляемые к производителям товаров, являются своего рода стимулом для инвестирования в зеленую экономику: «Помимо того что компании выбирают быть «зелеными», их активно подталкивают быть таковыми». В этом, по словам эксперта, суть поведенческой экономики, согласно которой правильное решение людям и компаниям нельзя навязывать, но нужно предлагать таким образом, чтобы они пришли к нему сами. Автор исследований в области поведенческой экономики Ричард Талер (автор теории «подталкивания») в 2017 году стал лауреатом Нобелевской премии по экономике.

Например, согласно закону об упаковке, принятому в Германии в этом году, продажа товара или упаковки без договора с Дуальной системой (координирующей утилизацию) и регистрации в специализированном упаковочном реестре влечет штраф до €200 тыс. за каждый случай нарушения. Кроме этого предусмотрены взыскание незаконно заработанной прибыли

и запрет на продажу товара. Отсутствие декларации об объемах упаковки влечет штраф €100 тыс.

В России ответственность за невыполнение обязательств по расширенной ответственности производителя влечет штраф €100 тыс. В Европе, по мнению, и запрос на экологическую ответственность самих потребителей.

НОВОЕ СОЗНАНИЕ

Сознание людей быстро меняется, говорит координатор проекта «Токсическая программа» «Гринпис России» Дмитрий Нестеров. Согласно результатам опроса, проведенного в 2018 году Левада-центром по запросу «Гринпис», каждый второй россиянин связывает проблему растущих свалок с большим количеством одноразовой пластиковой упаковки, при этом почти треть россиян (29%) готовы перестать ее использовать, если появится альтернатива. Более того, 27,6% опрошенных уже используют многоразовые пакеты и сумки, а каждый шестой (16,6%) в принципе отказался от использования одноразовой упаковки.

Глобальное исследование американской Nielsen в 2018 году, охватившее и Россию, также подтверждает значимость экологических факторов в потребительском поведении наших сограждан. Так, 57% опрошенных россиян заявили, что для них «чрезвычайно» или «очень важно», чтобы компания осуществляла программы по защите окружающей среды. Особенно обеспокоенным проблемами окружающей среды и важностью перехода на органические продукты среди участников исследования оказалось поколение Z (15–20 лет). При этом почти две трети россиян (62%) готовы изменить свое потребительское поведение, если оно будет нанесено меньше вреда окружающей среде. ■

↑ Неотъемлемый элемент комплекса экологических мер — постоянный мониторинг состояния окружающей среды

Инструменты

Прибыль на устойчивой основе

Снижение энергопотребления и отходов, оптимизация производственных цепочек согласно высоким экологическим и социальным стандартам превращаются для компаний из строки расходов в источник долгосрочной прибыли.

АЛЕКСАНДР КОЧЕТОВ

Согласно принятой программе преобразований ООН в области устойчивого развития до 2030 года, общество, правительства и бизнес должны работать над выполнением 17 целей, среди которых ликвидация нищеты, сохранение ресурсов планеты, а также обеспечение благополучия населения. При этом партнерство между перечисленными институтами является одним из ключевых факторов успеха. В чем здесь интерес бизнеса? Предпринимателям работа в области устойчивого развития позволяет «трансформировать вызовы в возможности для повышения конкурентоспособности и более выгодного позиционирования», отмечают эксперты KPMG.

«От климатических изменений до проблем бедности — мир сталкивается с широким спектром проблем, требующих решения. Настало время найти подход к совместному поиску этих решений», — считает президент Mars в России Валерий Шапов. Около ста стран уже переходят на рациональные модели потребления и производства, говорит и.о. директора российского офиса ФАО (продовольственная и сельскохозяйственная организация ООН) Агаси Арутюнян. Эксперт отмечает актуальность таких глобальных проблем, как более чем втрое меньшие шансы у молодежи найти работу, чем у взрослого населения, недоступность электричества почти для миллиарда человек и 821 млн голодающих на планете.

АКТУАЛЬНОСТЬ ДЛЯ РОССИИ

На первый план выходит проблема расслоения общества по доходам. Это особенно заметно в сравнении потребительских корзин. «Энергетическая ценность ежедневного рациона малоимущих в 2017 году была на треть ниже богатых слоев населения», — говорит партнер Ernst & Young (EY) Артем Ларин. В EY приводятся данные со ссылкой на Росстат, что в рационе питания малообеспеченных слоев населения свежие овощи, фрукты, рыба и мясо замещены картофелем, макаронами и хлебом. Проблема голода «в основных чертах решена» в России, успокаивает Агаси Арутюнян. «В России

на повестку дня вышли такие аспекты продовольственной безопасности, как устойчивое развитие и качество питания», — отмечает он.

В правительстве РФ всемирной программе ООН уделяют особое внимание. Так, в марте 2019 года глава Аналитического центра при правительстве РФ Владислав Ошоненко заявил о работе над «добровольным национальным обзором достижения целей устойчивого развития», в который должны войти отчеты по всем 17 направлениям.

В российском офисе ФАО поясняют, что наибольшее внимание корпорации в РФ уделяют климатическим целям (63% респондентов), сформировать вызовы в ответственного потребления и производства (51%). Агаси Арутюнян отмечает, что инвестиции из высокоуглеродных отраслей перетекают в низкоуглеродные, что «меняет структуру баланса потребления энергоресурсов».

БИЗНЕС ВКЛЮЧИЛСЯ В РАБОТУ

В Российском союзе промышленников и предпринимателей (РСПП) в апреле 2019 года насчитали 314 отчетов компаний в области устойчивого развития, в том числе производителей продуктов питания. Последние активно участвуют в глобальных проектах. В EY указывают на такие меры, как раздача еды нуждающимся, лекции о пользе здорового питания и производство доступных для населения продуктов. Агаси Арутюнян приводит пример из другой отрасли. ЮНИДО (организация ООН по промышленному развитию) и ПАО «РусГидро» анализировали территории в Волжском регионе в связи с неконтролируемым стоком и застройкой. На основе «эталонных участков с нетронутой экосистемой» было проведено восстановление земель, после чего методику взяли на вооружение в Минприроды РФ в рамках проекта по восстановлению биоразнообразия Волги.

В отчете EY упоминается опыт компании Procter & Gamble, которая вместе с общественной организацией «Детские деревни-SOS» помогает сиротам. А Coca-Cola последние три года реализует программу раздельного сбора мусора в восьми городах РФ.

При этом популярность программ в бизнесе объясняется и вполне прагматично.

Валерий Шапов ссылается на исследование Калифорнийского университета в Беркли, по которому девять из десяти человек моложе 20 лет склонны выбирать бренды социальных ответственных производителей. В EY добавляют, что охрана окружающей среды оказывает «положительное влияние на финансовые результаты» — например, если речь идет о повышении энергоэффективности.

Mars реализует собственную глобальную программу «Устойчивость через поколение». Утвержденная в 2017 году, программа работает в трех направлениях — «Здоровая планета», «Процветание людей», «Всеобщее благополучие». По словам Эллисон Парк, вице-президента Mars, Incorporated, в течение трех лет компания намерена вложить \$1 млрд в реализацию программы, направляя их в том числе на проекты в области возобновляемой энергии, защиты прав человека, на трансформацию цепочек поставок (какао, мяты и риса) и поиск нового поколения ингридиентов. Российский регион «вносит существенный вклад в достижение глобальных целей», добавляет Валерий Шапов.

Так, за несколько лет Mars удалось добиться нулевого показателя по утилизации отходов на полигонах на всех десяти производственных площадках в России, как и на всех фабриках компании в мире. Из года в год сокращается потребление электроэнергии и воды. На фабрике в Петербурге были построены очистные сооружения, позволяющие очищать ливнево-дренажные воды до состояния, пригодного для использования в технических нуждах.

Это сотрудничество с ГУП «Водоканал» стало примером для многих предпринимателей и дало толчок строительству новых очистных сооружений в городе. В 2016 году Wrigley Company Foundation совместно со Стоматологической ассоциацией России была запущена программа «Детские улыбки России», направленная на профилактику стоматологических заболеваний у детей из незащищенных групп населения. Проект запущен в девяти регионах; в его реализацию инвестировано более 10 млн руб. Примером совместной работы бизнеса, муниципальных органов власти и горожан стал проект в Ростове-на-Дону «Город для тех, кто делает нас лучше». Было построено шесть площадок для выгула собак, места для которых выбрали на городском онлайн-голосовании. В ФАО отмечают, что в области реализации целей устойчивого развития государство сегодня «не может оказывать прямое регулирующее воздействие», поскольку отсутствуют федеральные нормативные документы и «сильная межведомственная и внутриведомственная координация». Создание соответствующего регулирования и условий, необходимых для реализации программ локального бизнеса, способно ускорить достижение поставленных целей. «По сути, цели устойчивого развития — это и рецелп, и «дорожная карта» для выживания человечества», — считает Агаси Арутюнян. «Бизнес и правительственные институты находятся в этом обществе не первый десяток лет. Сейчас мы стали чувствовать реальный запрос от потребителей. И чем он молоче, тем сильнее тренд. Это доказывает, что, добиваясь достижения глобальных целей сегодня, мы работаем на наше будущее», — добавляет Валерий Шапов. ■

7 ключевых видов социальной ответственности с точки зрения российского потребителя*

ВИД	РОССИЯ	МИР
Обеспечение хорошими рабочими местами	61	48
Производство товаров и услуг хорошего качества	45	41
Справедливые цены на продукты и услуги	41	27
Защита здоровья сотрудников и безопасное производство	40	37
Участие в социальных программах	23	9
Забота об окружающей среде	20	37
Честные налоговые выплаты	12	19

* Доля тех, кто указал данные виды в качестве трех самых важных.

Источники: GfK, «Глобальные тренды и российский потребитель 2017»

314

отчетов в области устойчивого развития подготовлено компаниями к апрелю 2019 года, по данным Российского союза промышленников и предпринимателей

Социальное предпринимательство

Добрый бизнес

Предприниматели, участвующие в СОЦИАЛЬНЫХ проектах, нуждаются в поддержке и четких ПРАВИЛАХ игры.

ВЛАДИМИР МИРОНОВ

Участие бизнеса в проектах, связанных с решением социальных задач, может осуществляться как через институт социального предпринимательства, так и за счет привлечения в государственные и муниципальные социальные проекты частных инвесторов и партнеров. Оба направления в последнее время набирают популярность в России, но в обоих случаях существует ряд проблем. В первую очередь это отсутствие внятного законодательства, регулирующего взаимосвязи предпринимательских интересов и социальных функций государства и общества, говорят опрошенные РБК+ эксперты. «Заинтересованность частного бизнеса в проектах социальной направленности в последнее время заметно выросла. Но для развития этой сферы необходимо законодательное оформление понятия и критериев социального предпринимательства и социальных инвестиций, отработка механизмов гарантийного и концессионного участия государства в таких проектах», — говорит президент аналитического агентства «Бизнесдром» Арсений Поярков.

И СЕБЕ, И ЛЮДЯМ

Социальное предпринимательство начало развиваться в России с начала 2000-х годов, рассказывает ректор РГСУ, член Общественной палаты РФ (ОП) Наталья Починок. Сегодня в стране ежегодно проводятся Дни социального предпринимателя (в этом году — с 25 мая по 2 июля). В конце мая на площадке ОП прошел уже четвертый всероссийский форум «Социальное предпринимательство: время действовать». Существует целый ряд успешных практик развития социального бизнеса, который профилируется на оказании медицинских услуг, общественно полезных делах, проектах в области культуры, экологии, обеспечивает занятость инвалидов, пенсионеров, бывших заключенных и пр. — и при этом получает в ходе своей деятельности определенную прибыль.

С 2008 года фондом региональных социальных программ «Наше будущее» ежегодно проводится конкурс «Социальный предприниматель года». Среди его победителей в разные годы были частные детские сады, центры реабилитации, предприятия социального обслуживания



Фото: ?????????????

и адаптации престарелых и инвалидов, предприниматели, возрождающие традиционные народные ремесла, и др. Фонд социальных инвестиций, в свою очередь, оказывает консультационно-менторскую поддержку социально-предпринимательским инициативам — под его эгидой работает федеральная акселерационная программа «Социальные инновации», в рамках которой участники обучают основам предпринимательской деятельности, помогают с привлечением финансовых ресурсов, дают бесплатные консультации.

Свои центры по развитию социального предпринимательства создают регионы. Арсений Поярков в качестве примера приводит Нижний Новгород, где с конца 2017 года работает Центр инноваций социальной сферы. «В регионе реализована программа льготного кредитования для социального бизнеса по ставке 6,5% годовых без залога, открыто пять социальных бизнес-инкубаторов: в Нижнем Новгороде, Заволжье, Выксе, Павлове и на Бору», — рассказывает эксперт. В Башкирии реализован проект «Акселератор социальных проектов» — программа сопровождения стартапов, в ходе которой специалисты республиканского Центра инноваций социальной сферы учат предпринимателей развивать и продвигать свое дело. В Мурманске организация «Заполярье без сирот» самостоятельно нашла несколько бизнес-партнеров для проекта «Стартап — школа жизни», который помогает получить профессию подросткам, оставшимся без попечения родителей.

Среди всех форм поддержки у социальных предпринимателей, по словам Арсения Пояркова, наиболее востре-

бованны конкурсы и федеральные программы. Финансирование для социальных проектов сегодня можно получить в рамках конкурса по распределению президентских грантов некоммерческим организациям от Общественной палаты РФ, конкурса социальных стартапов SAP, конкурса социальных предпринимателей «Навстречу переменам», конкурса «Прямые инвестиции в социальное предпринимательство», премии «Я — гражданин!».

Но одними грантами проблему не решить. «Социальному бизнесу необходимы системные меры поддержки от государства — законодательная база, гарантийные механизмы инвестирования, формирование единой инфраструктуры, которая позволит предпринимателям обучаться, консультироваться с крупными бизнесом, обмениваться опытом», — говорит Арсений Поярков.

Пока в России нет закона, закрепляющего понятия «социальное предпринимательство» и «социальное предприятие». Соответствующий проект поправок в закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ» в марте этого года прошел в Госдуме РФ первое чтение, алисты второго рассмотрения пока не определена. По словам депутатов, документ нуждается в «массе доработок».

БЕЗ БЮДЖЕТА

Проблемы с правовой базой существуют и в сфере частного инвестирования в социальные проекты, говорят эксперты. Сейчас на общественном обсуждении находится разрабатываемый Министерством финансов РФ проект федерального закона, который создаст единое правовое поле для всех мер поддерж-

ки. «Проект предусматривает заключение отдельного (параллельного основному инвестиционному договору) соглашения о поощрении и защите капиталовложений. Он гарантирует стабильность соглашения о поощрении и защите капиталовложений. Но пока есть вопросы к тому, как именно будут заключаться такие соглашения: нужно ли их применять в отношении уже существующих проектов и как их сочетать с основными договорами, например концессионными соглашениями», — комментирует директор Deloitte Legal Юрий Халимовский.

Сегодня, по его словам, одной из основных форм поддержки при вложениях в социальные проекты является стабилизационная оговорка, которая фиксирует налоговый и в некоторых случаях регуляторный режим для проекта. «Также очень востребованно предоставление бюджетных субсидий, инвестиций или государственных гарантий, когда государство поручается перед кредиторами за инвестора», — добавляет эксперт.

В России, по словам Юрия Халимовского, уже есть примеры социально значимых проектов, в которые были успешно привлечены частные деньги. В 2018 году Москвой было заключено несколько «офсетных» контрактов на общую сумму свыше 50 млрд руб. «По таким контрактам инвестор создает или осваивает новое производство лекарств в обмен на обязательство субъекта РФ закупать эти лекарства только у инвестора. В настоящее время осуществляется заключение еще одного такого контракта на 1,6 млрд руб.», — рассказывает эксперт. В сфере промышленного производства, особенно автомобильной промышленности, по его словам, получили распространение специальные инвестиционные контракты (СПИК). Например, заключенный на рубеже 2018–2019 годов СПИК с АвтоВАЗом предусматривает около 70 млрд руб. частных инвестиций в обмен на налоговые льготы. Примером успешного государственного-частного партнерства (ГЧП) в сфере инфраструктуры является концессионное соглашение о развитии международного аэропорта в Новом Уренгое, где концессионер утратил бюджетного финансирования, намереваясь вложить около 11 млрд руб. частных средств.

Впрочем, для того чтобы отдельные примеры инвестиций в социальную превратились в распространенную практику, необходимо опять же создание полноценных стимулов в сфере ГЧП со стороны государства. «В России ГЧП не получило широкого распространения в первую очередь из-за отсутствия интереса к участию потенциальных инвесторов. Так, на Западе инициаторами для реализации совместных проектов девелоперов и государства чаще становятся инвесторы. У нас же все ровно наоборот: государство предлагает бизнесу поучаствовать в проекте», — говорит управляющий партнер компании «Метриум», участник партнерской сети CBRE Мария Литинецкая. При этом у тех компаний, которые соглашаются на сотрудничество, может возникнуть ряд проблем. К примеру, строительство школы, поликлиники или детского сада, по словам Литинецкой, не приносит застройщику прибыли. «Да, при ГЧП возможен переход права собственности на готовый объект инвестору. Однако социальная инфраструктура априори не является коммерчески выгодным предприятием для дальнейшей эксплуатации», — отмечает эксперт. Поэтому вопрос чаще всего решается за счет выделения девелоперу дополнительного участка под строительство жилья на продажу.

Если речь идет о ГЧП при строительстве транспортной сети, то взамен инвестор на протяжении нескольких лет может получать процент от транспортных сборов. Однако даже, казалось бы, при гарантированной доходности с реализацией такого партнерства есть проблемы, связанные с отсутствием экономической стабильности, говорит Мария Литинецкая. «Прибыль от участия в проектах ГЧП растягивается на несколько лет. При этом у инвестора нет гарантий по соблюдению всех договоренностей сторон в течение жизненного цикла проекта. До тех пор пока у тех, кто вкладывает деньги в социально значимые проекты, не будет уверенности в долгосрочной перспективе инвестиций, ГЧП не сможет работать в полную силу», — резюмирует она.

Впрочем, для того чтобы отдельные примеры инвестиций в социальную превратились в распространенную практику, необходимо опять же создание полноценных стимулов в сфере ГЧП со стороны государства. «В России ГЧП не получило широкого распространения в первую очередь из-за отсутствия интереса к участию потенциальных инвесторов. Так, на Западе инициаторами для реализации совместных проектов девелоперов и государства чаще становятся инвесторы. У нас же все ровно наоборот: государство предлагает бизнесу поучаствовать в проекте», — говорит управляющий партнер компании «Метриум», участник партнерской сети CBRE Мария Литинецкая. При этом у тех компаний, которые соглашаются на сотрудничество, может возникнуть ряд проблем. К примеру, строительство школы, поликлиники или детского сада, по словам Литинецкой, не приносит застройщику прибыли. «Да, при ГЧП возможен переход права собственности на готовый объект инвестору. Однако социальная инфраструктура априори не является коммерчески выгодным предприятием для дальнейшей эксплуатации», — отмечает эксперт. Поэтому вопрос чаще всего решается за счет выделения девелоперу дополнительного участка под строительство жилья на продажу.

Если речь идет о ГЧП при строительстве транспортной сети, то взамен инвестор на протяжении нескольких лет может получать процент от транспортных сборов. Однако даже, казалось бы, при гарантированной доходности с реализацией такого партнерства есть проблемы, связанные с отсутствием экономической стабильности, говорит Мария Литинецкая. «Прибыль от участия в проектах ГЧП растягивается на несколько лет. При этом у инвестора нет гарантий по соблюдению всех договоренностей сторон в течение жизненного цикла проекта. До тех пор пока у тех, кто вкладывает деньги в социально значимые проекты, не будет уверенности в долгосрочной перспективе инвестиций, ГЧП не сможет работать в полную силу», — резюмирует она.

Впрочем, для того чтобы

От первого лица

«Хоккей должен стать частью развлекательной индустрии»

О том, как наладить бизнес-процессы в хоккее и обеспечить посещаемость матчей, даже когда команда остается без домашней арены, РБК+ рассказал глава совета директоров ХК «АВАНГАРД», директор по региональным продажам ПАО «ГАЗПРОМ НЕФТЬ» АЛЕКСАНДР КРЫЛОВ.



Фото: пресс-служба

В прошедшем сезоне команда переехала из Омска в подмосковную Балашиху, но не отказалась от своего названия. Тяжело жить на два города? Переезд прибавил работы маркетинговой команде. Почти сразу после моего прихода в «Авангард» была принята маркетинговая стратегия, которая предполагала новые форматы взаимодействия с болельщиками и создание нового бренда. Маркетинг стал одним из приоритетных направлений стратегии развития клуба наряду со спортивным блоком и детско-юношеским хоккеем. В клуб пришла профессиональная команда, успешно проводила в сжатые сроки ребрендинг. Поэтому переезд не повлиял, как говорится, на мощность двигателя.

Как удалось сохранить болельщиков в Омске? Ставка на диджитал сыграла одну из ключевых ролей. В рамках принятой коммуникационной стратегии мы стали более открытыми, появилось много нового интернет-контента. Понятно, что ничто не может заменить атмосферу живого хоккея, но болельщики в Омске постоянно были на связи с командой. Помимо диджитал были фан-зоны в Омске, работавшие весь сезон, разыгрывались поездки на матчи в Балашиху, мы старались привозить игроков и в Омск. Вообще, не ограничиваемся Омском и Балашихой, цель — зарабатывать аудито-

рию по всей России и даже за ее пределами.

А выход на лед СК «Балашиха Арена» футбольного тренера Жозе Моуринью помог вам в этой работе?

Этот случай помог прогнать на весь мир. Об «Авангарде» и Балашихе говорили тогда даже в тех странах, где в хоккее вообще не играют. Конечно, мы не могли заранее предсказать сценарий с падением тренера, но дальше важные были две вещи — здоровье Жозе и грамотное обыгрывание ситуации в свою пользу. Думаю, справились с PR-задачей успешно.

На матчах «Авангарда» была замечена даже блогер Ольга Бузова. Кто больше выиграл от этой активности — Бузова или клуб?

Мы приглашали многих, многие медийные персоны сами просились к нам на матчи. «Авангард» в сезоне стал самым медийным клубом КХЛ. Что касается Бузовой, то сначала был ее флешмоб, затем мы ее пригласили на игру, ну а дальше Ольга влюбилась в «Авангард» и стала по возможности приезжать на матчи. Выиграла извлекли обе стороны.

В 2018 году тренером команды был выбран Боб Хартли. Почему выбор пал именно на канадца?

Мне был необходим тренер со своей философией, который может построить команду-семью, с индивидуальным подходом к каждому. Боб — именно такой. Итоги сезона подтвердили, что выбор был сделан верно.

Сколько зрителей приходит на новую арену?

Средняя посещаемость превысила 85%. Мы начали строить бренд, который будет привлекательным и для болельщиков, и для спонсоров. «Матчдей» «Авангарда» — это есть активность в день игры — кардинально отличался от предыдущих сезонов. Его суть: поход на хоккей должен стать праздником для всей семьи.

Какую роль в стратегии привлечения болельщиков играют кейтеринг и мерчандайзинг?

«Авангард» должен планомерно идти к статусу самого популярного хоккейного клуба в России. Что касается кей-

теринга и мерчандайзинга, то это часть продукта «матчдей». В этом году мы произвели ребрендинг. Новая атрибутика понравилась нашим болельщикам. Основной пик продаж приходился на дни матчей, активно работал интернет-магазин.

«Авангард» опробовал в этом сезоне и сотрудничество с компанией Braup. Считаете спонсорский опыт успешным?

Мы были единственным клубом КХЛ, кто подписал спонсора для игр плей-офф. В хоккее есть давняя традиция не браться во время плей-офф. Мы придумали, как это обыграть с выгодой и для спонсора, и для болельщиков, и назвали компанию «Борода надежды». Спонсор благодаря креативу получил хороший охват и много контактов с аудиторией, а болельщики — много интерактива плюс бесплатные барбершопы от Braup в дни матчей на арене в Балашихе. Даже вне рамок КХЛ наша коллаборация собрала ряд наград в области спортивного маркетинга. Контракт включает в себя и следующий регулярный сезон, так что будем продолжать работать над креативом.

Осенью должна открыться академия, которую строит «Газпром». Насколько детский спорт важен для клуба?

Академия является вершиной так называемой воронки отбора хоккеистов. В академию попадают ограниченное количество хоккеистов, лучшие из лучших. Для эффективной работы нам нужно сначала усилить массовость, а уже затем выбирать из массы лучших. Достаточное количество воспитанников академии в составе основной команды КХЛ позволит строить костяк вокруг этих ребят и не тратить огромные деньги на трансферы. Вместо этого лучше купить одного-двух звездных игроков, которые будут дополнять этот костяк, вести ребят за собой и делиться с ними своим опытом. Такова спортивная стратегия.

Однако в ряды академии попадут не все, и здесь стоит рассказать о социальном аспекте. Наша программа нацелена на то, чтобы как можно больше детей занимались хоккеем, причем необязательно профессионально. Мы уже на-

чали реализацию этого проекта в Омске. В минувшем сезоне были модернизированы и обустроены более 20 хоккейных коробок с теплыми раздевалками и медперсоналом. В следующем сезоне планируем значительно увеличить их число. Задача — обеспечить крытыми площадками все школы города и частично области. Развитие хоккея — большая стратегическая задача, в которой я вижу потенциал для частно-государственного партнерства в спорте.

При этом мы серьезно подошли к вопросу создания и продвижения франшизы академии в других регионах, чтобы распространять лучшие методики обучения спортсменам. У нас есть первые успехи в этом направлении — открылся пилотный проект франшизы в Южном Утрово в Москве. Бренд «Авангарда» уже очень силен, он способен привлекать дополнительную активность со стороны родителей и детей. Для клуба тоже есть ряд преимуществ — более широкий выбор потенциальных воспитанников для системы команд «Авангарда», а также повышается общий охват бренда, увеличивается его узнаваемость. На начальном этапе не стоит говорить о каких-то серьезных доходах, но в будущем, безусловно, система может быть коммерчески привлекательной. А для партнеров это отличная возможность инвестирования. Например, для бывших хоккеистов, которые досконально знают хоккей изнутри.

По каким стандартам станут заниматься воспитанники академии и примет ли участие в работе Боб Хартли?

Работа Боба в КХЛ отнимает немало времени, но он, безусловно, будет делиться опытом и знаниями с коллегами. Будет работать с тренерским составом, обучая их своим методам, и передавая им лучшие практики из российской и западной систем подготовки молодых хоккеистов. А они, в свою очередь, лягут в основу методологии обучения в академии.

Каких вы видите «Авангард» в будущем?

Командой-чемпионом, которая играет дома в Омске на ультрасовременной арене, одной из лучших в Европе. Вижу бренд «Авангард» одним из самых сильных в российском спорте. По количеству болельщиков это должен быть самый популярный клуб в стране. Наша посещаемость не должна зависеть от результатов, поскольку хоккей должен стать частью развлекательной индустрии, а «Авангард» — задавать в этом деле тон. Также хочется, чтобы в главной команде играло много воспитанников академии, а в Омске, да и по всей России как можно больше детей проводило свободное время в хоккейной коробке. ■

Рыночный расклад

Экспорт с поправкой на цены

Существенный рост поставок за рубеж российских несырьевых неэнергетических товаров во многом объясняется увеличением экспортных цен. Условие для сохранения динамики — стабильное наращивание физических объемов экспорта.

АНТОН ЧУГУНОВ

К 2024 году экспорт несырьевых неэнергетических товаров (ЭННТ) должен составить \$250 млрд, а доля ЭННТ и поставляемых за рубеж услуг достичь в ВВП России до 20%, предполагается национальным проектом «Международная кооперация и экспорт». В апреле первый вице-премьер, министр финансов Антон Силуанов сообщил, что финансирование нацпроекта начнется во второй половине текущего года. За весь период до 2024 года государство намерено вложить в него почти 1 трлн руб.

Несмотря на то что объемы ЭННТ в 2018 году независимые аналитики и чиновники экономического блока правительства оценивают по-разному, задачи, поставленные нацпроектом, при любых из этих оценок выглядят амбициозными. Так, по данным апрельского экономического мониторинга РАНХиГС и Института экономической политики им. Е.Т. Гайдара (ИЭП) экспорт несырьевых неэнергетических товаров в 2018 году составил \$149,8 млрд. Чтобы вырасти до \$250 млрд к 2024 году, он должен увеличиться через шесть лет на 67%, что соответствует среднегодовым темпам роста показателя в 2018–2019 годах 9% (в 2018 году, по оценкам авторов мониторинга, его рост составил 11,7%). В мае, выступая на заседании президентского совета по стратегическому развитию и приоритетным проектам, Антон Силуанов заявил: «Планируется прирост несырьевого экспорта в текущем году до \$9 млрд к уровню прошлого года. А общий объем составит \$160 млрд». Это означает, что рост показателя в 2019 году составит 5,6%. Аналитики Института комплексных стратегических иссле-

дований (ИКСИ) в марте 2019 года оценивали объем ЭННТ в \$133,5 млрд, что на 10,5% больше, чем в 2017 году, при целевых среднегодовых темпах роста 11%.

ОБЪЕМЫ И ЦЕНЫ

Проведенный экспертами ИКСИ подробный анализ динамики в 2018 году восьми товарных групп несырьевого экспорта, представленных в нацпроекте, позволяет выделить две подгруппы — лидеры и аутсайдеров. К лидерам, экспорт которых растет быстрее, чем на 11% в 2018 году, относится продукция металлургической, лесной, аграрной и химической промышленности. К аутсайдерам, которые росли медленнее, чем требуется для достижения цели 2024 года, относятся машиностроение, легкая, фармацевтическая и косметическая промышленность.

Отметим, что экспорт продукции машиностроения (22% всего ЭННТ в 2018 году) вырос лишь на 2,7%, да и то за счет поставок в страны СНГ, тогда как поставки в страны дальнего зарубежья снизились на 2,8%. Снижение средних цен экспорта продукции машиностроения составило 11,5% по сравнению с 2017 годом. «Это является косвенным показателем того, что в структуре экспорта не происходит увеличения доли более дорогой продукции с высокой долей добавленной стоимости», — отмечают эксперты ИКСИ.

Схожие выводы делают экономисты ИЭП и РАНХиГС. Они считают, что 11,7% роста ЭННТ является восстановительными после его заметного падения в 2014–2016 годах (в 2016-м показатель оказался на 26% ниже, чем в 2013 году). По итогам 2018 года объем несырьевого товарного экспорта был лишь на 6% выше уровня 2013 года. При этом экспорт наиболее высокотехнологичных товарных отраслей в стоимос-



Фото: ?????????????

тно выражении был стабильным. Вывоз машин, оборудования и транспортных средств в этой группе товаров более равномерное, чем по сырьевым и энергетическим товарам. Доля вывоза таких товаров в ЕАЭС наименьшая — около 3%, тогда как в среднем по всем товарам — почти 9%. Из стран Европы прежде всего выделяются поставки в Нидерланды, Швейцарию и Финляндию медных катодов, нелегированных цветных металлов и никеля. Вывоз товаров нижнего передела в Юго-Восточную Азию — это в основном поставки в Китай широкого спектра товаров (мороженая рыба, лесоматериалы, удобрения, медные катоды). В Америку (США и Мексику) экспортируется главным образом продукция черной и цветной металлургии, а в прочие регионы (Египет, Турция и Саудовская Аравия) — злаки. Доля Юго-Восточной Азии заметно возросла в 2015–2016 годах на фоне проблем российских металлургов с реализацией продукции в Европе, после чего рост сильно замедлился.

На несырьевые неэнергетические товары среднего передела приходится 7–8% экспорта. Их основные поставки осуществляются в Европу, ЕАЭС и прочие регионы, тогда как в страны Юго-Восточной Азии и особенно Америки они ограничены. Ключевыми товарами этой группы является целлюлоза (поставляется в Китай и в меньшей степени Японию и Южную Корею); прокат из железа и нелегированной стали, без дальнейшей обработки (Турция и в меньшей степени Вьетнам и Иран); трубы для нефте- и газопроводов (Турция и Финляндия); медная проволока (Кувейт и Нидерланды); подсолнечное масло (Турция, Египет, Иран и Китай); газетная бумага (Индия и в меньшей степени Турция).

ГЕОГРАФИЯ ПЕРЕДЕЛОВ

Отдельный интерес представляет подробный анализ географии торговли товарами в 2012–2018 годах, сделанный аналитиками Центра макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования (ЦМАКП) в докладе «Сюжеты внешней торговли». По данным доклада, сегодня несырьевые неэнергетические товары нижнего передела занимают порядка 15%

всего экспорта, а распределение экспорта по странам в этой группе товаров более равномерное, чем по сырьевым и энергетическим товарам. Доля вывоза таких товаров в ЕАЭС наименьшая — около 3%, тогда как в среднем по всем товарам — почти 9%. Из стран Европы прежде всего выделяются поставки в Нидерланды, Швейцарию и Финляндию медных катодов, нелегированных цветных металлов и никеля. Вывоз товаров нижнего передела в Юго-Восточную Азию — это в основном поставки в Китай широкого спектра товаров (мороженая рыба, лесоматериалы, удобрения, медные катоды). В Америку (США и Мексику) экспортируется главным образом продукция черной и цветной металлургии, а в прочие регионы (Египет, Турция и Саудовская Аравия) — злаки. Доля Юго-Восточной Азии заметно возросла в 2015–2016 годах на фоне проблем российских металлургов с реализацией продукции в Европе, после чего рост сильно замедлился.

На несырьевые неэнергетические товары среднего передела приходится 7–8% экспорта. Их основные поставки осуществляются в Европу, ЕАЭС и прочие регионы, тогда как в страны Юго-Восточной Азии и особенно Америки они ограничены. Ключевыми товарами этой группы является целлюлоза (поставляется в Китай и в меньшей степени Японию и Южную Корею); прокат из железа и нелегированной стали, без дальнейшей обработки (Турция и в меньшей степени Вьетнам и Иран); трубы для нефте- и газопроводов (Турция и Финляндия); медная проволока (Кувейт и Нидерланды); подсолнечное масло (Турция, Египет, Иран и Китай); газетная бумага (Индия и в меньшей степени Турция).

На несырьевые неэнергетические товары верхнего передела приходится в среднем

Рыночный расклад

9% экспорта. Низкотехнологичные товары верхнего передела экспортируются в основном в страны ЕАЭС (около 40% экспорта в среднем за период с 2012 по 2018 год — прежде всего в Казахстан). Европа и Юго-Восточная Азия не являются приоритетными направлениями для таких товаров. Экспорт низкотехнологичных товаров верхнего передела — это в первую очередь легковые автомобили (вывозятся в Казахстан, Белоруссию и в меньшей мере Чехию и Китай) и транспортные средства специального назначения (Египет и Алжир); бриллианты (Бельгия, Израиль, ОАЭ); товары химической промышленности (Китай и Тайвань), моющие и чистящие средства (Казахстан и Белоруссия); товары металлообработки — прежде всего титановые изделия, в том числе для производства авиационных двигателей (Германия и США). Экспорт высокотехнологичных товаров верхнего передела из РФ достаточно диверсифицирован по географическим направлениям, товары поставляются примерно в равной пропорции в Европу, Юго-Восточную Азию и ЕАЭС.

↑ Перед Россией стоит задача в ближайшие годы пополнить экспорт углеводородов и зерна, в котором она традиционно сильна, поставками за рубеж продукции высокого передела

Однако на уровне отдельных стран, как и для низкотехнологичных товаров, наблюдается высокая концентрация экспорта: поставки в Европу в первую очередь охватывают рынки Украины и Германии, в Юго-Восточную Азию — рынки Китая и Индии, в ЕАЭС — рынки Казахстана и Белоруссии.

Высокотехнологичные товары представлены турбореактивными двигателями (поставляются в Китай и в меньшей степени Индию и Алжир), ТВЭЛы (Восточная Европа — прежде всего Украина, а также Чехия, Словакия, Венгрия и Китай), реактивные двигатели (США), теплообменники (Индия и Белоруссия), аппаратура для радиолокации (Иран, Китай, Египет, Индия, Алжир), лазеры (Китай, Алжир). Тем не менее ряд высокотехнологичных товаров поставляется преимущественно в соседние страны: Украину, Белоруссию и Казахстан (например, более 75% телевизоров и более половины лекарств). «Этот динамичный рост носил восстановительный характер», отмечает директор Института международной экономики и финансов ВАВТ Александр Кнобель.

на специализируется преимущественно в узких нишах», — заключают в ЦМАКП.

УСЛУГИ ИЗ РОССИИ

Экспорт услуг в 2024 году, согласно планам нацпроекта, должен составить \$100 млрд, увеличившись уже в 2019 году с \$64,8 млрд (2018 год) до \$70 млрд, что составит 92% докризисного уровня (\$70,1 млрд в 2013 году). Хотя в 2018 году годовые темпы роста экспорта достигли 12,4%, «этот динамичный рост носил восстановительный характер», отмечает директор Института международной экономики и финансов ВАВТ Александр Кнобель.

Динамика экспорта в пяти крупнейших секторах услуг (с долей более 5% от общего экспорта услуг) в 2018 году была положительной, как и годом ранее. Увеличение экспорта «транспортных услуг» составило 12%, «прочих деловых услуг» — 1%, «поездки» — 28%, телекоммуникационных услуг — 13%, строительных услуг — 17%. Единственная из двенадцати основных сфер услуг, в которой зафиксировано сни-

жение экспорта в 2018 году, — «услуги по техническому обслуживанию и ремонту товаров» (минус 11% против роста на 17% в 2017 году).

Замглавы Минэкономразвития Тимур Максимов в марте 2018 года признавал, что достижение объема экспорта услуг \$100 млрд к 2024 году потребует от России увеличивать их вывоз быстрее, чем растет этот показатель в среднем по миру (на 5% в год, по оценке МВФ). «Согласно этой динамике РФ [по объему экспорта услуг] должна расти ежегодно примерно на 8%. Конечно, такой рост, опережающий мировой, потребует усилий как на федеральном уровне, так и на региональном», — отметил он. «Стимулирующие меры, в том числе налоговые льготы, важные, но фактический рост экспорта будет определяться в первую очередь конкурентоспособностью того или иного сектора и уровнем оказываемых услуг и внутри страны — это касается и туризма, и ИТ», — убежден Александр Кнобель. По оценке эксперта, цель по увеличению экспорта услуг до \$100 млрд в течение шести лет достаточно реалистична. ■

Стратегия

Вуз международного образца



Фото: ?????????????

7%
обучающихся в России студентов, по данным ОЭСР, являются иностранными гражданами

ИРИНА РЕЗНИК

В ближайшие пять лет российской системе высшего образования предстоит побороться за достойное место среди мировых лидеров и занять ведущие позиции на внешнем рынке.

Увеличить численность иностранных студентов не менее чем в три раза и вернуть российской системе образования былой престиж — одна из основных целей нацпроекта «Развитие образования» до 2024 года.

По данным статистического сборника Минобрнауки за 2017 год «Экспорт российских образовательных услуг», в 1990/91 академическом году советские вузы обучали более 10% всего контингента иностранных студентов (126,5 тыс. человек, из них в РСФСР — 90 тыс.) и занимали третье место в мире по экспорту образовательных услуг, уступая только вузам США и Франции. Сегодня, по данным Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), общая численность иностранных студентов в России составляет около 7%. А в общем объеме доходов мирового рынка образовательных услуг на Россию приходится лишь около 1%.

Иностранцы в российских вузах представлены в основном студентами из стран СНГ: в 2015/16 учебном году в России обучались более 93 тыс. человек из ближнего зарубежья (данные статсборника Минобрнауки). Учащиеся из Западной Европы и Северной Америки исчисляются десятками, и общая их численность составила менее ста человек.

Лидеры по общей численности иностранных студентов — Российский университет дружбы народов (более 8 тыс. студентов), Санкт-Петербургский госуниверситет и Политехнический университет Петра Великого, а также Казанский (Приволжский) федеральный университет.

ВОЙТИ В ТОП

В World University Rankings 2019 журнала The Times Higher Education российские вузы представлены начиная с 199-го места — его занимает Московский государственный университет имени Ломоносова (МГУ). Московский физико-технический институт (МФТИ) — в числе трехсот лучших, Высшей школе экономики (НИУ ВШЭ) удалось попасть в группу 301–350. Рейтинг оценивает уровень преподавания, объем и результаты научных исследований, цитирование, коммерциализацию технологий и международные отношения вузов. Однако все большую ценность сегодня приобретает гибкость университета, его готовность отвечать на новые потребности развивающихся цифровых экономик.

Участие в международном рейтинге — это прямой

выход на аудиторию высокоразвитых стран, говорит ректор Первого МГМУ имени И.М. Сеченова Петр Глыбочко. По его словам, в 2017 году, когда вуз вошел в международные рейтинги, число иностранных студентов стало расти: с 900 в 2016 году до 2800 сегодня.

Цель госпрограммы поддержки вузов «5–100» — вхождение не менее пяти российских университетов в топ-100 мировых рейтингов к 2020 году.

ПОЛНАЯ ПЕРЕСТРОЙКА

Страны БРИКС повсеместно вводят excellence-инициативы, направленные на серьезную трансформацию системы образования, отмечает первый проректор Санкт-Петербургского университета ИТМО Дарья Козлова. Китай и Индия выходят на глобальный рынок высшего образования, делая его еще более конкурентным и меняя расстановку сил.

Ведущие вузы мира сегодня ориентированы на подготовку управленцев XXI века. Например, в национальном университете Сингапура есть курс Computational Thinking (вычислительное мышление). «Раньше подобные навыки были узкопрофессиональными, теперь же это общее требование», — говорит Дарья Козлова.

Отдельные российские вузы тоже вводят общеуниверситетские блоки, позволяющие подготовить универсального выпускника, который будет востребован и через пять лет. Набор дисциплин по цифровой культуре

университета ИТМО, например, позволяет понять основы сетевой безопасности, искусственный интеллект, машинное обучение, квантовый интернет.

По словам проректора по международным программам и технологическому предпринимательству МФТИ Алексея Малеева, в вузе делают ставку на подготовку технологических предпринимателей, способных запустить и развивать собственные технологические компании. В качестве менторов вуз привлекает своих же успешных выпускников — основателей крупных бизнесов.

СМАРТФОН И INSTAGRAM

Делиться частью знаний для продвижения своих программ сегодня привычная практика ведущих мировых вузов. Развивают ее и в России. Необходимо наращивать присутствие на международных образовательных онлайн-платформах, таких как Edx и Coursera, считает Дарья Козлова. Наличие дистанционных программ влияет на репутацию вуза, уверена она.

Кроме того, цифровизация облегчает поиск талантливых абитуриентов. В онлайн-олимпиаде для поступления в российскую магистратуру Open Doors в первый же год приняли участие 8500 иностранцев. В 2018 году в ИТМО выросло число студентов на англоязычных магистерских программах, 90% поступающих сдавали экзамены онлайн. «Мы приняли в магистратуру студентов из 321 вуза, из них 60 — это вузы иностранные», — говорит Дарья Козлова.

Размещение онлайн-курсов на международных площадках позволяет привлекать внимание иностранных абитуриентов к полным программам, говорит ведущий эксперт Института образования НИУ ВШЭ Иван Карлов. Полные образовательные онлайн-программы, в свою очередь, позволяют дистанционно получить магистерскую степень.

Сегодня есть возможность транслировать онлайн даже сложные типы образовательного контента, говорит Дмитрий Земцов. Например, наличие смартфона дает доступ к упрощенной робототехнической лаборатории. С помощью VR-технологий доступны онлайн сложные физические и химические лаборатории.

ИТ-сфера — одна из наиболее конкурентоспособных областей российского образования. В МФТИ в дополнение к онлайн-контенту запустили международный проект под названием Moscow Workshops ICPC: это краткосрочные курсы, которые вуз проводит шесть раз в году в пяти точках планеты, собирают студентов из 190 университетов 55 стран, рассказал Алексей Малеев.

Обязательными инструментами вузов для привлечения иностранных студентов стали онлайн-вебинары и англоязычный аккаунт в Instagram, говорит проректор по международной деятельности Санкт-Петербургского политехнического университета Дмитрий Арсеньев.

СЛАБОЕ ЗВЕНО

Однако даже ведущие российские вузы сталкиваются с нехваткой инвестиций для развития технологической и мультимедийной инфраструктуры, обучения преподавателей и разработки цифровых учебных материалов, соответствующих передовой мировой практике, говорит генеральный директор Лёвенского католического университета, член Совета по повышению конкурентоспособности ведущих университетов РФ среди ведущих мировых научно-образовательных центров Конрад Дебакер.

Даже самые лучшие российские вузы по международным стандартам недофинансированы, отмечает основатель Центра международного высшего образования Бостонского колледжа, член Совета по повышению конкурентоспособности ведущих университетов РФ Филип Альбах. Слабая подготовка в вузах управленцев и специалистов для лидерства отражается и на самих университетах, говорит он: российское высшее образование более бюрократизировано и сохраняет традиции советского управления и мышления.

Чтобы российские вузы стали заметными на мировой арене, необходимы структурные реформы всей отечественной системы образования, говорят эксперты: расширение специализации вузов, развитие их институциональной автономии и диверсификация финансовых ресурсов.

«ПЕТЕРБУРГСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФОРУМ — 2019» (18+)

Тематическое приложение к «Ежедневной деловой газете РБК»

Является неотъемлемой частью «Ежедневной деловой газеты РБК» № 81 (3036) от 7 июня 2019 г.

Распространяется в составе газеты

Материалы подготовлены редакцией партнерских проектов РБК+

Партнеры проекта: ПАО «Газпром нефть», ООО «Марс». Реклама.

Учредитель: ООО «БизнесПресс»

Издатель: ООО «БизнесПресс»

Директор ИД РБК: Ирина Митрофанова

Главный редактор партнерских проектов РБК+: Наталья Кулакова

Шеф-редактор печатной версии РБК+: Юрий Львов

Выпускающий редактор: Андрей Уткин

Руководитель дизайн-департамента: Евгения Дацко

Дизайнеры: Дмитрий Иванов, Сергей Пивоваров

Фоторедактор: Алена Кондюрина

Корректоры: Татьяна Поленова, Маргарита Тарасенко

И.о. главного редактора газеты: Игорь Игоревич Тросников

Рекламная служба: 8 (495) 363-11-11, доб. 1342

Коммерческий директор издательства РБК: Анна Брук

Директор по продажам РБК+: Евгения Карлина

Директор по производству: Надежда Фомина

Адрес редакции: 117393, Москва, ул. Профсоюзная, 78, стр. 1