

На правах рукописи



ШОВХАЛОВ ШАМИЛЬ АХЪЯДОВИЧ

**Формирование и развитие рынка
конфессиональных услуг в России:
теория, методология, практика**

Специальность 08.00.05 –
Экономика и управление народным хозяйством
(экономика, организация и управление предприятиями,
отраслями, комплексами: сфера услуг)

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
доктора экономических наук

Красноярск
2018

Работа выполнена в ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»

Научный консультант: доктор экономических наук, профессор
Петрова Аида Талятовна

Официальные оппоненты:

Зворыкина Татьяна Ивановна, доктор экономических наук, профессор, АО «Институт региональных экономических исследований», Центр научных исследований и технического регулирования в сфере услуг, руководитель

Мусаев Расул Абдуллаевич, доктор экономических наук, профессор, ФГБОУ ВО «Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова», кафедра макроэкономической политики и стратегического управления, профессор

Жуковская Ирина Викторовна, доктор экономических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Казанский национальный исследовательский технологический университета», кафедра логистики и управления, профессор

Ведущая организация: ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Защита диссертации состоится 05 октября 2018 г. в 10.00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.099.20 при ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет» по адресу: 660075, г. Красноярск, ул. Л. Прушинской, д. 2, ауд. 4-14.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке и на сайте ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет» по адресу <http://www.sfu-kras.ru>.

Автореферат разослан « » августа 2018 г.

И.о. ученого секретаря
диссертационного совета



Ольга Николаевна Владимирова

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы диссертационного исследования. В современных глобализационных процессах меняется представление о многих устоявшихся социально-экономических явлениях. Зачастую это является результатом стремительного преобразования потребительских предпочтений, в том числе в силу исторических событий, а также изменившейся политической ситуации в мире. Так, в настоящее время на фоне возрождения конфессиональных традиций увеличивается доля населения, относящая себя к какой-либо религии и, соответственно, соблюдающая институциональные ограничения конфессионального характера. При этом социологические исследования показывают, что такого рода перемены носят долгосрочный характер. Россия не является исключением, а многонациональность ее населения является катализатором процессов дифференциации потребительских предпочтений, учитывающих конфессиональные особенности.

Все это способствует развитию рынка конфессиональных услуг, в котором социальные явления стали ключевыми элементами модели поведения продавцов и покупателей. Однако теория отраслевых рынков, являющаяся основополагающей при формировании управленческих отношений, возникающих в процессе развития рынков услуг, вступает в противоречие с институциональными особенностями конфессионального характера, что приводит к возникновению напряжения в обществе в процессе удовлетворения спроса потребителей, снижению доходов участников рынка и, как следствие, валового внутреннего продукта страны и налоговых поступлений в бюджет.

По этой причине формирование и развитие рынка конфессиональных услуг требует дополнения теоретических положений в части уточнения сущности таких услуг, классификации институциональных ограничений, формирующих рынок, а также специфики взаимоотношений его участников вследствие их недостаточной разработанности.

В настоящее время отсутствует полноценная методология исследования развития рынка конфессиональных услуг в части выделения и систематизации специфичных принципов, присущих каждой конфессии в отдельности и воздействующих на функционирование его участников. При этом важно подчеркнуть, что существующие методики оценки отраслевых рынков и эффективности деятельности их участников не могут дать достоверную оценку, так как не учитывают ограничения институционального характера.

Современное состояние отечественного рынка конфессиональных услуг находится на стадии зарождения, поэтому существует недостаточная обеспеченность населения соответствующими услугами, не сформирована модель межорганизационных взаимодействий участников рынка и не регламентированы обязательные требования к сертификации, что приводит к рассогласованию спроса и предложения на рынке.

Решение указанных проблем лежит в русле реализации Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации в части

формирования и развития отраслевых рынков, совершенствования институциональной среды, использования глобализационных процессов для привлечения в страну капиталов и сокращения дифференциации уровня жизни граждан России за счет разработки направлений развития рынка профессиональных услуг, обеспечения социальной защиты и поддержки населения на основе инструментов, специфичных для анализируемого рынка.

Все это предопределило востребованность исследования вопросов формирования и развития рынка профессиональных услуг, а также доказало актуальность выбранной темы.

Степень научной разработанности проблемы. При подготовке исследования были использованы работы ведущих зарубежных и отечественных авторов в области институциональной теории, как Д. Норт, Р. Коуз, А. Е. Шаститко, В. Л. Тамбовцев, А. А. Аузан, Е. В. Попов, А. Я. Рубинштейн, О. С. Сухарев, С. Г. Кирдина и др.

К ведущим зарубежным специалистам в области исследования влияния конфессии на экономическое поведение участников рынка, работы которых оказали принципиальное влияние на концептуализацию исследования, следует отнести таких ученых, как М. Т. Усмани, А. Карадаги, Ж. К. Юзинер, Н. Миллер, И. Десаи, Х. Дар, Х. Мерах, Н. Якуби, А. М. Хашим, Х. Хусейн, А. С. Абу Гудда, А. Хасан, М. Шубейр и др.

В исследованиях таких российских ученых, как Д. Е. Расков, С. В. Лукин, В. В. Керов, Т. Б. Коваль и др., раскрыты вопросы влияния христианства на экономику. Воздействию исламского учения на экономическую жизнь посвящено существенно большее число научных работ. Так, вопросы исламского банкинга, страхования и в целом развития исламских финансовых институтов исследовали Р. И. Беккин, Р. А. Мусаев, И. У. Зулькарнай, А. И. Шмырева, А. Ю. Журавлев, М. И. Яндиев и др. Б. С. Батаева в своих работах поднимает вопросы социальной ответственности бизнеса на примере исламской экономической модели. Также выделим ряд статей И. И. Скоробогатых, посвященных рынку культурно-обусловленных товаров. Отдельно отметим научные работы Е. Ю. Вороновой, связанные с вопросами исламской модели бухгалтерского учета.

Учитывая научные достижения ученых, необходимо, однако, признать, что в их работах отсутствует комплексное исследование проблем развития рынка услуг, подверженного наибольшему влиянию институциональных ограничений профессионального характера и являющегося ключевым элементом любой экономики. То же касается и авторов, занимающихся изучением отраслевых рынков, как Ф. М. Шерер, Д. Росс, Н. М. Розанова, В. М. Джуха, С. Б. Авдашева, О. Т. Лебедев и др. Несмотря на их огромный вклад в развитие экономической науки, недостаточно глубоко или вообще не анализируется влияние указанных особенностей на деятельность участников рынка.

Все это вызвало необходимость исследования теоретических, методологических и практических аспектов развития рынка профессиональных услуг, что и определило выбор темы исследования, его цель и задачи.

Целью диссертационного исследования является разработка теоретических и методологических положений формирования и развития рынка профессиональных услуг в соответствии с ограничениями институционального характера.

Цель предопределила необходимость постановки и дальнейшего решения взаимосвязанных задач:

- расширить теоретические положения в части понятийного аппарата формирования и развития рынка профессиональных услуг и классификации институциональных ограничений профессионального характера;
- сформировать модель межорганизационных взаимосвязей участников рынка профессиональных услуг;
- раскрыть специфические принципы формирования и развития рынка профессиональных услуг;
- провести анализ рынка профессиональных услуг в России и систематизировать факторы, воздействующие на него и позволяющие выработать концептуальные основы его формирования и развития;
- исследовать особенности и современное состояние инфраструктуры, обеспечивающей предоставление профессиональных услуг;
- разработать методику рейтинговой оценки деятельности участников рынка профессиональных услуг;
- предложить методические основы обеспечения социальной защиты и поддержки населения, присущей рынку профессиональных услуг;
- сформировать алгоритм выбора приоритетных направлений развития рынка профессиональных услуг в России, а также механизм реализации поставленных задач достижения социально-экономического эффекта.

Предмет исследования – система управленческих отношений, возникающих в процессе формирования и развития рынка профессиональных услуг.

Объект исследования – рынок профессиональных услуг.

Область исследования – п. 1.6.118 «Формирование и развитие отраслевых, региональных и общенациональных рынков услуг», п. 1.6.114 «Организационно-экономическое обеспечение стандартов на услуги населению», п. 1.6.130 «Экономические основы социальной защиты и поддержки населения» специальности 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами: сфера услуг)» Паспорта научных специальностей (экономические науки).

Теоретическая и методологическая основы диссертационного исследования. Для достижения цели и решения задач работы использованы научные труды отечественных и зарубежных ученых, являющихся специалистами в области теорий институциональной экономики и отраслевых рынков, а также следующие подходы: институциональный, позволяющий исследовать влияние институтов на деятельность участников рынка; системный, предполагающий анализ объекта как целостной совокупности элементов и связей между ними; концептуальный, предполагающий отражение методологических основ познания, позволяющих разработать совокупность основополагающих положений предмета исследования.

В ходе исследования применены общенаучные методы теоретического и эмпирического познания, как анализ и синтез, индукция и дедукция, наблюдение и сравнение, а также методы ретроспективного анализа и интервью, что позволило разработать теоретические и методологические положения развития рынка профессиональных услуг, а также обеспечить достоверность и обоснованность результатов исследования.

Информационная база исследования представлена законодательными и нормативными актами, статистическими данными Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации, данными различных аналитических организаций, материалами деятельности участников рынка профессиональных услуг, эмпирическими данными, полученными в процессе исследования и аналитическими расчетами.

Достоверность и обоснованность основных положений, выводов и рекомендаций, содержащихся в диссертационной работе, подтверждаются корректным применением общенаучных и специальных методов исследования, используемых в экономической науке, репрезентативностью данных выборочных наблюдений, а также результатами апробации и их непротиворечивостью.

Наиболее существенные научные результаты, полученные лично автором и обладающие элементами научной новизны, состоят в следующем:

1. Предложена классификация надконституционных правил, определяющая границы рынка профессиональных услуг, представляющего собой совокупность управленческих отношений по поводу движения профессиональных благ между покупателями и продавцами, соблюдающими институциональные ограничения профессионального характера, и на этой основе обуславливающая экономическую рациональность деятельности его участников в условиях конкуренции.

2. Разработана модель межорганизационного взаимодействия участников рынка профессиональных услуг, основанная на разрешении диалектического противоречия конституционных и надконституционных правил, определяющих условия функционирования рынка и формирующих специфические принципы, инструменты воздействия и инфраструктуру с целью удовлетворения спроса.

3. Дополнена методология исследования формирования и развития рынка профессиональных услуг в части раскрытия принципов ортопраксии (установление разрешенных видов деятельности, имущества и его источников), ригоризма (определение границ функционирования участников рынка), соконкуренции (формирование направлений взаимодействия участников рынка) и социальной полезности (ранжирование приоритетов в деятельности организаций).

4. Систематизирован состав групп специфических факторов, воздействующих на рынок профессиональных услуг (религиозные, социально-демографические, экономические, нормативно-правовые), и осуществлено их ранжирование по степени значимости с учетом институциональных особенностей профессионального характера.

5. Обоснованы обязательные требования к содержательной части стандартов на услуги населению на основе классификации регулирующих организаций на примере

рынка мусульманских услуг по степени независимости (находящиеся в государственной структуре; в религиозной структуре; независимые) и перечню функций (полностью контролируемые; частично контролируемые с вхождением в правовое поле; частично контролируемые без вхождения в правовое поле).

6. Разработана рейтинговая оценка деятельности участников рынка мусульманских услуг как части рынка профессиональных услуг, позволяющая учитывать соблюдение надконституционных правил, наличие противоречий традиционных показателей с нормативным стандартом и корректировку оптимальных значений вследствие институциональных особенностей.

7. Усовершенствована методика расчета обязательного профессионального взноса, входящая в систему его сбора и распределения, с учетом российской специфики составления финансовой отчетности на примере участников рынка мусульманских услуг.

8. Разработан алгоритм выбора приоритетных направлений развития рынка профессиональных услуг в России, состоящий из четырех этапов (выявление и анализ факторов; оценка развития рынка; анализ развития инфраструктуры; систематизация направлений развития рынка), и предложены механизмы реализации поставленных задач достижения социально-экономического эффекта.

Научная новизна результатов диссертационного исследования определяется следующим:

1. Предложенная классификация надконституционных правил и определение рынка профессиональных услуг, дополняя теорию институциональной экономики, учитывают особенности взаимодействия участников рынка в условиях ограничений институционального характера и направленность на удовлетворение специфического спроса потребителей.

2. Разработанная модель межорганизационного взаимодействия участников рынка профессиональных услуг на основе концептуального подхода, дополняя теорию отраслевых рынков в части институциональных ограничений профессионального характера, отличается подчиненностью всех его элементов надконституционным правилам, что позволяет снизить трансакционные издержки за счет согласования нормативного стандарта с конституционными правилами.

3. Предложенная система принципов, дополняя методологические положения исследования, отличается как составом, так и специфичным порядком в иерархии, предполагая, что каждый из них доминирует над принципом максимизации экономических результатов участника рынка при минимальных издержках, что определяет вектор для разработки концептуальных положений, методических основ и направлений развития рынка профессиональных услуг.

4. Систематизация и ранжирование специфических факторов, воздействующих на рынок профессиональных услуг, отличается главенством влияния института религии, поскольку институциональные ограничения профессионального характера задают экономическую рациональность и позволяют выявить сдерживающие факторы развития рынка.

5. Обоснованные обязательные требования к содержательной части стандартов на услуги институтов, принуждающих к исполнению контрактов, способны согласовать надконституционные правила с целью бесконфликтного хозяйствования участников и повышения качества нормативного регулирования, снизить оппортунистическое поведение и повысить прозрачность деятельности инфраструктурных организаций рынка мусульманских услуг как части рынка профессиональных услуг.

6. Разработанная рейтинговая оценка деятельности на примере участников рынка мусульманских услуг учитывает институциональные особенности профессионального характера и позволяет контрагентам, инвесторам и нетрадиционным финансовым институтам принять правильные, с точки зрения выполнения надконституционных правил, управленческие решения в рамках сотрудничества, инвестирования и кредитования организаций.

7. Усовершенствованная методика расчета обязательного профессионального взноса, создавая экономические основы социальной защиты и поддержки населения, отличается от существующих наличием его пошагового алгоритма для юридических лиц, состоящего из определения стоимости облагаемых активов, классификации активов по видам, расчета величины задолженности и займов, а также стоимости активов за вычетом обязательств, величины минимально установленного предела активов, соотношения стоимости активов с данным пределом, расчета взноса и определения даты выплаты.

8. Разработанный алгоритм выбора приоритетных направлений развития рынка профессиональных услуг в России отличается подчиненностью надконституционным правилам, позволяя достичь экономических (увеличение емкости рынка, импортозамещение, возможность выхода на внешние рынки, рост поступлений в бюджет страны и привлечение инвестиций) и социальных результатов (повышение суммы выплачиваемой благотворительности, рост обеспеченности услугами населения и повышение их занятости).

Теоретическая значимость исследования заключается в дополнении теорий институциональной экономики и отраслевых рынков новыми положениями в части понятийного аппарата, раскрывающего сущность рынка профессиональных услуг, специфических характеристик взаимодействия его участников и факторов, определяющих их развитие. Также выделены особенности инфраструктуры, обеспечивающей и подтверждающей предоставление профессиональных услуг. Сформулированные выводы развивают методологию в части предложения принципов функционирования организаций и методик оценки рынка профессиональных услуг, эффективности деятельности его участников, а также расчета профессионального взноса в пользу социально незащищенных групп населения, что расширяет представление о направлениях совершенствования деятельности организаций сферы услуг, соблюдающих институциональные ограничения профессионального характера.

Практическая значимость результатов заключается в возможности прикладного использования полученных результатов государственными органами при формировании программы развития рынка профессиональных услуг; коммерческими организациями для оценки рынка, собственной эффективности и степени соответствия институциональным ограничениям профессионального характера; стандартизирующим и сертифицирующим организациям в ходе деятельности по выдаче сертификатов соответствия профессиональным ограничениям; нетрадиционным финансовым институтам при принятии решения о кредитовании организаций рынка профессиональных услуг; рейтинговыми агентствами для проведения сравнительного анализа участников рынка профессиональных услуг и достоверного информирования потребителей о соответствии предоставляемых услуг необходимым требованиям.

Апробация и внедрение результатов исследования. Результаты исследования нашли практическое применение в деятельности ООО «Halal Services Alliance» (Казахстан) и ООО МКК «Амана» (Россия), а также докладывались на следующих научных конференциях всероссийского и международного уровня: «Ислам в современной России: "срединный" путь развития» (г. Красноярск, 19.12.2012); «Актуальные проблемы бухгалтерского учета, экономического анализа и финансов» (г. Красноярск, 10.04.2013); «Исламские финансы в российских реалиях» (г. Махачкала, 29.04.2013); «Молодёжь и наука» (г. Красноярск, 18.04.2014); «Проблемы развития рынка товаров и услуг: перспективы и возможности субъектов РФ» (г. Красноярск, 15.05.2014); «Гуманитарные науки и современность» (г. Москва, Международный исследовательский институт, 30.05.2014); «Миссия молодежи в науке» (г. Ростов-на-Дону, 16.11.2014); «Культура и религия в XXI веке: проблемы и перспективы» (г. Саратов, 9.12.2014); «Актуальные вопросы экономики, менеджмента и финансов в современных условиях» (г. Санкт-Петербург, 14.01.2015); «Стратегии устойчивого развития национальной и мировой экономики» (г. Уфа, 20.01.2015); «Проблемы развития рынка товаров и услуг: перспективы и возможности субъектов РФ» (г. Красноярск, 11.05.2016); «Рыночная трансформация экономики России: проблемы, перспективы, пути развития» (г. Казань, 18.10.2017); «Научные революции: сущность и роль в развитии науки и техники» (г. Уфа, 20.01.2018); «Новый подход в развитии инноваций в России» (г. Краснодар, 27.01.2018); «Современная наука: проблемы и перспективы» (г. Ставрополь, 31.01.2018).

Научные публикации. По теме диссертации опубликовано 43 научных работы общим объемом 36,68 п. л. (авторские – 34,29 п. л.), в том числе 28 статей в ведущих рецензируемых научных журналах, включенных в перечень ВАК, общим объемом 17,17 п. л. (авторские – 15,43 п. л.), 1 статья в БД Scopus объемом 0,75 п. л. (авторские – 0,5 п. л.) и 2 монографии общим объемом 15,75 п. л.

Объем и структура работы определяются логикой исследования и поставленными задачами. Работа состоит из введения, 5 глав, заключения, библиографического списка, включающего 343 источника, 29 приложений; содержит 310 страниц текста, 57 таблиц и 65 рисунков.

Содержание диссертационного исследования

Введение

Глава 1. Теоретические основы формирования и развития рынка профессиональных услуг

1.1. Рынок профессиональных услуг и особенности его развития в современных условиях

1.2. Исследование системы институциональных ограничений профессионального характера

1.3. Концептуальный подход к формированию межорганизационных взаимосвязей участников рынка профессиональных услуг

Глава 2. Методологические аспекты формирования и развития рынка профессиональных услуг

2.1. Выделение принципов формирования и развития рынка профессиональных услуг

2.2. Систематизация факторов, определяющих развитие рынка профессиональных услуг

2.3. Анализ особенностей инфраструктуры, подтверждающей предоставление профессиональных услуг

Глава 3. Исследование современного состояния и развития рынка мусульманских услуг в России

3.1. Сравнительный анализ развития рынков мусульманских услуг

3.2. Оценка современного состояния и развития рынка мусульманских услуг в России

3.3. Анализ состояния информантов на рынке мусульманских услуг в России

Глава 4. Методические основы оценки деятельности участников рынка мусульманских услуг

4.1. Влияние институциональных особенностей профессионального характера на информационное обеспечение оценки результатов деятельности участников рынка мусульманских услуг

4.2. Разработка методики рейтинговой оценки деятельности участников рынка мусульманских услуг

4.3. Методические основы обеспечения социальной защиты и поддержки населения на рынке мусульманских услуг

Глава 5. Приоритетные направления развития рынка мусульманских услуг в России

5.1. Алгоритм выбора приоритетных направлений развития рынка мусульманских услуг в России

5.2. Механизмы реализации приоритетных направлений развития рынка мусульманских услуг в России

5.3. Прогноз социально-экономических последствий реализации приоритетных направлений развития рынка мусульманских услуг в России

Заключение

Список литературы

Приложения

II. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ДИССЕРТАЦИОННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ

1. Предложена классификация надконституционных правил, определяющая границы рынка профессиональных услуг, представляющего собой совокупность управленческих отношений по поводу движения профессиональных благ между покупателями и продавцами, соблюдающими институциональные ограничения профессионального характера, и на этой основе обуславливающая экономическую рациональность деятельности его участников в условиях конкуренции.

Развитие научной мысли в экономике привело к формированию теорий, расходящихся с неоклассическим осмыслением различных процессов в обществе. Критические воззрения основаны на важной идее, что некоторые социальные явления (традиции, культура, религия и пр.) являются основополагающими факторами, названными позже институтами, влияющими на экономическое поведение хозяйствующих участников. Глобализационные изменения повысили актуальность выделения и исследования в сфере услуг процессов, связанных с удовлетворением специфического спроса населения, обусловленного соблюдением им правил той или иной конфессии. Взяв за основу институциональную методологию в качестве исследовательской парадигмы, предложена классификация рынков по профессиональному признаку (христианский, мусульманский, иудейский и др.), что расширяет классические представления теории отраслевых рынков.

Каждый из участников рынка профессиональных услуг вносит свой вклад в ходе продвижения блага к конечному потребителю, формируя взаимосвязанную совокупность организаций. При этом участники рынка, заключая контракты между собой, руководствуются правилами какой-либо религии, которые формируют профессиональную специфику спроса и предложения услуг по реализации продовольственных и непродовольственных товаров, а также прочих услуг и, как следствие, особенности экономического поведения акторов. Следовательно, профессиональные услуги представляют собой совокупность услуг, отвечающих институциональным ограничениям профессионального характера. В зависимости от профессиональных особенностей в их перечень входят услуги по реализации продуктов из мяса, кондитерских изделий, фармацевтических товаров, обуви, услуги общественного питания, медицинские услуги и пр. Отметим, что при описании профессиональных услуг наибольшее распространение получили такие понятия, как «кошер», «халяль», «постная еда» и пр. Важно заметить, что любая услуга, не подверженная институциональным ограничениям профессионального характера, выходит из разряда профессиональных, например, услуги по реализации автомобилей.

Проводя анализ в исследуемом феноменологическом поле, необходимо выделить, что общим для христианского, мусульманского, иудейского и пр. рынков является наличие базовых постулатов, а особенным – совокупность

правил, которая индивидуальна в рамках каждой конфессии. В системе институциональных отношений в рамках исследования применен нортковский подход, рассматривающий правила в качестве основополагающего элемента и классифицирующий их на конституционные и надконституционные, суммарно определяющие институциональную среду. К конституционным относятся правила общего характера, описывающие взаимосвязь участников рынка, основанную, в том числе, на официальных положениях нормативных актов государственного и локального характера, действующих в определенный период времени с возможностью их изменения в зависимости от эффективности реализации на практике. Надконституционные представляют собой правила индивидуального характера, описывающие управленческие отношения по поводу движения конфессиональных благ между участниками рынка, базирующиеся на устоявшихся традициях, религии, культуре и пр., где требование эффективности не является ключевым. Применение видов надконституционных правил подвержено вариации в зависимости от конфессии (таблица 1).

Таблица 1 – Классификация надконституционных правил на рынке конфессиональных услуг (РКУ)

Классификационный признак	Виды надконституционных правил
1. Степень исполнения	Обязательное и рекомендуемые
2. Уровень однозначности	Однозначные и ситуационные
3. Временной интервал	Постоянные и временные
4. Требование субъекта	Сформированные по требованию субъекта и общие
5. Форма собственности	Для всех форм собственности и отдельных форм собственности
6. Виды услуг	Для реализации продовольственных товаров, непродовольственных товаров, прочих услуг
7. Условия контракта	Нарушающие и не нарушающие трансакцию

Каждое надконституционное правило очерчивает границы рынка конфессиональных услуг. Рекомендуемые правила по степени исполнения предполагают, что их несоблюдение не делает услугу или трансакцию неконфессиональными, хотя и противоречит содержанию религиозной доктрины. Невыполнение обязательных правил исключает нарушителя из рынка, а также влечет за собой установленные последствия, например, расторжение сделки. Именно поэтому участники рынка конфессиональных услуг зачастую отказываются от экономически выгодных предложений в пользу следования установленным правилам. Такая стратегия участника рынка не является иррациональной, так как в ней преобладает стремление соблюсти надконституционные правила над экономической выгодой.

Разработанная классификация надконституционных правил позволила сформировать определение рынка конфессиональных услуг, представляющего собой совокупность управленческих отношений по поводу движения

конфессиональных благ между покупателями и продавцами, соблюдающими институциональные ограничения конфессионального характера, и на этой основе обуславливающая экономическую рациональность деятельности его участников в условиях конкуренции.

Таким образом, предложенные классификация надконституционных правил и определение рынка конфессиональных услуг, дополняя теории институциональной экономики и отраслевых рынков, позволяют учесть особенности взаимодействия участников рынка в условиях ограничений институционального характера и направленность на удовлетворение специфического спроса потребителей.

2. Разработана модель межорганизационного взаимодействия участников рынка конфессиональных услуг, основанная на разрешении диалектического противоречия конституционных и надконституционных правил, определяющих условия функционирования рынка и формирующих специфичные принципы, инструменты воздействия и инфраструктуру с целью удовлетворения спроса.

Поскольку в современном мире большинство рынков конфессиональных услуг функционируют в светских государствах, актуализируется вопрос степени влияния институциональных ограничений на деятельность участников исследуемого рынка в рамках законодательства страны. Такое понимание порождает диалектическое противоречие, выраженное в законе единства и борьбы противоположностей. Его разрешение находится в плоскости взаимодействия системообразующих законодательных и социальных норм, с одной стороны, а с другой – сопоставления потребностей системы в целом и ее части (объекта и субъекта) и частей системы (субъекта и субъекта). Отсутствие формализации порядка взаимодействия участников рынка в рамках соприкосновения надконституционных и конституционных правил приводит к повышению трансакционных издержек и замедлению развития рынка. Это определило необходимость разработки модели межорганизационных взаимосвязей участников рынка, оказывающих конфессиональные услуги и функционирующих под воздействием ряда факторов (рисунок 1).

Графическая иллюстрация позволяет визуализировать влияние институциональных ограничений на все фазы воспроизводства через особые институты инфраструктуры рынка конфессиональных услуг: регулирующие инстанции, религиозные организации и финансовые институты.

Регулирующие инстанции (сертифицирующие организации) на исследуемом рынке призваны разрабатывать стандарты, проводить добровольную сертификацию и последующий аудит, тем самым определяя возможность отнесения услуги к конфессиональной. Анализ надконституционных правил различных конфессий выявил серьезные отличия в их ограничениях, определяющих содержание стандартов (таблица 2).

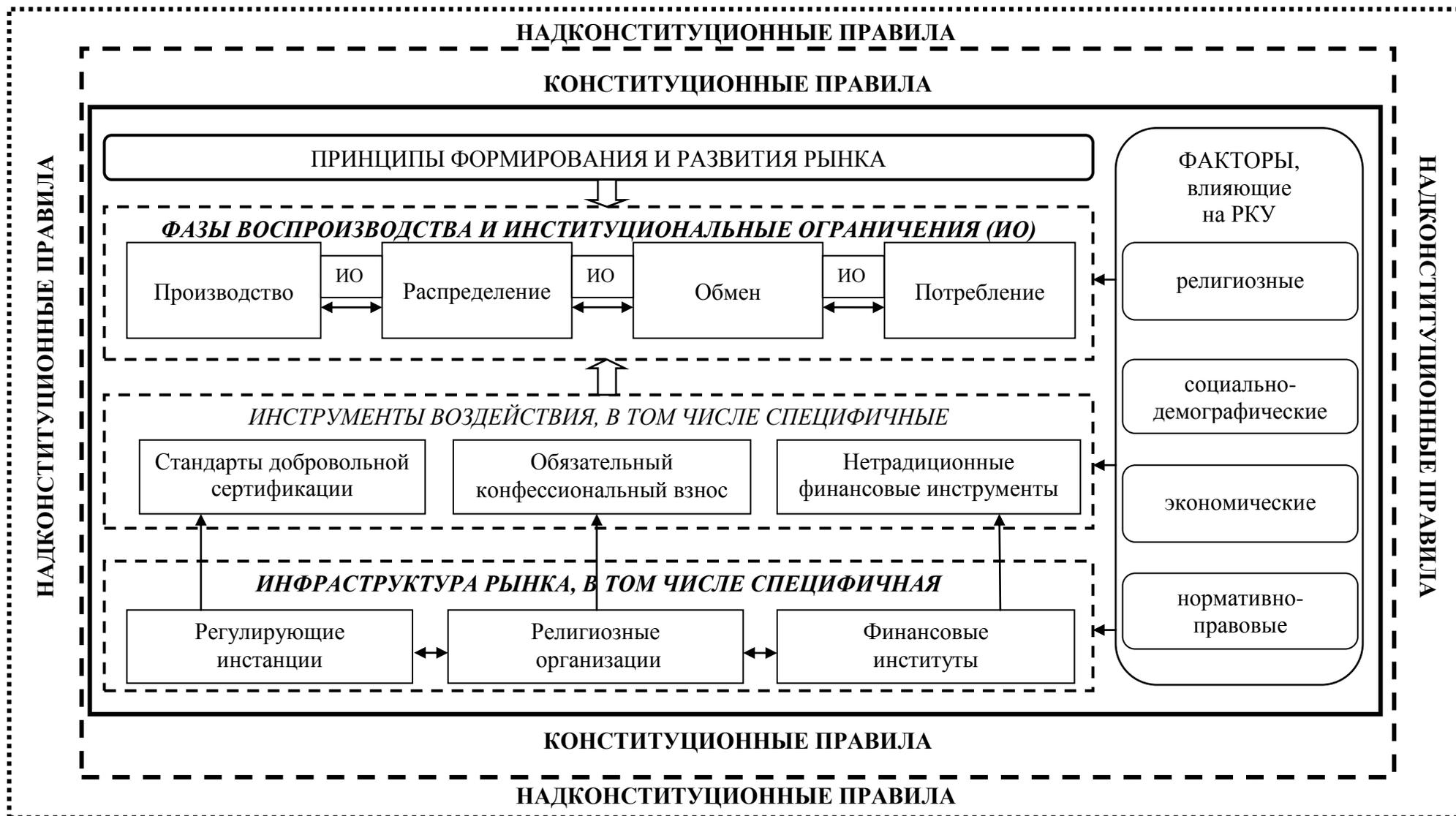


Рисунок 1 – Модель межорганизационных взаимосвязей участников рынка конфессиональных услуг

Таблица 2 – Сравнительный анализ институциональных ограничений по фазам воспроизводства в рамках основных конфессий

Ограничения (помимо конституционных)	Христианство	Ислам	Буддизм	Иудаизм
Производство	нет	да	Нет	да
Распределение	нет	да	Нет	да
Обмен	нет	да	Нет	да
Потребление	частично	да	частично	да

Данные показывают подверженность исламской и иудейской конфессий влиянию надконституционных правил на всех этапах фазы воспроизводства, тогда как христианской и буддийской – лишь частично на этапе потребления. Такая ситуация обусловлена спецификой надконституционных правил каждой конфессии.

Религиозные организации выступают важной составляющей инфраструктуры рынка конфессиональных услуг. Их влияние может варьироваться в зависимости от сложившихся отношений с участниками рынка, а перечень функций может включать регулирование благотворительности, участие в сертификации, стандартизации, ярмарках и выставках и пр. Специфичным инструментом воздействия на фазы воспроизводства является обязательный конфессиональный взнос в пользу социально незащищенных слоев населения, а также на развитие религиозных общин.

Нетрадиционные финансовые институты (организации, использующие нетрадиционные финансовые инструменты) играют важную роль в формировании и развитии рынка конфессиональных услуг. В России функционируют исламские финансовые институты, базовыми инструментами которых по привлечению капитала в коммерческие организации являются полное (мушарака) и доверительное партнерство (мудароба). В современных условиях их использование связано с определенными проблемами, что обусловило преобладание таких инструментов, как долгосрочная финансовая аренда (иджара) и товарная рассрочка (мурабаха). Подчеркнем, что их применение не противоречит нормам Гражданского кодекса Российской Федерации.

Таким образом, выделены специфичные участники инфраструктуры рынка конфессиональных услуг (регулирующие инстанции, религиозные организации и финансовые институты), которые на основе использования инструментов воздействуют на все фазы воспроизводства, формируя институциональные ограничения для организаций рынка конфессиональных услуг, что способствует формированию межорганизационных взаимосвязей участников, развивая рынок конфессиональных услуг за счет снижения транзакционных издержек вследствие согласования нормативного стандарта с конституционными правилами.

3. Дополнена методология исследования формирования и развития рынка профессиональных услуг в части раскрытия принципов ортопраксии (установление разрешенных видов деятельности, имущества и его источников), ригоризма (определение границ функционирования участников рынка), соконкуренции (формирование направлений взаимодействия участников рынка) и социальной полезности (ранжирование приоритетов в деятельности организаций).

Ключевыми элементами методологии исследования формирования рынка профессиональных услуг, исходя из цели и предмета, являются совокупность институционального, системного и концептуального подходов, основанных на них специфичных принципов и методов, а также вытекающих из них методик, необходимых для решения поставленных задач, и последовательность выбора приоритетных направлений развития данного рынка по достижению максимального социально-экономического эффекта (рисунок 2).

В перечне принципов функционирования отраслевых рынков, существующих в экономической литературе, особое значение в рамках данного исследования приобретают соконкуренция и социальная полезность. Однако на рынке профессиональных услуг они носят обязательный характер, тогда как на остальных рынках – рекомендательный. Принцип соконкуренции предполагает запрет нанесения вреда или ущерба конкурентам, диктуя и актуализируя вопрос повышения благосостояния не только одного конкретного хозяйствующего субъекта, но и рынка в целом. Как следствие, происходит взаимодействие в рамках информационной, этической, потребительской, инновационной, контрольной, консолидированной и маркетинговой областей. Принцип социальной полезности предполагает, что организации рынка профессиональных услуг не могут обойти социальную составляющую, если они хотят соответствовать институциональным особенностям. В рамках его реализации происходит ранжирование приоритетов с позиции правил градации интересов, меньшего ущерба, большей пользы, разумной альтернативы и на основе нравственных взаимоотношений. Например, правило меньшего ущерба предполагает, что из нескольких контрагентов организации рынка профессиональных услуг выбирается тот, состав выручки которого в большей степени соответствует надконституционным правилам.

В качестве специфичных принципов обозначены ортопраксия и ригоризм. Рассматривая суть принципа ортопраксии, следует основываться на теории институциональной экономики, согласно которой участник рынка ограничен в своей рациональности и следует нормативному стандарту, определяющему порядок принятия управленческих решений. На рынке профессиональных услуг таковым является совокупность надконституционных правил для установления разрешенных видов деятельности, имущества и его источников, соблюдение которых обязательно, учитывая, что требование эффективности не является ключевым. Нарушение данного принципа априори делает деятельность организаций исследуемого рынка противоречащей надконституционным правилам. Например, привлечение источников финансирования активов

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ: разработка теоретических и методологических положений формирования и развития рынка услуг в соответствии с институциональными ограничениями конфессионального характера и соответствующие ей задачи

ПРЕДМЕТ ИССЛЕДОВАНИЯ: система управленческих отношений, возникающих в процессе формирования и развития ОБЪЕКТА ИССЛЕДОВАНИЯ – рынка конфессиональных услуг в России

ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЕ ПОДХОДЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ НАПРАВЛЕННОСТЬ ИССЛЕДОВАНИЯ: институциональный, системный, концептуальный

СПЕЦИФИЧНЫЕ ПРИНЦИПЫ, ФОРМИРУЮЩИЕ ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ОБЪЕКТА ИССЛЕДОВАНИЯ: ортопраксия, ригоризм, соконкуренция, социальная полезность

ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЕ МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ: общенаучные, экономические, компаративистский, каузальный, нормативный, генетический

ПРЕДЛАГАЕМЫЕ МЕТОДИКИ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ РЕШЕНИЯ ПОСТАВЛЕННОЙ ЦЕЛИ

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ РАЗВИТИЯ РКУ

МЕТОДИКА РАСЧЕТА КОНФЕССИОНАЛЬНОГО ВЗНОСА

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ОРГАНИЗАЦИЙ РКУ

макроуровень

мезоуровень

микроуровень

АЛГОРИТМ ВЫБОРА ПРИОРИТЕТНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ

Рисунок 2 – Методология исследования формирования и развития рынка конфессиональных услуг

организации для функционирования и расширения масштабов деятельности должно происходить в рамках надконституционных обязательных правил.

Принцип ригоризма базируется на суждении, что экономические идеи в теории институциональной экономики выражаются не только совокупностью верных и ложных суждений, но и глубиной строгости в следовании правилам ведения коммерческой деятельности на рынке профессиональных услуг. Данный принцип определяет наличие многоступенчатости исполнения правил в хозяйственной деятельности, в том числе и в рамках взаимосвязи конституциональных и надконституциональных правил, а также возможности их бесконфликтной реализации. В рамках реализации данного принципа определяются границы функционирования с позиции правил изначальной дозволенности, сопутствия, взаимосвязи, гибкости, учета крайних обстоятельств и наличия условий. Например, несмотря на то, что транспортные услуги в своей основе дозволены, но если предметом осуществления услуги станет запрещенный товар, согласно правилам какой-либо религии, тогда такая деятельность, как правило, противоречит надконституционным правилам.

Иерархия принципов формируется в соответствии со значимостью каждого из них для достижения поставленной цели (рисунок 3).



Рисунок 3 – Принципы формирования и развития РКУ

Ортопраксия занимает первое место в иерархии принципов, так как предполагает необходимость следования надконституционным правилам, что является первичным на рынке профессиональных услуг, а ригоризм устанавливает степень соответствия нормативному стандарту, определяя второе место в системе. Сококонкуренция и социальная полезность обуславливают важность надконституционных рекомендуемых правил. При этом социальная полезность в полной мере может быть достигнута лишь при соблюдении принципа сококонкуренции, что и предопределило их взаимный порядок. Согласно неоклассической теории вопрос максимизации результатов хозяйственно-финансовой деятельности при минимальных издержках и предельной полезности является доминантным в деятельности участников отраслевых рынков. Однако на рынке профессиональных услуг этот принцип не является ключевым, что подчеркивает его вторичную значимость по отношению к исследуемому рынку.

Следующим основополагающим элементом исследования методологических аспектов развития рынка профессиональных услуг являются методы исследования, включающие общенаучные (общелогические, эмпирического исследования и теоретического познания), экономические (макроэкономические и микроэкономические), компаративистский (сравнительный анализ профессий с целью выявления в них общих и специфичных аспектов), каузальный (нахождение причинно-следственных взаимосвязей рассматриваемых явлений), нормативный (обоснование прогнозов, планов, программ с использованием норм и нормативов) и генетический (анализ формирования и развития явлений).

Вытекающие из используемых подходов, принципов и методов предлагаемые методики могут быть использованы на разных уровнях: макроуровень (методика оценки рынка профессиональных услуг), мезоуровень (методика расчета профессионального взноса) и микроуровень (методика оценки деятельности организаций рынка профессиональных услуг и методика расчета профессионального взноса).

Логическим завершением исследования методологических аспектов развития исследуемого рынка является разработка алгоритма выбора приоритетных направлений развития рынка профессиональных услуг, который определяет ключевые задачи достижения социально-экономического эффекта в регионе или стране в целом.

Таким образом, предложенная система принципов, дополняя методологические положения формирования и развития рынка профессиональных услуг, отличается как составом, так и специфичным порядком в иерархии, предполагая, что каждый из них доминирует над принципом максимизации экономических результатов участника рынка при минимальных издержках, что определяет вектор для разработки концептуальных положений, методических основ и направлений развития рынка профессиональных услуг.

4. Систематизирован состав групп специфических факторов, воздействующих на рынок конфессиональных услуг (религиозные, социально-демографические, экономические, нормативно-правовые), и осуществлено их ранжирование по степени значимости с учетом институциональных особенностей конфессионального характера.

Существующие факторы, влияющие на отраслевые рынки, в научной литературе объединены в две группы:

– глобальные, включающие эволюционные (мировая экономика) и стратегические (экономика страны);

– текущие, состоящие из факторов общего (влияют на все виды отраслевых рынков) и специфического характера (влияют на конкретный отраслевой рынок).

По причине подробного изложения в научной литературе факторов, оказывающих влияние на все виды отраслевых рынков, остановимся на специфических. Подчеркнем, что данная совокупность (религиозные, социально-демографические, экономические и нормативно-правовые) характерна для любой конфессии, но состав и значимость каждого из нее варьируются в зависимости от специфичных принципов. Рассмотрим специфические факторы на примере рынка мусульманских услуг, где институциональные ограничения оказывают огромное влияние на поведение участников рынка, а высокая доля мусульман в общей численности населения позволяет получить больший социально-экономический эффект от формирования и развития данного рынка (рисунок 4).

Религиозные факторы на рынке мусульманских услуг оказывают наибольшее влияние на спрос и предложение участников, задавая экономическую рациональность в их деятельности, что частично подтверждается результатами социологического исследования, согласно которым для 84 % мусульман соблюдение надконституционных правил является первичным. Исследуя возрастные критерии потребителей, можно отметить, что наибольшему влиянию (50 %) данного фактора подвержено население до 35 лет. Это обусловлено стремлением участников рынка соблюдать надконституционные правила своей конфессии и в настоящее время в России базируется на:

– историческом положении мусульман России, живших в СССР и удовлетворявших свои базовые потребности лишь за счет функционирования домохозяйств, поскольку рынок конфессиональных услуг не был сформирован из-за ограничений, налагавшихся на все конфессии и доходящих в разные периоды времени до прямой борьбы с институтом религии;

– глобализационных процессах в мире, вызвавших желание и предоставивших возможности индивидууму реализовать свои особенные потребности во всех сферах, что привело к возврату к истокам своей культуры, традиций, религии.

Значимость социально-демографических факторов в первую очередь основывается на прогнозе, что к 2030 г. мусульмане будут доминирующей конфессией в мире, объединяющей 26,4 % населения планеты, или 2,2 млрд чел. При этом коэффициент рождаемости в 10 странах с самым большим числом мусульман не ниже 1,9. В России их численность составляет не менее 15 млн чел., а с учетом роста численности мигрантов из мусульманских стран – не менее 20 млн чел.



Рисунок 4 – Факторы, влияющие на рынок мусульманских услуг (РМУ)

Градация по возрастному признаку свидетельствует, что мусульмане являются самыми молодыми представителями планеты (рисунок 5), при этом около 34 % из них младше 15 лет, и, следовательно, в ближайшее десятилетие исследуемый рынок будет стремительно увеличиваться.

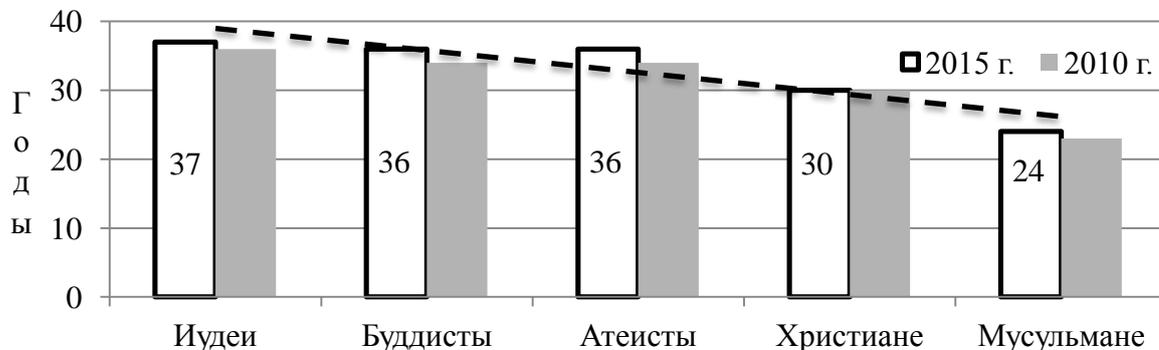


Рисунок 5 – Средний возраст людей в мире по конфессиональной принадлежности в 2015 г. и в 2010 г.

Состав экономических факторов на рынке мусульманских услуг обусловлен улучшением в последние десятилетия благосостояния населения многих исламских стран, что проявилось в росте потребительских расходов мусульман во всем мире на 5,8 % (1,585 млрд долл., или 16,9 % в общемировой структуре). Такая же ситуация наблюдается и в России, где потребительские расходы возрасли на протяжении анализируемого периода.

При этом активно происходит взаимопроникновение отраслей друг в друга: после начала формирования рынка мусульманских услуг в России появились организации, предоставляющие различные услуги, отвечающие надконституционным правилам, что обусловило появление многопрофильных организаций, предоставляющих комплекс профессиональных услуг. Например, в России функционируют отели, отвечающие надконституционным правилам мусульманской конфессии, являясь частью мирового объема туристического бизнеса, оборот которого составляет более 126 млрд долл.

Естественным выглядит и рост объема нетрадиционных финансов в России, выраженных в увеличении финансовых активов. В настоящее время функционируют более 10 организаций, предоставляющих финансовые услуги в рамках надконституционных правил мусульманской конфессии.

Развитие международного рынка мусульманских услуг проецируется на отечественный рынок, что проявляется в возможности расширения импортно-экспортных отношений и повышения уровня импортозамещения, особенно учитывая участие России в шести международных организациях, в которых представлены страны, где мусульмане занимают численное большинство.

Нормативно-правовые факторы включают в себя законодательное регулирование рынка профессиональных услуг, что является ключевым аспектом его развития, поскольку зачастую прямо пропорционально коррелирует с доверием потребителей – важнейшим компонентом успешного функционирования рассматриваемого рынка. В России отсутствует государственное регулирование исследуемого рынка в части соблюдения надконституционных правил, что, как показывает практика, является сдерживающим фактором развития рынка профессиональных услуг. В стране более 10 организаций занимаются разработкой системы добровольной сертификации мусульманских услуг, но их стандарты и методы работы отличаются друг от друга, что зачастую приводит к спорным ситуациям и повышает транзакционные издержки участников рынка.

Таким образом, совокупность специфических факторов, воздействующих на рынок профессиональных услуг (религиозные, социально-демографические, экономические и нормативно-правовые), является общей для каждой конфессии, но перечень и его ранжирование будут зависеть от индивидуальных особенностей конфессии. В частности, рынки мусульманских и иудейских услуг отличаются главенством влияния института религии, поскольку институциональные ограничения профессионального характера задают экономическую рациональность и позволяют выявить сдерживающие факторы развития рынка, главными из которых на рынке мусульманских услуг являются нормативно-правовые.

5. Обоснованы обязательные требования к содержательной части стандартов на услуги населению на основе классификации регулирующих организаций на примере рынка мусульманских услуг по степени независимости (находящиеся в государственной структуре; в религиозной структуре; независимые) и перечню функций (полностью контролирующие; частично контролирующие с вхождением в правовое поле; частично контролирующие без вхождения в правовое поле).

Сертифицирующие организации являются важнейшим элементом инфраструктуры на рынке профессиональных услуг, контролирующим реализацию надконституционных правил. Их роль особенно возрастает в отсутствие государственного регулирования степени институциональных ограничений на исследуемом рынке, поскольку является основополагающим инструментом сдерживания оппортунистического поведения участников, а также завоевания доверия потребителей. Положения Федерального закона «О техническом регулировании» предусматривают возможность создания системы добровольной сертификации, учитывающей надконституционные правила на всех этапах фаз воспроизводства в отношении предоставляемых профессиональных услуг.

В России существует система сертификации в рамках разных конфессий, однако отсутствие регулирования в части институциональных особенностей стали сдерживающим фактором именно на рынке мусульманских услуг. Анализ информанта на рынке мусульманских услуг как части рынка профессиональных услуг позволил классифицировать сертифицирующие организации по степени независимости и перечню функций (рисунок 6).

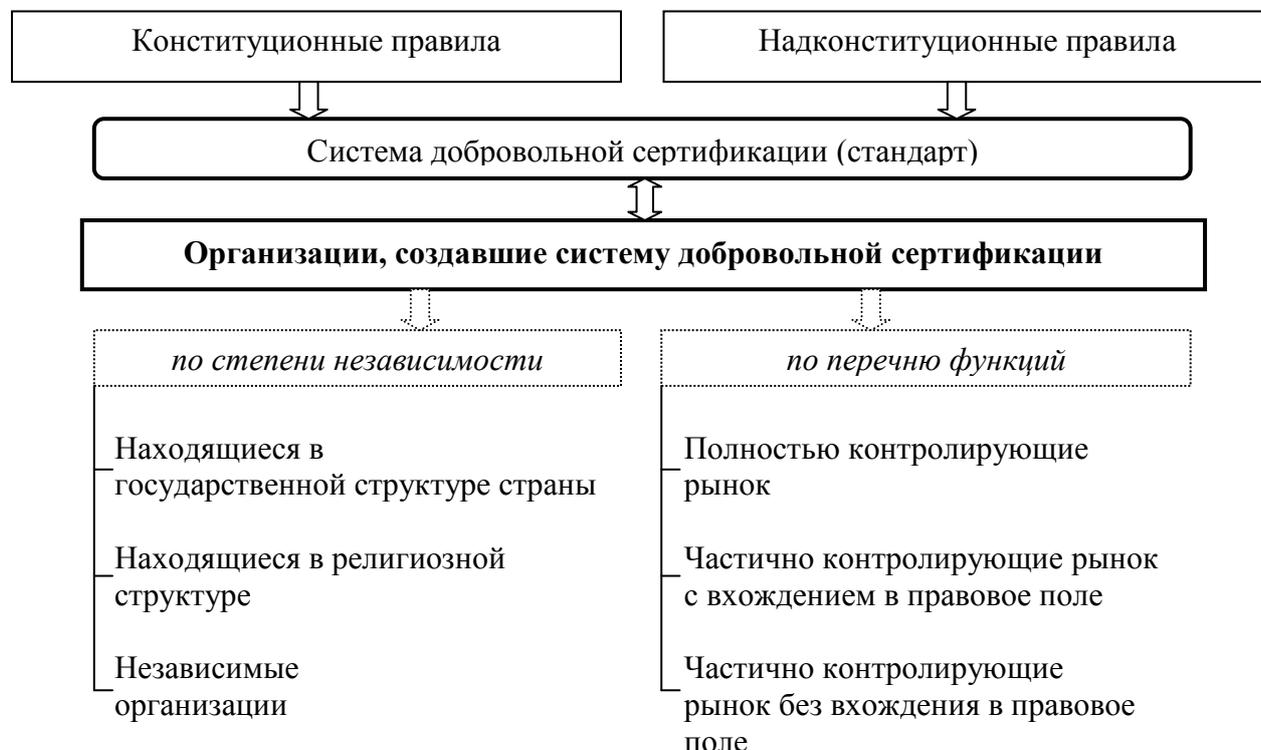


Рисунок 6 – Взаимосвязь институтов и инструментов регулирования системы сертификации на рынке мусульманских услуг

Среди сертифицирующих организаций российского рынка мусульманских услуг большее число относится к тесно сотрудничающим с религиозными структурами, даже если они и функционируют в качестве отдельных юридических лиц, так как в сознании большинства российских мусульман логотип «Халяль» связан исключительно с официальным духовенством. Именно поэтому в соответствии с предложенной моделью межорганизационных взаимосвязей участников рынка профессиональных услуг (рисунок 1) повышается значение религиозных организаций. Однако не каждый религиозный институт может организовать весь процесс сертификации и последующего аудита на должном уровне, а независимая организация, наоборот, может привлечь специалиста международного уровня. Тем не менее, корреляция между зависимостью сертифицирующей организации от религиозной и доверием потребителей высока. Также важно и общее количество сертифицированных организаций, являющихся показателем востребованности соответствующих институтов. В этой связи предлагается ввести показатель для оценки уровня полученных сертификатов на конкретном рынке: доля емкости рынка организаций, торгующих сертифицированными товарами или услугами, рассчитываемая как отношение числа организаций, торгующих сертифицированными профессиональными товарами или услугами, и общего числа организаций на рынке профессиональных услуг.

По степени независимости сертифицирующие организации в России относятся к частично контролирующим с вхождением в правовое поле. Как следствие, каждая из них самостоятельно разрабатывает систему добровольной сертификации, что привело к наличию на рынке двух ключевых проблем:

– оппортунистическое поведение участников рынка мусульманских услуг, что проявляется в выборе участниками рынка сертифицирующей организации с наименьшими требованиями. Поэтому большое количество регулирующих органов – это двоякое явление: с одной стороны, нельзя допускать монополизации на слабо развивающемся рынке, а с другой стороны, наличие единой сертифицирующей организации решило бы указанную проблему;

– стандарты зачастую содержат ряд противоречий и несоответствий надконституционным правилам.

Такого рода противоречия являются причиной полученных результатов проведенного опроса в 2016 г. в рамках исследования. Среди потребителей, обращающих внимание на маркировку (92 %), больше половины (52 %) не доверяют ей в полной мере в силу информационной асимметрии. Поэтому стандартизирующим организациям в первую очередь необходимо направить усилия на унификацию положений стандартов. С этой целью, а также для стимулирования агента к большей добросовестности, предложено установить обязательные требования стандартов для участников рынка, создавших систему добровольной сертификации:

– ввести в понятийный аппарат стандартов термин «порядок надконституционных обязательных правил в системе институциональных

отношений», а также указать основные элементы наиболее распространенных в России;

- включить минимальный набор обязательных правил по ряду институциональных критериев на всех стадиях предоставления услуги;
- согласовать структуру порядка надконституционных обязательных правил как институциональных условий бесконфликтного хозяйствования;
- запретить использование единых инструментов для мусульманской и иной продукции на всех стадиях их производства и продажи с целью снижения оппортунистического поведения участников рынка;
- предоставить общий доступ к стандартам для повышения прозрачности деятельности соответствующих инфраструктурных организаций.

Таким образом, обоснованные обязательные требования к содержательной части стандартов на услуги институтов, контролирующих исполнение контрактов, способны согласовать надконституционные правила с целью бесконфликтного хозяйствования участников и повышения качества нормативного регулирования, снизить оппортунистическое поведение и повысить прозрачность деятельности инфраструктурных организаций рынка мусульманских услуг как части рынка профессиональных услуг.

6. Разработана рейтинговая оценка деятельности участников рынка мусульманских услуг как части рынка профессиональных услуг, позволяющая учитывать соблюдение надконституционных правил, наличие противоречий традиционных показателей с нормативным стандартом и корректировку оптимальных значений вследствие институциональных особенностей.

В рамках формирования и развития рынка профессиональных услуг необходим анализ соответствия надконституционным правилам не только самой услуги, но и всех элементов организации бизнеса, что может быть реализовано с помощью методики оценки деятельности коммерческих организаций, функционирующих на данном рынке. Ограниченность применения традиционных методик оценки организаций отраслевых рынков к организациям рынка профессиональных услуг обусловлена тремя причинами: наличием противоречий с надконституционными правилами; необходимостью оценки соблюдения нормативного стандарта; потребностью в корректировке оптимальных значений с учетом институциональных особенностей. К настоящему времени в России применяется лишь одна методика, используемая Национальным рейтинговым агентством, которая лишь частично отвечает указанным требованиям. Формирование рейтинга основано только на показателях рентабельности продаж и прибыли, а институциональные требования не учитывают специфики сферы услуг. Автором предлагается методика рейтинговой оценки, учитывающая специфику деятельности участников организаций рынка мусульманских услуг как части рынка профессиональных услуг.

Несоответствие применяемых индикаторов оценки участников рынка мусульманских услуг надконституционным правилам вызвало необходимость корректировки предлагаемых коэффициентов (таблица 3).

Таблица 3 – Корректировка абсолютных значений показателей оценки деятельности коммерческой организации РМУ по причине наличия противоречий с надконституционными правилами

Институциональная особенность	Формула	Использование в методике
Выручка должна включать вписывающиеся в рамки надконституционных правил доходы	$ВР_C = ВР_О - ВР_З,$ где $ВР_C$ – скорректированная выручка, $ВР_О$ – общая сумма выручки, $ВР_З$ – выручка, противоречащая надконституционным правилам	Фондоотдача, продолжительность погашения кредиторской задолженности и др.
Все виды прибыли должны быть сформированы в рамках деятельности, отвечающей обязательным правилам	$ПП_C = ППО - ПП_З,$ где $ПП_C$ – скорректированная прибыль от продаж, $ПП_О$ – общая сумма прибыли от продаж, $ПП_З$ – прибыль от продаж, противоречащая надконституционным правилам; $ЧП_C = ЧПО - ЧП_З,$ где $ЧП_C$ – скорректированная чистая прибыль, $ЧПО$ – общая сумма чистой прибыли, $ЧП_З$ – чистая прибыль, противоречащая надконституционным правилам	Чистая прибыль на акцию, отношение дивидендов к величине активов, продолжительность погашения дебиторской задолженности и др.
Имущество, не отвечающее требованиям нормативного стандарта, не может быть включено в расчет коэффициентов	$И_C = И_О - И_З,$ где $И_C$ – скорректированная сумма имущества, $И_О$ – общая сумма имущества организации, $И_З$ – сумма имущества, противоречащая надконституционным правилам	Рентабельность активов, коэффициент отношения рыночной и бухгалтерской стоимости организации, коэффициент обеспеченности запасов и др.
Источники активов должны соответствовать надконституционным правилам	$ИА_C = ИАО - ИАЗ,$ где $ИА_C$ – скорректированная сумма источников активов, $ИАО$ – общая сумма источников активов, $ИАЗ$ – сумма источников активов, противоречащая надконституционным правилам	Коэффициент маневренности собственного капитала, коэффициент автономии и др.
Денежные средства, полученные организацией, должны быть сопряжены с деятельностью, учитывающей институциональные особенности	$Д_C = ДО - Д_З,$ где $Д_C$ – скорректированная сумма денежных средств, $Д_О$ – общая сумма денежных средств, $Д_З$ – сумма денежных средств, полученная от запрещенных видов деятельности	Коэффициент достаточности денежных средств, коэффициент покрытия денежными средствами задолженности, коэффициент отношения чистого денежного потока к чистой прибыли и др.

Для оценки соблюдения надконституционных правил предлагается использовать качественные показатели (таблица 4).

Таблица 4 – Качественные показатели оценки деятельности коммерческой организации РМУ на основе соблюдения нормативного стандарта

Показатели	Институциональная особенность
Соответствие надконституционным правилам	Оценивается на основе следующих критериев: – деятельность организации соответствует надконституционным правилам; – источники формирования имущества соответствуют надконституционным правилам; – отсутствие фактов нарушения надконституционных правил в прошлом; – соблюдение надконституционных правил внутри организации; – выплата обязательного конфессионального взноса
Социально-экологический стандарт	В расчет введен критерий «Отсутствие фактов связи в деятельности с элементами, противоречащим надконституционным правилам»
Репутация руководителя и топ-менеджмента	В расчет введен критерий «Отсутствие фактов связи с организациями, нарушающими надконституционные правила»
Отношения с сотрудниками	В расчет введен критерий «Организация рабочего места согласно надконституционным правилам»
Отношения с контрагентами	В расчет введен критерий «Отсутствие контрагентов, деятельность которых в большинстве своем противоречит надконституционным правилам»

Институциональные особенности вызвали необходимость корректировки оптимальных значений показателей оценки деятельности коммерческой организации РМУ (таблица 5).

Таблица 5 – Корректировка оптимальных значений показателей оценки деятельности коммерческой организации РМУ на основе учета институциональных особенностей

Показатели	Институциональная особенность
Коэффициент автономии	Если в регионе существуют доступные нетрадиционные финансовые институты, то оптимальное значение коэффициента будет приближаться к 0,5, если отсутствуют – к 1
Коэффициент вложений в торгово-производственный потенциал	Оптимальным признается значение, равное 0,5 и выше, что соответствует институциональному требованию к акционерным обществам, которые размещают на рынке свои акции, так как недопустимо, чтобы дебиторская задолженность и денежные средства занимали более 50 % в активах организации рынка мусульманских услуг
Показатель типа устойчивости	Введено пять типов устойчивости, отличающихся от традиционных учетом альтернативных источников пополнения активов (мурабаха и саям), а также наличием запретов нормативного стандарта

Предложенная система показателей отражает различные стороны хозяйственно-финансовой деятельности и может меняться в зависимости от потребностей внутренних и внешних пользователей.

С целью ранжирования результатов оценки предложен алгоритм определения рейтинга организаций рынка мусульманских услуг (рисунок 7).

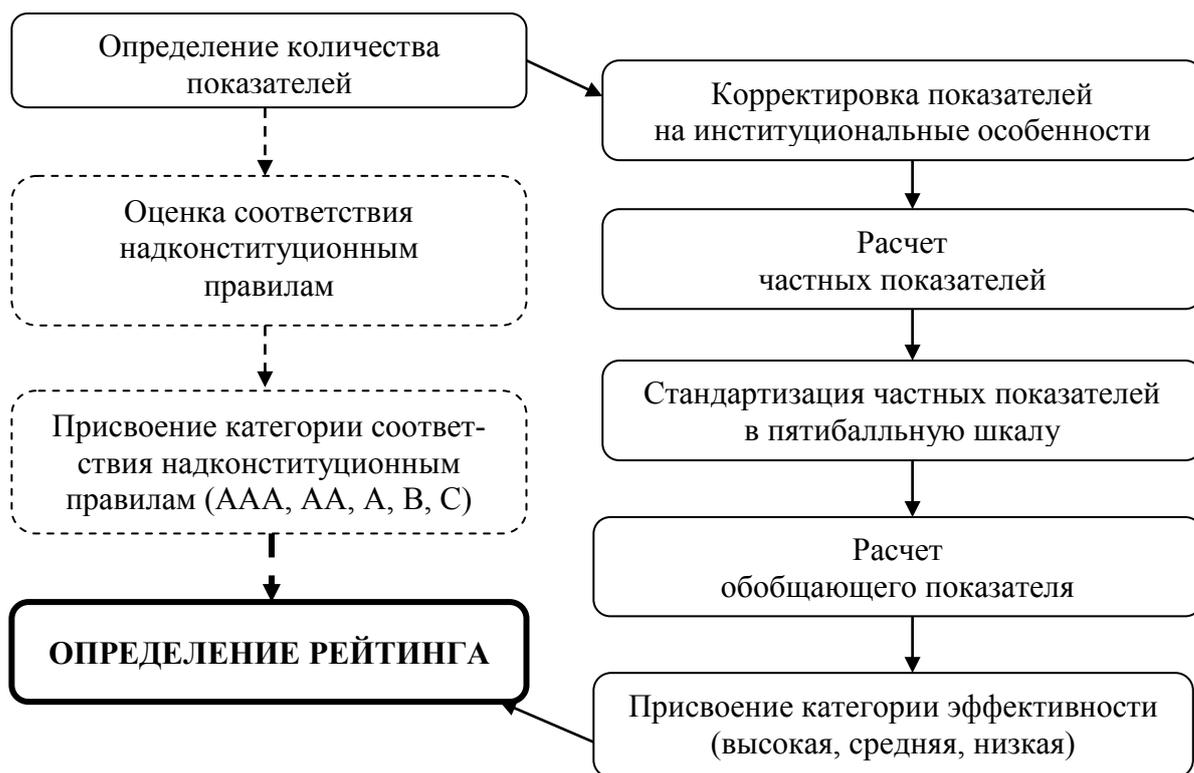


Рисунок 7 – Алгоритм определения рейтинга коммерческой организации рынка мусульманских услуг

Для обобщения частных показателей используется разработанная пятибалльная шкала оценки, в которой критерии оценки перманентны, и на практике необходимо только соотнести их с фактическим значением. Стандартизация предполагает деление фактических значений на 5, а полученные значения суммируют и делят на количество. Ранжирование происходит по 3 категориям:

- высокая эффективность (0,7–1) – 1 категория;
- средняя (0,4–7) – 2 категория;
- низкая (0–0,4) – 3 категория.

Оценка соответствия надконституционным правилам предполагает 5 возможных вариантов:

- 1) AAA – полное соответствие институциональным ограничениям конфессионального характера;
- 2) AA – не выплачивается обязательный взнос;
- 3) A – не выплачивается обязательный взнос и не соблюдаются институциональные ограничения внутри организации;
- 4) B – не выплачивается обязательный взнос и не соблюдаются институциональные ограничения внутри организации, а также в составе выручки менее 5 % запрещенных элементов и / или финансовые ресурсы содержат менее 33 % процентных займов;
- 5) C – не выплачивается обязательный взнос и не соблюдаются институциональные ограничения внутри организации, а также в составе выручки

более 5 % запрещенных элементов и / или финансовые ресурсы содержат более 33 % процентных займов.

Ранжирование проводят по системе определения рейтинговой позиции организаций рынка мусульманских услуг (таблица 6).

Таблица 6 – Система определения рейтинговой позиции коммерческой организации рынка мусульманских услуг

Категории	AAA	AA	A	B	C
Высокая эффективность	AAA1	AA1	A1	B1	C1
Средняя эффективность	AAA2	AA2	A2	B2	C2
Низкая эффективность	AAA3	AA3	A3	B3	C3

Разделение на высокую, среднюю и низкую эффективность поможет инвесторам и нетрадиционным финансовым институтам верно принять управленческие решения с экономической точки зрения.

Также предлагаемый рейтинг позволит принципалу (контрагентам, инвесторам и исламским финансовым институтам) определить степень выполнения надконституционных правил в рамках сотрудничества, инвестирования или кредитования агента (организаций рынка мусульманских услуг) еще до момента заключения контракта:

– присвоение категории «AAA», «AA» и «A» позволяет сотрудничать с такими организациями, а также инвестировать в них и кредитовать;

– присвоение категории «B» позволяет сотрудничать с такими организациями, однако инвестирование в них и кредитование невозможно с позиции надконституционных правил;

– присвоение категории «C» делает невозможным работу с такими организациями.

Таким образом, использование рейтинговой оценки организациями, оказывающими конфессиональные услуги, будет мотивировать их повысить свою позицию для роста потребительской привлекательности, что предоставит покупателям возможность выбора более качественной услуги, создавая предпосылки развития рынка. При этом предложенный алгоритм является универсальным в рамках любой конфессии с внесением корректировок, отражающих их специфику.

7. Усовершенствована методика расчета обязательного конфессионального взноса, входящая в систему его сбора и распределения, с учетом российской специфики составления финансовой отчетности на примере участников рынка мусульманских услуг.

Неотъемлемым элементом рынка конфессиональных услуг является обеспечение социальной защиты и поддержки населения на основе обязательного конфессионального взноса, предполагающего платеж с облагаемых активов организации имущества в пользу социально незащищенных групп населения. К тому же это важнейшее условие отнесения организации к соблюдающей надконституционные правила. На рисунке 8 предложена разработанная система сбора и распределения обязательного конфессионального взноса.

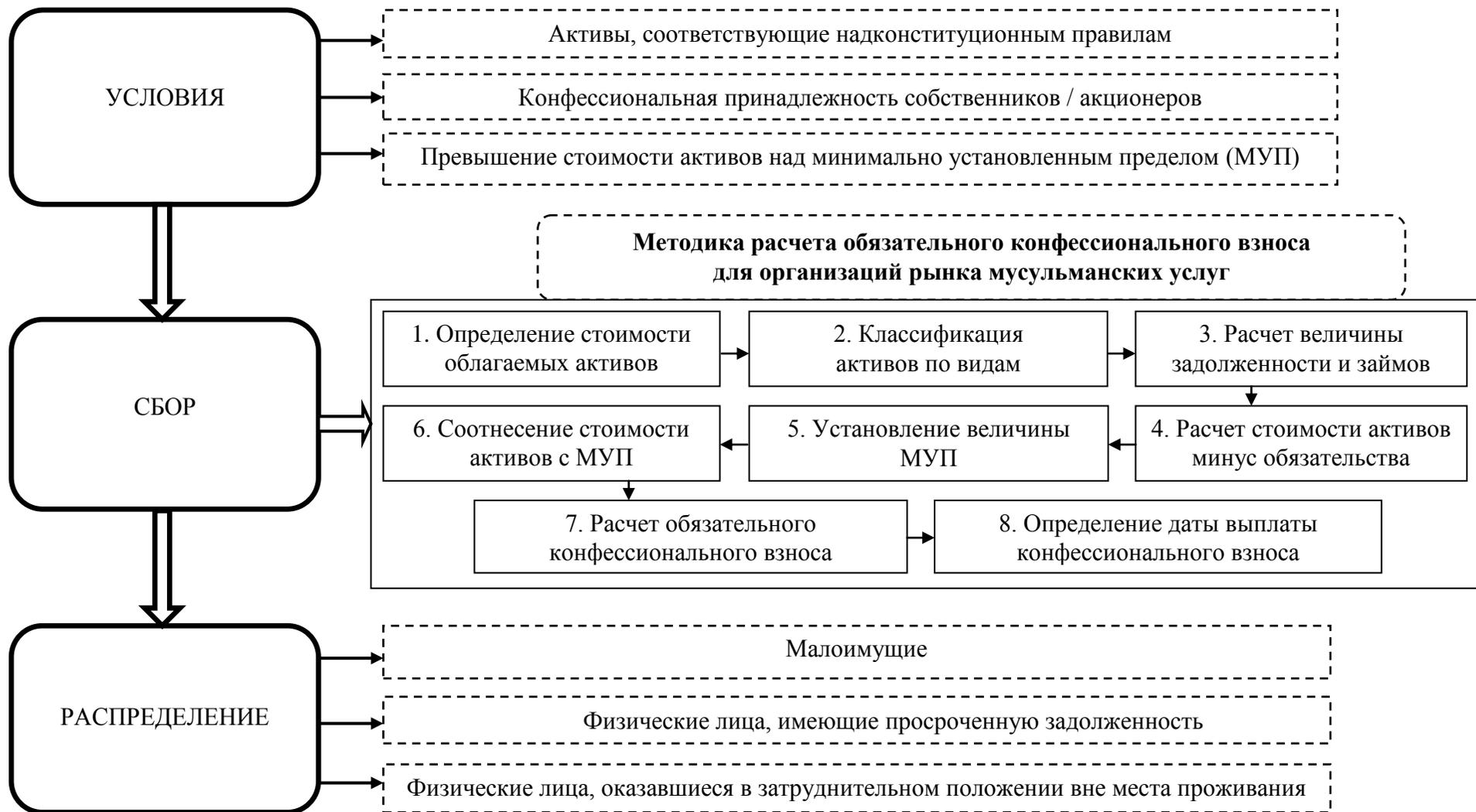


Рисунок 8 – Система сбора и распределения обязательного конфессионального взноса организаций РМУ

Для каждой конфессии наполнение всех этапов системы сбора и распределения обязательного конфессионального взноса индивидуально. Данный взнос занимает важное место в системе институциональных особенностей мусульманской и иудейской конфессий. Значительная сумма взноса на рынке мусульманских услуг, обусловленная высоким удельным весом численности мусульман среди всего населения, определила его выбор для более глубокого исследования.

Условия системы сбора и распределения обязательного конфессионального взноса включают 6 надконституционных обязательных правил на рынке мусульманских услуг, при этом лишь 3 из них, выделенные на рисунке 8, актуальны в российских условиях.

Важным элементом системы сбора и распределения является методика расчета обязательного конфессионального взноса, которая базируется на определении стоимости облагаемых активов (таблица 7).

Таблица 7 – Определение облагаемых активов российских организаций рынка мусульманских услуг

Активы	Отношение к облагаемой базе – ставка
Нематериальные активы	Не включают, кроме тех, которые планируется реализовать, по ним – 2,5 %
Результаты исследований и разработок	Не включают
Поисковые активы	Не включают
Основные средства	Не включают, кроме тех, которые планируется реализовать, по ним – 2,5 %
Доходные вложения в материальные ценности	Включают лишь доход от аренды, но не сами основные средства – 2,5 %
Прочие внеоборотные активы	Включают, только если имущество приобретается для перепродажи – 2,5 %
Запасы	Включают – 2,5 %, кроме используемых для собственных нужд
Финансовые вложения	Включают – 2,5 % за вычетом начисленных процентов
Дебиторская задолженность	Включают, кроме безнадежной (в соответствии с надконституционными правилами) – 2,5 %
Денежные средства	Включают – 2,5 %

Распределение полученной суммы в зависимости от региона России может производиться тремя способами: самостоятельно, через специализированную организацию или через религиозное учреждение.

Выделяют 8 групп получателей обязательного конфессионального взноса, но в ходе исследования было установлено, что лишь 3 из них актуальны для российской практики:

– малоимущие, которые не в состоянии обеспечить себя и свою семью в обозримом будущем стандартным набором необходимого для жизни для лиц

аналогичного социального положения в их местности по причине недостатка материальных благ либо по нетрудоспособности, а также те, чьи временные обстоятельства привели их к бедственному положению;

– физические лица, имеющие просроченную задолженность, которую они не в состоянии покрыть в обозримом будущем;

– физические лица, оказавшиеся в затруднении вне места проживания, которые по весомым причинам не могут получить доступ к своему имуществу и при этом нуждаются в расходах на продукты питания, проезд и другие предметы первой необходимости вне зависимости от имущественного положения.

Таким образом, предложена система сбора и распределения обязательного конфессионального взноса, возможная к использованию в каждой конфессии и отличающаяся внутренним наполнением исходя из институциональных особенностей. Усовершенствованная методика расчета обязательного конфессионального взноса на примере рынка мусульманских услуг создает предпосылку для его развития за счет соблюдения надконституционных правил, и на этой основе формирует экономические основы социальной защиты и поддержки населения, отличаясь от существующих наличием пошагового алгоритма для юридических лиц.

8. Разработан алгоритм выбора приоритетных направлений развития рынка конфессиональных услуг в России, состоящий из четырех этапов (выявление и анализ факторов; оценка развития рынка; анализ развития инфраструктуры; систематизация направлений развития рынка), и предложены механизмы реализации поставленных задач достижения социально-экономического эффекта.

С целью выявления резервов развития рынка мусульманских услуг предложен алгоритм выбора приоритетных направлений развития рынка конфессиональных услуг (рисунок 9), состоящий из 4 этапов: выявление и анализ факторов, определяющих развитие рынка; оценка развития рынка; анализ развития инфраструктуры, подтверждающей предоставление конфессиональных услуг; систематизация направлений развития рынка.

В результате проведенного исследования были предложены 4 приоритетных направления развития рынка мусульманских услуг (таблица 8), реализуемые в установленные контрольные этапы:

- подготовительный – до 2020 г.;
- институциональный – до 2023 г.;
- экспансионный – до 2026 г.;
- международный – до 2030 г.

С целью достижения приоритетных направлений разработаны механизмы их реализации (рисунок 10).

В завершении спрогнозированы социально-экономические результаты реализации приоритетных направлений развития рынка мусульманских услуг (рисунок 11).

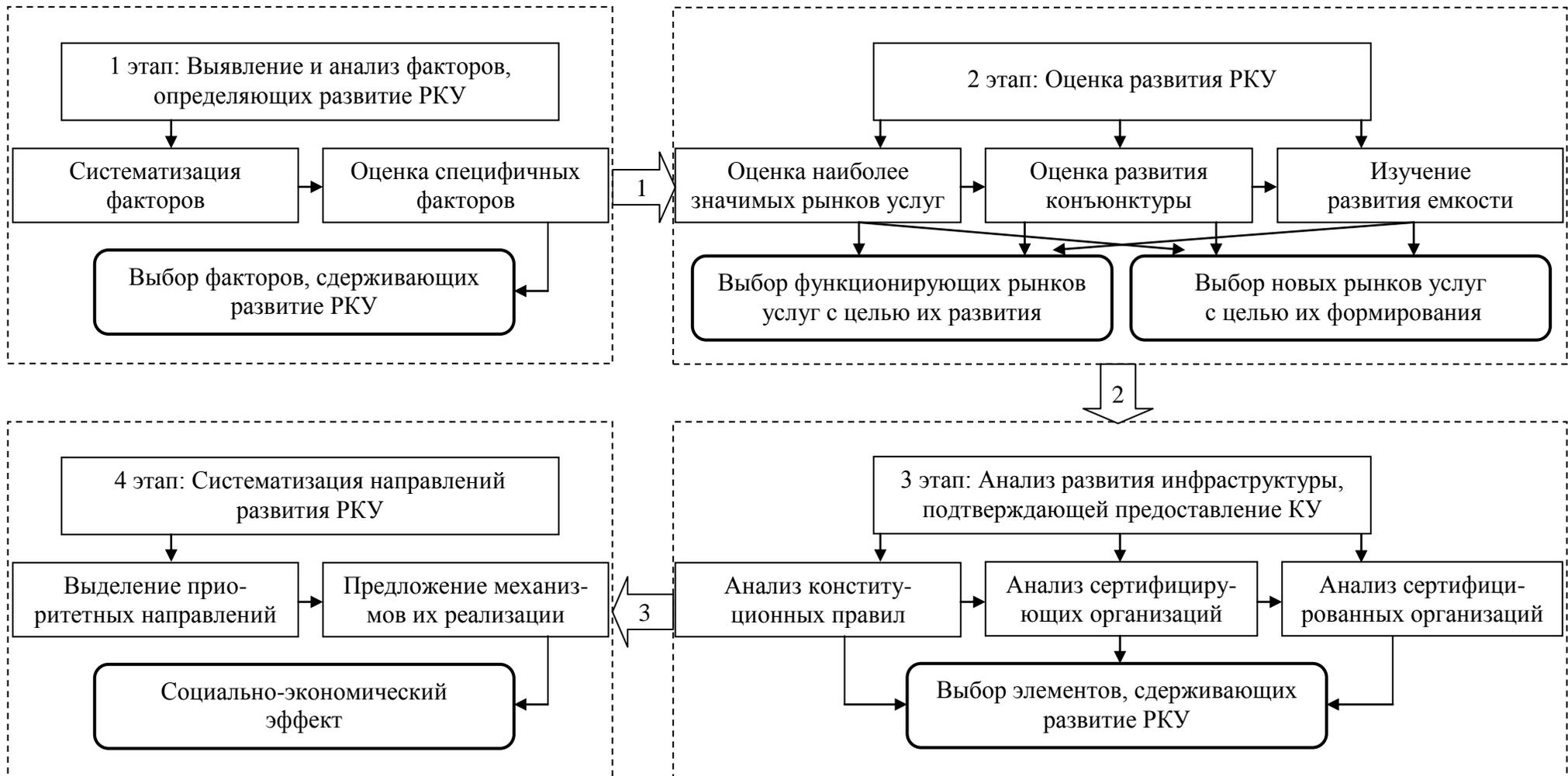


Рисунок 9 – Алгоритм выбора приоритетных направлений развития рынка профессиональных услуг

Таблица 8 – Приоритетные направления развития рынка мусульманских услуг в России

Приоритетные направления	Основные задачи	Контрольные этапы
Повышение эффективности регулирования рынка мусульманских услуг	Создание единых обязательных требований для стандартов по продовольственным товарам	До 2020 г.
	Создание стандартов для непродовольственных товаров и услуг	2020–2023 гг.
	Подготовка законопроекта «О профессиональных услугах»	2020–2023 гг.
Развитие системы институционального обеспечения рынка мусульманских услуг	Создание научного института	2020–2023 гг.
	Издание научного журнала	2020–2023 гг.
	Развитие ассоциативных форм сотрудничества	2020–2023 гг.
	Создание мобильного приложения	2023–2026 гг.
	Создание всероссийской лаборатории по исследованию состава и качества профессиональных услуг	2023–2026 гг.
Организация продвижения мусульманских услуг	Появление крупных оптовых организаций	2023–2026 гг.
	Развитие интеграционных процессов в СНГ	2026–2030 гг.
	Выход на рынки дальнего зарубежья	2026–2030 гг.
Расширение осведомленности о мусульманских услугах	Рост количества научных конференций	2020–2023 гг.
	Увеличение числа курсов повышения квалификации	2020–2023 гг.
	Повышение числа информационных журналов	2020–2023 гг.
	Внедрение в образовательные учебные программы	2023–2026 гг.



Рисунок 11 – Результаты реализации приоритетных направлений развития рынка мусульманских услуг в России

Так, анализ рынка на примере услуг по реализации мяса-халяль в России показал прогноз суммарного роста его емкости на 74,1 % за счет предлагаемых рекомендаций (таблица 9).



Рисунок 10 – Механизмы реализации приоритетных направлений развития рынка конфессиональных услуг в России

Таблица 9 – Прирост емкости рынка мяса-халяль в результате реализации приоритетных направлений развития рынка мусульманских услуг России

Задачи	Влияние фактора на результирующий показатель в	
	млн руб.	%
1. Увеличение числа сертификатов	4 304,2	5,0
2. Повышение доверия потребителей	51 650,8	60,0
3. Импортозамещение	7 793,6	9,1
Итого	63 748,6	74,1

Далее представим прогноз реальной емкости розничного рынка мяса-халяль в России на 2030 г. Анализ полученных данных показывает рост реальной емкости на 98,1 % к 2030 г. за счет предложенных рекомендаций и роста численности населения, а также снижение дефицита на 24,5 % (таблица 10). При этом важно отметить, что дефицит покрывается в основном за счет хозяйств населения, которые по количеству поголовья крупного и мелкого рогатого скота сравнимы с сельскохозяйственными организациями.

Таблица 10 – Прогноз увеличения реальной емкости розничного рынка мяса-халяль в России на 2030 г., млн руб.

Показатели	2016 г.	2030 г.	Абсолютное отклонение	Темп изменения, %
Реальная емкость отечественного рынка	86 084,7	170 493,6	84 408,9	198,1
Импорт	7 793,6	–	– 7 793,6	–
Потенциальная емкость без учета мигрантов	221668,9	266 969,5	45 300,6	120,4
Дефицит	127 790,6	96 475,9	– 31 314,7	75,5

Социальные результаты реализации приоритетных направлений выражены через повышение суммы выплачиваемого обязательного взноса. Так, в 2016 г. только в ходе оказания услуг по реализации мяса-халяль и мусульманской одежды сумма обязательного взноса составила 262,6 млн руб. без учета дебиторской задолженности и обязательств. Помимо этого планируется рост обеспеченности мусульманскими услугами населения России, а также увеличение занятости в случае открытия новых юридических лиц и расширения существующих.

Таким образом, разработанный алгоритм выбора приоритетных направлений развития рынка профессиональных услуг в России отличается подчиненностью надконституционным правилам, позволяя достичь экономических и социальных результатов.

III. ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

1. Рынок профессиональных услуг можно определить, как совокупность управленческих отношений по поводу движения профессиональных благ между покупателями и продавцами, соблюдающими институциональные ограничения профессионального характера, и на этой основе обуславливающих экономическую рациональность деятельности его участников в условиях конкуренции.

2. Классификация институциональных ограничений, выраженных через совокупность надконституционных рекомендуемых и обязательных правил, является методологической основой исследования развития рынка профессиональных услуг.

3. Предложенная модель межорганизационного взаимодействия участников рынка профессиональных услуг разрешает диалектическое противоречие взаимодействия конституционных и надконституционных правил, усиливая предпосылки обеспечения непротиворечивого регулирования не только рынка профессиональных услуг, но и сферы услуг в целом.

4. Сформулированные принципы формирования и развития рынка профессиональных услуг (ортопраксия, ригоризм, соконкуренция и социальная полезность) развивают методологию исследования объекта исследования.

5. Классификация факторов, оказывающих как положительное, так и отрицательное влияние на развитие рынка профессиональных услуг, отличается главенством влияния института религии, поскольку профессиональная составляющая определяет условия функционирования организаций и задаёт экономическую рациональность при формировании результатов экономической деятельности.

6. Институциональные структуры и инструменты на рынке профессиональных услуг обуславливают специфику межорганизационных взаимосвязей участников рынка профессиональных услуг, выступая также индикатором его развитости.

7. Проведенный анализ конъюнктуры российского рынка мусульманских услуг как части рынка профессиональных услуг и стран в соответствии с предложенной классификацией по институциональному критерию позволил установить следующее:

– на фоне роста идентичности населения по религиозному признаку неизменно возрастает спрос на соответствующие услуги;

– на определенном этапе развития рынка мусульманских услуг страны активно экспортируют продукцию в страны первой и второй групп предложенной классификации;

– рост исследуемого рынка приводит к развитию исламских финансов, а значит, и к мобилизации внутренних сбережений населения и привлечению инвестиций.

8. Разработанные обязательные требования к организационным стандартам на услуги населению на основе классификации регулирующих организаций на рынке мусульманских услуг как части рынка профессиональных услуг по степени независимости и перечню функций способны согласовать надконституционные обязательные правила с целью бесконфликтного хозяйствования участников, снизить оппортунистическое поведение и повысить прозрачность деятельности инфраструктурных организаций рынка мусульманских услуг.

9. Разработанная рейтинговая оценка деятельности на примере российских организаций рынка мусульманских услуг позволяет учитывать соблюдение надконституционных правил, наличие противоречий традиционных показателей с нормативным стандартом и корректировку оптимальных значений вследствие институциональных особенностей, а также дает возможность контрагентам, инвесторам и исламским финансовым институтам принять правильные, с точки зрения выполнения надконституционных правил, управленческие решения в рамках сотрудничества, инвестирования или кредитования.

10. Разработанная методика расчета обязательного конфессионального взноса, входящая в систему его сбора и распределения для юридических лиц рынка мусульманских услуг как части рынка конфессиональных услуг, создает экономические основы социальной защиты и поддержки населения, отличаясь от существующих наличием пошагового алгоритма его расчета.

11. Разработан алгоритм выбора приоритетных направлений развития рынка конфессиональных услуг в России и предложены механизмы реализации поставленных задач достижения социально-экономического эффекта.

12. Прогноз социально-экономических результатов реализации приоритетных направлений развития рынка конфессиональных услуг в Российской Федерации предполагает укрепление устойчивости экономики и продовольственной безопасности страны.

IV. ОСНОВНЫЕ ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Статьи в ведущих рецензируемых научных журналах, включенных в перечень ВАК РФ

1. Шовхалов, Ш.А. Рынок конфессиональных услуг: сущность и особенности формирования / Ш.А. Шовхалов // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2018. – № 2 – 0,6 п. л.
2. Шовхалов, Ш.А. Методика расчета исламского налога (закята) для коммерческих организаций рынка конфессиональных услуг / Ш.А. Шовхалов // Финансы и кредит. – 2018. – Т. 24, вып. 1. – 1,1 п. л.
3. Шовхалов, Ш.А. Методология исследования формирования и развития рынка конфессиональных услуг / Ш.А. Шовхалов // Современная экономика: проблемы и решения. – 2017. – № 10. – 0,5 п. л.
4. Шовхалов, Ш.А. Анализ факторов, воздействующих на рынок конфессиональных услуг / Ш.А. Шовхалов // Инновационное развитие экономики. – 2017. – Т. 1, № 6 (42). – 0,8 п. л.
5. Шовхалов, Ш.А. Особенности взаимодействия участников рынка конфессиональных услуг в рамках надконституционных правил / Ш.А. Шовхалов, А.Т. Петрова // Инновационное развитие экономики. – 2017. – Т. 1, № 6 (42). – 0,7 п. л.
6. Шовхалов, Ш.А. Анализ состояния инфорсmenta на рынке мусульманских услуг в России / Ш.А. Шовхалов // Экономический анализ: теория и практика. – 2017. – Т. 16, вып. 10. – 0,9 п. л.
7. Shovkhalov, Sh.A. Modern approaches to studying the islamic taxation in the russian market of muslim goods / Sh.A. Shovkhalov // Digest Finance. – 2017. – Vol. 22, № 3 (243). – 0,75 п. л.
8. Шовхалов, Ш.А. Современные подходы к исследованию исламского налогообложения на отечественном рынке мусульманских товаров / Ш.А. Шовхалов // Финансы и кредит. – 2017. – Т. 23, вып. 19. – 0,75 п. л.
9. Шовхалов, Ш.А. Влияние религиозного фактора на экономическое поведение участников рыночных отношений / Ш.А. Шовхалов, А.Т. Петрова // Вестник Алтайской науки. – 2015. – № 3, 4. – 0,4 п. л. (авторские – 0,25 п. л.).

10. Шовхалов, Ш.А. Рынок мусульманских товаров: сущность и особенности / Ш.А. Шовхалов, А.Т. Петрова // *Фундаментальные исследования*. – 2015. – № 6 (часть 1). – С. 207–210. – 0,44 п. л. (авторские – 0,3 п. л.).
11. Шовхалов, Ш.А. Анализ финансовой устойчивости предприятий рынка мусульманских товаров / Ш.А. Шовхалов // *Экономика и предпринимательство*. – 2015. – № 4 (ч. 2). – 0,61 п. л.
12. Шовхалов, Ш.А. Привлечение финансовых ресурсов коммерческой организации в России по правилам Ислама / Ш.А. Шовхалов // *European Social Science Journal*. – 2014. – Т. 1, № 5. – 0,88 п. л.
13. Шовхалов, Ш.А. Финансовое состояние коммерческой организации: шариатский взгляд / Ш.А. Шовхалов // *Экономический анализ: теория и практика*. – 2014. – № 9 (360). – 0,48 п. л.
14. Шовхалов, Ш.А. Анализ деловой активности коммерческой организации: шариатский взгляд / Ш.А. Шовхалов // *Экономический анализ: теория и практика*. – 2014. – № 27 (378). – 0,88 п. л.
15. Шовхалов, Ш.А. Формирование основных средств в коммерческих организациях, функционирующих по Шариату / Ш.А. Шовхалов // *Путеводитель предпринимателя*. – 2014. – Вып. 23. – 0,5 п. л.
16. Шовхалов, Ш.А. Привлечение финансовых ресурсов коммерческой организации в России по правилам Ислама / Ш.А. Шовхалов // *European Social Science Journal*. – 2014. – Т. 1, № 5. – 0,63 п. л.
17. Шовхалов, Ш.А. Финансовые ресурсы коммерческой организации: шариатский взгляд / Ш.А. Шовхалов // *Финансы и кредит*. – 2013. – № 8 (536). – 0,5 п. л.
18. Шовхалов, Ш.А. Принципы формирования активов коммерческой организации: шариатский взгляд / Ш.А. Шовхалов // *Финансы и кредит*. – 2013. – № 37 (565). – С. 24–29. – 0,75 п. л.
19. Шовхалов, Ш.А. Анализ платежеспособности коммерческой организации: шариатский взгляд / Ш.А. Шовхалов // *Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки*. – 2014. – № 3. – 0,36 п. л.
20. Шовхалов, Ш.А. Сетевой маркетинг: исламский взгляд / Ш.А. Шовхалов // *Экономика и предпринимательство*. – 2013. – № 1–3. – 0,49 п. л.
21. Шовхалов, Ш.А. Исламское ведение бизнеса в России / Ш.А. Шовхалов // *Экономика и предпринимательство*. – 2013. – № 10. – 0,45 п. л.
22. Шовхалов, Ш.А. Принципы ведения коммерческой деятельности с позиции Ислама / Ш.А. Шовхалов // *Экономика и предпринимательство*. – 2013. – № 6. – 0,38 п. л.
23. Шовхалов, Ш.А. Источники регулирования экономических вопросов в Шариате / Ш.А. Шовхалов // *Вестник Института дружбы народов Кавказа: теория экономики и управления народным хозяйством*. – 2012. – № 4 (24). – 0,59 п. л.
24. Шовхалов, Ш.А. Ограничения в деятельности коммерческих организаций с позиции Ислама / Ш.А. Шовхалов // *Актуальные проблемы социально-экономического развития России*. – 2012. – № 4. – 0,63 п. л.
25. Шовхалов, Ш.А. Управление конкурентоспособностью организаций оптовой торговли / Ш.А. Шовхалов // *Проблемы современной экономики*. – 2011. – № 4. – 0,4 п. л.
26. Шовхалов, Ш.А. Методический аппарат оценки конкурентоспособности оптовой организации / Ш.А. Шовхалов, Н.А. Соловьева // *Вестник Волгоградского института бизнеса «Бизнес. Образование. Право»*. – 2010. – № 2. – 0,5 п. л. (авторские – 0,25 п. л.).
27. Шовхалов, Ш.А. Механизм обеспечения конкурентоспособности оптовых организаций / Ш.А. Шовхалов, Н.А. Соловьева // *Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. Серия Экономика*. – 2011. – Т. 6, № 2. – 0,7 п. л. (авторские – 0,4 п. л.).
28. Шовхалов, Ш.А. Подходы к формированию оценки уровня конкурентоспособности организации / Ш.А. Шовхалов, Н.А. Соловьева // *Креативная экономика*. – 2010. – № 2. – 0,5 п. л. (авторские – 0,3 п. л.).

Статьи, включенные в БД Scopus

29. Shovkhalov Sh.A. Growth Prospects for Market of Muslim goods in Russia / Sh.A. Shovkhalov, A.T. Petrova // *Indian Journal of Science and Technology*. – 2016. – Vol 9 (46). – 0,75 п. л. (авторские – 0,5 п. л.).

Монографии

30. Шовхалов, Ш.А. Оценка деятельности предприятий рынка мусульманских товаров : монография / Ш. А. Шовхалов. – Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2016. – 8,75 п. л.
31. Шовхалов, Ш.А. Теория и практика ведения бизнеса по Шариату : монография / Ш. А. Шовхалов. – Красноярск : Город, 2013. – 7 п. л.

Статьи, опубликованные в прочих научных изданиях

32. Шовхалов, Ш.А. Развитие рынка профессиональных услуг в России: межстрановой подход // Современная наука: проблемы и перспективы: мат-лы Международной науч.-практ. конф. (г. Ставрополь, 31 января 2018 г.). – Ставрополь: Логос, 2018. – 0,2 п. л.
33. Шовхалов, Ш.А. Проблемы сертификации на рынке профессиональных услуг в России // Новый подход в развитии инноваций в России: мат-лы Международной науч.-практ. конф. (г. Краснодар, 27 января 2018 г.). – Иркутск: Научное партнерство "Апекс", 2018. – 0,2 п. л.
34. Шовхалов, Ш.А. Стратегические направления развития рынка профессиональных услуг в России // Научные революции: сущность и роль в развитии науки и техники: мат-лы Международной науч.-практ. конф. (Уфа, 20 января 2018 г.). – Уфа: АЭТЕРНА, 2018. – 0,2 п. л.
35. Шовхалов, Ш.А. Влияние надконституционных правил на субъекты рынка профессиональных услуг // Рыночная трансформация экономики России: проблемы, перспективы, пути развития: мат-лы Международной науч.-практ. конф. (г. Казань, 18 октября 2017 г.). – Уфа : ОМЕГА САЙНС, 2017. – 0,2 п. л.
36. Шовхалов, Ш.А. Методика анализа состояния и развития предприятий рынка мусульманских товаров // Актуальные вопросы экономики, менеджмента и финансов в современных условиях: мат-лы Международной науч.-практ. конф. (г. Санкт-Петербург, 14 января 2015 г.). – СПб.: Инновационный центр развития образования и науки, 2015. – 0,2 п. л.
37. Шовхалов, Ш.А. Рынок мусульманских товаров и российское законодательство // Стратегии устойчивого развития национальной и мировой экономики: мат-лы Международной науч.-практ. конф. (г. Уфа, 20 января 2015 г.). – Уфа : Аэтерна, 2015. – 0,3 п. л.
38. Шовхалов, Ш.А. Мясо и полуфабрикаты стандартов халяль и кошер в России / Ш.А. Шовхалов, С.Д. Гасымова // Проспект Свободный-2015: мат-лы науч. конф., посвященной 70-летию Великой Победы (г. Красноярск, 14 апреля, 2015 г.). – Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2015. – 0,25 п. л. (авторские – 0,15 п. л.).
39. Шовхалов, Ш.А. Влияние культурно-религиозного фактора на спрос населения / Ш.А. Шовхалов, С.З. Карачева // Проспект Свободный-2015: мат-лы науч. конф., посвященной 70-летию Великой Победы (г. Красноярск, 14 апреля, 2015 г.). – Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2015. – 0,2 п. л. (авторские – 0,1 п. л.).
40. Шовхалов, Ш.А. Рынок профессиональной одежды в Российской Федерации / Ш.А. Шовхалов, К.С. Черных // Проспект Свободный-2015: материалы науч. конф., посвященной 70-летию Великой Победы (г. Красноярск, 14 апреля, 2015 г.). – Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2015. – 0,25 п. л. (авторские – 0,15 п. л.).
41. Шовхалов, Ш.А. Сравнительный анализ целесообразности привлечения кредита на процентной и беспроцентной основе / Ш.А. Шовхалов, М.В. Шейнгалъц // Проспект Свободный-2015 : материалы науч. конф., посвященной 70-летию Великой Победы (г. Красноярск, 15 апреля, 2015 г.). – Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2015. – 0,25 п. л. (авторские – 0,15 п. л.).
42. Шовхалов, Ш.А. Влияние религиозного фактора на коммерческую деятельность на примере исламской доктрины // Культура и религия в XXI веке: проблемы и перспективы: мат-лы III международной науч.-практ. конф. (г. Саратов, 9 декабря 2014 г.). – Саратов : Академия бизнеса, 2014. – 0,38 п. л.
43. Шовхалов, Ш.А. Экономико-шариатский взгляд на алкогольный бизнес // Исламские финансы в российских реалиях : мат-ы Всерос. науч.-практ. конф. (г. Махачкала, 29-30 апреля 2013 г.). – Махачкала : Даг. гос. ун-т, 2013. – 0,38 п. л.