

УДК 33

DOI: 10.34670/AR.2023.81.96.003

Натуральные и монетарные формы социальной поддержки: зарубежный и отечественный опыт

Орлова Динара Рустемовна

Доктор экономических наук, доцент,
профессор Департамента экономической теории,
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
125993, Российская Федерация, Москва, Ленинградский пр., 49;
e-mail: drorlova@fa.ru

Истин Николай Михайлович

Аспирант,
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
125993, Российская Федерация, Москва, Ленинградский пр., 49;
e-mail: n@istin.ru

Аннотация

Предмет. Натуральные и монетарные формы социальной поддержки, применяемые в государственном секторе и в рыночных механизмах. Цель. Анализ различных натуральных и монетарных форм социальной поддержки для стабилизации общественных отношений и стимулирования конечного потребительского спроса. Методология. На основе австрийского экономического течения описание рыночных процессов, способных самостоятельно создавать натуральные и монетарные формы социальной поддержки. Результаты. Рыночные механизмы стимулирования конечного спроса могут создавать системы учета лояльности для социальной поддержки без государственного регулирования. Выводы. Без вмешательства государства и ограничения развития инструментов для формирования систем учета лояльности рыночные отношения, конкуренция и предпринимательское творчество способны сами формировать натуральные формы социальной поддержки и более эффективно распределять данные блага на целевые категории с целью дальнейшего стимулирования спроса. Можно сделать вывод, что рыночная экономика путем конкуренции и развития творческого предпринимательства может иметь большой потенциал для формирования собственных систем натуральных форм социальной поддержки. При коалиции нескольких компаний в одну систему учета лояльности возможно аккумулировать блага и направлять на необходимые категории потенциальных покупателей, являющихся целевой аудиторией этих товаров и услуг. При отсутствии ограничений со стороны государства на пути беспрепятственного развития частных денежных систем как инструмента учета лояльности потребителей позволило бы формировать более гибкие технологии натуральных форм социальной поддержки.

Для цитирования в научных исследованиях

Орлова Д.Р., Истин Н.М. Натуральные и монетарные формы социальной поддержки: зарубежный и отечественный опыт // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2023. Том 13. № 6А. С. 30-37. DOI: 10.34670/AR.2023.81.96.003

Ключевые слова

Рыночные и государственные меры социальной поддержки, целевые деньги, частные деньги, рецессия, экономика.

Введение

В соответствии с методологией системы национальных счетов, конечное потребление образуют совокупные расходы домашних хозяйств, государственного сектора и некоммерческих организаций (НКО), которые обслуживают домашние хозяйства без извлечения прибыли. Обобщение работ отечественных и зарубежных авторов, занимающихся исследованием структурных преобразований экономики, позволило заключить, что конечное потребление как элемент воспроизводственной системы является важнейшим фактором экономического роста. Регулирование конечного потребления подразумевает стимулирование потребительского спроса.

Разработанная Людвигом фон Мизесом теория экономического цикла была представлена в обосновании межвременной рыночной рассогласованности из-за неестественной конструкции денежно-кредитного института у Мюррея Ротбарда и Фридриха фон Хайека. Денежно-кредитная политика с начала 1980-ых годов оказывала существенное влияние на конечное потребление, используя ресурсы за счет будущих доходов. Вышеупомянутые представители австрийской экономической школы сходились во мнении, что подобные модели стимулирования спроса неизбежно должны пройти через рецессию, чтобы избавиться от неэффективных рыночных конструкций [Уэрта де Сото, 2009].

Экономические взаимопроникновение в мировой экономике обременено долговой нагрузкой и обязано следовать по утвержденным планам развития экономических агентов, несмотря на возрастание роли протекционизма и неомеркантилизма в политике.

Если раньше экономические кризисы имели границы государства, континента, то современная масштабная рецессия имеет все шансы разорвать цепочки потребления в мировой экономике.

Исторический опыт показывает, что большинство спадов экономической активности спровоцировано нарушением цепочек финансовых договоренностей и не связано с нехваткой реальных ресурсов. Именно с разрывом финансовым взаимоотношений на первый план начинают выходить иные формы хозяйственной и экономической деятельности.

Основная часть

В данном исследовании акцент сделан именно на процессе применения альтернативного метода экономической активности, а именно использование натуральных и монетарных форм социальной поддержки, особенно в период резкого обесценивания основной используемой валюты на рынке. Такой процесс по своей сакральности может конкурировать с самим

сеньоражем. Натуральная форма социальной поддержки уже несет в себе некую ограниченную ценность со специфическими инструментами передачи и обмена. Они могут быть выражены в настоящей валюте, но тем не менее иметь целевой характер, например так проходят транзакции на казначейских счетах. Данные формы социальной поддержки имеют определенные особенности, такие как невозможность списания денежного пособия или предъявления их в качестве дохода при получении кредита.

Сеньораж формируется при появлении ценности на средство обращения, и тогда возможно злоупотреблять этим доверием. Натуральная форма социальной поддержки, в свою очередь, имеет тесную связь со средствами ее передачи. Невозможно произвести по целевой программе 100 литров молока, а талонов напечатать и раздать на 1000 литров. Реально талонов в совокупности могут оприходовать даже меньше, чем изначально выдано, потому что по разным причинам не все получатели данного блага ими воспользуются. Потребность в фактическом получении таких благ иногда не реализуется, потому что субъективная ценность в них у потребителя может уступать другим ценностям в конкретный период. К примеру, жена решила не идти получать молоко по талонам в последний день их срока использования, потому что ей было важнее приготовить ужин мужу на их годовщину.

Государство использует натуральные формы социальной поддержки для стабилизации общественных отношений и поддержания социально незащищенных категорий граждан. Современные рыночные механизмы, наоборот, направляют свои ресурсы на активное стимулирование спроса. Рынок уже перерос простую конкуренцию ценовых предложений и стимулирует спрос иными формами, некими социальными бонусами от взаимоотношений с конкретным поставщиком или группой поставщиков товара и услуги. В целом, рыночные и государственные механизмы не разделяют эти категории граждан, и работающий студент вполне может оформить льготный проезд на транспорте, при этом не отказывая себе в покупке последней версии айфона в кредит с подарком от магазина в виде наушников.

На первый взгляд, натуральные и монетарные формы социальной поддержки являются в основном инструментом государственной политики. В тоже время они обширно используются в рыночных отношениях. Для потребителя создаются различные системы лояльности, он становится предметом коммерческих войн по захвату доли рынка, приобретает более выгодные условия при покупке товаров и услуг, получает очевидные выгоды от конкуренции компаний и вхождения на рынок новых игроков.

Большинство мер натуральной и монетарной социальной поддержки можно условно поделить на государственные и рыночные. Притом очень много рыночных мер на данный момент навязаны и контролируются государственными органами.

Таблица 1 - Меры социальной поддержки для стимулирования конечного спроса

| Меры | Государственные, стабилизирующие | Рыночные, стимулирующие |
|-------------|---|---|
| Монетарные | пенсии | доходы – кредиты |
| | пособия | премии, отпускные и иные доходы |
| | компенсации, субсидии, налоговые вычеты | скидки, «кэшбэки» |
| Натуральные | образование, обязательное медицинское страхование | образовательные программы, добровольное медицинское страхование |
| | обеспечение отдыха в лагерях, | предоставление отдыха, отпуска |

| Меры | Государственные, стабилизирующие | Рыночные, стимулирующие |
|------|---|---|
| | пансионатах | |
| | социальные услуги опеки, юр. помощи и пр. | соц. ответственность компаний и граждан |
| | продуктовая и вещевая помощь (талоны) | программы лояльности (баллы), купонаторы |
| | адресная помощь | дегустации, подарки |
| | обеспечение жильем | предоставление жилья |
| | иммунитеты, преференции | дополнительные возможности при покупке |
| | бесплатный проезд | доставка, сервисное обслуживание |
| | ярмарки, праздники, концерты | промо акции, событ. мероприятия, конкурсы |

Составлено авторами

Каждый человек при рождении уже приобретает статус пенсионера, получая страховой номер индивидуального лицевого счета (СНИЛС) или его аналог в других странах. Исходя из закрепленных законом условий, гражданин может с самого рождения претендовать на пенсию, компенсацию, субсидию и так далее.

Рыночные монетарные меры также оказывают влияние на конечный спрос. Термин «Доходы – кредиты» является неким представлением о том, чем больше доход сегодня, тем больше возможностей тратить сегодня за счет будущих доходов. Денежно-кредитная политика при постоянном доходе дает возможность пользоваться или игнорировать данную монетарную поддержку. Человек может принять решение потратить сегодня дороже с процентом, либо сберечь средства, чтобы купить завтра. Премия, по сути, тоже является некой монетарной формой социальной поддержки человека, потому что особую эффективность и производительность труда индивидуума целесообразно поощрять в виде дополнительного заработка или в иной формы. Также необходимо отметить, что сама суть премирования зависит от того, как будет выстроена политика стимулирования в компании и сформирована внутренняя мотивация человека, его личностных качеств, компетенций, опыта и так далее.

Некоторые формы социальной поддержки довольно проблематично перевести в денежное довольствие. К примеру, систему обязательного медицинского страхования невозможно монетизировать и поделить предусмотренные средства между всеми гражданами. Изначально каждый человек здоров по-своему, одному требуется дорогостоящее лечение, а другому и вовсе нет нужды в медицинском обслуживании на протяжении жизни.

Исторический опыт монетизации государственной натуральной формы социальной поддержки подтверждает и негативный характер, когда целевое финансирование заменяется чисто денежной формой и приводит к социальной напряженности. Так было с монетизацией льгот в России в 2005 году, которая вызвала массовое недовольство граждан и протесты в Москве и Санкт-Петербурге [Оглоблина, 2005].

В свою очередь, эксперименты по монетизации дошкольного образования ликвидировали очереди в детские сады. Проект «Мамин выбор» в Пермском крае позволил таким образом устранить проблему дефицита муниципальных учреждений и развить коммерческий сектор дошкольного образования [Шляпина, 2014].

Также особое место занимает количество рабочих часов и праздников, предоставление права на оплачиваемый отпуск в течение года. Согласно рейтингу организации экономического сотрудничества и развития за 2015 год, разница между Германией и Мексикой в количестве рабочих часов в год составляет около 880 часов (Германия – 1 370 часов, Мексика – 2 250 часов).

По данным международной ассоциации труда Япония является лидером по количеству нерабочих праздничных дней в году (16 дней), а оплачиваемый отпуск в США вообще отсутствует [Отдыхают все..., www]. Внутри Российской Федерации есть большой дисбаланс по этому показателю. В отличие от стандартных 28 дней отпуска жители Крайнего Севера на законодательном уровне могут позволить себе еще 24 дня дополнительного оплачиваемого отпуска. Натуральные формы социальной поддержки в виде предоставления права на отдых в разных странах и даже в разных субъектах государств могут кардинально различаться, притом данное право гарантируется государством, но финансируется организациями.

Социальная ответственность граждан и компаний формирует некоммерческие объединения, уставные цели которых не преследуют извлечения прибыли. Но даже без подобной организационной формы коммерческие предприятия и граждане выполняют социальные функции. Юристы проводят бесплатные консультации, рекламные агентства предоставляют часть медийного пространства для пропаганды социально-значимых проектов по требованию органов власти, строительные компании создают социальную инфраструктуру при возведении жилой недвижимости и многое другое.

При появлении избыточного предложения, продавцы на рынке внедряют различные системы лояльности, чтобы держать рыночную стоимость своих товаров и услуг, но в то же время регулировать предложение при помощи повышения лояльности, предоставления дополнительной натуральной формы поддержки, накоплению этих форм поддержки при совершении сделок на рынке.

Есть товары с низкой эластичностью, взаимосвязь между ценой товара и его спроса могут мало коррелироваться. К примеру, если цена на хлеб резко вырастет, то спрос на него упадет не так значительно. Такие товары выгоднее продать мало, но дорого, чем много и дешево.

Если раньше рыночный механизм не без помощи государства с целью недопущения резкого снижения цен особенно в период кризисов мог довести ситуацию до уничтожения выпущенных товаров, то сейчас благодаря лояльности компании имеют возможность гибко стимулировать продажи при помощи натуральных форм социальной поддержки.

Отдельное внимание требуется уделить специальным рыночным предложениям для потребителя. Как раз самые распространенные маркетинговые решения, а именно различные скидки начинают переносить нас из монетарной социальной формы поддержки в натуральную. На этом этапе компании готовы пожертвовать частью своей прибыли ради внимания потребителя. В какой-то момент простое использование скидок не позволяет достичь требуемых показателей по стимулированию спроса. Так компании начинают создавать собственные системы учета лояльности своих потребителей, чтобы взаимодействовать с действующим ядром покупателей и новыми клиентами. И натуральные формы социальной поддержки становятся более эффективным методом взаимодействия, позволяя скрыть явные монетарные преимущества.

В рыночных механизмах с целью стимулирования конечного спроса с помощью предпринимательского творчества предусмотрено большое количество различных натуральных форм социальной поддержки. Такие инструменты как частные денежные системы наиболее продуктивно справляются с решением социально-экономических проблем и предоставлением натуральных благ. Успешные денежные эксперименты, которые ведут свое начало с 20-х 30-х годов прошлого века, также активно проявляют себя и в России [Гезелль, 2023, 427]. Замечательная история подобных инициатив существует в Северной Америке в форме банков времени, тайм-долларов, банков торгового обмена. Локальные системы торгового обмена

показывают свою эффективность в решении многих социальных проблем.

Ярким примером являются схемы поощрения в воздушных милях, в мире больше не потраченных воздушных миль, чем долларов в обиходе. Когда вы стоите в очередь в Starbucks в любой день, 30% платежей совершают с помощью Star points, то есть Starbucks валюты, имеющей обращение только внутри созданной экосистемы [Чишти, 2017].

Наркоманы по всей Америке покупали наркотики, обменивая их на бутылки ворованного жидкого моющего средства «Tide». Они шли в магазин, воровали «Tide» по \$20 за бутылку и потом обменивали каждую такую бутылку на десятидолларовую дозу наркотических средств. Наркоманы становились особой категорией потребителей, которые знали и доверяли качеству «Tide», и этот товар становился валютой. В Мексике «Nike» проводил кампанию под названием – «Ваша ставка – Pod», где можно было использовать ботинки этой марки со встроенным сенсором, который отслеживал движение, затраченную энергию, потребление калорий. Компания «Nike» выступала в роли партнера и провайдера услуг закрытого сообщества и знала километраж движения у каждого пользователя. Продукцию Nike можно купить только за очки на специальном аукционе, которые зарабатывались спортивными достижениями [Кемп-Робертсон, www].

Заключение

На основании вышеперечисленного, возможно сделать вывод, что рыночная экономика путем конкуренции и развития творческого предпринимательства может иметь большой потенциал для формирования собственных систем натуральных форм социальной поддержки. При коалиции нескольких компаний в одну систему учета лояльности возможно аккумулировать блага и направлять на необходимые категории потенциальных покупателей, являющихся целевой аудиторией этих товаров и услуг.

При отсутствии ограничений со стороны государства на пути беспрепятственного развития частных денежных систем как инструмента учета лояльности потребителей позволило бы формировать более гибкие технологии натуральных форм социальной поддержки.

Библиография

1. Гезелль С. Естественный экономический порядок. М.: Концептуал, 2023. 432 с.
2. Кемп-Робертсон П. Биткойн. Pod. Tide. Будущее брендированных валют. URL: https://www.ted.com/talks/paul_kemp_robertson_bitcoin_sweat_tide_meet_the_future_of_branded_currency/transcript?language=ru
3. Об исполнительном производстве: Федеральный закон № 229-ФЗ: принят Государственной Думой 4 сент. 2007 г.: одобрен Советом Федерации 19 сент. 2007 г.
4. Оглоблина М.Е. Монетизация льгот и проблемы экономического развития // Региональная политика: теория и практика. 2005. № 4. С. 15-19.
5. Отдыхают все: рейтинг стран по числу выходных дней и праздников в году. URL: <https://iz.ru/news/655625>
6. Уэрта де Сото Х. Австрийская экономическая школа: рынок и предпринимательство. Челябинск: Социум, 2009. 202 с.
7. Чишти С. Финтех: Путеводитель по новейшим финансовым технологиям: практическое руководство. М.: Альпина Паблишер, 2017. 343 с.
8. Шляпина Е.В. Проект «Мамин выбор»: шаг к справедливости или эффективности // Проблемы развития социальной сферы региона. 2014. № 6. С. 156-158.
9. Liu S. et al. Social support, belongingness, and value co-creation behaviors in online health communities // Telematics and Informatics. – 2020. – Т. 50. – С. 101398.
10. Nadeem W. et al. Consumers' value co-creation in sharing economy: The role of social support, consumers' ethical perceptions and relationship quality // Technological Forecasting and Social Change. – 2020. – Т. 151. – С. 119786.

In-kind and monetary forms of social support: foreign and domestic experience

Dinara R. Orlova

Doctor of Economics, Associate Professor,
Professor of the Department of Economic Theory,
Financial University under the Government of the Russian Federation,
125993, 49, Leningradskii ave., Moscow, Russian Federation;
e-mail: drorlova@fa.ru

Nikolai M. Istin

Postgraduate,
Financial University under the Government of the Russian Federation,
125993, 49, Leningradskii ave., Moscow, Russian Federation;
e-mail: n@istin.ru

Abstract

In-kind and monetary forms of social support used in the public sector and in market mechanisms. Target: Analysis of various in-kind and monetary forms of social support to stabilize social relations and stimulate final consumer demand. Methodology: Based on the Austrian economic trend, a description of market processes capable of independently creating in-kind and monetary forms of social support. Results: Market mechanisms to stimulate final demand can create loyalty systems for social support without government regulation. Conclusions: Without state intervention and limiting the development of tools for the formation of loyalty accounting systems, market relations, competition and entrepreneurial creativity can themselves form natural forms of social support and more effectively distribute these benefits to target categories in order to further stimulate demand. It can be concluded that a market economy, through competition and the development of creative entrepreneurship, can have great potential for the formation of its own systems of in-kind forms of social support. With a coalition of several companies in one loyalty accounting system, it is possible to accumulate benefits and direct them to the necessary categories of potential buyers who are the target audience of these goods and services. In the absence of restrictions on the part of the state on the way to the unhindered development of private monetary systems as a tool for accounting for consumer loyalty, it would allow the formation of more flexible technologies for natural forms of social support.

For citation

Orlova D.R., Istin N.M. (2023) Natural'nye i monetarnye formy sotsial'noi podderzhki: zarubezhnyi i otechestvennyi opyt [In-kind and monetary forms of social support: foreign and domestic experience]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 13 (6A), pp. 30-37. DOI: 10.34670/AR.2023.81.96.003

Keywords

Market and government social support measures, earmarked money, private money, recession, economics.

References

1. Camp-Robertson P. *Bitcoin. Pod. Tide. Budushchee brendirovannykh valyut* [Bitcoin. Pod. Tide. The future of branded currencies]. Available at: https://www.ted.com/talks/paul_kemp_robertson_bitcoin_sweat_tide_meet_the_future_of_branded_currency/transcript?language=ru [Accessed 05/05/2023]
2. Chishti S. (2017) *Fintekh: Putevoditel' po noveishim finansovym tekhnologiyam: prakticheskoe rukovodstvo* [FINTECH Book]. Moscow: Al'pina Pablisher Publ.
3. Gesell S. (2023) *Estestvennyi ekonomicheskii poryadok* [The Natural Economic Order]. Moscow: Kontseptual Publ.
4. Huerta de Soto J. (2009) *Avstriiskaya ekonomicheskaya shkola: rynek i predprinimatel'stvo* [The Austrian School: Market Order and Entrepreneurial Creativity]. Chelyabinsk: Sotsium Publ.
5. *Ob ispolnitel'nom proizvodstve: Federal'nyi zakon № 229-FZ: prinyat Gosudarstvennoi Dumoi 4 sent. 2007 g.: odobren Sovetom Federatsii 19 sent. 2007 g.* [On enforcement proceedings: Federal Law No. 229-FZ: adopted by the State Duma on 4 September 2007: approved by the Federation Council on 19 Sept. 2007].
6. Ogloblina M.E. (2005) Monetizatsiya l'got i problemy ekonomicheskogo razvitiya [Monetization of benefits and problems of economic development]. *Regional'naya politika: teoriya i praktika* [Regional policy: theory and practice], 4, pp. 15-19.
7. *Otdykhayut vse: reiting stran po chislu vykhodnykh dni i prazdnikov v godu* [Everyone has a rest: rating of countries by the number of days off and holidays per year]. Available at: <https://iz.ru/news/655625> [Accessed 05/05/2023]
8. Shlyapina E.V. (2014) Proekt «Mamin vybor»: shag k spravedlivosti ili effektivnosti [Project "Mom's choice": a step towards justice or efficiency]. *Problemy razvitiya sotsial'noi sfery regiona* [Problems of development of the social sphere of the region], 6, pp. 156-158.
9. Liu, S., Xiao, W., Fang, C., Zhang, X., & Lin, J. (2020). Social support, belongingness, and value co-creation behaviors in online health communities. *Telematics and Informatics*, 50, 101398.
10. Nadeem, W., Juntunen, M., Shirazi, F., & Hajli, N. (2020). Consumers' value co-creation in sharing economy: The role of social support, consumers' ethical perceptions and relationship quality. *Technological Forecasting and Social Change*, 151, 119786.