

Учредитель:
ООО «Русайнс»

Свидетельство
о регистрации СМИ
ПИ № ФС77-86677 от 26.01.2024 г.
ISSN 2306-5001

Адрес редакции:
117218, Москва,
ул. Кедрова, д. 14, корп. 2
E-mail: ed-russia@list.ru
Сайт: <https://ed-russia.ru/>

Журнал входит в **Перечень ВАК** ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертации на соискание ученой степени

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

- Афанасьев Михаил Юрьевич**, д-р экон. наук, проф., заведующий лабораторией прикладной эконометрики, ЦЭМИ РАН;
Афанасьев Антон Александрович, д-р экон. наук, проф., ведущий научный сотрудник лаборатории социального моделирования, ЦЭМИ РАН;
Брижак Ольга Валентиновна, д-р экон. наук, доц., проф. Департамента экономической теории, Финансовый университет при Правительстве РФ;
Валинурова Лилия Сабиховна, д-р экон. наук, проф., зав. кафедры инновационной экономики, Уфимский университет науки и технологий;
Васильева Елена Викторовна, д-р экон. наук, проф., заведующий кафедрой бизнес-информатики, Финансовый университет при Правительстве РФ;
Глинский Владимир Васильевич, д-р экон. наук, проф. кафедры статистики, Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»;
Дробышевский Сергей Михайлович, д-р экон. наук, директор по научной работе, Институт экономической политики имени Е.Т. Гайдара;
Колесников Андрей Викторович, д-р экон. наук, проф., чл.-корр. РАН, проф. Департамента бизнес-информатики, Финансовый университет при Правительстве РФ;
Коровин Дмитрий Игоревич, д-р экон. наук, проф., проф. Департамента анализа данных и машинного обучения, Финансовый университет при Правительстве РФ;
Криничанский Константин Владимирович, д-р экон. наук, проф. Департамент финансовых рынков и финансового инжиниринга, Финансовый университет при Правительстве РФ;
Ларионова Ирина Владимировна, д-р экон. наук, проф., Департамент финансовых рынков и финансового инжиниринга, Финансовый университет при Правительстве РФ;
Липски Станислав Анджеевич, д-р экон. наук, проф., зав. кафедрой земельного права, Государственный университет по землеустройству;
Мазур Наталья Зиновьевна, д-р экон. наук, проф., профессор кафедры инновационной экономики, Уфимский университет науки и технологий;
Моргунов Вячеслав Иванович, д-р экон. наук, ведущий научный сотрудник РАНХиГС при Президенте РФ;
Никишкин Валерий Викторович, д-р экон. наук, проф., заведующий учебно-научной лабораторией профессиональной подготовки работников образовательных организаций, РЭУ им. Г.В. Плеханова;
Носова Светлана Сергеевна, д-р экон. наук, проф., НИЯУ МИФИ;
Папаскири Тимур Валикович, д-р экон. наук, проф., врио ректора, Государственный университет по землеустройству;
Погорлецкий Александр Игоревич, д-р экон. наук, проф. кафедры мировой экономики, Санкт-Петербургский государственный университет;
Попова Елена Владимировна, д-р экон. наук, проф., проф. кафедры теории менеджмента и бизнес-технологий, РЭУ им. Г.В. Плеханова;
Радыгин Александр Дмитриевич, д-р экон. наук, проф., председатель ученого совета, Институт экономической политики имени Е.Т. Гайдара;
Сильвестров Сергей Николаевич, д-р экон. наук, проф., засл. экономист РФ, Департамент мировой экономики и мировых финансов, Финуниверситет;
Соловьев Владимир Игоревич, д-р экон. наук, проф., заведующий кафедрой "Прикладной искусственный интеллект", МТУСИ;
Тургель Ирина Дмитриевна, д-р экон. наук, проф., зам.директора по науке Высшей школы экономики и менеджмента, УрФУ им. первого Президента России Б.Н. Ельцина

Главный редактор: **Соколинская Наталия Эвальдовна**, канд. экон. наук, проф., проф. Департамента банковского дела и монетарного регулирования, Финансовый университет при Правительстве РФ

Отпечатано в типографии
ООО «Русайнс», 117218, Москва, ул. Кедрова, д. 14, корп. 2
Подписано в печать: 30.07.2024 Цена свободная Тираж 300 экз.
Формат: А4

Все материалы, публикуемые в журнале,
подлежат внутреннему и внешнему рецензированию

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

- Уроки международного опыта реализации проектов розничных цифровых валют центральных банков для цифрового рубля. Джаохадзе Е.Д., Синельникова-Мурылева Е.В. 4
- Экономическая модель «Шаньчжая» в инновационном развитии малых и средних предприятий Китая и во внешнеэкономической деятельности. Ларионов А.А. 9
- Усиление геоэкономической позиции Ирана в мировой экономике после вступления страны в ШОС. Халова Г.О., Исаева Е.А. 15

ТЕОРИЯ УПРАВЛЕНИЯ. МЕНЕДЖМЕНТ. МАРКЕТИНГ

- Факторы, влияющие на формирование лояльности B2B клиентов к рекламной площадке, на российском и зарубежных рынках рекламных услуг. Иволгин М.М., Россинская М.В., Шульга В.Ю. 20
- Геосегментация кондитерских рынков в контексте маркетинговых исследований. Кузьменко С.С. 25
- Оценка влияния характеристик лидера общественного мнения на поведение потребителей в розничной торговле парфюмерией и косметикой. Куровский С.В., Мишин Д.А., Ермакова Н.М. 31
- Теоретические основы выхода организации на международный рынок: подходы, факторы и формы. Матвеева А.И., Ялунина Е.Н. 44
- Анализ зарубежного опыта развития механизмов коммуникации органов исполнительной власти и гражданского общества в транспортной сфере. Абрамов Р.А., Темникова Ю.Ю. 50

ЭКОНОМИКА ОТРАСЛЕЙ И РЕГИОНОВ

- Сценарии развития автомобильной промышленности Китая: вызовы и ключевые факторы успеха. Яо И. 56
- Модель развития системы управления ресурсами промышленного предприятия. Моисеенко А.Р. 63
- Стратегические подходы к развитию инфраструктуры муниципальных образований. Агаева Л.К., Трофимов А.Н., Чумаков Е.Н. 69
- Организационные и экономические механизмы регулирования занятости населения в регионах. Исламутдинов В.Ф., Куриков В.М., Задимидченко А.М., Тагибова А.А., Каюгина С.М. 75

- Экономическая целесообразность взаимодействия образовательной среды и бизнеса в рамках управления цифровой трансформацией. Ляшенко В.Е., Новоселов А.В. 81
- Инструменты совершенствования инновационно-инвестиционной политики для устойчивого развития региона. Чиркунова Е.К., Алпатов Д.Ю., Алпатова О.В. 87
- Алгоритм государственной поддержки хозяйствующим субъектам малого и среднего предпринимательства в сфере водного транспорта в условиях цифровой трансформации. Шепелин Г.И. 94
- Негосударственные пенсионные фонды как участники системы коллективного инвестирования в современных условиях. Коновалова М.Е., Сафиуллин Л.Н., Князева Е.Г., Клименко М.Н. ... 109

ФИНАНСЫ. НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ.

СТРАХОВАНИЕ

- Роль доминирующих валют в мировой экономике. Кузнецов Д.Е. 115
- Совершенствование дивидендной политики предприятия в целях повышения его инвестиционной привлекательности. Коновалова М.Е., Жиронкин С.А., Абдулганиев Ф.С., Соловьев А.А. 122
- Особенности формирования инвестиционных портфелей российских паевых инвестиционных фондов. Коновалова М.Е., Гайзатуллин Р.Р., Князева Е.Г., Клименко М.Н. 132
- Риски инвестирования на рынке ценных бумаг. Матерова Е.С., Булатова Э.И., Аблаев И.М., Шарафуллина Р.Р. 139
- Российский рынок IPO в современных кризисных условиях: риски и тенденции. Матерова Е.С., Курилова А.А., Копылов И.В., Федоров П.Г. 143
- Исследование поведенческих факторов принятия финансовых решений в условиях повышенной ключевой ставки. Румянцева А.Ю., Тарутько О.А. 150

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

- Рост эффективности сбора металлолома с помощью программы распознавания и оценки, являющейся результатом исследования рынка. Райченко К.А., Невровский А.В. 155

Contents

GLOBAL ECONOMY

- Lessons from international experience in implementing projects of retail digital currencies of central banks for the digital ruble. Dzhaohadze E.D., Sinelnikova-Muryleva E.V. **4**
- The economic model of "Shanzhai" in the innovative development of small and medium enterprises in China and in foreign economic activity. Larionov A.A. **9**
- Strengthening Iran's geoeconomic position in the global economy after the country's accession to the SCO. Khalova G.O., Isaeva E.A. **15**

MANAGEMENT THEORY. MANAGEMENT. MARKETING

- Factors influencing the formation of B2B customer loyalty to an advertising platform in the Russian and foreign advertising services markets. Ivogin M.M., Rossinskaya M.V., Shulga V.Yu. **20**
- Geosegmentation of confectionery markets in the context of marketing research. Kuzmenko S.S. **25**
- Assessing the influence of public opinion leader characteristics on consumer behavior in the retail trade of perfumes and cosmetics. Kurovsky S.V., Mishin D.A., Ermakova N.M. **31**
- Theoretical foundations of an organization's entry into the international market: approaches, factors and forms. Matveeva A.I., Yalunina E.N. **44**
- Analysis of foreign experience in developing communication mechanisms between executive authorities and civil society in the transport sector. Abramov R.A., Temnikova Yu.Yu. **50**

ECONOMY OF INDUSTRIES AND REGIONS

- Scenarios for the development of the automotive industry in China: challenges and key success factors. Yao Yi **56**
- A model for the development of an industrial enterprise resource management system. Moiseenko A.R. **63**
- Strategic approaches to the development of municipal infrastructure. Agaeva L.K., Trofimov A.N., Chumakov E.N. **69**

- Organizational and economic mechanisms for regulating employment in the regions. Islamutdinov V.F., Kurikov V.M., Zadimidchenko A.M., Tagibova A.A., Kayugina S.M. **75**
- Economic feasibility of interaction between the educational environment and business in the framework of digital transformation management. Lyashenko V.E., Novoselov A.V. **81**
- Tools for improving innovation and investment policy for sustainable development of the region. Chirkunova E.K., Alpatov D.Yu., Alpatova O.V. **87**
- Algorithm of state support for small and medium-sized businesses in the field of water transport in the context of digital transformation. Shepelin G.I. **94**
- Non-state pension funds as participants in the collective investment system in modern conditions. Konovalova M.E., Safiullin L.N., Knyazeva E.G., Klimenko M.N. **109**

FINANCE. TAXATION. INSURANCE

- The role of dominant currencies in the world economy. Kuznetsov D.E. **115**
- Improving the dividend policy of an enterprise in order to increase its investment attractiveness. Konovalova M.E., Zhironkin S.A., Abdulganiev F.S., Soloviev A.A. **122**
- Features of the formation of investment portfolios of Russian mutual investment funds. Konovalova M.E., Gaizatullin R.R., Knyazeva E.G., Klimenko M.N. **132**
- Risks of investing in the securities market. Materova E.S., Bulatova E.I., Ablav I.M., Sharafullina R.R. **139**
- Russian IPO market in modern crisis conditions: risks and trends. Materova E.S., Kurilova A.A., Kopylov I.V., Fedorov P.G. **143**
- Study of behavioral factors of financial decision-making in conditions of increased key rate. Rumyantseva A.Yu., Tarutko O.A. **150**

MODERN TECHNOLOGIES

- Increasing the efficiency of scrap metal collection using a recognition and evaluation program resulting from market research. Raichenko K.A., Nevrovsky A.V. **155**

Уроки международного опыта реализации проектов розничных цифровых валют центральных банков для цифрового рубля

Джаохадзе Елена Джурховна

м.н.с. лаборатории анализа институтов и финансовых рынков ИПЭИ РАНХиГС, dzhaokhadze-ed@ranepa.ru

Синельникова-Мурылева Елена Владимировна

к.э.н., с.н.с. Центра изучения проблем центральных банков ИПЭИ РАНХиГС, e.sinelnikova@ranepa.ru

Рост популярности и широкое распространение биткоина и других криптовалют на фоне общемировой тенденции к сокращению использования наличных денежных средств для совершения транзакций и перехода на электронные аналоги, усилившегося в пандемию Covid-19, подтолкнул монетарные власти к размышлению о необходимости ускорения эмиссии цифровых валют центральных банков (ЦВЦБ). Цифровая валюта центральных банков – это цифровое представление суверенной валюты, которая эмитируется монетарным органом и является его обязательством. ЦВЦБ могут выпускаться для общего пользования населением и бизнесом (розничные ЦВЦБ) или же для их использования в расчетах между финансовыми посредниками (оптовые ЦВЦБ). Множество центральных банков исследуют возможность выпуска или уже выпустили в обращение цифровые аналоги фиатных валют, предназначенные для использования в платежах внутри страны (розничные ЦВЦБ). Розничная ЦВЦБ – это полноценное новое средство платежа со своей инфраструктурой. Цифровые валюты центральных банков разрабатываются как новые платежные системы, тесно интегрированные в текущую систему расчетов. Нам представляется важным изучить мировой опыт в данном вопросе: мотивы выпуска и архитектуру модели ЦВЦБ, технологические особенности дизайна цифровой валюты, призванные обеспечить достижение поставленных целей. Данный опыт может быть полезен при запуске цифровой валюты Банка России – цифрового рубля.

Ключевые слова: цифровой рубль, розничные ЦВЦБ, центральный банк, эмиссия ЦВЦБ, распределенный реестр

Введение

Цифровизация стремительно внедряется в различные сферы нашей жизни, в том числе в сферу платежей. Одним из поворотных моментов в этом вопросе стало появление и быстрое распространение криптовалют, на фоне которого центральные банки задумались об эмиссии собственных цифровых валют. По опросам Банка международных расчетов (БМР) [1], доля (от числа респондентов) монетарных органов, приступивших к разработке ЦВЦБ в 2017 г., превысила 60%, а к концу 2023 г. и вовсе достигла 94%.

Центральные банки разрабатывают два типа цифровых валют: розничные (для общего пользования населением и бизнесом) и оптовые (используемые в расчетах между финансовыми посредниками). Причем количество пилотируемых проектов первых (четверть респондентов) по опросу БМР в два раза превышает количество вторых. Такая разница обусловлена зачастую насущностью целей эмиссии розничных ЦВЦБ, посредством которых монетарные власти, с одной стороны, стремятся предоставить надежное, обеспеченное центральным банком, удобное и доступное широким группам населения цифровое платежное средство, а с другой, – повысить эффективность денежно-кредитной политики и стабильность финансовой системы на фоне всеобщего снижения использования наличных средств для осуществления расчетов. Эти вопросы, как правило, приоритетнее улучшения межбанковских расчетов посредством оптовых ЦВЦБ внутри страны. В то же время оптовые ЦВЦБ имеют высокий потенциал для повышения эффективности международных платежей, однако работа в этом направлении требует взаимодействия нескольких стран, что также сказывается на скорости их внедрения.

В связи с пилотированием цифрового рубля, растущей популярностью ЦВЦБ, а также приближением и даже достижением рядом проектов стадии запуска, представляется важным изучение опыта их разработки и внедрения. Для анализа опыта эмиссии розничных ЦВЦБ были отобраны проекты в высокой степени готовности к запуску (в том числе запущенные).

Обзор проектов розничных ЦВЦБ

По данным сайта cbdtracker.org [2] (таблица 1) в настоящее время три цифровые валюты центральных банков уже запущены и могут быть использованы при осуществлении платежей: eNaira (Нигерия), Jam-Dex (Ямайка) и Sand Dollar (Багамские

Статья подготовлена в рамках выполнения научно-исследовательской работы государственного задания РАНХиГС

острова). Также восемь ЦВЦБ перешли к стадии пилотного проекта: D-Cash (Восточно-карибский экономический и валютный союз), e-CNY (Китай), Digital Lira/Цифровая лира (Турция), Digital Ruble/Цифровой рубль (Россия), Digital Rupee/Цифровая рупия (Индия), Digital Tenge/Цифровой тенге (Казахстан), Digital Won/Цифровая вона (Южная Корея) и E-cedi (Гана). При этом первые две ЦВЦБ тестируются массово, охватывая всю страну или множество провинций/городов соответственно, в то время как прочие проекты тестируют отдельные аспекты функционала цифровой валюты или проводят тесты на ограниченной группе пользователей.

Таблица 1
Запущенные и пилотируемые ЦВЦБ

ЦВЦБ	Страна	Статус	Дата запуска проекта/старта пилота	Тип экономики
eNaira	Нигерия	Запущен	25.10.2021	LIC
Jam-Dex	Ямайка	Запущен	11.07.2022	EM
Sand Dollar	Багамские острова	Запущен	20.10.2020	LIC
D-Cash	Восточно-карибский экономический и валютный союз	Пилот (массовый)	31.03.2021	LIC
e-CNY	Китай	Пилот (массовый)	конец 2019	EM
Digital Lira	Турция	Пилот	2022	EM
Digital Ruble	Россия	Пилот	15.08.2023	EM
Digital Rupee	Индия	Пилот	01.12.2022	EM
Digital Tenge	Казахстан	Пилот	2022	EM
Digital Won	Южная Корея	Скорый старт пилота	2024	AE
E-cedi	Гана	Пилот	2022	LIC

Примечания: AE – развитая экономика, EM – страна с формирующимся рынком, LIC – страна с низким уровнем доходов.

Источник: cbdctracker.org [2].

Стоит добавить, что на сайте cbdctracker.org [2] на стадии пилотного проекта числятся также еще два проекта: e-Peso (Уругвай) и Hungary CBDC/Венгерская ЦВЦБ (Венгрия). Первый этап пилотного проекта e-Peso с 10 тысячами пользователей проводился с ноября 2017 г. по апрель 2018 г. [3,4]. Затем проект был приостановлен, и с тех пор новой информации о ходе проекта не появлялось. Вторая валюта на данный момент представляет собой мобильное приложение «Student Safe», направленное на повышение финансовой грамотности молодежи и расширение их доступа к цифровым финансовым услугам [5,6]. Посредством приложения «Student Safe» дети (приложение преимущественно ориентировано на возрастную группу от 8 до 14 лет) могут учиться цифровой финансовой грамотности в игровой форме, отвечая на вопросы викторины и получая студенческие талоны. Также приложение позволяет опробовать использование цифровых денег, инициировать переводы на банковские счета и совершать покупки с помощью платежной системы

SimplePay мгновенным переводом по QR-коду. Поскольку продвижений в проекте e-Peso нет уже несколько лет, а Венгерская ЦВЦБ пока далека от полноценного цифрового аналога наличных средств, то эти два проекта были исключены из дальнейшего исследования.

Среди запущенных или находящихся в высокой степени готовности ЦВЦБ (таблица 1) три и семь проектов относятся к странам с низким уровнем дохода (LIC) и формирующимся рынком (EM) соответственно, при этом только один пилотный проект принадлежит развитой стране (AE). Это подтверждает статистику БМР за 2023 г.

В странах с низким уровнем дохода (LIC) и формирующимся рынком (EM) эмиссия ЦВЦБ повсеместно преследует цель повышения финансовой доступности, эффективности и надежности платежной системы (таблица 2). К реже встречающимся мотивам можно отнести повышение конкуренции в сфере платежей (5 стран), обеспечение суверенности ДКП (3 страны), способствование инновациям (3 страны), предотвращение незаконного использования денежных средств (2 страны) и снижение затрат ЦБ (1 страна). При этом единственная развитая страна (Южная Корея), планирующая запуск пилотного проекта в ближайшее время, преследует две цели эмиссии цифровой валюты: обеспечение суверенности ДКП и повышение конкуренции в сфере платежей. Это также подтверждает различия в мотивах и скорости запуска ЦВЦБ разными типами экономик, отмечаемые БМР.

Таблица 2
Цели эмиссии ЦВЦБ стран с низким уровнем дохода (LIC) и формирующимся рынком (EM)

Общие цели:	
Финансовая доступность	Конкуренция в сфере платежей (Турция, Россия, Казахстан, Китай, Индия)
Эффективность платежной системы	Обеспечение суверенности ДКП (Казахстан, Китай, Гана)
Надежность платежной системы	Способствование инновациям (Россия, Казахстан, Индия)
	Предотвращение незаконного использования денег (Багамы, Россия)
	Снижение затрат для ЦБ (Ямайка)

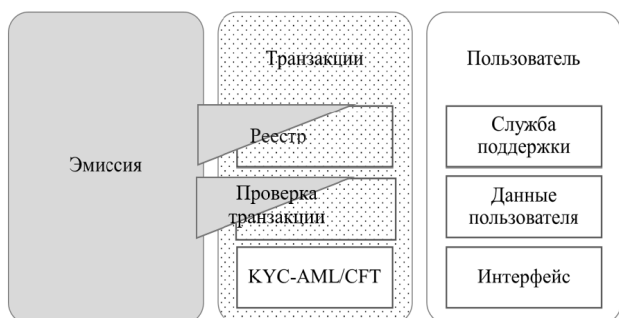
Источник: [7-23]

Далее на основе анализа выделенных одиннадцати проектов ЦВЦБ будут рассмотрены основные элементы архитектуры и дизайна, закладываемые в наиболее продвинутые проекты цифровых валют.

Архитектура администрирования

Среди запущенных и пилотируемых ЦВЦБ доминирует двухуровневая система администрирования. В целом системы функционирования цифровой валюты можно разделить на три основные составляющие: эмиссия ЦВЦБ, верификация транзакций и взаимодействие с клиентами (рисунок 1). Первая функция всецело находится в ведении монетарного органа во всех проектах, а третья функция – в ведении финансовых посредников. Последние оказывают

услуги службы поддержки, хранят данные пользователей и выступают операторами интерфейса, через который осуществляется доступ к платформе цифровой валюты. Зачастую финансовые посредники и разрабатывают интерфейс, но в ряде случаев эту функцию частично (Sand Dollar, Багамы) или полностью (D-cash, Восточно-карибский экономический и валютный союз) берет на себя ЦБ. Процедуры «знай своего клиента» (KYC), противодействия отмыванию денег (AML), финансированию терроризма и распространению оружия массового поражения (CFT), как правило, разрабатывает и осуществляет финансовый посредник. В проекте E-cedi (Гана) это происходит совместно с ЦБ, а в e-Naira (Нигерия) и Sand Dollar (Багамы) монетарные органы участвовали в разработке этих процедур, но осуществляют их финансовые посредники. Проверку транзакций и ведение реестра в большинстве случаев осуществляет центральный банк, однако в ряде проектов он выполняет это совместно с финансовыми посредниками (Китай, Казахстан, Турция, Южная Корея и Индия).



Примечание: серая заливка – ЦБ, белая – финансовый посредник, точечная штриховка – совместное.

Рисунок 1: Распределение административных функций между центральным банком и платежными посредниками в двухуровневой системе. Источник: [7-23]

С одной стороны, одноуровневая система позволяет центральным банкам полностью администрировать цифровую валюту, но, с другой стороны, предусматривает выполнение функций, несвойственных монетарным органам, – предоставление финансовых услуг клиентам. Поскольку финансовые посредники извлекают прибыль из последнего, они, с одной стороны, смогут обслуживать пользователей наиболее эффективно, а с другой стороны, будут задействованы в структуре цифровой валюты, что снизит риск их вытеснения с рынка. В связи с этим в продвинутых проектах ЦВЦБ предпочтение было отдано двухуровневой структуре.

Ключевые характеристики дизайна

Среди запущенных и пилотируемых ЦВЦБ десять проектов обладают множеством схожих элементов дизайна. Исключение составляет только ямайская Jam-Dex. В связи с этим вначале будут рассматриваться основные характеристики десяти схожих ЦВЦБ, а дизайн Jam-Dex будет рассмотрен отдельно.

Для минимизации риска «набегов на банки» и предотвращения значительной конкуренции депозитам со стороны цифровой валюты в подавляющем большинстве проектов ЦВЦБ исключается возможность начисления процентов (рисунок 2). Наряду с этим, а также для возможности анонимного использования ЦВЦБ (для транзакций малых объемов) в дизайн цифровой валюты закладываются ограничения на сумму остатка на счете, комиссия за остаток выше порогового значения или за использование средств выше установленного лимита (порог на суммарный объем транзакций за определенный период).

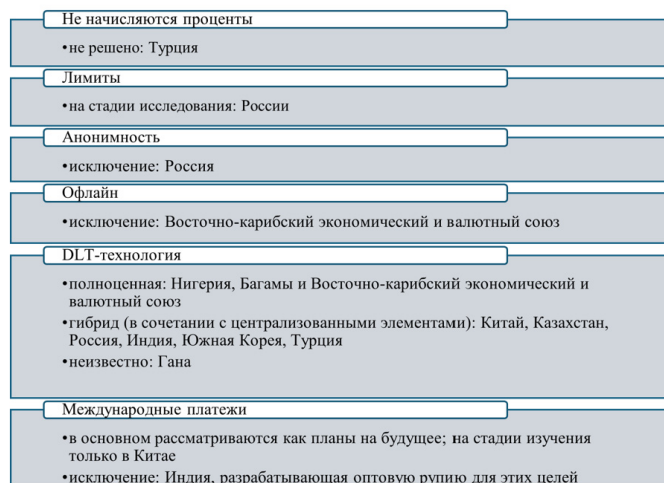


Рисунок 2: Ключевые характеристики дизайна большинства ЦВЦБ

Источник: [7-23]

Анонимность на нижних уровнях доступа предусматривается в дизайне большинства ЦВЦБ, за исключением России (цифровой рубль). В России было решено отказаться от этого, поскольку одной из целей эмиссии цифрового рубля является предотвращение незаконного использования денег.

Во всех проектах, кроме D-cash (Восточно-карибский экономический и валютный союз), центральные банки стремятся обеспечить возможность использования цифровых валют офлайн. Сделать это можно посредством локальных автономных (офлайн) сетей. Такой вариант может быть недоступен при высоких рисках разрушения (к примеру, ураганами на Багамах) или при недостаточном покрытии телекоммуникационных сетей на территории страны (к примеру, в России). На данный момент более перспективным выглядит вариант размещения аппаратных кошельков внутри телефона или в иных носителях (смарт-картах), который тестируется в Казахстане и в Китае, а также вариант использования технологии USSD, тестируемой в Нигерии.

Ряд центральных банков (Багамы, Восточно-карибский экономический и валютный союз) принял решение верифицировать и хранить записи о транзакциях посредством технологии распределенного реестра (DLT). Другие (в основном крупные страны) из-за сравнительно медленной работы DLT-технологии, что особенно критично для больших масси-

вов данных, приняли решение использовать гибридный подход: сочетание централизованных и децентрализованных элементов.

Также в большинстве проектов рассматривается возможность использования цифровых валют в международных переводах. В настоящее время этот аспект либо находится на стадии тестирования (Китай), либо представляет собой только планы на будущее (и относится к категории дополнительных проектов).

Jam-Dex отличается от других цифровых валют в ключевых характеристиках дизайна ЦВЦБ [7]. Схожесть состоит только в отсутствии начисления процента. При этом центральный банк Ямайки не установил никаких лимитов на использование/хранение/транзакции с ЦВЦБ, а также не предусмотрел разные уровни доступа. Цифровая валюта Jam-Dex, как и цифровой рубль, не предполагает никакой анонимности. Также центральный банк Ямайки использует централизованный реестр для хранения данных о транзакциях, абсолютно не задействуя технологию DLT.

Заключение

На фоне быстрого распространения криптовалют и стремительной цифровизации платежей сферы монетарные власти, в том числе Банк России, приступили к разработке собственных цифровых валют. Пока цифровой рубль находится на стадии закрытого пилотирования, важным представляется рассмотреть ключевые элементы дизайна, риски и опыт запуска ЦВЦБ других стран. Для контроля за возможными рисками внедрения ЦВЦБ в проектах на высокой стадии готовности закладываются двухуровневая архитектура администрирования, лимиты и отсутствие начисления процентов. При этом стоит отметить, что опыт распространения eNaira (Нигерия), Sand Dollar (Багамы) и e-CNY (Китай) свидетельствует о постепенности этого процесса и о необходимости, по крайней мере, нескольких лет на адаптацию участников платежной сферы к новым условиям.

Дизайн цифрового рубля во многих аспектах соответствует международному опыту: двухуровневая операционная модель, распределенный реестр, отказ от начисления процентов и офлайн-переводы. Тем не менее на основании рассмотренного опыта проектов ЦВЦБ мы можем сформулировать следующие направления для учета и/или более детальной проработки отдельных элементов дизайна цифрового рубля:

1. различные лимиты на объем транзакций и кошелек для предотвращения оттока средств с депозитов коммерческих банков, снижения риска мошенничества и краж, а также контроля банковской ликвидности в кризисные периоды;

2. несколько типов кошельков с различным сочетанием анонимности и лимитов на хранение и объем транзакций. Это может способствовать увеличению уровня финансовой вовлеченности при не столь существенном повышении риска незаконного использования цифрового рубля;

3. дублирование узлов распределенного реестра у финансовых посредников для обеспечения большей безопасности системы;

4. доступ пользователя к цифровому кошельку через веб-браузер (наряду с мобильным приложением) для повышения гибкости цифрового рубля;

5. реализация офлайн-кошелька на базе токенов, что позволило бы проводить минимальные проверки транзакций: проверка подлинности и эмитента токенов.

Литература

1. Di Iorio A., Kosse A., and Mattei I. Embracing diversity, advancing together—results of the 2023 BIS survey on central bank digital currencies and crypto. 2024.

2. CBDC Tracker: [сайт]. URL: <https://cbdctracker.org/>

3. Bergara M., Ponce J. Central bank digital currency: the Uruguayan e-Peso case // Do we need central bank digital currency. 2018. Vol. 82.

4. Sarmiento A. Seven lessons from the e-Peso pilot plan: the possibility of a Central Bank Digital Currency // Center for Latin American Monetary Studies (CEMLA) presentation. 2021.

5. Fáykiss P., Nyikes Á. and Szombati A. CBDC—an opportunity to support digital financial inclusion: Digital Student Safe in Hungary // CBDC—an opportunity to support digital financial inclusion: Digital Student Safe in Hungary. Vol. 123. pp. 79-87.

6. Magyar Nemzeti Bank // Conscious money management digitally and playfully – the MNB Student Safe mobile application has been renewed. URL: <https://www.mnb.hu/en/pressroom/press-releases/press-releases-2023/conscious-money-management-digitally-and-playfully-the-mnb-student-safe-mobile-application-has-been-renewed>

7. Interview with the Central Bank of Jamaica and eCurrency on CBDCs // The PAYPERS. URL: <https://thepaypers.com/interviews/interview-with-the-central-bank-of-jamaica-and-ecurrency-on-cbdcs--1249641>

8. Central Bank of Nigeria, "Design Paper for the eNaira," 2021.

9. Bank of Jamaica: [сайт]. URL: <https://boj.org.jm/a-primer-on-bojs-central-bank-digital-currency/>

10. Central Bank of The Bahamas, "Project Sand Dollar: A Bahamas Payments System Modernisation Initiative," 2019.

11. eccb-centralbank: [сайт]. URL: <https://www.eccb-centralbank.org/p/what-you-should-know-1>

12. Yahoo! Finance: [сайт]. URL: https://finance.yahoo.com/news/turkey-working-digital-currency-pilots-131202112.html?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLnJlLw&guce_referrer_sig=AQAAABOv0HmmdDvzY6osUN6TPchxW_klPiFxCtAa1Y9gl9iARMauxhuVchP-Qj3kjjU-M7W0-vOxDP5HpHgHCTFFi67V

13. Central Bank of the Republic Türkiye, "Digital Turkey Lira," 2023.

14. Банк России, "Концепция цифрового рубля," 2021. [Online]. https://cbr.ru/Content/Document/File/120075/concept_08042021.pdf
15. Chen S., Goel T., Qiu H., and Shim I. CBDCs in emerging market economies // BIS Papers. 2022.
16. Reserve Bank of India, "Concept Note on Central Bank Digital Currency," 2022.
17. National Bank of Kazakhstan, "Report on the Results of the Digital Tenge Pilot Project (White Paper)," 2021.
18. SANDDOLLAR: [сайт]. URL: <https://www.sanddollar.bs/history>
19. International Monetary Fund. Western Hemisphere Dept., "A Central Bank Digital Currency in the ECCU," 2020.
20. Банк России, "Цифровой рубль. Доклад для общественных консультаций," 2020. [Online]. https://cbr.ru/StaticHtml/File/112957/Consultation_Paper_201013.pdf
21. Bank of Korea, "The Bank of Korea (BOK) has not decided whether or not to issue a central bank digital currency (CBDC)," 2022.
22. Bank of Ghana, "Design paper of the digital Cedi (eCedi)," 2022.
23. People's Bank of China. Progress of Research & Development of E-CNY in China // Working Group on E-CNY Research and Development of the People's Bank of China, July.

Lessons from international experience in implementing retail central bank digital currencies projects for the digital ruble
Dzhaokhadze E.D., Sinelnikova-Muryleva E.V.
 Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration
JEL classification: H87, F02, F15, F29, F40, F42, F49

The growing popularity and widespread adoption of Bitcoin and other cryptocurrencies against the backdrop of a global trend towards reducing the use of cash for transactions and the transition to electronic means of payments, which has intensified during the Covid-19 pandemic, has prompted monetary authorities to think about the need to accelerate the issuance of central bank digital currencies of central banks (CBDC). A central bank digital currency is a digital representation of a sovereign currency that is issued by and is a liability of a monetary authority. CBDC can be issued for general use by the population and business (retail CBDC) or for their use in settlements between financial intermediaries (wholesale CBDC).

Numerous central banks are exploring the possibility of issuing or have already issued digital equivalents of fiat currencies intended for use in domestic payments (retail CBDC). Retail digital currency is a full-fledged new means of payment with its own infrastructure. Central bank digital currencies are being developed as new payment systems that are tightly integrated into the current settlement system. It seems important to us to study the world experience in this matter: the motives for issuing and the architecture of the digital currency model, the technological features of the design of digital currency, designed to ensure the achievement of its goals. This experience may be useful when launching the Bank of Russia's digital currency – the digital ruble.

Keywords: digital ruble, retail CBDC, central bank, CBDC emission, distributed ledger

References

1. Di Iorio A., Kosse A., and Mattei I. Embracing diversity, advancing together—results of the 2023 BIS survey on central bank digital currencies and crypto. 2024.
2. CBDC Tracker: [сайт]. URL: <https://cbdctracker.org/>
3. Bergara M., Ponce J. Central bank digital currency: the Uruguayan e-Peso case // Do we need central bank digital currency. 2018. Vol. 82.
4. Sarmiento A. Seven lessons from the e-Peso pilot plan: the possibility of a Central Bank Digital Currency // Center for Latin American Monetary Studies (CEMLA) presentation. 2021.
5. Fáykiss P., Nyikes Á. and Szombati A. CBDC—an opportunity to support digital financial inclusion: Digital Student Safe in Hungary // CBDC—an opportunity to support digital financial inclusion: Digital Student Safe in Hungary. Vol. 123. pp. 79-87.
6. Magyar Nemzeti Bank // Conscious money management digitally and playfully – the MNB Student Safe mobile application has been renewed. URL: <https://www.mnb.hu/en/pressroom/press-releases/press-releases-2023/conscious-money-management-digitally-and-playfully-the-mnb-student-safe-mobile-application-has-been-renewed>
7. Interview with the Central Bank of Jamaica and eCurrency on CBDCs // The PAYPERS. URL: <https://thepayers.com/interviews/interview-with-the-central-bank-of-jamaica-and-ecurrency-on-cbdc-1249641>
8. Central Bank of Nigeria, "Design Paper for the eNaira," 2021.
9. Bank of Jamaica: [сайт]. URL: <https://boj.org.jm/a-primer-on-bojs-central-bank-digital-currency/>
10. Central Bank of The Bahamas, "Project Sand Dollar: A Bahamas Payments System Modernisation Initiative," 2019.
11. eccb-centralbank: [сайт]. URL: <https://www.eccb-centralbank.org/p/what-you-should-know-1>
12. Yahoo! Finance: [сайт]. URL: https://finance.yahoo.com/news/turkey-working-digital-currency-pilots-131202112.html?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLnJ1Lw&guce_referrer_sig=AQAAABOfv0HmmdDvzY6osUN6TPchxW_klPiFxCtAa1Y9gl9iARMauxhuVchP-Qj3kjgU-M7W0-vOxDP5HpHgHctFFi67V
13. Central Bank of the Republic of Turkey, "Digital Turkey Lira," 2023.
14. Банк России, "Концепция цифрового рубля," 2021. [Online]. https://cbr.ru/Content/Document/File/120075/concept_08042021.pdf
15. Chen S., Goel T., Qiu H., and Shim I. CBDCs in emerging market economies // BIS Papers. 2022.
16. Reserve Bank of India, "Concept Note on Central Bank Digital Currency," 2022.
17. National Bank of Kazakhstan, "Report on the Results of the Digital Tenge Pilot Project (White Paper)," 2021.
18. SANDDOLLAR: [сайт]. URL: <https://www.sanddollar.bs/history>
19. International Monetary Fund. Western Hemisphere Dept., "A Central Bank Digital Currency in the ECCU," 2020.
20. Банк России, "Цифровой рубль. Доклад для общественных консультаций," 2020. [Online]. https://cbr.ru/StaticHtml/File/112957/Consultation_Paper_201013.pdf
21. Bank of Korea, "The Bank of Korea (BOK) has not decided whether or not to issue a central bank digital currency (CBDC)," 2022.
22. Bank of Ghana, "Design paper of the digital Cedi (eCedi)," 2022.
23. People's Bank of China. Progress of Research & Development of E-CNY in China // Working Group on E-CNY Research and Development of the People's Bank of China, July.

Экономическая модель «Шаньчжая» в инновационном развитии малых и средних предприятий Китая и во внешнеэкономической деятельности

Ларионов Айсен Афанасьевич

Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Аммосова, AisenLarionovAfan@mail.ru

Малые и средние предприятия благодаря использованию инноваций сумели значительно увеличить свой вклад во внутреннюю экономику и в экспорт Китая. Важной составляющей в освоении зарубежных инновационных технологий и соответствующих образцов, а также генерации собственных инновационных разработок на протяжении всей экономической реформы в Китае стала «модель Шаньчжая». Эта модель в своем развитии прошла два этапа в ходе реализации экономической реформы в Китае. На первом этапе (80-е гг. XX века — до начала 10-х гг. XXI века) «модель Шаньчжая» была в основном нацелена на производство копий, подделок, адаптированных образцов и т.п. С 10-х гг. XXI века «модель Шаньчжая» претерпевает трансформацию в соответствии с трендом развития китайской экономики в основном в опоре на собственные инновации. В статье дается сравнительная характеристика «классической» и «новой модели Шаньчжая» и их роли в насыщении внутреннего и международного рынков.

Ключевые слова: экономическая реформа, «модель Шаньчжая», «дух Шаньчжая», инновации, имитация, адаптация, международный аутсорсинг, совместное предприятие, информационная среда, технологии, «новый Шаньчжай».

Введение

В 2024 г. исполняется 45 лет с начала практической реализации экономических реформы в Китае, основные принципы которой были провозглашены в декабре 1978 г. на 3 пленуме ЦК КПК. Реализация экономической реформы прошла ряд этапов, постепенно прирастая теоретическими разработками китайских экономистов и практическими результатами многочисленных хозяйственных экспериментов в той или иной степени успешных, либо провальных. Зарубежные специалисты, изучая ход экономической реформы в Китае, выделяют ее ряд этапов с начала 80-х гг. до настоящего времени. При этом выделяются временные периоды, в которых те или иные направления реформаторской деятельности являлись наиболее примечательными. Так, как правило, выделяется начальный период экономической реформы, в котором основными направлениями стала реформа на селе (ликвидация «народных коммун», переход к подворному подряду и др.), провозглашена постепенная реализация «открытой экономики» внешнему миру взамен проводимой ранее политики автономии, начало эксперимента с 4-мя «особыми экономическими зонами», привлечение иностранного капитала, начало реформ в промышленности и организации внешнеэкономических связей.

Особо выделяются этапы экономической реформы в области развития научно-технического потенциала КНР эксперименты по созданию зон технико-экономического развития («Искра», «Факел» и др.). Показывается все больший упор китайских властей на разработку и использование собственных инноваций во многом за счет поддержки, стимулирования развития малых и средних инновационных предприятий (МСИП). Результатом таких действий становится формирование национальной инновационной системы, в которой МСИП играют весьма заметную роль. В этой связи следует отметить постепенное, последовательное допущение индивидуального и частного бизнеса в хозяйственную жизнь страны, с последующим признанием его значимым фактором в строительстве «социализма с китайской спецификой».

Принимая во внимание все эти важные вехи в развитии китайской экономической реформы, следует подчеркнуть, что общим их лейтмотивом являлась и остается поныне выработка эффективного, оптимального взаимодействия в использовании инструмента плана и рынка. Переход от признания необходимости использования товарно-денежных отношений при социализме до разработки и внедре-

ния в экономику принципов и инструментов рыночной экономики — «социалистической рыночной экономики с китайской спецификой». При этом особое, важное место в этой системе отводится малым и средним предприятиям, общее число которых в 2024 г. достигло 180,45 млн единиц, что составляет 96,4% общего числа хозяйствующих субъектов страны. [1] Все более возрастающую роль среди этих предприятий и в целом в экономике КНР и увеличения ее инновационного технологического потенциала играют инновационные предприятия малого и среднего бизнеса. В особенности их деятельность в рамках бурно развивающейся в стране венчурной индустрии.

В этой связи часто возникает вопрос, за счет чего происходит бум развития малых и средних высокотехнологичных предприятий Китая, начавшийся с середины 10-х гг. XXI века. Принимая во внимание новую экономическую политику руководства Китая на инновационное развитие, превращение Китая из «мировой фабрики» товаров массового спроса в «фабрику» технологий, инноваций по широкому кругу отраслей, в мировой интеллектуальный центр, следует отметить и настойчивость, креативность китайцев, прежде всего молодежи, в генерации инновации, технологических идей в целях достижения личного успеха и общественного признания. Примером для китайских инноваторов служат успехи руководителей ведущих компаний Китая — Alibaba, Tencent, BYD и др.

Иным двигателем технологического прогресса Китая стало использование в основном специфического китайского инструментария по заимствованию из т.н. модели Шаньчжай. Китайскую экономическую реформу в этой связи можно условно разделить на два этапа: использование «модели Шаньчжай» сначала 80-х гг. до середины 10-х гг. XXI века в ее, так сказать классической форме и второй период — с середины 10-х гг. XXI века по настоящее время — использование ее модернизированной формы в условиях информационной, цифровой экономики с китайской спецификой. Актуальность этой проблемы объясняется тем, что этому аспекту в реализации китайской экономической реформы в русскоязычной исследовательской литературе уделяется мало внимания. Между тем использование инструментария «модели Шаньчжай» во многом объясняет достижение «китайского экономического чуда» на первом этапе использования этой модели и возможного нового «чуда» в области развития новых и высших технологий.

Основные черты и особенности «модели Шаньчжай»

В китайской экономической мысли и практике характерной, во многом определяющей чертой является следование принципу опоры на китайскую специфику и поиск соответствующих ответов на возникающие проблемы в пяти тысячелетней истории Китая. Конкретно это проявляется в реализации лозунга «поставить древность на службу современности».

В рамках этого требования и стратегии действий находится и «модель Шаньчжай», «дух Шаньчжай», пронизывающий всю предпринимательскую деятельность в стране с конца XX века и материализуемый в настоящее время в модифицированных формах. Шаньчжай в свободном переводе — это поселение в любом труднодоступном месте, окруженное частоколом укреплением. Там селились, как правило, представители китайских триад, совершавшие набеги на местных богатеев, по типу Робин Гуда.

Первое словосочетание «Шаньчжай» встречается в классическом китайском романе XIV века «Речные заводы», где речь идет о жизни и приключениях 108 «благородных разбойников», в начале XII века орудовавших на северо-востоке Китая. В романе эти разбойники выведены поборниками справедливости, защищающие слабых и бедных. Этот роман, ставший классикой китайской литературы (переведен на русский язык [2]) оказал огромное влияние на современное китайское общество. К началу 2000-х гг. это слово все чаще встречается в китайских СМИ, в значении деятельности малых предприятий в значении товаров-копий, подделок оригинальных зарубежных брендов. На этих предприятиях — небольших мастерских — их организаторы творчески перерабатывают и адаптируют технологии, выпуская товары для широкого потребления. На «Шаньчжайских» мастерских стали выпускаться либо откровенные копии, либо адаптированные модели зарубежных брендов с низкой ценой, но невысокого качества. В Китае, как известно, работает большое количество современных предприятий с иностранным капиталом, а около этого предприятия, как правило, функционировала китайская мастерская, которая, используя технологии и дизайн оригинального продукта, на «сэкономленных» материалах выпускала похожую продукцию. Автор этой статьи приобрел однажды на такой мастерской сумку-подделку бренда «Prada», практически не отличающуюся от оригинала. К 10-м гг. XXI века слово «Шаньчжай» стало весьма популярным, особенно среди владельцев небольших мастерских. В 2008 г. по телевидению КНР на государственном канале был показан документальный фильм про мобильные телефоны по модели Шаньчжай, что вызвало огромный интерес у зрителей. В 2012 г. слово «Шаньчжай» было включено в издание словаря современного китайского языка.

«Шаньчжайская модель» введения бизнеса не является простой, и ее нельзя отождествлять с примитивным копированием или откровенной кражей интеллектуальной собственности, хотя встречаются и такие действия, особенно в начале знакомства китайских производителей МСБ. «Шаньчжайский подход» часто встречается у китайских предпринимателей, занятых, как отмечалось выше, в деятельности совместных предприятий, а также в схемах международного производственного аутсорсинга — OEM-аутсорсинга.

В процессе освоения механизмов международного производственного аутсорсинга OEM и ODM

ряд китайских предприятий при интернационализации своей деятельности выходит на уровень OBM (original brand manufacturing), т.е. производство усовершенствованного продукта под собственным брендом, который реализовывался на внешнем рынке либо с помощью зарубежного трейдера, либо самостоятельно. Стадия производственного аутсорсинга – OBM уже предполагала при имитации базового продукта существенное дополнение и собственных инноваций.

Анализируя точки зрения китайских авторов на эту модель, можно выделить следующие его характеристики:

- «Шаньчжай» — это традиционный способ копирования образцов в Китае. В Китае сильны традиции копирования, которые свойственны культуре конфуцианства, в частности традиционной экзаменационной системе.

- «Шаньчжай» — это не просто примитивное копирование, а копирование инновационное. Это попытка улучшить иностранные (внешние) разработки, добавить в них элементы, свойства, качества, которые оригинальные разработчики не сумели в них привнести, либо пренебрегли ими.

- «Шаньчжай» — это процесс интеграции новых технологий, комбинация, симбиоз тех или иных зарубежных технологий, разработок для производства собственного оригинального продукта.

- «Шаньчжай» не следует отождествлять с фальсификацией товаров, пиратскими копиями, прямым воровством интеллектуальной собственности. Хотя в ряде случаев это имеет место.

- «Шаньчжай» представляет высокоэффективную «производственную модель», отвечающую требованиям рынка. [3,4,5]

В целом «Шаньчжай» — это модель, обладающая своим специфическим «духом» и культурой, свойственной Китаю. И эта модель, как констатировали многие китайские исследователи, должна повсеместно пропагандироваться и внедряться. Модель «Шаньчжай» наиболее предпочтительна для использования МСБ. [6,7]

На первом этапе использования этой модели, «Шаньчжай производство» представляло собой небольшую мастерскую, часто расположенную в обычной квартире или арендованном помещении. Предприниматель оформлял заказ на комплектующие в долг, брал банковский кредит, но чаще занимал деньги у родственников и друзей. Поскольку цикл «Шаньчжай производства» был достаточно коротким — от идеи до ее реализации, то предприниматель быстро возвращал долг и получал определенную прибыль. Чаще всего Шаньчжай-предприниматели опирались на готовые технологические решения в той или иной степени их адаптируя. Подобный бизнес в Китае не только разрешен, но и поощряется, поскольку рассматривается как один из важных факторов поддержания роста национальной экономики.

Следует отметить, что ряд китайских ведущих компаний, включая такие как BYD (автомобили, запчасти и др.), Tencent и др. в начале своей деятельности использовали «модель Шаньчжай».

Основатель компании Tencent Ма Хуатен начал свою бизнес-деятельность по созданию компании-стартапа с клонирования американского сервиса ICQ по обмену короткими сообщениями. Без специального от зарубежного владельца технологии, Ма Хуатен, фактически, использовал модель OEM-аутсорсинга на его стадии OBM, т.е. производство товара по известной ему зарубежной (американской) технологии с собственной доработкой под собственным названием «Айсижью» – OICQ (open ICQ). Этот эпизод в деятельности Ма Хуатена – наглядный пример использования на практике распространенной и широко используемой модели «Шаньчжай». Копируя американское изобретение, Ма Хуатен понимал, что он допускает нарушение авторских прав, но особо этим не озадачивался, а продолжал работать на существенной модификации своего «изобретения». В результате был создан известный мессенджер – QQ. Материнская компания AOL, владеющая брендом ICQ, подала на Ма Хуатена в суд за нарушение прав интеллектуальной собственности. Ма Хуатену пришлось сменить название своей разработки на QQ, а также зарегистрировать свою компанию под названием Tencent (Тенсюнь). Мессенджер QQ постепенно завоевал рынок Китая и стал известен за рубежом.

Свои действия по созданию клонов зарубежных изобретений Ма Хуатен повторял и в дальнейшем. В Китае компания Tencent получила репутацию «короля подделок». Одним из направлений своего бизнеса компания избрала развитие игровой индустрии. Разного рода онлайн игры получили распространение как в Китае, так и в ряде других стран ЮВА. В 2003 г. Tencent создает приложение QQ Games, которое было весьма похоже на южнокорейскую Steam от Valve. Были подозрения что Ма Хуатен позаимствовал эту компьютерную игру, привязав ее к QQ-сервису. Тем более, что два сервиса появились в 2003 году. Фактически Tencent просто копировал корейскую игру, адаптировав ее под китайскую аудиторию. Так, игра QQ Speed была абсолютной копией южнокорейского аналога Kart Racer. [8]

Лишь с 2008 г. компания переходит на создание своих оригинальных игровых сервисов. Smile Gates по аутсорсингу разрабатывает для Tencent онлайн игру CrossFire, ставшей самой прибыльной онлайн-игрой Tencent. Еще одним изобретением Ма Хуатена стало Tencent Weibo — аналог запрещенного в КНР Twitter. Ма Хуатен не особенно заботился о том, что он нарушает права оригинальных разработчиков. Компания была ориентирована на китайскую аудиторию, не претендуя на международную экспансию со своими продуктами на начальном этапе своей деятельности.

Еще одним вариантом использования OEM-аутсорсинга для Tencent стал конкурс по созданию нового мессенджера для смартфона. Был объявлен конкурс для двух компаний – кто создаст наиболее эффективный мессенджер с заданными Tencent параметрами. В результате появился Weixin – мессенджер, вошедший в арсенал Tencent. При этом, когда в 2009 году появился WhatsApp, китайский Weixin, по мнению специалистов, оказался ничем не хуже и

при этом он является авторским, без прямого копирования. Главное, что отличало эти мессенджеры было то, что для WhatsApp главное – это общение, а для Weixin – мобильный образ жизни, с помощью которого можно получить многочисленные сторонние услуги.

История становления и развития компании Tencent имеет сходство с другими подобными китайскими конгломератами, выросшими из первоначальной структуры технологического стартапа с использованием «модели Шаньчжай». В настоящее время компанию Tencent называют «китайским Microsoft», которая в рейтинге Forbes опередила другую глобальную китайскую корпорацию Alibaba.

Другим примером использования инструментария «модели Шаньчжай» можно назвать компанию BYD. Компания основана в 1995 г. со стартовым капиталом в 2,5 млн юаней и насчитывала 22 сотрудника, то есть была малым предприятием по китайской классификации. На сегодняшний день компания BYD одна из наиболее передовых технологических компаний Китая. Успех компании был заложен грамотным выбором объекта для имитации, с постепенным его обогащением собственными инновациями, отвечающими трендам развития мировых технологий. Краткая история восхождения компании BYD такова.

В 2003 г. BYD приобрела автомобильную китайскую компанию «Циньчуань» и стала выпускать автомобили для внутреннего рынка и на экспорт. Модель автомобиля BYD F-3, по мнению автоэкспертов, была копией японской компании Toyota. Руководители BYD заявляли, что это не копия, а реализация стремления соответствовать высоким стандартам японской компании. Собственной инновацией в этом проекте BYD были более эффективные аккумуляторные батареи, что признала и японская сторона. BYD отметилась своими имитационными инновациями и в сфере электроники. Основав свою компанию BYD-Electronics, она в качестве своей стратегии взяла за основу стратегию известной тайваньской компании Foxconn: имитация — изучение — разработка — изобретение. За несколько лет компания BYD-Electronics, используя эту стратегию, достигла высокого уровня развития и сумела бросить вызов компании Foxconn.

Успех имитационных инноваций в производстве электронных изделий был достигнут за счет тех же методов, которые использовались при производстве автомобилей и аккумуляторных батарей. Следуя стратегии имитационных инноваций, BYD достигала преимуществ в себестоимости продукции в условиях ограниченных средств и времени, а также внедрения собственных технологических инноваций. В процессе использования имитационных стратегий многие китайские МСП постепенно все больше опирались на собственные инновации при завоевании международных товарных рынков. Имитационная стратегия, сыграв свою положительную роль стала отходить на второй план. Страна, поставившая цель стать инновационной державой не могла опираться только на такой путь, как основу развития. С началом пропаганды в Китае развития

на основе собственных инноваций, поощрения духа предпринимательства, с середины 10-х гг. XXI века становятся все более преобладающими точки зрения на это явление, как ориентирующее на эффективное копирование («китаизацию») зарубежных достижений в области науки и техники, но обрекающее на движение в хвосте мейнстрима, на креативность на основе чужих достижений, обостряющее проблему защиты интеллектуальной собственности в Китае.

Модель «нового Шаньчжай»

Однако «дух Шаньчжай» глубоко укоренился в сознании китайского предпринимательства, в особенности у представителей МСБ. «Метод Шаньчжай», включающий быстрое копирование внешних образцов, в который входит разработка образца, реверс-инжиниринг и точное воспроизведение с добавлением собственных инновационных наработок, дополнительными функциями, по-прежнему массово используется.

Тем не менее общий курс Китая, нацеленный на инновационное развитие, воздействие информационной и цифровой составляющей на предпринимательскую деятельность, способствовал трансформации «модели Шаньчжай», которая получила название «нового Шаньчжай». Суть этой обновленной модели состоит в широкой открытости использования оборудования с открытым кодом, высокой скорости создания новых образцов продукции в опоре на постоянный контакт с потребителями. Принцип «нового Шаньчжай» — это активная кооперация, взаимодействие с производителями и свободный обмен идеями.

В рамках модели «нового Шаньчжай» появляются «Шаньчжай фабрики», на которых работают десятки тысяч производителей. Только в одном Шанхае таких более 25 тысяч. «Новый Шаньчжай» предполагает широкую кооперацию и свободный обмен ноу хау, технологиями. При разработке той или иной продукции используются файлы деталей и сборки, которые систематизируются в общих базах данных. В сфере разработки таких продуктов возникают сообщества предпринимателей и инженеров. Используются социальные сети, с помощью которых находят подрядчиков и запускают производство того или иного инновационного продукта. «Шаньчжайские фабрики» выпускают десятки версий продукта, которые могут быть востребованы потребителями, но ограниченными партиями. Только после того, как тот или иной товар «пошел», его запускают в серию. «Шаньчжай-фабрики» собирают информацию от потребителей, их оценки о выпущенной продукции, анализируют ее, определяют характеристики будущих партий товара. [9] Фактически, здесь используются основные принципы известной технологии CRM — управление отношениями с потребителями и другие современные маркетинговые инструменты, включая инфлюэнсеров, «сарафанное радио» и т.п. Вся собранная информация о предпочтениях потребителей попадает в единую базу, которая помогает оптимизировать затраты времени и ресурсов. Мин Цзэн, автор книги о компании Alibaba,

назвал эту модель С2В, то есть отношением потребителя с бизнесом, которую использует и сама компания Alibaba. [10]

Китайское руководство, ориентируя предпринимателей Китая на всемерное развитие инноваций, поощряет и креативные усилия такого рода. Практика показывает, что благодаря государственной поддержке ряд компаний, начавших свою деятельность как МСП стали технологическими гигантами, в том числе упомянутые выше Tencent и Alibaba.

В Китае возникла экосистема Шаньчжай, которая отличается от «модели Шаньчжай» на первом этапе экономической реформы. «Новый Шаньчжай» это симбиоз опробованных методов «классического Шаньчжай» с добавлением инструментария информационных, цифровых технологий, дающий весьма значительный эффект в удовлетворении внутреннего спроса товарами с высокой инновационной составляющей, не уступающей зарубежным брендам, а также способствующей наращиванию экспорта китайских высокотехнологичных товаров.

Заключение

В китайской экономической реформе «модель Шаньчжай» занимает достаточно значимое место, способствуя ее успешному продвижению и появлению «китайского экономического чуда». От первого этапа реализации «модели Шаньчжай» до середины 10-х гг. XXI века китайские предприниматели переходят к его обновленной версии на основе использования инструментария информационных технологий. «Новый Шаньчжай» в значительной степени опирается на собственные силы — инновационные разработки китайских предпринимателей. «Модель Шаньчжай» оперативно вписывается в рамки общей стратегии развития Китая — превращение страны к середине XXI века в ведущее инновационное государство. Государство поощряет инновационный «дух нового Шаньчжай» посредством ряда административных и экономических мер.

Вместе с тем и на этапе расцвета имитационных стратегий в освоении новых продуктов и экспансии на внешний рынок и в настоящее время сохраняется тенденция, проявляющаяся в откровенном заимствовании технологий, интеллектуальной собственности зарубежных исследователей. Китайские МСП в рамках имитационной стратегии зачастую переходят грань между творческой имитацией и откровенной подделкой той или иной продукции. Поскольку этот процесс в Китае сохраняется и часто выплескивается не только на внутренний, но и на внешний рынок, это вызывает острое недовольство владельцев зарубежных патентов, технологий, промышленных образцов и в целом интеллектуальной собственности.

В современном мире многие страны, международные организации активно борются за соблюдение прав интеллектуальной собственности, в особенности с пиратством и контрафактом. Следует отметить, что имитационные разработки китайских производителей отличаются от пиратских прежде всего тем, что оригинальная продукция, технология

в имитационных процессах используется не напрямую, не как откровенный плагиат, подделка, а посредством ее адаптации к местным условиям, «усовершенствования», «доработки», «повышения качества и результативности». Пиратство и контрафакт, которые являются прямым нарушением права интеллектуальной собственности, Китае осуждаются и применяются меры по его искоренению.

Китай по мере развертывания потенциала собственных инноваций, не отказываясь от «модели Шаньчжай» все более стремится опираться на отечественные оригинальные инновации, генерируемые МСП и крупными компаниями. Именно в креативности МСП и его нацеленности на внешние рынки китайское руководство видит залог неуклонного, устойчивого поддержания и развития инновационного процесса как гаранта достижения великих целей, поставленных КПК на период до 2049 года.

Литература

1. Мониторинг ситуации в КНР по состоянию на 17.04.2024 / Независимая газета, 20.06.2024.
2. Ши Найань. Речные заводы в 2-х томах. Гос.издат. художественной литературы. – М.: 1959.
3. Шаньчжай пришел. – «Чжунго Цайцин baodao» «Цзюе гунье чубаньшэ», Бэйцзин, 2009, №3.
4. Ли Гуандоу. Три состояния Шаньчжай, ж-л «Новые финансы», 2009, №1.
5. Ли Эр. Горячая тема. Как мы должны рассматривать культуру Шаньчжай? – Шаньчжайская деловая газета, 05.01.2009.
6. Линь Бин, Сюань Фан, Чжоу Пэн. Защита духа Шаньчжай – Еженедельник «Нанду», 2008, №8.
7. Ван Сяоху. Культура Шаньчжай: новая одежда для низов / <http://www.blogchina.com/name/wangxiaohua1872.2009-01-07>
8. Brad Stone and Lulu Yilin Chan. Tencent Dominates in China. Next challenge is The Rest of The World / Business week, 28.06.2017.
9. П. Биленко. 5 секретов эффективности фабрик в Китае / https://useruki.ru/blog/trast/ckdkjvnsce_5_sekretov_effektivnosti_fabrik_v_kitae
10. Цзэн Мин. Alibaba и умный бизнес будущего. Как оцифровка бизнес-процессов изменила взгляд на стратегию / Пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2019.

The economic model of "Shanzhai" in the innovative development of small and medium-sized enterprises in China and in foreign economic activity.

Larionov A.A.

North-Eastern federal university M.K.Ammosov

JEL classification: H87, F02, F15, F29, F40, F42, F49

Thanks to the use of innovations, small and medium-sized enterprises have managed to significantly increase their contribution to the domestic economy and to China's exports. The "Shanzhai model" has become an important component in the development of foreign innovative technologies and relevant samples, as well as the generation of its own innovative developments throughout the economic reform in China. This model has gone through two stages in its development during the implementation of economic reform in China. At the first stage (the 80s of the XX century - before the beginning of the 10th. The "Shanzhai model" was mainly aimed at the production of copies, fakes, adapted samples, etc. Since the 10s of the XXI century, the "Shanzhai model" has been undergoing transformation

in accordance with the trend of development of the Chinese economy, mainly based on its own innovations. The article provides a comparative description of the "classical" and "new Shanzhai models" and their role in the saturation of domestic and international markets.

Keywords: economic reform, "Shanzhai model", "Shanzhai spirit", innovation, imitation, adaptation, international outsourcing, joint venture, information environment, technology, "new Shanzhai".

References

1. Monitoring of the situation in China as of 04/17/2024 / Nezavisimaya Gazeta, 06/20/2024.
2. Shi Nayan. River backwaters in 2 volumes. State publishing house. fiction. – M.: 1959.
3. Shanzhai came. – "Zhongguo Caijing baodao" "Jiyue gongye chubanshe", Beijing, 2009, No.3.
4. Li Guandou. The Three states of Shanzhai, J.L. "New Finance", 2009, No.1.
5. Li Er. Hot topic. How should we view Shanzhai culture? – Shanzhai Business Newspaper, 05.01.2009.
6. Lin Bing, Xuan Fan, Zhou Peng. Protecting the Spirit of Shanzhai – Nandu Weekly, 2008, No. 8.
7. Wang Xiaohu. Shanzhai Culture: new clothes for the lower classes / <http://www.blogchina.com/name/wangxiaohua1872.2009-01-07>
8. Brad Stone and Lulu Yilin Chan. Tencent Dominates in China. The next challenge is The Rest of The World / Business week, 06/28/2017.
9. P. Bilenko. Five Secrets of Factory Efficiency in China / https://useruki.ru/blog/trast/ckdkjvnsce_5_sekretov_effektivnosti_fabrik_v_kitae
10. Tseng Ming. Alibaba and the smart business of the future. How the digitization of business processes has changed the view of strategy / Translated from English – M.: Alpina Publisher, 2019.

Усиление геоэкономической позиции Ирана в мировой экономике после вступления страны в ШОС

Халова Гюльнар Османовна

д.э.н., главный научный сотрудник Центра центральноазиатских исследований, khalova@iccaras.ru;

Исаева Елена Андреевна

аналитик, РГУ нефти и газа (НИУ) имени И.М. Губкина, isaeva.e@gubkin.ru.

Включение Исламской Республики Иран (далее - ИРИ) в Шанхайскую Организацию Сотрудничества (далее – ШОС) представляет собой стратегическую перспективу для страны, позволяющую расширить ее региональное влияние и увеличить возможности внешней политики. Чтобы стать ключевым центром евразийской взаимосвязанности, Иран активно реализует инфраструктурные инициативы, такие как Международный транспортный коридор «Север-Юг», соединяющий Индию и Россию через его территорию для расширения торговых и транспортных операций. МТК проходит через Россию, Иран, Индию и соседние 11 стран, соединяя Северную Европу с Индийским океаном. Через Иран проходят маршруты из Китая в Европу и Африку – «Один пояс – один путь» (далее – ОПОП). Благодаря стратегическому расположению и обширным энергетическим ресурсам Иран стал ключевым игроком в инициативе ОПОП. С учетом того, что ряд стран центрально-азиатского региона (далее – ЦАР) входят в ШОС и одновременно являются членами ЕАЭС стран получила возможность расширения торгово-экономического сотрудничества с государствами ЦАР. Благодаря Ирану у стран ЦАР появилась возможность выхода к морским торговым путям.

Ключевые слова: Иран, РФ, логистическое партнерство, МКТ «Север-Юг», инициатива «Один пояс – один путь».

Участие Ирана в ШОС: возможности и вызовы

Участие Исламской Республики Иран в международных организациях, таких как (ООН, ОИС, ОПЕК, БРИКС, ОЭС и проч.) дает возможность стране взаимодействовать с другими странами на равных и участвовать в принятии глобальных решений. В 2023 году Иран стал девятым полноправным государством-членом Шанхайской организации сотрудничества (далее - Организация) на ее 23-м саммите [2]. Другими членами Организации на сегодняшний день являются Белоруссия, Индия, Китай, Казахстан, Кыргызстан, Пакистан, Россия, Таджикистан и Узбекистан, а также две страны-наблюдатели и четырнадцать стран-партнеров по диалогу из Азии и Ближнего Востока. Присоединение Ирана к ШОС открыло стране, отключенной от системы SWIFT, новые возможности для продвижения своих интересов, а также способствовало формированию региональной экономической интеграции.

Сегодня ШОС это 80% территории Евразии, 40% населения мира и почти 30% мирового ВВП. ШОС содействует двусторонней торговле, созданию совместных финансовых институтов и поддержке многосторонних банков развития. Эти меры направлены на укрепление экономического сотрудничества в рамках Организации, снижению валютных рисков и уменьшению зависимости от доминирующей в мировой финансовой системе валюты США.

Для Ирана вступление в ШОС является важным этапом, создающим возможность увеличения экономических, коммерческих и стратегических выгод. Следуя политике «Взгляд на Восток», Тегеран стремится в первую очередь улучшить отношения со своими азиатскими соседями, как способ преодоления международной изоляции страны. Для ШОС включение Ирана в состав позволяет обеспечить усиление влияния Организации в Западной Азии. Кроме того, диверсифицированная промышленность Ирана создает возможность расширения торговли между странами-членами, а также позволяет увеличить привлечение инвестиций в евразийский регион. Очевидно, включение Ирана улучшит взаимосвязанность и облегчит развитие новых торговых путей между Центральной и Южной Азией, способствуя передаче технологий и увеличению несырьевого товарооборота с членами ШОС. К тому же, вступление Ирана в ШОС позволит укрепить торгово-экономическую кооперацию с Россией.

В рамках 17-го заседания Российско-Иранской комиссии по экономическому сотрудничеству в Тегеране в конце февраля 2024 года зампреда российского Правительства Александр Новак отметил, что в 2023 году товарооборот между двумя странами составил чуть более 4 млрд долларов. В

2023 г. в структуре российского экспорта традиционно преобладали сельхозсырье и продовольствие (2,2 млрд долл.). Импорт из Ирана был представлен преимущественно продовольствием и сельхозсырьем (748,6 млн долл.), а также продукцией химической промышленности (286,5 млн) (Диаграмма 1).

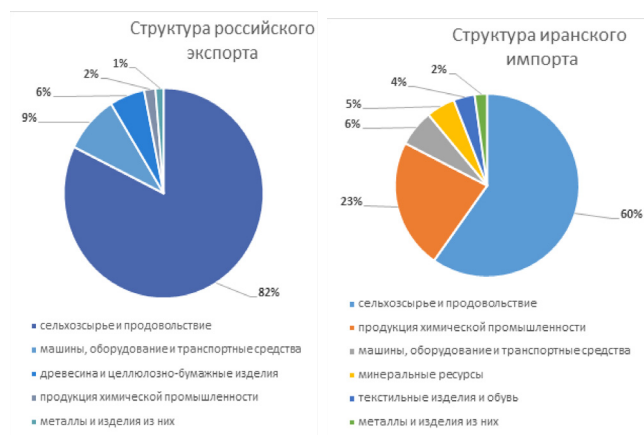


Диаграмма 1. Структура товароборота России и Ирана.

Стремясь снизить экономическую уязвимость, Правительство Ирана активно пытается диверсифицировать экспорт страны. В рамках этой стратегической задачи ожидается, что диверсификация нефтяного экспорта позволит снизить зависимость от одного сектора и повысить общую устойчивость экономики. В 2022 году Иран импортировал нефтяную продукцию на общую сумму 33,3 млрд. Основными статьями импорта являются радиовещательное оборудование (9,5%), кукуруза (6,9%) и соевые бобы (4,9%), автомобили (3,6%). Крупнейшими импортерами в Иран стали Китай, ОАЭ, Бразилия, Турция, Индия и Россия (Диаграмма 2) [9].



Диаграмма 2. Основные торговые партнеры несырьевых ресурсов. Источник [9].

Шанхайская организация сотрудничества активно продвигает использование национальных валют во взаимной торговле между странами-членами. Эта инициатива направлена на снижение зависимости от доллара США и укрепление экономического сотрудничества между государствами-участниками Организации [1].

Страны-члены ШОС, такие как Китай и Россия, уже предприняли шаги по расширению использова-

ния своих валют в двусторонней торговле и инвестициях. Например, Китай заключил соглашения о валютных свопах с несколькими странами-членами ШОС, которые позволяют им совершать торговые и инвестиционные операции в китайских юанях. Ожидается, что в ближайшие годы использование национальных валют в торговле в рамках ШОС будет только расти. Для достижения этой цели ШОС активно заключает соглашения о валютных свопах, облегчая прямой обмен валюты между центральными банками стран-участниц. Организация также поощряет развитие региональных платежных систем, таких как Трансграничная межбанковская платежная система (CIPS) Китая, которая позволяет использовать китайский юань для трансграничных транзакций.

В своем выступлении на 24-ом саммите ШОС, исполняющий обязанности президента Ирана Мохаммад Мохбер призвал членов ШОС укреплять свои транзитные, торговые и банковские связи и двигаться к отказу от использования доллара США в своих экономических операциях. М. Мохбер отметил, что создание совместного банка ШОС может повысить уровень финансово-экономического сотрудничества между членами Организации. Иранская сторона предложила инициировать создание сети общих свободных экономических зон и заключение льготных торговых соглашений между странами-членами ШОС.

По словам М. Мохбера, государства-члены Организации обладают значительным потенциалом и возможностями в таких областях, как торговля, производство, энергетика, транспорт, сельское хозяйство, таможня и телекоммуникации. Он подчеркнул, что эти возможности должны использоваться во благо народов, содействуя установлению устойчивого мира и всестороннему развитию в регионе ШОС и во всем мире [9]. Иран также заявил о своей полной готовности к реализации программы оперативного научно-технического сотрудничества между странами-членами Организации по приоритетным направлениям, особенно в области новейших медицинских технологий, биотехнологий и искусственного интеллекта. М. Мохбер особенно выделил то, что все члены ШОС могут осуществлять торговлю с другими странами быстрее и дешевле, чем раньше, благодаря Международному транспортному коридору «Север — Юг» (далее — МКТ С-Ю) и южным иранским портам.

Роль МТК «Север-Юг», инициативы «Один пояс – один путь» и ЕАЭС в формировании логистического центра

Иран играет ключевую роль в МТК «Север-Юг», поскольку он обеспечивает сухопутный мост между Каспийским морем и Персидским заливом. Это дает странам-участникам коридора ряд преимуществ:

- **сокращение времени и стоимости транспортировки:** МТК С-Ю обеспечивает более быстрый и экономичный маршрут для перевозки грузов между Европой и Индией по сравнению с морскими перевозками через Суэцкий канал;

- *диверсификация транспортных маршрутов*: МТК С-Ю предлагает альтернативный маршрут для стран, зависящих от Суэцкого канала, что повышает надежность и устойчивость цепочек поставок;

- *экономическое развитие*: МТК С-Ю способствует экономическому развитию, создавая рабочие места, стимулируя торговлю и инвестиции.

С учетом вышеназванного, все это стимулирует инвестирование Ираном значительных средств в развитие своей инфраструктуры для поддержки маршрута. Страна построила и модернизировала порты, железные дороги, автомагистрали:

- Основными портами Ирана на МТК С-Ю являются Бендер-Аббас, Бендер-Энзели и Чабахар. Эти порты оборудованы для обработки различных грузов, включая контейнеры, навалочные грузы и нефтепродукты.

- Иран построил обширную железнодорожную сеть, соединяющую порты страны с внутренними районами и странами-участницами МТК С-Ю.

- Иран также развивает свою сеть автомагистралей для обеспечения бесперебойного движения грузов по МТК С-Ю.

Сотрудничество со странами-участницами МТК С-Ю для обеспечения бесперебойной и эффективной работы коридора включает соглашения об упрощении торговли. Страны разработали соглашения для упрощения таможенных процедур и сокращения времени пересечения границ [8].

Ключевым участником в Международном транспортном коридоре «Север – Юг» является РФ. Двухстороннее сотрудничество РФ и ИРИ играет важную роль в развитии и эксплуатации коридора [1].

Выделим ключевые аспекты сотрудничества России и Ирана в маршруте «Север – Юг»:

- *Инфраструктурные проекты*. Иран и Россия совместно реализуют ряд инфраструктурных проектов для развития МТК С-Ю. К ним относятся строительство моста через реку Астара на границе между Ираном и Азербайджаном, а также модернизация железной дороги Решт-Астара.

- *Упрощение торговли*: Иран и Россия подписали соглашения об упрощении таможенных процедур и сокращении времени пересечения границ для грузов, перевозимых по МТК С-Ю.

- *Развитие судоходства*. Иран и Россия работают над развитием судоходства по Каспийскому морю и Индийскому океану для обеспечения бесперебойной транспортировки грузов.

- *Россия обеспечивает морские и речные перевозки* по Каспийскому морю и далее по Волге в Северную Европу.

- *Иран обеспечивает сухопутный мост* между Каспийским морем и Персидским заливом, а также морские перевозки в Индийский океан.

Ожидается, что сотрудничество Ирана и России в МТК «Север – Юг» будет продолжать расширяться и укрепляться в будущем. Страны планируют дальнейшее развитие инфраструктуры, упрощение торговых процедур и расширение сотрудничества в других областях, связанных с коридором [3].

Проекты российско-иранских взаимоотношений МТК «Север – Юг» приносит ряд преимуществ обеим сторонам. Во-первых, укрепляются экономические связи, что способствует развитию торговли и инвестиций между Ираном, Россией и другими странами-участницами. Во-вторых, диверсифицируются транспортные маршруты. МТК предлагает альтернативный маршрут для перевозки грузов между Европой и Индией, что повышает надежность и устойчивость цепочек поставок. В-третьих, увеличиваются транзитные доходы для Ирана и России, способствуя экономическому росту государств. В-четвертых, создаются благоприятные условия для привлечения иностранных инвестиций и технологий.

Как отмечалось выше, ряд государств ШОС входит в другие интеграционные объединения, такие как ЕАЭС, через них проходит коридор «Один пояс, один путь». Стратегическое расположение и обширные энергетические ресурсы Ирана делают страну важным игроком в китайской инициативе. Членство в ШОС предоставляет Ирану больше возможностей для участия в проектах ОПОП, что принесет пользу от улучшения региональной взаимосвязанности. Китай – как инициатор, в свою очередь, получает ценного партнера для продвижения проекта и расширения своего влияния в Западной Азии. Благодаря проекту «Один пояс – один путь» инвестиции Китая в Западную Азию увеличились, и только страны Совета сотрудничества арабских государств Персидского залива (ССАГПЗ) в прошлом году получили около 140 млрд долларов США инвестиций. Эти инвестиции направляются в различные секторы, включая транспортные сооружения, промышленные комплексы, возобновляемые источники энергии и искусственный интеллект. Участие в инициативе ОПОП свидетельствует о растущем стремлении западно-азиатских стран к сбалансированности и диверсификации в своей деятельности по обеспечению безопасности, а также к более высокому уровню независимости во внешней политике.

Мощным импульсом для развития экономики Ирана стало подписание в декабре 2023 года Исламской Республикой Иран и государствами-членами Евразийского экономического совета Соглашения о свободной торговле, благодаря которому импортные таможенные пошлины будут обнулены практически по 90% товарных позиций (состоящих из широкого перечня сельскохозяйственной и промышленной продукции), на которые приходится более 95% взаимной торговли [4]. Вступившее в силу в 2019 году между двумя сторонами Временное соглашение, ведущее к образованию зоны свободной торговли уже позволило увеличить взаимный товарооборот более чем в два раза (с 2,4 млрд долларов США в 2019 году до 6,2 млрд долларов США в 2022 году). И, по прогнозам, в течение 5-7 лет общий товарооборот увеличится до 20 миллиардов долларов США. Учитывая важность, которую правительства стран ЕАЭС и Ирана придают развитию транспортных коридоров, внимание нового соглашения уделено транспортно-логистической составляющей, а также вопросам транзитных перевозок.

Членство Ирана в ЕАЭС естественным образом сближает его с Южным Кавказом. Тегеран имеет сухопутную границу с Арменией, членом ЕАЭС, но отсутствие у последней прямых границ с другими странами-членами является сдерживающим фактором для дальнейшей экономической интеграции [6].

Ожидается, что устранение торговых барьеров между Арменией и Ираном возобновит дискуссии о создании экономического коридора, соединяющего Персидский залив с Черным морем через территорию Армении. Более легкий доступ к иранскому рынку способен побудить Армению к конструктивному диалогу с Азербайджаном в вопросе открытия транспортных коридоров. Что касается Азербайджана, ЗСТ между Ираном и ЕАЭС может укрепить ключевую позицию Азербайджана в кооперации по направлению МКТ «Север-Юг». Иранская потребность в надежных торговых путях для соединения с ЕАЭС придаст новый смысл текущим переговорам по проектам в рамках коридора «Север-Юг».

В целом, зона свободной торговли с ЕАЭС может привести к более активному проникновению Ирана в регион Южного Кавказа, которое будет подкреплено достижениями Ирана на других геополитических аренах.

Заключение

Включение Ирана в ШОС является важным шагом для страны в укреплении региональных связей и противодействии экономическим санкциям. Оно вводит Иран в альянс с такими влиятельными партнерами, как Китай и Россия, создавая возможности для торговли, инвестиций и передачи технологий. Расширение ШОС в Западную Азию повышает ее стратегическую значимость и доступ к жизненно важным энергетическим ресурсам. Интеграция Ирана в ШОС еще больше укрепляет положение Ирана в меняющемся мировом порядке. У Исламской Республики Иран есть все возможности стать новым мировым логистическим транспортным хабом и сыграть важную роль в мировой торговле и экономической интеграции.

Но, несмотря на свои возможности, Иран сталкивается с рядом препятствий на пути к тому, чтобы стать мировым логистическим транспортным хабом. К ним относятся:

- Санкции. Международные санкции против Ирана могут затруднить привлечение инвестиций и доступ к передовым технологиям.
- Геополитическая конкуренция. ШОС включает в себя как союзников Ирана (Россию и Китай), так и его соперников (Индию и Пакистан), что может создать напряженность. Иран должен умело балансировать свои отношения в рамках Организации.
- Политическая нестабильность. Региональные конфликты и напряженность могут представлять угрозу для стабильности транспортных сетей Ирана.

В целом, членство Ирана в ШОС предоставляет стране как возможности, так и вызовы. Умелое управление вышеперечисленными факторами позволит Ирану извлечь максимальную пользу из этого стратегического партнерства.

В частности:

- Формирование сети зон свободной торговли.
- Создание совместного банка стран ШОС.
- Создание мультимодальных транспортных коридоров для бесшовного перемещения товаров между различными видами транспорта.
- Развитие портов в Персидском заливе и Оманском море для обработки большего количества грузов и контейнеров.
- Модернизация железнодорожной сети и строительство новых железнодорожных линий для повышения пропускной способности и сокращения времени транзита.
- Расширение сети автомобильных и воздушных перевозок для облегчения транспортировки грузов и пассажиров.

Литература

1. Г.О. Халова, Н.И. Иллерицкий. Энергетическая геополитика и трансформация ШОС: от Центральной Азии к Евразии и многополярному миру. Энергетическая политика, - №2(180), 2023. [Electronic resource]. – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_50220321_20517709.pdf (дата обращения: 10/06/2024).
2. Нью-Делийская декларация Совета глав государств – членов Шанхайской организации сотрудничества. [Electronic resource]. – URL: <http://www.kremlin.ru/supplement/5963> (дата обращения: 13/07/2024).
3. Соглашение о международном транспортном коридоре «Север — Юг». [Electronic resource]. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/901828641> (дата обращения: 10/06/2024).
4. Торговые соглашения Евразийского экономического союза Исламская Республика Иран». [Electronic resource]. – URL: <https://eec.eaeunion.org/comission/department/dotp/togovye-soglasheniya/iran.php> (дата обращения: 10/06/2024).
5. Astana declaration of the council of heads of state of the shanghai cooperation organization | The Shanghai cooperation organization (sectsco.org) [Electronic resource]. – URL: (accessed: 10/07/2024).
6. Iran's free trade agreement with the EAEU: Implications for the South Caucasus [Electronic resource]. – URL: <https://top-center.org/en/analytics/3597/irans-free-trade-agreement-with-the-eaeu-implications-for-the-south-caucasus> (accessed: 10/07/2024).
7. Iran's Inclusion in the SCO: Implications and Regional Significance. [Electronic resource]. – URL: <https://greatgameasia.bisr.by/irans-inclusion-in-the-sco-implications-and-regional-significance/> (accessed: 10/07/2024).
8. Issues of natural gas infrastructure development in south-eastern Europe. Khalova G.O., Isayeva E.A., Illeritskiy N.I., Smirnova V.A. International Journal of Energy Economics and Policy. 2019. Т. 9. № 6. С. 415-420.
9. SCO capacities can help promote peace in region, entire world: Iran. [Electronic resource]. – URL: <https://www.presstv.ir/Detail/2024/07/04/728682/Iran->

Mokhber-SCO-capacities-peace-region (accessed: 10/07/2024). The Observatory of Economic Complexity (OEC) - Iran [Electronic resource]. – URL: https://oec.world/en/visualize/tree_map/hs92/export/irn/all/show/2022 (accessed: 10/07/2024).

Strengthening Iran's geoeconomic position in the global economy after the country's accession to the SCO

Khalova G.O., Isaeva E.A.

Central Asian Studies, Gubkin Russian State University of Oil and Gas

JEL classification: B00, D20, E22, E44, L23, L51, L52, M11, M20, M30, Z33

Iran's inclusion in the Shanghai Cooperation Organization represents a strategic prospect for the country, allowing it to expand its regional influence and increase foreign policy opportunities. In order to become a key center of Eurasian interconnectedness, Iran is actively implementing infrastructure initiatives, such as the International North-South Transport Corridor, connecting India and Russia through its territory for expanding trade and transport operations. The INSTC passes through Russia, Iran, India, and eleven neighboring countries, connecting Northern Europe with the Indian Ocean. The One Belt One Road (OBOR) routes from China to Europe and Africa pass through Iran. Iran's strategic location and vast energy resources have made it a key player in the OBOR initiative. Given the fact that a number of countries of the Central Asian region (hereinafter - CAR) are members of the SCO and at the same time are members of the EAEU, the countries have an opportunity to expand trade and economic cooperation with the CAR countries. Thanks to Iran, the CAR countries now have access to maritime trade routes.

Keywords: Iran, Russian Federation, logistic partnership, ITC «North-South», «One Belt, One Road» initiative.

References

1. G. O. Khalova, N. I. Illeritsky. Energy Geopolitics and the Transformation of the SCO: From Central Asia to Eurasia and a Multipolar World. Energy Policy, No. 2 (180), 2023. [Electronic resource]. – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_50220321_20517709.pdf (accessed: 10/06/2024).
2. New Delhi Declaration of the Council of Heads of State of the Shanghai Cooperation Organization. [Electronic resource]. – URL: <http://www.kremlin.ru/supplement/5963> (accessed: 13/07/2024).
3. Agreement on the International North-South Transport Corridor. [Electronic resource]. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/901828641> (date of access: 10/06/2024).
4. Trade agreements of the Eurasian Economic Union Islamic Republic of Iran». [Electronic resource]. – URL: <https://eec.eaeunion.org/comission/department/dotp/torgovye-soglasheniya/iran.php> (date of access: 10/06/2024).
5. Astana declaration of the council of heads of state of the shanghai cooperation organization | The Shanghai cooperation organization (sectsco.org) [Electronic resource]. – URL: (accessed: 10/07/2024).
6. Iran's free trade agreement with the EAEU: Implications for the South Caucasus [Electronic resource]. – URL: <https://top-center.org/en/analytics/3597/irans-free-trade-agreement-with-the-eaeu-implications-for-the-south-caucasus> (accessed: 10/07/2024).
7. Iran's Inclusion in the SCO: Implications and Regional Significance. [Electronic resource]. – URL: <https://greatgameasia.bisr.by/irans-inclusion-in-the-sco-implications-and-regional-significance/> (accessed: 10/07/2024).
8. Issues of natural gas infrastructure development in south-eastern Europe. Khalova G.O., Isayeva E.A., Illeritskiy N.I., Smirnova V.A. International Journal of Energy Economics and Policy. 2019. T. 9. No. 6. P. 415-420.
9. SCO capacities can help promote peace in the region, entire world: Iran. [Electronic resource]. – URL: <https://www.presstv.ir/Detail/2024/07/04/728682/Iran-Mokhber-SCO-capacities-peace-region> (accessed: 10/07/2024). The Observatory of Economic Complexity (OEC) - Iran [Electronic resource]. – URL: https://oec.world/en/visualize/tree_map/hs92/export/irn/all/show/2022 (accessed: 10/07/2024).

Факторы, влияющие на формирование лояльности B2B клиентов к рекламной площадке, на российском и зарубежных рынках рекламных услуг

Иволгин Михаил Михайлович

аспирант, Московский финансово-промышленный университет Синергия, m.ivolgin@gmail.com

Россинская Марина Васильевна

доктор экономических наук, профессор, Московский финансово-промышленный университет Синергия, rossmv@mail.ru

Шульга Виталий Юрьевич

аспирант, Московский финансово-промышленный университет Синергия, vitaliy@shulga.org

В статье раскрыты вопросы, касающиеся факторов, которые воздействуют на процессы формирования лояльности B2B-клиентов к рекламным площадкам на российском и зарубежном рынках рекламных услуг, что весьма значимо на фоне возрастающей конкуренцией на глобальном рынке и усиливающейся потребности со стороны площадок адаптироваться к меняющимся условиям. В процессе глобализации и цифровой трансформации изучение этих факторов становится критически важным в контексте обеспечения устойчивого роста и развития данных платформ как в России, так и за рубежом.

В статье анализируются такие ключевые детерминанты, как качество услуг, технологические инновации, эффективность обслуживания клиентов, доверие, авторы выявляют сходства и различия между российской и зарубежной практикой. Приводятся конкретные примеры действия факторов в связке с рекламными площадками России и зарубежных стран.

Новизна исследования заключается в предлагаемой авторами интегрированной структуре (в виде фреймворка («каркаса»)), которая объединяет выявленные факторы в универсальную модель. Её возможно адаптировать к различным рыночным условиям, в том числе, к местным нюансам. Применяя эту структуру, рекламные площадки настраиваются на систематическое повышение лояльности клиентов B2B, обеспечивая долгосрочный успех.

Ключевые слова: B2B клиент, зарубежный рынок, лояльность, рекламная площадка, рекламная услуга, российский рынок, фактор

Введение. Лояльность клиентов в системе «Business-to-Business» (B2B) характеризуется весомой значимостью с позиций успешного функционирования рекламных платформ. С распространением цифровой рекламы они должны дифференцироваться, чтобы удерживать клиентов в высококонкурентной среде. В соответствии со статистической сводкой, около 70 % российских B2B клиентов отмечают, что они останутся лояльными к рекламной площадке, если уровень обслуживания будет высок и соответствовать их ожиданиям; 60 % оценивают персонализированный подход как критически важный [7]. По данным «B2B International» (глобальной исследовательской компании с полным спектром услуг, специализирующейся на изучении B2B-рынков), 75% B2B клиентов в США и Европе подчёркивают важность наличия современных технологических решений (интеграция с CRM системами, аналитика данных в реальном времени и т. п.) [10].

В связке с этим осмысление факторов, которые воздействуют на лояльность на разных рынках, помогает генерировать и воплощать в жизнь весьма ценные идеи для рекламодателей и разработчиков той или иной площадки.

Материалы и методы исследования. Современные авторы опираются на теоретический анализ и обзор литературы, что используется для определения ключевых концепций и факторов, воздействующих на лояльность клиентов (А.Н. Бейсенали [1], Е.В. Великанова [2], А. Игельстром [4]). Также исследователями рассматриваются практические примеры и кейсы. Этот подход применяется для демонстрации реальных сценариев и успешных стратегий (Е.В. Великанова [2], А.Е. Шапошникова [8]). Количественный и качественный анализ представлен сбором данных и их последующей обработкой с целью определения тенденций и влияния различных факторов (О.Ю. Виничук [3], Р. Guenther, М. Guenther [11]). Также авторами рассматриваются современные цифровые инструменты и их роль в управлении продажами, рекламных стратегиях (Ц. Лю [5]). Изучается влияние эмоциональных факторов (в связке с лояльностью) на разработку брендов и рекламных кампаний (Н.Р. Тырышкин [7]). Эти подходы помогают всесторонне исследовать факторы, влияющие на лояльность клиентов в B2B-сфере; исследователями предлагаются комплексные стратегии для повышения лояльности. В процессе исследования были применены методы сравнения, анализа статистических сведений, обобщения.

Результаты и обсуждение. В первую очередь, необходимо кратко остановиться на понятийном ап-

парате исследования. B2B-сектор — это звено экономики, включающее в себя компании и организации, которые предоставляют товары и услуги другим субъектам хозяйствования, а не конечным потребителям. B2B расшифровывается как «Business-to-Business» и охватывает обширный спектр отраслей (производство, дистрибуция, оптовая торговля, услуги по программному обеспечению, консалтинг, иные разновидности деятельности, ориентированные на корпоративных клиентов) [6]. B2B-клиент — это организация, которая приобретает товары, услуги у других компаний для использования в своей деятельности, а не для дальнейшей перепродажи конечным потребителям [2]. Рекламная площадка в B2B-секторе — это платформа или канал, используемый для продвижения продукции и услуг среди компаний [2]. Это специализированные веб-сайты, отраслевые журналы, профессиональные конференции, выставки, а также цифровые маркетинговые инструменты: контекстная реклама, email-рассылки, социальные сети, ориентированные на профессиональную аудиторию (рис. 1).

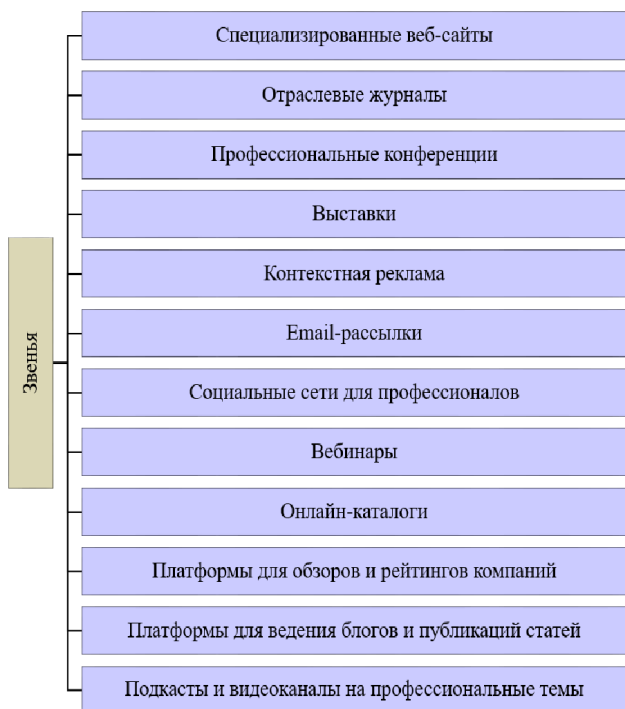


Рис. 1. Разнообразие звеньев рекламных площадок в секторе B2B (авторская разработка)

Анализ научных публикаций [3, 4, 9] позволил нам сформулировать следующее авторское определение: лояльность B2B клиентов к рекламной площадке — это степень приверженности и удовлетворенности компаний-рекламодателей услугами и предложениями конкретной рекламной площадки, выражающаяся в их готовности продолжать сотрудничество, повторно использовать её услуги и рекомендовать её другим компаниям.

Рассматриваемая характеристика в сущностном аспекте раскрывается через положительное восприятие качества обслуживания, эффективность

рекламных кампаний, удобство использования платформ, общее доверие к провайдеру услуг.

Далее целесообразно перейти к систематизации факторов, начав с их перечисления (рис. 2).



Рис. 2. Систематизация факторов, влияющих на формирование лояльности B2B клиентов к рекламной площадке (составлено авторами на основе [1, 3, 4, 9])

Так, качество предоставляемых услуг является основополагающим элементом в формировании и поддержании высокого уровня лояльности. Оно охватывает эффективность, надежность, результативность рекламных платформ.

Так, в России такие площадки, как «Яндекс.Директ», установили высокий стандарт качества, предлагая целевые рекламные решения, адаптированные к местному рынку. Способность «Яндекса» предоставлять точный демографический таргетинг, вкупе с надежной аналитикой, обеспечили лояльную клиентскую базу в секторе B2B [8]. Локализованный подход «Яндекс.Директа» в сочетании с мощными аналитическими возможностями, делает его предпочтительным выбором для многих российских компаний.

В глобальном масштабе «Google Ads» служит ярким и показательным примером высокого качества услуг. Масштабный охват в сочетании с расширенными возможностями таргетинга и комплексными аналитическими инструментами делает его предпочтительным выбором для многих субъектов хозяйствования. Постоянные инвестиции «Google» в улучшение пользовательского опыта, а также предоставление поддержки на нескольких языках содействует укреплению лояльности клиентов. Широкий глобальный охват «Google Ads» и постоянные инновации в форматах рекламы, таргетинге, аналитике сделали его лидером в повышении лояльности клиентов.

Следующим важнейшим фактором являются инновации в технологиях, поскольку они напрямую воздействуют на способности платформ удовлетворять меняющиеся потребности клиентов. К примеру, российские рекламные площадки (в частности, «MyTarget», принадлежащая «Mail.ru Group») приняли технологические инновации, интегрировав передовые алгоритмы искусственного интеллекта, машинного обучения. Предпринимаемые в данном

русле шаги помогают предоставлять персонализированный рекламный опыт, тем самым повышая удовлетворенность, лояльность клиентов в системе «Business-to-Business». В зарубежной практике такие площадки, как «Facebook Ads», используют новейшие технологические решения (дополненная реальность, инструментарий искусственного интеллекта и т. п.), чтобы предлагать уникальный рекламный опыт. Благодаря соответствующим решениям удаётся не только привлекать новых клиентов, но и обеспечивать удержание существующих, постоянно улучшая результаты рекламы.

В свою очередь, эффективный процесс обслуживания имеет определяющее значение для выстраивания (на стартовых этапах) и последующего поддержания долгосрочных отношений с клиентами B2B. Это опирается на такие параметры, как отзывчивость, способность оперативно разрешать проблемы, своевременно оказывать персонализированную поддержку. В России ряд платформ (в качестве примера уместно привести «VK Ads») в значительной степени фокусируются на обслуживании клиентов, предоставляя выделенных менеджеров по работе с ними и круглосуточную поддержку. Этот персонализированный подход помогает нивелировать проблемы быстро и действенно, укрепляя лояльность. В международном масштабе рекламная американская площадка «LinkedIn» выгодно выделяется в обслуживании, предлагая сочетание автоматизированной поддержки и управления персональными аккаунтами. Комплексная поддерживающая система «LinkedIn» позволяет гарантировать, что компании смогут оптимизировать свои рекламными кампаниями и результативно справляться с любыми вызовами и затруднениями, тем самым увеличивая удержание клиентов [11].

Наконец, доверие строится на прозрачности, последовательной работе, этических деловых практиках. Речь идёт о ключевом компоненте лояльности клиентов. В рассматриваемом контексте российские рекламные площадки работают над укреплением доверия, соблюдая правила и предоставляя прозрачную отчетность. На международном уровне очень показателен опыт таких платформ, как «Amazon Advertising», которая обеспечивает прозрачность в доставке рекламы и отчетности об эффективности. Репутация «Amazon» в плане надёжности и этических практик укрепляет доверие, повышая лояльность клиентов [6].

На основе рассмотренных выше факторов авторами предлагается интегрированная структура, которая объединяет выявленные детерминанты — качество услуг, технологические инновации, эффективность обслуживания клиентов и доверие — в универсальную модель. Её можно адаптировать к различным рыночным условиям, включая местные нюансы. Применяя предлагаемую структуру, рекламные площадки имеют возможность повышать лояльность клиентов B2B, обеспечивая долгосрочный успех (таблица 1).

Новизна предлагаемой модели заключается в обращении к комплексному подходу, который объединяет охарактеризованные элементы в единую

стратегию. Она не только универсально применима, но и адаптируема к местным рыночным условиям. Вот как ее можно применять на практике (таблица 2):

Таблица 1
Компоненты фреймворка («каркаса») модели

Компонент	Описание
1. Повышение качества услуг	1. Динамическая аналитика и отчетность: внедрение инструментов расширенной аналитики, которые предоставляют в режиме реального времени действенные идеи. Таким образом, можно гарантировать, что клиенты всегда будут в курсе эффективности своих кампаний, что позволит вносить немедленные корректировки и оптимизации. 2. Локализованные решения: качество обслуживания ещё больше повышается за счет адаптации рекламных решений к конкретным потребностям и предпочтениям местных рынков. Например, успех «Яндекс.Директ» в России отчасти обусловлен его глубоким пониманием поведения локальных потребителей и динамики рынка.
2. Использование технологических инноваций	1. Непрерывная интеграция новых технологий: подчёркивается важность нахождения на переднем крае технологических достижений. Площадки должны постоянно интегрировать такие технологии, как ИИ, машинное обучение, дополненная реальность, чтобы предлагать инновационные рекламные решения. Это не только привлекает новых клиентов, но и поддерживает вовлеченность и удовлетворенность существующих (передовыми функциями). 2. Масштабируемость и гибкость: технологические решения должны быть масштабируемыми, чтобы соответствовать росту клиентского бизнеса, и достаточно гибкими, чтобы приспосабливаться к меняющимся рыночным условиям. В итоге рекламные площадки останутся актуальными и результативными на разных этапах развития бизнеса.
3. Повышение эффективности обслуживания клиентов	1. Проактивные системы поддержки: вместо реактивного подхода обслуживание клиентов следует сделать проактивным. Это означает предвосхищение потребностей и потенциальных проблем до их возникновения и предоставление действенных решений. Такие площадки, как «LinkedIn», являются примером этого (с их комплексными поддерживающими системами). 2. Персонализированное управление счетами: каждый клиент получает выделенного менеджера, который понимает его конкретные бизнес-цели и проблемы. Это внимание помогает в построении прочных, основанных на доверии отношений, тем самым укрепляя лояльность.
4. Обеспечение высокого уровня доверия	1. Прозрачность и подотчетность: рассматриваемые площадки должны предоставлять четкие, понятные метрики, а также отчеты об эффективности. 2. Этические деловые практики: приверженность им, включая справедливое ценообразование, честное общение, уважение к конфиденциальности данных, имеет большое значение.

Авторская разработка

Представленная интегрированная структура — это, как нам представляется, ценный подход к повышению лояльности клиентов B2B в рекламной индустрии. Объединяя универсальные принципы с гибкостью адаптации к местным рыночным условиям,

модель предлагает стратегический путь для рекламных платформ, стремящихся построить и поддерживать прочные, доверительные отношения с клиентами. Это не только отвечает текущим требованиям рынка, но и готовит площадки к решению будущих задач.

Таблица 2
Возможности применения модели на практике

Направление	Характеристика
1. Универсальное применение	Основные руководящие положения модели — повышение качества услуг, интенсификация использования технологических инноваций, рост эффективности обслуживания клиентов и укрепление доверительных отношений — актуальны для рекламных платформ во всем мире. Придерживаясь этих принципов, площадки способны успешно формировать лояльную базу клиентов B2B независимо от их географического положения.
2. Локальная адаптация	Хотя основные принципы остаются неизменными, их реализация приспособляется к специфике местного рынка. Например, в России площадки могут сосредоточиться на поддержке местного языка и понимании регионального поведения потребителей в то время, как в США акцент может быть сделан на интеграции передовой аналитики на основе ИИ из-за более высокого технологического проникновения.

Авторская разработка

Выводы. Понимание факторов, влияющих на лояльность клиентов B2B к рекламным площадкам, имеет ключевое значение для компаний, работающих как на российском, так и на зарубежных рынках. Сосредоточившись на качестве услуг, технологических инновациях, результативности обслуживании и доверии, площадки имеют возможность успешно выстраивать и поддерживать прочные отношения со своими клиентами. Предложенная в статье интегрированная структура опирается на стратегический подход. Проведённый авторами сравнительный анализ факторов, влияющих на формирование лояльности B2B клиентов к рекламной площадке, на российском и зарубежных рынках рекламных услуг, высвечивает высокую значимость локализации стратегий при сохранении постоянного «фокуса» на универсальных «драйверах» (движущих силах) лояльности. Сегодня рекламная индустрия стремительно развивается; площадки, которые способны сбалансировать влияние рассмотренных факторы, с большей вероятностью достигнут устойчивого роста и процветания.

Литература

1. Бейсенали А.Н. Рекламная стратегия на рынке B2B / А.Н. Бейсенали // Молодой ученый. – 2022. – № 2 (397). – С. 141-144.
2. Великанова Е.В. Особенности организации рекламной кампании в интернет для B2B-рынков / Е.В. Великанова // Директор по маркетингу и сбыту. – 2020. – № 2. – С. 11-17.
3. Виничук О.Ю. Влияние оценки уровней удовлетворенности и лояльности клиентов на разработку сценариев развития компании на рынке B2B / О.Ю.

Виничук // Практический маркетинг. – 2020. – № 7 (281). – С. 19-26.

4. Игельстром А. Лояльность в сфере B2B как важный элемент коммуникации / А. Игельстром // URL: <https://b2b-journal.ru/article/loyalnost-v-sfere-b2b-kak-vazhnyi-element-kommunikatsii> (дата обращения: 26.07.2024).

5. Лю Ц. Возможности цифровизации для управления B2B-продажами / Ц. Лю // Инновации и инвестиции. – 2023. – № 12. – С. 515-518.

6. Руснак Ю.А. Роль рекламной деятельности на предприятиях сферы B2B / Ю.А. Руснак // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2019. – № 3-2. – С. 87-92.

7. Тырышкин Н.Р. Влияние эмоционального фактора на разработку стратегий B2B бренда / Н.Р. Тырышкин // Russian Economic Bulletin. – 2024. – Т. 7. – № 3. – С. 94-99.

8. Шапошникова А.Е. Какие виды рекламы работают на B2B-рынках / А.Е. Шапошникова // Директор по маркетингу и сбыту. – 2020. – № 2. – С. 6-10.

9. Шкляр Т.Л. Основные правила и этапы создания промышленной рекламы / Т.Л. Шкляр // Российское предпринимательство. – 2019. – Т. 20. – № 2. – С. 607-614.

10. Customer loyalty research. Measuring customer satisfaction and loyalty to identify strengths and areas for improvement // URL: <https://www.b2binternational.com/what-we-do/customers/customer-loyalty-research/> (дата обращения: 26.07.2024).

11. Guenther P. Can B2B firms benefit from competitors' advertising? A dynamic business environment perspective on an emerging communication form / P. Guenther, M. Guenther // Industrial Marketing Management. – 2022. – Vol. 102. – P. 252-265.

Factors influencing the formation of B2B customers' loyalty to the advertising platform in the Russian and foreign advertising services markets

Ivolgin M.M., Rossinskaya M.V., Shulga V.Yu.

Moscow Financial and Industrial University Synergy

JEL classification: B00, D20, E22, E44, L23, L51, L52, M11, M20, M30, Z33

The article reveals issues related to the factors that affect the processes of forming the loyalty of B2B customers to advertising platforms in the Russian and foreign advertising services markets, which is very significant against the background of increasing competition in the global market and the increasing need on the part of sites to adapt to changing conditions. In the process of globalization and digital transformation, the study of these factors becomes critically important in the context of ensuring sustainable growth and development of these platforms both in Russia and abroad.

The article analyzes such key determinants as service quality, technological innovations, customer service efficiency, trust, and the authors identify similarities and differences between Russian and foreign practices. Specific examples of the action of factors in connection with advertising platforms in Russia and foreign countries are given.

The novelty of the research lies in the integrated structure proposed by the authors (in the form of a framework ("framework"), which combines the identified factors into a universal model. It can be adapted to various market conditions, including local nuances. By applying this structure, advertising platforms will be set up to systematically increase the loyalty of B2B customers, ensuring long-term success.

Keywords: B2B client, foreign market, loyalty, advertising platform, advertising service, Russian market, factor

References

1. Beisenali A.N. Advertising strategy in the B2B market / A.N. Beisenali // Young man. – 2022. – № 2 (397). – Pp. 141-144.
2. Velikanova E.V. Experience in organizing an online advertising campaign for B2B markets / E.V. Velikanova // Marketing and Sales Director. – 2020. – No. 2. – pp. 11-17.

3. Vinnichuk O.V. The impact of the ECI on business development in the B2B market / O.V. Vinnichuk. Vinnichuk // Practical market. – 2020. – № 7 (281). – Pp. 19-26.
4. Igelstrom A. Passion in the field of B2B as an important element of communication / A. Igelstrom // URL: <https://b2b-journal.ru/article/loyalnost-v-sfere-b2b-kak-vazhnyi-element-kommunikatsii> (date of application: 07/26/2024).
5. Liu Ts. Digitalization opportunities for B2B Sales management / TS Liu // Innovations and investments. – 2023. – No. 12. – pp. 515-518.
6. Rusnak.A. The role of an advertising company in the B2B market / Rusnak.A. Rusnak // Communication and business: theory and practice. – 2019. – No. 3-2. – pp. 87-92.
7. Tyrykin, N.R. The influence of a global actor on the development of a B2B brand strategy / N.R. Tyrykin // Russian Economic Bulletin. – 2024. – Vol. 7. – No. 3. – pp. 94-99.
8. A Shaposhnikova.E. What types of advertising work in B2B markets / A.E. Shaposhnikova // Director of Marketing and Sales. – 2020. – No. 2. – pp. 6-10.
9. Shklyar T.L. Basic rules and stages of creating industrial advertising / T.L. Shklyar // Russian entrepreneurship. – 2019. – Vol. 20. – No. 2. – pp. 607-614.
10. Customer loyalty research. Measuring customer satisfaction and loyalty to identify strengths and areas for improvement // URL: <https://www.b2binternational.com/what-we-do/customers/customer-loyalty-research/> (date of reference: 07/26/2024).
11. Gunter P. Can B2B firms benefit from competitors' advertising? The view of a dynamic business environment on new forms of communication / P. Gunter, M. Gunter // Management of industrial marketing. – 2022. – Volume 102. – pp. 252-265.

Геосегментация кондитерских рынков в контексте маркетинговых исследований

Кузьменко Светлана Сергеевна

старший преподаватель кафедры международной экономики, Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского, svetlanakuzmenko@mail.ru

В статье определена геосегментация кондитерских рынков в контексте маркетинговых исследований. На основе диагностики динамики показателей международной торговли кондитерской продукцией (объёма, результативности, эффективности) определены основные геосегменты кондитерских рынков в контексте маркетинговых исследований. Усовершенствован научно-методический подход к определению конъюнктурообразующих геосегментов кондитерских рынков, который, в отличие от существующих, позволяет учитывать следующие компоненты: геолокацию, объёмы продаж, структуру торговли кондитерской продукцией в соответствии с номенклатурой товарных позиций (сахаристый, шоколадный и мучнистый сегменты), что в совокупности составляет доминанту маркетинговых исследований геосегментации кондитерских рынков. Полученные результаты и предложенные рекомендации направлены на оптимизацию функционирования кондитерских рынков с учётом специфики роста объёмов торговли кондитерской продукцией. Исследованы основные показатели функционирования кондитерских рынков в контексте маркетинговых исследований (показатели объёма, результативности и эффективности). Систематизированы геосегменты кондитерских рынков. Представлены результаты прогнозирования основных показателей функционирования кондитерских рынков в среднесрочной перспективе.

Ключевые слова: торговля, кондитерские рынки, геосегментация, геолокация, маркетинг, геомаркетинг, конъюнктура.

В современных условиях экономического развития значительное количество однородных участников кондитерской отрасли, предлагающих однотипную номенклатуру товаров, высокий уровень бизнес-конкуренции в комплексе составляют конъюнктурный аспект функционирования кондитерских рынков в контексте маркетинговых исследований, эффективная реализация которого требует обоснованного выбора устойчивых стратегий и научного подхода к определению оптимального места продаж, в совокупности подтверждает актуальность темы исследования. Наибольшее значение приобретает вопрос определения геосегментов кондитерских рынков в контексте маркетинговой доминанты, в т. ч. оценки влияния компоненты «Place» в комплексе маркетинга «5P» на спрос кондитерской продукции и конкурентоспособность хозяйствующих субъектов исследуемой отрасли.

Исследования теоретических основ геомаркетинга как инновационного инструмента и компоненты стратегического планирования бизнеса отражены в научных работах Герасименко О.А., Тхорикова Б.А., Наплековой Ю.А. [1, с. 625; 2, с. 92; 3, с. 251], Карповой М.К., Куреневой А.А. [4, с. 225], Жуковской Ю.А., Кнотько-Мороз О.И., Антипенко Н.А. [5, с. 54], Скитёвой Е.И., Ярмишко А.С. [6, с. 89] и др.

Общие вопросы функционирования кондитерских рынков рассмотрены отечественными учёными: Шиманским О.В. (аспекты развития высококонкурентного рынка кондитерских изделий) [7, с. 236], Антинескул Е.А., Ремневой М.А. (специфика предложения на кондитерском рынке) [8, с. 48], Николаевым А.А. (вопросы продвижения кондитерской продукции) [9, с. 227], Илларионовой В.В., Вербицкой Е.А., Попковой П.О. (особенности потребительского рынка мучных кондитерских изделий) [10, с. 415], Иващенко Т.Ю. (процессы управления принятием решений потребителей на кондитерском рынке) [11, с. 256], Малявиной А., Алексеенковой Е., Бегиевой А.Ш., Хосроевой Н.И. (компоненты маркетинговых исследований кондитерской отрасли) [12, с. 15; 13, с. 23; 14, с. 65] и др.

Однако, несмотря на активное внимание исследователей к проблемам функционирования кондитерских рынков и существованию значительных теоретических разработок в этой области, отсутствуют концептуальные основы исследований конъюнктуры кондитерских рынков в контексте геомаркетинговой доминанты. Требуют уточнения отдельные теоретико-методологические положения относительно определения геосегментов как условие эффективного функционирования хозяйствующих субъектов кондитерской отрасли.

В процессе исследования использованы статистические и графические методы (для диагностики

динамики показателей кондитерских рынков), методы систематизации информации (для определения основных конъюнктурообразующих геосегментов кондитерских рынков), теоретического обобщения, сравнения, анализа и синтеза (для обоснования рекомендаций по геосегментации кондитерских рынков и прогнозирования основных показателей в контексте геомаркетинга).

В соответствии с номенклатурной товарных позиций ГС ВТамО [15], 17 «Сахар и кондитерские изделия из сахара» (сахаристый сегмент), 18 «Какао и продукты из него» (шоколадный сегмент) и 19 «Готовые продукты из зерна злаков, муки, крахмала или молока; мучные кондитерские изделия» (мучнистый сегмент), динамика основных показателей кондитерских рынков в контексте маркетинговых исследований [16-18] представлена в табл. 1.

Таблица 1
Динамика основных показателей кондитерских рынков в 2014-2023 гг., млрд. долл.

Показатели / Годы	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Изм. 2023 / 2014, %
Мировой экспорт кондитерской продукции	162,04	150,04	153,65	164,91	166,67	165,12	167,76	175,05	199,06	173,85	+7,29
Мировой импорт кондитерской продукции	155,35	145,22	152,67	161,37	162,16	162,08	166,88	180,77	193,77	170,62	+9,83
Мировой кондитерский товарооборот	317,39	295,26	306,32	326,28	328,83	327,23	334,64	355,75	392,83	344,47	+8,53
Сальдо торгового баланса	6,69	4,82	0,98	3,54	4,51	3,04	0,88	-5,65	5,29	3,23	-3,46 млрд долл.

Примечание. Составлено по данным [16-18]

Наблюдается рост объемов мирового экспорта кондитерской продукции, рост объемов мирового кондитерского товарооборота, что в совокупности подтверждает положительную динамику и является благоприятной тенденцией. Сальдо торгового баланса сохраняется положительным, однако характеризуется отрицательной динамикой.

Динамика основных показателей кондитерских рынков шоколадного сегмента [16] представлена в табл. 2. Наблюдается уменьшение объемов мирового экспорта кондитерской продукции шоколадного сегмента, уменьшение объемов мирового кондитерского товарооборота в исследуемом сегменте, что в совокупности подтверждает отрицательную динамику и является неблагоприятной тенденцией. Сальдо торгового баланса сохраняется отрицательным и характеризуется отрицательной динамикой.

Динамика основных показателей кондитерских рынков сахаристого сегмента [17] представлена в

табл. 3. Наблюдается рост объемов мирового экспорта кондитерской продукции сахаристого сегмента, рост объемов мирового кондитерского товарооборота в исследуемом сегменте, уменьшение объемов мирового импорта кондитерской продукции сахаристого сегмента, что в совокупности является благоприятной тенденцией. Сальдо торгового баланса сохраняется положительным и характеризуется позитивной динамикой.

Таблица 2
Динамика основных показателей кондитерских рынков шоколадного сегмента в 2014-2023 гг., млрд. долл.

Показатели / Годы	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Изм. 2023 / 2014, %
Мировой экспорт шоколадного сегмента	48,42	47,21	45,53	46,41	48,52	48,28	45,48	44,6	49,73	43,64	-9,87
Мировой импорт шоколадного сегмента	47,74	45,06	47,27	47,25	48,48	49,11	48,68	53,1	51,75	47,65	-0,19
Мировой товарооборот	96,16	92,27	92,8	93,66	97	97,39	94,16	97,7	101,48	91,29	-5,07
Сальдо торгового баланса	0,68	2,15	-1,74	-0,84	0,04	-0,83	-3,2	-8,5	-2,02	-4,01	-4,69 млрд долл.

Примечание. Составлено по данным [16]

Таблица 3
Динамика основных показателей кондитерских рынков сахаристого сегмента в 2014-2023 гг., млрд. долл.

Показатели / Годы	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Изм. 2023 / 2014, %
Мировой экспорт сахаристого сегмента	46,19	39,98	44,45	48,15	41,66	39,17	42,37	46,67	55,69	47,47	+2,77
Мировой импорт сахаристого сегмента	44,7	39,6	42,79	46,2	40,49	37,68	40,22	45,12	52,38	43,88	-1,84
Мировой товарооборот	90,89	79,58	87,24	94,35	82,15	76,85	82,59	91,79	108,07	91,35	+0,51
Сальдо торгового баланса	1,49	0,38	1,66	1,95	1,17	1,49	2,15	1,55	3,31	3,59	+2,1 млрд долл.

Примечание. Составлено по данным [17]

Динамика основных показателей кондитерских рынков мучнистого сегмента [18] представлена в табл. 4. Наблюдается значительный рост объемов мирового экспорта кондитерской продукции мучни-

стого сегмента, значительный рост объемов мирового кондитерского товарооборота в исследуемом сегменте, что в совокупности является благоприятной тенденцией. Сальдо торгового баланса сохраняется положительным, однако характеризуется негативной динамикой.

Динамика эффективности торговли хозяйствующих субъектов на кондитерских рынках в 2014-2023 гг. [16-18] представлена на рис. 1. Подтверждаются эффективные значения торговой деятельности субъектов хозяйствования на исследуемых рынках. Динамика показателя в долгосрочном периоде отрицательная (-2,3 %).

Результаты геосегментации кондитерских рынков в контексте маркетинговых исследований представлены в табл. 5 и включают основных геосегментов в соответствии с товарной номенклатурой и основными объемными показателями кондитерских рынков.

Таблица 4
Динамика основных показателей кондитерских рынков мучнистого сегмента в 2014-2023 гг., млрд. долл.

Показатели / Годы	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Изм. 2023 / 2014, %
Мировой экспорт мучнистого сегмента	67,43	62,85	63,67	70,35	76,49	77,67	79,91	83,78	93,64	82,74	+22,71
Мировой импорт мучнистого сегмента	62,91	60,56	62,61	67,92	73,19	75,29	77,98	82,48	89,64	79,09	+25,72
Мировой товарооборот	130,34	123,41	126,28	138,27	149,68	152,96	157,89	166,26	183,28	161,83	+24,16
Сальдо торгового баланса	4,52	2,29	1,06	2,43	3,3	2,38	1,93	1,3	4	3,65	-0,87 млрд. долл.

Примечание. Составлено по данным [18]

Результаты прогнозирования основных показателей функционирования кондитерских рынков в 2024-2026 гг. представлены на рис. 2. В соответствии с базовым сценарием роста объемов мирового кондитерского экспорта предполагается ежегодное увеличение показателя на 4-5,5 %. В 2026 г. объем мирового кондитерского экспорта составит 199,93 млрд. долл. В соответствии с оптимистичным сценарием роста объемов мирового кондитерского экспорта в 2024-2026 гг. предполагается ежегодное увеличение показателя на 7-7,82 %. В 2026 г. объем мирового кондитерского экспорта составит 215,57 млрд. долл. В соответствии с пессимистическим сценарием роста объемов мирового кондитерского экспорта предполагается ежегодное увеличение показателя на 1-2,91 %. В 2026 г. объем мирового кондитерского экспорта составит 184,28 млрд. долл.



Рис. 1. Динамика эффективности торговли хозяйствующих субъектов на кондитерских рынках в 2014-2023 гг.
Примечание. Составлено по данным [16-18]

В соответствии с базовым сценарием роста объемов мирового кондитерского товарооборота предполагается ежегодное увеличение показателя на 4-5,51 %. В 2026 г. объем мирового кондитерского товарооборота составит 396,14 млрд. долл. В соответствии с оптимистичным сценарием роста объемов мирового кондитерского товарооборота в 2024-2026 гг. предполагается ежегодное увеличение показателя на 7-7,83 %. В 2026 г. объем мирового кондитерского товарооборота составит 427,14 млрд. долл. В соответствии с пессимистическим сценарием роста объемов мирового кондитерского товарооборота предполагается ежегодное увеличение показателя на 1-2,91 % до 365,14 млрд. долл. в 2026 г.

Результаты прогнозирования эффективности торговли хозяйствующих субъектов кондитерских рынков в 2024-2026 гг. представлены на рис. 3.

Таблица 5
Результаты геосегментации кондитерских рынков в контексте маркетинговых исследований, 2023 г.

Сегменты / Показатели	Экспорт	Импорт	Кондитерский товарооборот
Шоколадный сегмент	Германия (17,94 %), Нидерланды (14,41 %), Бельгия (8,22 %), Польша (6,33 %), Италия (6,3 %), Канада (5,09 %), США (4,81 %), Гана (4,35 %), Малайзия (4,12 %), Швейцария (2,67 %) и др.	США (13,37 %), Германия (11,92 %), Нидерланды (10,88 %), Великобритания (7,83 %), Бельгия (5,34 %), Канада (4,23 %), Польша (3,97 %), Малайзия (3,85 %), Италия (3,57 %), Испания (3,13 %) и др.	Германия, Нидерланды, Бельгия, Польша, Италия, Канада, Малайзия, США, Гана, Швейцария, Великобритания, Испания и др.
Сахаристый сегмент	Бразилия (33,72 %), Германия (8,35 %), Китай (6,35 %), США (5,75 %), Нидерланды (5,17 %), Мексика (4,91 %), Польша (3,19 %), Бельгия (3 %), Канада (2,82 %), Турция (2,52 %) и др.	США (15,81 %), Китай (8,79 %), Германия (6,41 %), Великобритания (5,3 %), Италия (4,7 %), Испания (4,12 %), Канада (4,03 %), Нидерланды (3,67 %), Мексика (3,51 %), Малайзия (3,23 %) и др.	Германия, Китай, США, Нидерланды, Мексика, Канада, Бразилия, Польша, Бельгия, Турция, Великобритания, Испания, Малайзия и др.
Мучнистый сегмент	Германия (12,33 %), Италия (10,95 %), Нидерланды (8,51 %), Канада (8,13 %), США (6,24 %), Польша (5,85 %), Бельгия (5,82 %), Мексика (4,47 %), Испания	США (18,76 %), Германия (9,09 %), Великобритания (8,76 %), Китай (8,28 %), Канада (5,41 %), Нидерланды (4,89 %), Бельгия (3,19 %), Италия	Германия, Канада, США, Бельгия, Испания, Великобритания, Италия, Нидерланды, Польша, Мексика, Китай и др.

	(3,85 %), Великобритания (3,26 %) и др.	(3,14 %), Испания (2,68 %), Польша (2,24 %) и др.	
Кондитерские рынки	Германия, Нидерланды, Бельгия, Польша, Канада, США, Италия, Мексика, Гана, Малайзия, Швейцария, Бразилия, Китай, Турция, Испания, Великобритания и др.	США, Германия, Нидерланды, Великобритания, Канада, Италия, Испания, Бельгия, Польша, Малайзия, Китай, Мексика и др.	Германия, Нидерланды, Бельгия, Польша, Италия, Канада, США, Великобритания, Испания, Малайзия, Китай, Мексика, Гана, Швейцария, Бразилия, Турция и др.

Примечание. Составлено автором

В соответствии с базовым сценарием роста эффективности торговли субъектов хозяйствования кондитерских рынков предполагается ежегодное увеличение показателя на 4,02-5,49 %. В 2026 г. эффективность торговли участников кондитерской отрасли составит 1,172.



Рис. 2. Результаты прогнозирования основных показателей функционирования кондитерских рынков в 2024-2026 гг., млрд. долл.

Примечание. Составлено автором

В соответствии с оптимистичным сценарием роста эффективности торговли хозяйствующих субъектов кондитерских рынков в 2024-2026 гг. предполагается ежегодное увеличение показателя на 6,97-7,85 %. В 2026 г. эффективность торговли субъектов хозяйствования исследуемой отрасли составит 1,264. В соответствии с пессимистическим сценарием роста эффективности торговли хозяйствующих субъектов кондитерских рынков предполагается ежегодное увеличение показателя на 0,98-2,86 %. В 2026 г. эффективность торговли субъектов хозяйствования кондитерской отрасли составит 1,08.



Рис. 3. Результаты прогнозирования эффективности торговли хозяйствующих субъектов на кондитерских рынках в 2024-2026 гг.

Примечание. Составлено автором

Таким образом, результаты определения гео сегментации кондитерских рынков в контексте маркетинговых исследований позволяют сформулировать следующие выводы:

1. Динамика основных показателей кондитерских рынков демонстрирует рост объемов мирового экспорта кондитерской продукции, рост объемов мирового кондитерского товарооборота, что в совокупности подтверждает позитивную динамику, является благоприятной тенденцией. Сальдо торгового баланса сохраняется положительным.

2. Усовершенствован научно-методический подход к определению гео сегментов кондитерских рынков, который, в отличие от существующих, позволяет учитывать следующие компоненты: геолокацию, объемы продаж, структуру торговли в соответствии с номенклатурой товарных позиций, что в совокупности составляет доминанту маркетинговых исследований гео сегментации кондитерских рынков. Исследуемая отрасль генерирует основные торговые потоки относительно сотрудничества в рамках гео сегмента, включающего направления: Германия, Нидерланды, Бельгия, Польша, Италия, Канада, США, Великобритания, Испания, Малайзия, Китай, Мексика, Гана, Швейцария, Бразилия, Турция и др.

3. В силу характера колебаний ежегодных темпов роста мирового экспорта кондитерской продукции, мирового кондитерского товарооборота и эффективности торговли хозяйствующих субъектов на кондитерских рынках целесообразным является применение базовых сценариев прогнозирования исследуемых показателей в среднесрочной перспективе.

Для повышения эффективности функционирования субъектов кондитерской отрасли целесообразно рамочное использование геомаркетинга, направленное на гео сегментацию кондитерских рынков, гео позиционирование кондитерских товаров с учетом специфики деятельности и диагностики финансовых показателей конкретных кондитерских ТНК (чистая прибыль, выручка, ROE, ROA и др.), что следует рассмотреть в качестве задач для дальнейших исследований.

Литература

1. Герасименко, О.А. Концептуальные представления геомаркетинга в системе маркетингового управления: 4G концепт геомаркетингового анализа / О.А. Герасименко // Управленческий учёт. ООО «Финпресс», Саратов, 2021. № 9-3. – С. 623-628.
2. Герасименко, О.А. Стратегическое планирование розничного бизнеса: актуализация и развитие контурных элементов геомаркетинга / О.А. Герасименко // Вызовы и решения для бизнеса: ВЭД в новых реалиях. Сборник материалов III Международного внешнеэкономического научно-практического форума. ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», Москва, 2023. – С. 89-94.
3. Герасименко, О.А. Сущностное представление, роль, эволюционные этапы и подходы геомаркетинга / О.А. Герасименко, Б.А. Тхориков, Ю.А. Наплекова // Вестник Белгородского университета

кооперации, экономики и права, Белгород, 2020. № 3 (82). – С. 248-259.

4. Карпова, М.К. Гиперлокальный таргетинг как инновационный рекламный инструмент / М.К. Карпова, А.А. Куренева // Наука. Общество. Государство. Пензенский государственный университет, Пенза, 2020. Т. 8. № 2 (30). – С. 220-227.

5. Жуковская, Ю.А. Инструменты маркетинга и менеджмента в различных сферах и отраслях народного хозяйства // Ю.А. Жуковская, О.И. Кнотыко-Мороз, Н.А. Антипенко // Современные тенденции развития менеджмента и маркетинга: сборник научных статей. Чувашский государственный педагогический университет им. И.Я. Яковлева, Чебоксары, 2022. – С. 53-56.

6. Скитёва, Е.И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности / Е.И. Скитёва, А.С. Ярмишко // Перспективы и тенденции развития менеджмента в XXI веке. Сборник трудов III Международной научно-практической конференции. Под редакцией Т.Ю. Ксенофонтовой, Л.А. Кравченко. Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I, Санкт-Петербург, 2022. – С. 87-90.

7. Шиманский, О.В. Анализ тенденций развития высококонкурентного рынка в постпандемный период (на примере рынка кондитерских изделий) / О.В. Шиманский // Россия и мир: развитие цивилизаций. Научное наследие и взгляды В.В. Жириновского на формирующийся миропорядок. Сборник трудов молодых ученых и студентов XIII международной научно-практической конференции, Москва, 2023. – С. 234-238.

8. Антинескул, Е.А. Предложение на рынке диетических кондитерских изделий: специфика и перспективы развития / Е.А. Антинескул, М.А. Ремнева // Маркетинг в России и за рубежом. ООО «Финпресс», Москва, 2021. № 1. – С. 46-56.

9. Николаев, А.А. Особенности и перспективы современного продвижения кондитерских изделий на продуктовом рынке России / А.А. Николаев // Естественно-гуманитарные исследования, ООО «Академия знаний», Краснодар, 2022. № 44 (6). – С. 225-230.

10. Илларионова, В.В. Обзор состояния потребительского рынка мучных кондитерских изделий / В.В. Илларионова, Е.А. Вербицкая, П.О. Попкова // Инновации в индустрии питания и сервисе: электронный сборник материала V Международной научно-практической конференции, Кубанский государственный технологический университет, Краснодар, 2023. – С. 413-416.

11. Иващенко, Т.Ю. Управление процессом принятия решений потребителей на рынке кондитерских изделий / Т.Ю. Иващенко // Аллея науки, ИП Шелистов Денис Александрович (Издательский центр «Quantum», Томск, 2022. Т. 1. № 3 (66). – С. 252-258.

12. Малявина, А. О рынке замороженных хлебобулочных и кондитерских изделий / А. Малявина // Кондитерское и хлебопекарное производство, Отраслевые ведомости, Москва, 2022. № 1-2 (197). – С. 14-16.

13. Алексеенкова, Е. Пряный шоколад, «мини» и полная автоматизация: о трендах кондитерского рынка / Е. Алексеенкова // Пищевая индустрия, ООО «Институт развития сельского хозяйства», Краснодар, 2021. № 1 (45). – С. 22-24.

14. Бегиева, А.Ш. Маркетинговое исследование рынка кондитерских мучных изделий региона / А.Ш. Бегиева, Н.И. Хосроева // Гуманитарные и социально-экономические науки, Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону, 2023. № 6 (133). – С. 64-66.

15. Международная конвенция о гармонизированной системе описания и кодирования товаров [Электронный ресурс]. – URL: <https://customs.gov.tm/pdf/nomenclature.pdf> (Дата обращения: 24.05.2024).

16. Какао и продукты из него | Импорт и Экспорт | 2023 [Электронный ресурс]. – URL: https://trendeconomy.ru/data/commodity_h2?commodity=18&indicator=tv_wrl_d_share,TV&trade_flow=Export,Import&time_period=2023 (Дата обращения: 24.05.2024).

17. Сахар и кондитерские изделия из сахара | Импорт и Экспорт | 2023 [Электронный ресурс]. – URL: https://trendeconomy.ru/data/commodity_h2?commodity=17&indicator=TV,tv_wrl_d_share&trade_flow=Export,Import&time_period=2023 (Дата обращения: 24.05.2024).

18. Готовые продукты из зерна злаков, муки, крахмала или молока; мучные кондитерские изделия | Импорт и Экспорт | 2023 [Электронный ресурс]. – URL: https://trendeconomy.ru/data/commodity_h2?commodity=19&indicator=TV,tv_wrl_d_share&trade_flow=Export,Import&time_period=2023 (Дата обращения: 24.05.2024).

Confectionery markets geosegmentation in the marketing researches' context
Kuzmenko S.S.
Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky
JEL classification: B00, D20, E22, E44, L23, L51, L52, M11, M20, M30, Z33

The article examines the confectionery markets' geosegmentation in the marketing researches' context. Based on the international trade indicators dynamics' diagnostics in confectionery products (volume, effectiveness, efficiency), the confectionery markets' main geosegments in the marketing researches' context are determined. The scientific and methodological approach to determining the conjuncture-forming geosegments of confectionery markets has been improved, which, unlike existing ones, allows taking into account the following components: geolocation, sales volumes, trade structure in confectionery products in accordance with commodity items' nomenclature (sugar, chocolate and mealy segments), which together constitutes the dominant marketing research geosegmentation of confectionery markets. The results obtained and the proposed recommendations are aimed at optimizing the confectionery markets' functioning, taking into account the specifics of the growth in confectionery products' trade volume. The main indicators of the confectionery markets' functioning in the marketing researches' context (indicators of volume, effectiveness and efficiency) are investigated. Confectionery markets' geosegments are systematized. The main indicators' forecasting results of confectionery markets' functioning in the medium term are presented.

Keywords: trade, confectionery markets, geosegmentation, geolocation, marketing, geomarketing, conjuncture.

References

1. Gerasimenko O.A. (2021) Conceptual representations of geomarketing in the marketing management system: 4G concept of geomarketing analysis. Managerial accounting. Finpress LLC, Saratov. No. 9-3. 623-628.
2. Gerasimenko O.A. (2023) Strategic planning of retail business: actualization and development of contour elements of geomarketing. Challenges and solutions for business: foreign economic activity in new realities. Collection of materials of the III International Foreign Economic

- Scientific and Practical Forum. Plekhanov Russian University of Economics, Moscow. 89-94.
3. Gerasimenko O.A., Thorikov B.A., Naplekova Yu.A. (2020) Essential representation, role, evolutionary stages and approaches of geomarketing. Bulletin of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, Belgorod. № 3 (82). 248-259.
 4. Karpova M.K., Kureneva A.A. (2020) Hyperlocal targeting as an innovative advertising tool. Nauka. Society. State. Penza State University, Penza. vol. 8. No. 2 (30). 220-227.
 5. Zhukovskaya Yu.A., Knotko-Moroz O.I., Antipenko N.A. (2022) Tools of marketing and management in various spheres and branches of the national economy. Modern trends in the development of management and marketing: a collection of scientific articles. I.Ya. Yakovlev Chuvash State Pedagogical University, Cheboksary. 53-56.
 6. Skiteva E.I., Yarmishko A.S. (2022) Marketing in industries and fields of activity. Prospects and trends of management development in the XXI century. Proceedings of the III International Scientific and Practical Conference. Edited by T.Y. Ksenofontova, L.A. Kravchenko. St. Petersburg State University of Railways of Emperor Alexander I, St. Petersburg. 87-90.
 7. Shimansky O.V. (2023) Analysis of trends in the development of a highly competitive market in the post-pandemic period (on the example of the confectionery market). Russia and the world: the development of civilizations. V.V. Zhirinovskiy's scientific heritage and views on the emerging world order. Proceedings of young scientists and students of the XIII International Scientific and Practical Conference, Moscow. 234-238.
 8. Antineskul E.A., Remneva M.A. (2021) The offer on the market of dietary confectionery products: specifics and prospects of development. Marketing in Russia and abroad. Finpress LLC, Moscow. No. 1. 46-56.
 9. Nikolaev A.A. (2022) Features and prospects of modern promotion of confectionery products in the Russian food market. Natural Sciences and Humanities Research, LLC "Academy of Knowledge", Krasnodar. № 44 (6). 225-230.
 10. Illarionova V.V., Verbitskaya E.A., Popkova P.O. (2023) Review of the state of the consumer market of flour confectionery products. Innovations in the food and service industry: an electronic collection of materials of the V International Scientific and Practical Conference, Kuban State Technological University, Krasnodar. 413-416.
 11. Ivashchenko T.Y. (2022) Managing the decision-making process of consumers in the confectionery market. Alley of Science, IP Shelistov Denis Alexandrovich (Publishing Center "Quantum", Tomsk. Vol. 1. No. 3 (66). 252-258.
 12. Malyavina A. (2022) About the market of frozen bakery and confectionery products. Confectionery and bakery production, Branch vedomosti, Moscow. № 1-2 (197). 14-16.
 13. Alekseenkova E. (2021) Spicy chocolate, "mini" and full automation: on the trends of the confectionery market. Food industry, LLC "Agricultural Development Institute", Krasnodar. № 1 (45). 22-24.
 14. Begieva A.S., Khosroeva N.I. (2023) Marketing research of the confectionery flour products market in the region. Humanities and socio-economic sciences, Southern Federal University, Rostov-on-Don. № 6 (133). 64-66.
 15. International Convention on the Harmonized Commodity Description and Coding System [Electronic source] URL: <https://customs.gov.tm/pdf/nomenclature.pdf> (Date of access: 05/24/2024).
 16. Cocoa and its products | Import and Export | 2023 [Electronic source] URL: https://trendeconomy.ru/data/commodity_h2?commodity=18&indicator=tv_wrl_d_share,TV&trade_flow=Export,Import&time_period=2023 (Date of access: 05/24/2024).
 17. Sugar and sugar confectionery | Import and Export | 2023 [Electronic source] URL: https://trendeconomy.ru/data/commodity_h2?commodity=17&indicator=TV,tv_wrl_d_share&trade_flow=Export,Import&time_period=2023 (Date of access: 05/24/2024).
 18. Finished products from cereals, flour, starch or milk; flour confectionery | Import and Export | 2023 [Electronic source] URL: https://trendeconomy.ru/data/commodity_h2?commodity=19&indicator=T V,tv_wrl_d_share&trade_flow=Export,Import&time_period=2023 (Date of access: 05/24/2024).

Оценка влияния характеристик лидера общественного мнения на поведение потребителей в розничной торговле парфюмерией и косметикой

Куровский Станислав Валерьевич

руководитель научно-исследовательского подразделения ООО «Высшая Школа Образования», 8917564@gmail.com

Мишин Денис Александрович

руководитель редакционно-издательского отдела ООО «Высшая Школа Образования», 9651530@gmail.com

Ермакова Наталия Михайловна

преподаватель кафедры английского языка Одинцовского филиала МГИМО МИД РФ, Natalia3519@yandex.ru

В связи с ростом значимости информационных технологий и все большей распространенностью маркетинга влияния в статье поднимается вопрос о том, каким образом характеристики лидера мнений способны влиять на потребительское поведение в контексте российского рынка парфюмерии и косметики. Целью проводимого исследования является изучение изменений покупательского поведения и потребительского восприятия под воздействием различных качеств, демонстрируемых лидерами мнений. Для достижения этой цели рассматривается пример компании «Лэтуаль», а в качестве основных характеристик лидеров мнений были выбраны привлекательность, качество публикуемого контента, степень доверия и совместимость продукта с потребителем. В рамках исследования изучалось изменение потребительского поведения среди целевой аудитории компании «Лэтуаль» под воздействием каждой из рассмотренных характеристик лидеров мнений. Методология исследования включала в себя проведение опроса среди потребителей компании и последующий анализ данных посредством метода PLS-SEM для определения возможных реакций пользователей социальных сетей в зависимости от разных характеристик лидеров мнений. Проведенный анализ позволил утверждать, что некоторые проявления потребительского поведения, такие как лояльность бренду и намерение приобрести рекомендуемый продукт, значимо зависят от исследуемых характеристик лидеров мнений. Таким образом, настоящее исследование делает вклад в теоретическое и концептуальное осмысление механизмов работы маркетинга влияния, а также предлагает информацию, которая может оказаться полезной на практике для компаний, которые стремятся повысить эффективность сотрудничества с лидерами мнений в рамках маркетинга влияния. Результаты исследования наглядно демонстрируют важность учета характеристик лидера мнений при разработке стратегии продвижения бренда и дополняют существующую научную литературу по данной теме.

Ключевые слова: маркетинг влияния, лидеры мнений, характеристики лидеров мнений, потребительское поведение, социальные сети, продвижение, парфюмерия и косметика.

Introduction. Nowadays influence marketing is one of the most popular and widespread methods of brand promotion. Its appeal can be mainly explained by current trends of media consumption which includes increasing popularity of Internet in comparison with other types of media and the audience's tendency to consume content through individually chosen social media and multiple platforms. Influence marketing consists in using reputation of opinion leaders among their audience to facilitate promotion of their brands and products due to the fact that opinion leaders' followers can be influenced to a certain extent by their messages. At the same time, the process of the proper selection of opinion leaders can be complicated due to the large number of influencers nowadays, as well as the variety of their areas of activity. The significant role belongs to the necessity to consider a number of factors which can contribute to effectiveness of marketing and the importance of which is not researched sufficiently.

This article is devoted to the discussion of opinion leader characteristics which can be divided into factors related to demographic characteristics and factors related to influencing the target audience through social networks. The second group which refers to influencing consumer opinion is the main focus of this study and can include various indicators such as attractiveness, trustworthiness, congruence, competence, perceived similarity, etc. (Vrontis, 2021).

It is worth noting that the long-term impact of influence marketing is still not studied sufficiently despite great attention of the academic community to this area of interest. The peculiarities of consumer opinion as a complex construct have not undergone a thorough analysis as well although opinion leader characteristics as such have been researched quite frequently. Thus, while consumer opinion is believed to be of high significance for the effectiveness of influence marketing, it is often overlooked by the researchers. Such a tendency becomes particularly prominent in regard to the perfumery and cosmetics market where companies usually pay attention to the characteristic of attractiveness of influencers while leaving other possible factors out of consideration.

When it comes to the Russian perfumery and cosmetics retail, it is necessary to bring to notice the structural changes in the opportunities of brand promotion by means of influence marketing due to the fact that certain social media platforms were banned on the territory of Russia. This became the reason for Russian companies to stop using some of the quite popular and effective channels and start searching the new ones for the purposes of influence marketing. Several research questions can be formulated in this regard:

RQ1: By what drivers consumer opinion can be affected most effectively?

RQ2: What is the character of impact caused by consumer opinion in relation to consumer behavior?

RQ3: What is necessary to consider for the purposes of managing consumer behavior when working with opinion leader promoting perfumery and cosmetics?

For the purposes of finding answers to these questions the study uses the data obtained through the survey of customers of the company L'Etoile which is one of the largest players in the domestic cosmetics and perfumery market with the share of 60 %.

PLS-SEM method and correlation analysis are applied to analyze the data collected through the use of a questionnaire.

It is planned to obtain the following results:

- To formulate the recommendations on the choice of the most suitable influencers for the purposes of promoting cosmetics and perfumes with consideration of recent changes regarding the number of available on the territory of Russia social networks;

- To provide the results which demonstrate the ways to shape such strategies in terms of influence marketing which allow increasing brand loyalty more effectively as part of achieving the long-term impact of interacting with target audience;

- To underline the significance of building marketing strategies with consideration of the construct of consumer opinion formed under the influence of the opinion leader characteristics.

This study proposes the following contributions to the literature on the relevant topic:

- The application of a consumer opinion construct for the purposes of building a conceptual model and evaluating the prospects of using opinion leaders with special attention to their characteristics.

- In-depth insight into the effects which are possible to achieve in the context of influence marketing in the long run, whereas they were not studied enough previously.

- Improved understanding of influence marketing patterns and mechanisms based on the research of interconnection between consumer expectations and influencers' characteristics.

One of the objectives of this study is to demonstrate that effects can be achieved in both short (SR) and long run (LR) due to the influence of opinion leader individual characteristics. The attempt is made to determine the characteristics that have the most prominent impact on business and brand promotion in the context of perfumery and cosmetics retail. Findings will help the companies to choose the most effective strategy in regard to selecting influencers to collaborate with.

Literature review. Influence marketing is one of the most popular and widespread types of product promotion in modern conditions. Prevalence of new communication technologies and the use of the Internet in particular leads to the possibility of effective cooperation with opinion leaders for the purposes of advertising and promoting products. It is worth noting that opinion leaders cannot be considered mere sources of information since they can affect significantly

the way their audience thinks, forms opinions, takes actions and possibly changes its behavior.

Influence marketing is frequently discussed in the academic literature. Based on the analysis of the ScienceDirect database, the popularity of this topic can be revealed through the keyword search (influence marketing or opinion leader) of papers with the corresponding headlines (Figure 1).

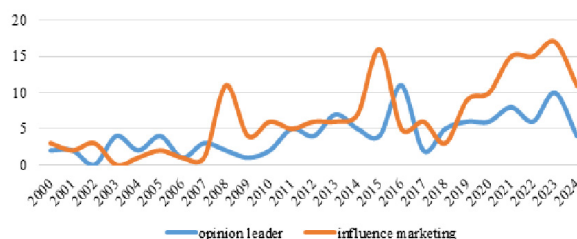


Figure 1 — The number of articles devoted to the topic of opinion leaders and influence marketing

The results of the search in the aforementioned database reveal that the popularity of the topic has been steadily increasing which is particularly noticeable after 2018. Approximately 43 % of publications over the period under review occur after 2018 for the keyword "opinion leader", 49 % – for the keyword "influence marketing".

First ones who proposed to consider the idea of influence marketing based on the concepts of social comparison and social influence were such authors as Katz and Lazarsfeld (2017) and Festinger (1954). Since 1970s, the topic under consideration has started to gain popularity among researchers. King and Summers (1970), for example, offered one of the outstanding works in this area, and influencers' self-awareness in regard to their role in shaping public opinions was taken notice of by Corey (1971).

By first researchers it was stated that it is the existence of common interests between audience and influencers that can become a decisive factor in the effectiveness of influence marketing (Katz & Lazarsfeld, 2017; King & Summers, 1970). Thus, influence marketing cannot be considered a mere information sharing. Moreover, Myers and Robertson (1972), for example, drew attention to the fact that opinion leaders can be influenced in a similar way as other representatives of an audience by other sources of information.

1990s were marked by the study by Chan and Misra (1990) who highlighted the importance of several characteristics inherent to opinion leaders such as specific knowledge, engagement, and active participation in public dialogue. In the following years more and more interest was taken by researchers in peculiarities of consumer behavior and its possible changes under the influence of opinion leaders (Weimann, 1994).

Nowadays collaboration with opinion leaders is a method of frequent occurrence in the practice of marketing and advertising. It allows companies to interact with great numbers of consumers. Usually, opinion leaders are those who operate online and tend to post content on various topics. They can perform

activities on various platforms and social networks on the Internet, from YouTube and Twitch to VK, Instagram, Twitter and many others. Their content often corresponds to a specific theme, and there is an opportunity to make information about a product or a brand a part of their published content. Although influencers can share any information on their own volition, companies can conclude contracts with them to include some specific promotional content in their posts. Moreover, some of the opinion leaders' influence can be also noticeable offline in case they became initially famous independently of the Internet (political figures, sportsmen, actors, etc.) or they have a tendency to participate in real-life meetings with their followers.

At the present time, the main tool of influence marketing is social media among other digital platforms on the Internet. The application of these platforms demonstrates a prominent effectiveness in terms of advertising and marketing measures which opens up the potential for their current and future use. Statistics can confirm this statement since among the world population, the Internet is used by 66 %, and users of social networks comprise about 62 % (Kemp, 2024). There are more and more users of social media in the world every year (Figure 2). This naturally leads to more frequent appeals to opinion leaders which is supported by the tendency of the Generation Z to spend a lot of time on the Internet and perceive information mainly through the prism of social networks.

The interest to the topic of influence marketing has been increasingly growing among researchers since the beginning of the 21st century. Over the period from 2000 to 2024 there can be found various articles proposing different approaches and concepts in regard to influence marketing and the possibilities of collaborating with opinion leaders in the most effective way based on their characteristics. Over this time many aspects of influence marketing were revealed and discussed including different types of classifications, the necessity to take into account cultural peculiarities, various ways to affect consumer behavior, mediatory and moderating effects of specific parameters, consumer intentions as indicators of the performance of influence marketing which can be manifested in different ways such as purchase intention, recommendation intention, further participation intention, etc.

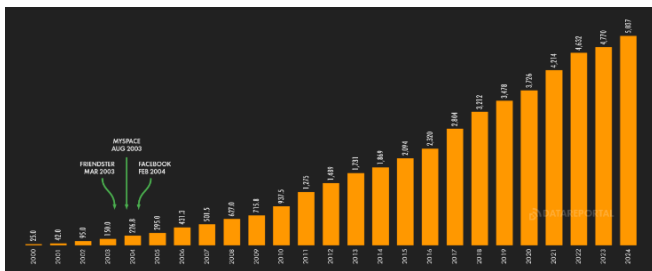


Figure 2 — Dynamics of social network users in 21st century (as of January 1, 2024), million people (Kemp, 2024)

Research on the topic of influence marketing and the varieties of variables used in the analyses in this field are quite diverse and can include different and controversial aspects. Systematic reviews compiled in

the relevant sphere of academic publications (Vrontis et al., 2021; Joshi et al., 2023; Hudders et al., 2023) can help to obtain a general comprehension of the domain under consideration.

There exist a great number of approaches to different aspects of influence marketing which signifies the complexity of this area and excess of different interpretations. For example, Joshi et al. (2023) after reviewing 96 relevant previous studies make a conclusion that there can be identified up to 46 individual theories describing the effect that can be achieved as a result of applying influence marketing.

A lot of new technologies emerging in the digital sphere lead to changes in the activities and types of opinion leaders operating online. These recent advancements include neural networks, artificial intelligence, blockchain technology, machine learning, etc. (Belanche et al., 2024).

It is worth noting a classification proposed by Bamakan et al. (2019) in relation to opinion leaders which is demonstrated in Figure 3. According to this approach, influencers can be classified based on different aspects of their activities such as coverage of their influence (whether they have small local audience or are able to affect followers throughout the world), knowledge domain (whether they post content devoted to single topic or multiple topics), behavior (which can be destructive or positive), time (whether changes in consumer behavior happen in the short run or in the long run).

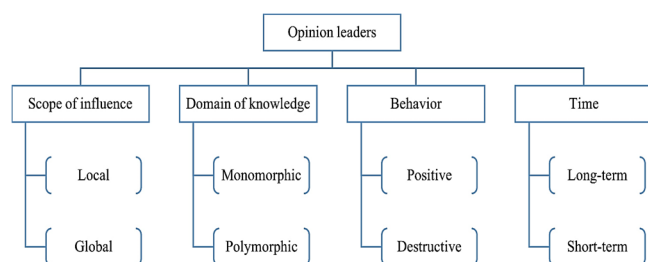


Figure 3 — Categorization of opinion leaders (Bamakan et al., 2019)

If a company seeks to use opinion leaders as part of brand or product promotion, it is advisable to thoroughly explore possible candidates with consideration of necessary investments and evaluation of future results of actions taken within the marketing strategy. The most significant qualities which are essential for a person to be considered an opinion leader were identified by Casalo et al. (2020). Among these qualities it is possible to highlight being an acknowledged expert in a specific field of activity and participating on a regular basis in the Internet communities and social networks being a part of ongoing communication and discussions.

It is also noted by researchers that quite significant proportion of academic studies belongs to the topic related to influencer characteristics which is usually discussed in connection to consumer behavior and amounts to about 25% in peer-reviewed academic papers (Vrontis et al., 2021). Characteristics can be divided into two groups: opinion leaders' attractiveness including their charisma, appearance, image, etc., and their proficiency in relaying necessary information regarding brands or products which should be reliable

and applicable (Al-Emadi & Yahia, 2020). After initial sharing of information by the opinion leader it can be further discussed by other Internet users, reposted and disseminated throughout the network. The example of Twitter demonstrates how this can be achieved through mentions, replies, or retweets which is shown in Figure 4.

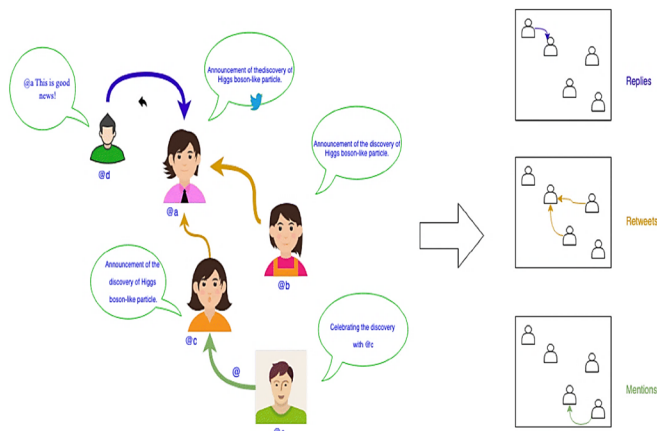


Figure 4 — Interactions among Twitter users (Rehman et al., 2020)

Despite the existence of a great number of advantages achieved through the initiatives of influence marketing, there can be also negative aspects of resorting to the promotion by means of opinion leaders. In this connection, researchers discuss the “dark” sides of influence marketing (Hudders & Lou, 2023). Negative implications that can affect social media users, for example, include the lack of mention that shared information on a product or brand is sponsored, possibility that promotional posts contain false or inaccurate data, as well as higher likelihood that young people are susceptible to believe promotional information without checking its reliability. Opinion leaders, in turn, can face consequences relating to loss of confidentiality, data privacy violations, being under excessive pressure leading to problems with mental health, insufficient conditions of labor protection in case of blogging activities. There are also a great number of nuances related to the peculiarities of marketing initiatives as well which should be taken into account by marketing experts. For example, values and perception of various standards (beauty or social attractiveness) can vary depending on the region of culture of the representatives of the audience, and all these details can affect the effectiveness of marketing activities. That is why similar sets of opinion leader characteristics can affect the performance of influence marketing differently for different audiences.

Consumer opinion should be considered as the parameter which is affected first by the activities of opinion leaders. If an opinion leader is held in respect by his audience, if he is believed to be reliable and trustworthy, then consumer opinion can be created or changed more easily in regard to the products which he shares information about. Then, after the consumer opinion took a certain shape under the impact of the opinion leader’s content, it can cause specific reactions such as intention to recommend the product or brand to other people or to buy the recommended product (Casaló et al., 2020).

That said, the effect achieved by influence marketing can have certain time frames. Thus, marketing initiatives in this context can be effective either in the long run or in the short run (Bamakan et al., 2019).

If promotional information provided by the opinion leader provoked consumer’s interest, which means it created a favorable opinion about brand or product, the consumer can become ready to perform a necessary activity in regard to advertised product. Thus, it can lead to the intention to buy this product, whether at the present time or in some period ahead. The opinion leader can stimulate this intention by providing a direct link to the online store, as well as by offering a discount. At the same time, the consumer can express the intention to share the acquired information about the product with other people (López et al., 2022).

The effect described above can only be valid for a short time, which will result in a loss of interest in brand after a single purchase. This is a short-term approach to building influence marketing strategy. Long-term approach is aimed at provoking a stable interest among the audience which further will cause the formation of brand loyalty (Cain, 2022). In any case, effectiveness of marketing initiatives depends on the audience attitude towards the opinion leader.

Brand loyalty is quite a widespread notion within influence marketing discourse which often serves for identification of marketing effectiveness among other things. According to Jun and Yi (2020), brand equity comprises a lot of elements, but brand loyalty can be considered a focal point among them being responsible for interaction with consumers in the long run. This statement demonstrates that this parameter should serve as an indicator of long-term effect achieved in the process of implementation of marketing strategy.

For the purposes of achieving the highest effectiveness of collaboration with opinion leaders, it is advisable to pay attention to effects achieved in both short run and long run.

It is necessary to note that opinion leaders can be characterized by different qualities and traits. In the framework of this study, attractiveness, content quality, credibility, and product congruence with a consumer will be considered as the most prominent characteristics of influencers based on the literature review.

The most remarkable studies discussing the mentioned characteristics in the context of influence marketing are presented in Table 1.

Table 1
Studies devoted to opinion leader characteristics

Study	Theories and concepts	Methods	Main results
Opinion Leader Attractiveness			
Sokolova & Kefi (2020)	The source trust model	Survey of 1209 women who are social media users in France / PLS	A positive impact is observed caused by physical attractiveness in relation to intention to buy a product, which affects it indirectly through the parameter of trust
Sakib et al. (2020)	Theory of parasocial	Survey of 356 students /	A positive impact is observed caused by

	relations; theory of social comparison	PLS-SEM; mediation analysis	physical attractiveness in relation to intention to comply which affects it indirectly through the parameter of parasocial relationships
Torres et al. (2019)	Theory of transfer; model of the transfer of meaning	Survey of 307 followers of digital opinion leaders / PLS- SEM	A positive impact is observed caused by attractiveness (manifested through parameters of recognition and sympathy) in relation to intention to buy a product and formation of brand attitude
Akhtar et al. (2024)	The theory of reliability of sources	274 respondents / three experiments; single-factor analysis of variance	The existence of considerable impact is observed in relation to client behavior and interaction caused by influencer's attractiveness manifested through audiovisual experience of users
Masuda et al. (2022)	Theory of parasocial relationships	Survey of 313 YouTube users / PLS- SEM	A positive impact is observed caused by physical attractiveness in relation to intention to buy a product which affects it indirectly through the parameter of parasocial relationships
Content Quality			
Casaló et al. (2020)	Theory of social influence	Survey of 808 Instagram participants / PLS-SEM	There is no effect caused by perceived content quality in relation to opinion leadership of the influencer
Al-Emadi & Yahia (2020)	There is no special theory	32 interviews / thematic content analysis	One of the main characteristics serving for attracting audience should be considered content quality manifested through its attractiveness, utility, and variety
Barta et al. (2023)	Improvement likelihood model; SOR model	109 subscribers of TikTok / PLS- SEM	There is an impact caused by content quality observed in relation to hedonistic client experience and opinion leadership
Dabbous & Barakat (2020)	The SOR model	392 Facebook users / PLS SEM	There is an impact caused by content quality observed in relation to interaction with younger users
Lou & Yuan (2019)	Theory of social influence	Online survey / PLS-SEM	There is an impact caused by content quality observed in relation to the parameter of trust
Opinion Leader Credibility			
Schouten et	Theory of	Two	Promotional

al. (2021)	product placement	experiments (surveys of 131 and 446 celebrities and influencers) / ANOVA, correlation and regression analysis, mediation analysis	effectiveness depends on the type of influencer through mediation of the parameter of credibility
Sokolova & Kefi (2020)	The source trust model	Survey of 1209 women who are social media users in France / PLS	There is an impact caused by credibility in relation to intention to buy a product
Sakib et al. (2020)	Theory of parasocial relations, theory of social comparison	Survey of 356 students / PLS-SEM; mediation analysis	There is an impact caused by credibility in relation to intention to comply indirectly through the parameter of parasocial relationships
Reinikainen et al. (2020)	Theory of parasocial relationships	Survey of 309 Snapchat users / PLS- SEM	There is an impact caused by credibility in relation to intention to buy a product
Al-Emadi & Yahia (2020)	There is no special theory	32 interviews / thematic content analysis	Brand credibility can be considered a factor necessary for forming intentions of consumers
Product Congruence			
Kim & Kim (2021)	Theory of reactivity; theory of congruence	185 Amazon Mechanical Turk consumers / PLS	There is an impact caused by product congruence in relation to brand attitude and acknowledgement of promotional information
Shan et al. (2020)	Theory of parasocial relationships	312 WeChat users / PLS	High level of similarity between influencer's image and the ideal in the perception of consumers leads to higher effectiveness of influence marketing
Xu & Pratt (2018)	The theory of self- congruence	Survey of 251 WeChat and Weibo users / PLS	There is an impact caused by the congruence between audience and an opinion leader in relation to attendance intention
Argyris et al. (2020)	Similarity Attraction Model	30 opinion leaders and 900 subscribers / Ensemble method; Poisson regression	There is an impact caused by correspondence of promoted product with image of influencer related to engagement of the audience
Belanche et al. (2021)	Cognitive dissonance theory	372 subscribers of Zoella	There is a significant impact caused by congruence observed between the image of promoted product, representatives of the audience and influencers

These particular characteristics are quite frequently discussed in the academic literature, which is why, among other things, they were chosen for the analysis. At the same time, there is a lack of data regarding their consideration under the conditions of Russian markets. They will be described in more detail further.

Attractiveness in respect to opinion leaders can be in general characterized as “the degree to which the facial features of a stimulating person are pleasant to observe” (Wiedmann & Von Mettenheim, 2020). This definition refers to looks and physical description of influencers which can be of great significance for the target audience, especially if the first impression is being shaped or if it is a perfumery and cosmetics market since its products are directly related to person’s appearance. At the same time, attractiveness can be manifested also in terms of social interactions and charisma.

It is noted by some researchers that good physical description can affect public opinion about some other qualities of influencers, for example, attractive appearance can be the reason why this person is perceived as more competent, reliable, or knowledgeable (Masuda et al., 2022). Thus, such people can have more prominent influence on their target audience since they have better chances to convince consumers while sharing some information on brands or products.

Influencers’ attractiveness can also be manifested in their ability to connect with their followers emotionally. This phenomenon can be called social attractiveness. Such ability can contribute to a deeper attachment of the audience to this opinion leader on the emotional level and become the reason of their loyalty and reliance on him. This, in turn, can lead to higher credibility of the opinion leader and better chances on his part to affect consumer opinion in the necessary way.

Thus, it is possible to hypothesize that attractiveness of the opinion leader can be a significant factor in managing consumer opinion:

H1: Opinion leader attractiveness affects consumer opinion.

The quality of the content posted by the opinion leaders is believed to be one of the most significant indicators of their performance, particularly is it is bloggers are under discussion. Thus, high quality of text messages as well as published photos and videos, attractive design of individual posts and profile pages in general with frequent inclusion of brand mentions can be one of the reasons for success of blogs devoted to fashion themes, as well as the recognition of bloggers as reliable and reputable sources of information. General attractiveness of published content which is achieved through high quality of all its elements can be a significant contribution to attracting and retaining followers for opinion leaders (Casaló et al., 2020).

Content quality can be also represented through other aspects of content offered by opinion leaders. This includes the style of presenting information, information depth and volume, degree of expression of emotions in opinion leader’s posts. All mentioned factors can be significant for opinion leader’s performance. As Casaló

et al. (2020) note, content quality has a significant effect on the successfulness of opinion leaders operating on social media.

Based on the aforementioned information, content quality should have significant influence on consumer opinion:

H2: Content quality affects consumer opinion.

Opinion leader credibility is also believed to play a significant role in influence marketing since authentic promotional information tends to shape positive opinions about the advertised products, while untrustworthy messages can lead to resentment and negative attitudes therefore harming the brand image (Balaji et al., 2021). It is worth noting that brand credibility is less significant for managing consumer opinion than promotional message credibility. Thus, if opinion leaders share information which is perceived and credible and trustworthy, not only it leads to potential purchase intentions but also stimulates parasocial relationships on the part of their followers. Therefore, credibility has a direct effect on the fact whether the audience is willing to trust and follow opinion leaders or not.

In this regard, opinion leader credibility is hypothesized to have a significant effect on consumer opinion:

H3: Opinion leader credibility affects consumer opinion.

The concept of product congruence is manifested in the fact that, as it is noted by Belanche et al. (2021), consumers usually tend to form their opinions and attitudes based on the product image that was advertised and the image of themselves, i.e., the features of their self-identification. Thus, depending on how consumers perceive themselves, they tend to have a better opinion about the product if it corresponds better to their self-image. Emotional commitment and unpremeditated purchases can be some of the effects caused by product congruence.

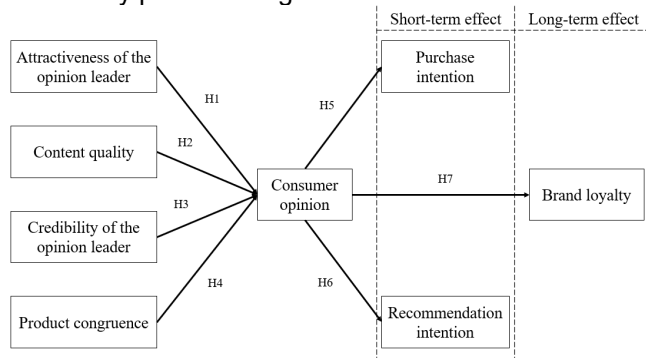


Figure 5 — The conceptual model of the study

Therefore, product congruence can possibly be one of the significant factors affecting consumer opinion:

H4: Product congruence affects consumer opinion.

At the next step, intention to buy an advertised product and intention to recommend it to other people as short-term effects and brand loyalty as a long-term effect are hypothesized to be shaped under the influence of consumer opinion built previously:

H5: Consumer opinion affects purchase intention acting as short-term effect of influence marketing.

H6: Consumer opinion affects recommendation intention acting as short-term effect of influence marketing.

H7: Consumer opinion affects brand loyalty acting as long-term effect of influence marketing.

The conceptual model of the study is shown in Figure 5 with the inclusion of the hypotheses put forward above:

Further statistical analysis will be based on this scheme and aimed at testing the research hypotheses.

Methods and data. For the purposes of testing the formulated hypotheses, the survey of the L'Etoile's consumers was used. The company under analysis takes a large share of the Russian market of perfumery and cosmetics products, and its financial performance is demonstrated in Figure 6. The revenue of L'Etoile has been increasing with a growth rate of 10 % every year, cost of sales has been decreasing with a reduction rate of 23.9 % every year, net profit has been increasing with a growth rate of 13 % every year during the recent decade.

The strategy applied by L'Etoile is aimed at interacting with company's clients through various channels (both offline and online) consistently and simultaneously. This strategy is called One Retail. The main objective of such approach is to improve client experience in general.

Family business, customer-centricity in everything, transparent partnership, honesty and integrity are the main values of the company under consideration.

Currently, the main objectives L'Etoile's business include expanding the system of stores, selling its products (especially exclusive ones), achieving the high service quality, developing new design of its physical stores.

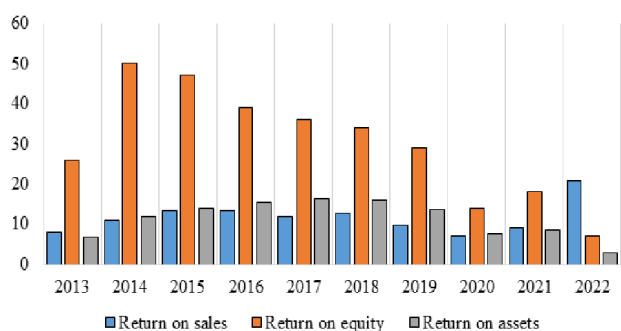


Figure 6 — L'Etoile's financial performance, %
Source: compiled by the authors based on the study by the Skolkovo Institute (Strelova, 2023)

At the same time, L'Etoile increases its attention to the promotion through social networks, the key metrics of which are presented in Table 2. Up until recently, the company mainly relied on posting short videos on one of the currently banned in Russia social networks where its account had 3.2 million followers, as well as posting photos and other content on VK and Odnoklassniki. Changed conditions of working with the audience on the social media became one of the reasons for the necessity to find new ways of attracting consumers.

Table 2
Statistics of L'Etoile's accounts on social networks

Internet Platforms	Number of Subscribers, thousand	Number of Videos, thousand	Number of Photos, thousand	Number of Posts, thousand
TikTok	3 200	0.3	—	—
VK	510	2	—	0.2
Telegram	188	1	8	4
Odnoklassniki	63	2	21	13
YouTube	18	0.5	—	—

Source: compiled by the authors based on open data from social media

Apart from managing its own accounts on social media, L'Etoile also collaborates with various bloggers, paying them about 15 % of the sum ordered through the blogger after he shared with his audience information on company's product. The opportunity to make an order is achieved by affiliate links or promotional codes provided by bloggers after posting a video, a photo or other types of content.

The data obtained through the survey were used to test the research hypotheses. The survey was conducted among the L'Etoile's followers who were subscribed to three opinion leaders advertising the company's products.

The structure of the content of the questionnaire created for the purposes of the data collection is presented in Table 3. The questions used in the survey were based on the examples taken from the existing literature on the relevant topic (Dabbous & Barakat, 2020; Wiedmann & Von Mettenheim, 2020; Belanche et al., 2024; etc.) with necessary adaptation for the Russian conditions.

The answer for each question was evaluated based on Likert scale from one to five points depending on the degree to which a respondent agrees with the statement.

The data were collected in May 2024 through the online survey. The size of the sample was chosen based on the previous research discussed earlier in the literature review. Thus, the average size of representative sample was 407 observations.

Table 3
General structure of the questionnaire used for the data collection

Semantic Block	Number of Questions
Sociodemographic Block	5
Content Quality	5
Attractiveness of the Opinion Leader	5
Credibility of the Opinion Leader	5
Product Congruence	5
Consumer Opinion	5
Recommendation Intention	2
Purchase Intention	2
Brand Loyalty	3
Total	37

It was decided to rely on several criteria in order to use the answers obtained from the respondents in the final analysis. Thus, the participant of the study must:

- have been of legal age;
- have had an experience with buying (through any channels) and using the company's products;
- have bought online a product from the company at least once;

– have spent at least 2 minutes for completing the entire questionnaire (about 5 seconds per question in the blocks referring to the opinion leaders and consumer behavior).

After the unsuitable answers were excluded, there were 412 respondents left in the final sample. It is possible to say that, based on the previous research, the given sample can be considered representative.

There is a lack of uniformity among the representatives of the sample. For this reason, respondents can have diverse views regarding the products promoted by the company and their quality. The perspectives on offered products and attitudes regarding them can vary depending on the goals of their potential use as well as other factors such as preferences related to different regional features or cultural experiences. Age can be a decisive factor as well since it often defines the end goals and character of cosmetics and perfumery application by consumers. There is also a high probability of the sample being mostly represented by female respondents since it is typical of the market under consideration.

For the purposes of statistical analysis PLS-SEM is applied in this study. This method is able to be used for evaluating quite complex models with inclusion of a number of constructs while not requiring definite assumptions in regard to data distribution. This method of data analysis is considered to be one of the most effective tools in this sphere enabling researchers to work with models aiming at identifying causal relationships, thus leading to determining and predicting various patterns and links observed between analyzed variables (Hair et al., 2019). High statistical power is inherent in this analysis method which is why PLS-SEM is usually expected to identify the existence of significant connections between different parameters with a high accuracy. It has been gaining popularity among researchers since 2010s and is particularly valued for its ability to work with developing or incomplete theories as signified by academic literature (Zeng et al., 2023).

This study is going to use two theoretical models in combination; therefore, PLS-SEM is supposed to be effective due to granting opportunities for assessing models having cause-effect relations which are clearly pronounced. Equations which establish the connection between consumer opinion, opinion leader characteristics and possible outcomes of influence marketing initiatives, are presented below (Formulas 1-4).

$$CO_i = \beta_0 + \beta_1 CQ_i + \beta_2 AOL_i + \beta_3 COL_i + \beta_4 PC_i + X_i + \varepsilon_i, \quad (1)$$

$$PI_{ij} = \beta_0 + \beta_1 CO_i + X_i + \varepsilon_i, \quad (2)$$

$$RI_{ij} = \beta_0 + \beta_1 CO_i + X_i + \varepsilon_i, \quad (3)$$

$$BL_{ij} = \beta_0 + \beta_1 CO_i + X_i + \varepsilon_i, \quad (4)$$

where: CO_i — consumer opinion; PI_{ij} — purchase intention; RI_{ij} — recommendation intention; BL_{ij} — brand loyalty; CQ_i — content quality; AOL_i — attractiveness of the opinion leader; COL_i — credibility of the opinion leader; PC_i — product congruence; β — coefficients defining the dependent variable; X_i — vector of control variables (gender, age, income level,

etc.); ε_i — model errors (random term).

Table 4 presents the description of the parameters used in the model.

Table 4
Description of variables

Variables	Code	Description of variables
DEPENDENT VARIABLES		
Brand loyalty	BL	The effect reached by means of marketing activities in the long run consisting in the inclination of consumers to consistently interact with the same brand
Recommendation intention	RI	The effect reached by means of marketing activities in the short run consisting in the inclination of consumers to advice other people to buy a product
Purchase intention	PI	The effect reached by means of marketing activities in the short run consisting in the inclination of consumers to buy a promoted product
INDEPENDENT VARIABLES		
Content quality	CQ	The way how the information is presented by an opinion leader and how easy and enjoyable it is to perceive this information for users
Attractiveness of the opinion leader	AOL	How an opinion leader is perceived by users in terms of his appearance, sociability, and charisma
Credibility of the opinion leader	COL	How an opinion leader is perceived by users in terms of reliability and trustworthiness
Product congruence	PC	Whether the image of the promoted product corresponds sufficiently to the consumer's self-image
Consumer opinion	CO	Consumer's personal evaluation directed at the promoted product or brand
CONTROL VARIABLES		
Gender	GEN	Binary variable (male — 1; female — 0).
Age	AGE	18-30; 31-45; 46-60; older than 60.
Education	EDU	Levels of education according to Federal Law "On Education" No. 273.
Income	INC	From 10 to 20 thousand rubles per month; from 20 to 40 thousand rubles per month; from 40 to 60 thousand rubles per month; from 60 to 80 thousand rubles per month; from 80 to 100 thousand rubles per month; from 100 to 200 thousand rubles per month; more than 200 thousand rubles per month.
Type of employment	TOE	Student; employee; self-employed; freelancer; retired; not working.
Time spent on social media	TSM	Less than 1 hour per day; from 1 to 2 hours per day; from 2 to 4 hours per day; from 4 to 6 hours per day; from 6 to 8 hours per day; more than 8 hours per day.

PLS-SEM model should be verified to make the statistical analysis sufficiently reliable. Factor analysis is applied, and composite reliability (CR), convergent validity (CV), and discriminant validity (DV) are calculated and verified to make sure that the model under analysis is reliable. CV measures the degree to which different indicators of the same construct are consistent within the framework of PLS-SEM, DV shows how clearly the constructs differ from each other. In addition, several tests are used to verify the model, namely:

– Root mean square error of approximation (RMSEA) which evaluates the approximation of the model to the ideal data quality.

– Standardized root mean square residual (SRMR) which measures the average deviation of the observed correlations from the model ones.

- The Tucker–Lewis index (TLI) which compares the model with the null model, given the complexity of the model.

- The comparative fit index (CFI) which evaluates the quality of the fit of the model by comparing it with the basic null model.

The methods of research applied in this study generally correspond to those found in the relevant academic literature and are aimed at exploring a special case of the company under consideration.

Results. The main indicators relating to the demographic profile of the respondents are demonstrated in Table 5.

It is possible to identify a typical representative of the collected observations based on the data analysis. It is a woman between the ages of 18 and 30, with a bachelor's degree, who works in an official job and spends from 2 to 4 hours a day on the Internet. Such a result is the evidence of consistency with the general logic of the research since it was expected that women are the main consumers of this type of products (perfumery or cosmetics).

Table 5
Demographic profile of the respondents

Control variables	N = 412	%
Gender		
Male	31	7.5
Female	381	92.5
Age		
18-30	217	52.7
31-45	141	34.2
46-60	34	8.3
over 60	20	4.9
Education		
Basic	5	1.2
Secondary	3	0.7
Secondary vocational	14	3.4
Bachelor	254	61.7
Specialist or master	117	28.4
Postgraduate	19	4.6
Income		
From 10 to 20 thousand rubles per month	2	0.5
From 20 to 40 thousand rubles per month	7	1.7
From 40 to 60 thousand rubles per month	23	5.6
From 60 to 80 thousand rubles per month	157	38.1
From 80 to 100 thousand rubles per month	111	26.9
From 100 to 200 thousand rubles per month	65	15.8
More than 200 thousand rubles per month	47	11.4
Type of employment		
Student	67	16.3
Employee	224	54.4
Self-employed	27	6.6
Freelancer	24	5.8
Retired	25	6.1
Not working	45	10.9
Time spent on social media		
Less than 1 hour per day	7	1.7
From 1 to 2 hours per day	27	6.6
From 2 to 4 hours per day	281	68.2
From 4 to 6 hours per day	57	13.8
From 6 to 8 hours per day	19	4.6
More than 8 hours per day	21	5.1

Main results acquired by means of PLS-SEM method are demonstrated below.

Usually, when resorting to statistical analysis, researchers tend to choose a specific significance

value. Current analysis will be conducted with 5 % level in view also accepting the values of 1 % and 10 % for consideration as it is demonstrated in Table 6.

Table 6
Designations of significance levels

Level α		Sign	Symbolic designation of the bond strength
Percentage expression	Decimal notation		
1 %	0.01	<	*
5 %	0.05	<	**
10 %	0.1	<	***

At the initial stage of the analysis the effect was evaluated made by opinion leader characteristics on consumer opinion which is shown in Table 7 below. The arrows in the first column demonstrate the direction of cause-effect relation between variables. Regression model coefficients are shown in the next column. Standard errors are presented in the table to assess how accurately sample data are reflected through the average values. The t-values contained in the fourth column statistically evaluate existing differences between groups. Finally, p-values are the probabilities indicating the chance of the null hypothesis concerning the equality of groups being confirmed or rejected by mistake.

The likelihood of insignificance of the potential differences observed between the two groups is shown through p-value. This likelihood is observed under the assumption that the null hypothesis is not rejected. The foundations for the null hypothesis being rejected are the more prominent the lower the p-value. The likelihood of the type I error signifying the wrongful rejection of the null hypothesis is designated by α , a level of significance the value of which most commonly amounting to 0.05. This value is taken due to the fact that in the normal distribution about five percent of observations generally deviate from the mean abnormally.

Table 7
Relationships between opinion leader characteristics and consumer opinion according to the PLS-SEM analysis

Structural connection	Coefficient	Standard error	t-values	P-value
CQ ---> CO	0.342***	0.064	5.329	0.00
AOL ---> CO	0.303***	0.095	3.195	0.00
COL ---> CO	0.157**	0.073	2.148	0.03
PC ---> CO	0.212**	0.103	2.067	0.04

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

PLS-SEM analysis made it possible to conclude that consumer opinion is definitely under the significant influence of all the variables under consideration. Content quality is characterized by the most prominent impact (with the coefficient value of 0.342 and p < 0.01) while credibility (significance level of 0.03) and attractiveness (significance level of 0.00) demonstrate quite significant impacts as well. Product congruence can be considered to have the least prominent influence on consumer opinion among other variables under discussion, however its impact still remains significant. Therefore, the analysis reveals the existence of statistically significant effect caused by all given parameters on consumer opinion.

Next, short-term effects and long-term effects are explored separately in regard to changes in consumer opinion under the influence of opinion leader characteristics which is further shown in Table 8.

Table 8
Relationships between consumer opinion and marketing results according to the PLS-SEM analysis

Structural connection	Coefficient	Standard error	t-values	P-value
CO ---> PI	0.192**	0.087	2.208	0.03
CO ---> RI	0.337***	0.076	4.414	0.00
CO ---> BL	0.209**	0.082	2.552	0.01

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

Based on the analysis results it was concluded that all three effects under consideration are under the significant influence of the consumer opinion variable. Most noticeably consumer opinion affects the intention to recommend the product to others with coefficient value 0.337 and significance value 0.00. The relationship is also significant for intention to buy the product (with coefficient value 0.192) and for brand loyalty (with coefficient value 0.209), the latter of which signifies the effect manifested in the long run. Thus, it is possible to conclude that influence marketing can achieve both short-term and long-term advantageous effects through the formation of the positive consumer opinion.

At the next stage of the analysis there is a testing of PLS-SEM model. The methodology of evaluating discriminant validity can take various forms according to existing research on the relevant topic. Most often scholars tend to apply approaches based on evaluating either correlations or model fit. The average variance extracted (AVE) method is chosen over the shared variance (SV) obtained from factor correlations.

The general classical formula offered by Fornell & Larcker (1981) which introduces the principles of assessing the parameter of discriminant validity is presented below (Formulas 5-6).

$$AVE = \frac{\sum_{i=1}^k \lambda_i^2}{\sum_{i=1}^k \lambda_i^2 + \sum_{i=1}^k \sigma_{\epsilon_i}^2} \quad (5)$$

$$CR = \frac{(\sum_{i=1}^k \lambda_i)^2}{(\sum_{i=1}^k \lambda_i)^2 + \sum_{i=1}^k \sigma_{\epsilon_i}^2} \quad (6)$$

The results were analyzed for the reliability.

First of all, an assessment of the factor loading was carried out in accordance with the developed questionnaire.

Table 9
Factor assessment of the validity of the regression model

Variable	1	2	3	4	5	CR	AVE
CQ	0,76	0,80	0,74	0,78	0,70	0,85	0,65
AOL	0,83	0,86	0,83	0,75	0,80	0,90	0,75
COL	0,74	0,79	0,89	0,89	0,78	0,89	0,70
PC	0,79	0,84	0,74	0,77	0,80	0,88	0,69
CO	0,72	0,86	0,73	0,73	0,83	0,87	0,67
BL	0,71	0,79	—	—	—	0,85	0,65
RI	0,70	0,78	—	—	—	0,84	0,63
PI	0,85	0,81	0,78	—	—	0,86	0,68

The results showed that all factor loadings are within the limits of the chosen composite reliability (CR) norm (> 0.7), therefore, all factors and their elements can be used in the analysis.

Next, the DV and CV were tested. All the obtained values of AVE and CR (composite reliability) were within the normative limits (Tables 9-10).

Table 10
Correlation matrix

\sqrt{AVE}	CQ	AOL	COL	PC	CO	BL	RI	PI
CQ	0,81							
AOL	0,70	0,87						
COL	0,71	0,69	0,84					
PC	0,73	0,70	0,72	0,83				
CO	0,74	0,69	0,71	0,71	0,82			
BL	0,73	0,72	0,72	0,69	0,71	0,81		
RI	0,72	0,69	0,73	0,72	0,69	0,69	0,79	
PI	0,69	0,74	0,74	0,71	0,74	0,72	0,73	0,82

Note: the diagonal of the table reflects \sqrt{AVE}

A number of tests were also carried out, which showed that the applied model is viable (Table 11).

Table 11
Model suitability: test result

Test	Actual value	Acceptable value
RMSEA	0,032	$\leq 0,05$
SRMR	0,05	$\leq 0,09$
Tucker–Lewis Index (TLI)	0,96	$\geq 0,9$
Comparative Fit Index (CFI)	0,98	$\rightarrow 1$

Thus, by aggregating the results obtained, it is possible to summarize the results of hypothesis testing (Table 12).

Table 12
Results of testing the research hypotheses

	Hypothesis	Structural connection	Testing result
H1	Opinion leader attractiveness affects consumer opinion	AOL ---> CO	Not rejected
H2	Content quality affects consumer opinion	CQ ---> CO	Not rejected
H3	Opinion leader credibility affects consumer opinion	COL ---> CO	Not rejected
H4	Product congruence affects consumer opinion	PC ---> CO	Not rejected
H5	Consumer opinion affects purchase intention acting as short-term effect of influence marketing	CO ---> PI	Not rejected
H6	Consumer opinion affects recommendation intention acting as short-term effect of influence marketing	CO ---> RI	Not rejected
H7	Consumer opinion affects brand loyalty acting as long-term effect of influence marketing	CO ---> BL	Not rejected

The result can be visualized on the conceptual model proposed earlier (Figure 7).

There was a confirmation found for all the hypotheses based on the analysis results. Though the impacts caused by the variables under study were not the same (some were stronger while others were weaker), all of them were proved to be significant.

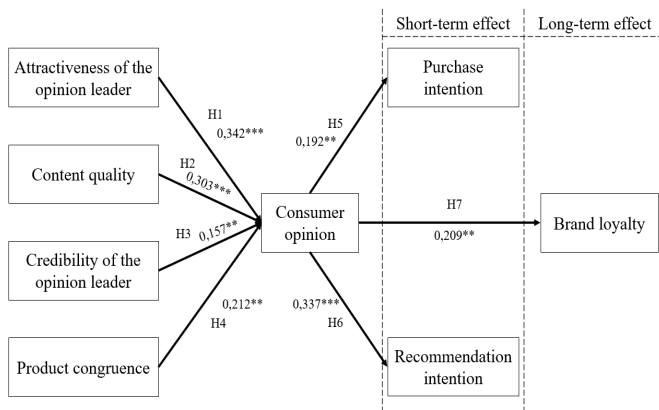


Figure 7 — The conceptual model of the study and testing results

Discussion. One of the objectives of L'Etoile's strategy is to use the consideration of Russian market and consumers' specific features in planning future marketing actions. This includes all scope of initiatives such as formulating slogan and maintaining the interaction with clients through all available channels. Despite these measures, there are still some problems in building marketing strategy faced by the company.

First, there is a lack of thorough selection of opinion leaders for the purposes of influence marketing on social media. In particular, the company does not take into consideration the opinion leader characteristics which can be most suitable for the marketing campaign. Moreover, there is a lack of attention paid to the opportunity to use online reviews prepared by the bloggers in the cosmetics and perfumery domain.

Second, the digital technologies applied by L'Etoile do not take into consideration the possibility of achieving the effect of marketing initiatives in the long run. Moreover, opinion leader characteristics are not considered currently as a part of strategy to manage consumer opinion while there is a convenient opportunity to analyze them by means of digital technologies.

Third, there is a lack of differentiation among the target consumers. L'Etoile mostly has knowledge on the indicators related to the demographic profile of its target audience while the implementation of the One Retail strategy requires additional efforts in collecting data and familiarizing with consumers. For example, the values of consumers have not been studied sufficiently although they can have a critical impact on the success of marketing initiatives.

Fourth, while L'Etoile is recognized throughout the country and has a great number of followers on social media, the company does not pay enough attention to managing user experience. There are no communities the activities of which are aimed at gathering consumers who would like to discuss their own experience in interacting with the company or its products or to address employees or representatives of L'Etoile with questions or suggestions.

Based on the above stated it can be seen that L'Etoile's presence on social media is mainly limited to mere observation without direct interaction with consumers through contests or other activities.

Results obtained in the process of this research

indicated the necessity to pay attention to several individual characteristics of influencers since they positively affect consumer opinion, which forms the solution for the initial research question (RQ1). These characteristics include influencers' credibility, attractiveness, product congruence, and content quality.

The next research question (RQ2) can be answered in such a manner that there are three ways consumer opinion is able to affect consumer behavior: by way of stimulating intentions to recommend or to purchase the product in the short run, and by way of shaping brand loyalty among consumers in the long run.

L'Etoile seeks to expand awareness and increase the indicator of brand loyalty by means of collaborating with opinion leaders on social media and stimulating the trust among Internet users. Additional effectiveness in this case can be achieved if the characteristics of influencers which represent their ability to emotionally connect with the audience are taken into consideration.

In case of the Russian market of cosmetics and perfumery not only credibility of opinion leaders should be considered a crucial characteristic for the further marketing initiatives, but also the quality of the published content since it both draw attention of potential consumers and allows the company to make a statement about brand values in a comprehensible way. This can make it possible to attract and retain consumers more effectively which can potentially offset the negative marketing consequences of some of the social networks becoming unavailable due to their ban on the territory of Russia.

Product congruence is also a parameter worth considering for the purposes of future marketing campaigns. Since it signifies the level of similarity between consumer's self-image and the image of the product, it is possible to select such opinion leaders whose followers demonstrate greater compatibility with promoted products in terms of values and image.

Ultimately, answering the final research question (RQ3), it is possible to claim that all the characteristics of opinion leaders discussed in this article play a significant role in shaping consumer opinion, and, therefore, the company should take all four of them into account when building a marketing strategy.

In general, the results of this study are consistent with the ones previously achieved in existing research. At the same time, there are some limitations which should be considered in order to interpret these results in the least biased way possible.

First of all, it is necessary to keep in mind the sample size and bias observed in it. While there was a possibility to collect a greater number of observations, it was decided to follow the examples of previous research with approximately similar sample sizes which should have been enough to make the sample representative. Moreover, there is a bias observed in the sample since the main part of its participants are women. This, however, can be explained by the peculiarities of the cosmetics and perfumery retail the products of which are mostly popular among women. In addition, the survey was conducted solely on the territory of Russia, therefore, there are limited

opportunities of applying the results to other countries or cultures.

PLS-SEM method used for the purposes of the data analysis is also should be considered as one of the limitations. One of the reasons for this is that SEM is often considered by researchers dubious in terms of specification and evaluation of interaction conditions, and academic literature sometimes contains statements that it is inefficient. At the same time, in the domain of influence marketing the aforementioned method is recognized as one of the most frequently used for the purposes of the data analysis, and possible explanation of the results should be conditional on each individual case.

The choice of perfumery and cosmetics market is one of the limiting factors as well. Since one specific market was chosen for this research, it is not quite possible to apply the results to any other industries and sectors.

Another possible limitation can consist in the lack of possibility to make a comparison between the results obtained now and the results observed previously in the Russian market which denies the opportunity to observe dynamics of consumer behavior on a consistent basis.

Among other things, external factors were not considered as part of this study although they are able to significantly affect consumer behavior. Such factors can be related to political background, business environment, social settings, competitors' activities, etc.

All in all, following previous research in this field, this study continues trying to understand the peculiarities of opinion leader characteristics in regard to managing consumer opinion and, therefore, consumer behavior. A valuable insight into the potential significance of opinion leaders' credibility, attractiveness, product congruence, and content quality in the context of marketing initiatives both in the short run and in the long run was offered acting as a new contribution to the existing literature on this topic.

Conclusion. Exploring whether consumer behavior can be affected by specific opinion leader characteristics in the context of the Russian perfumery and cosmetics market was the objective of this study. Based on the finding of the literature review it was decided to make an emphasis on four characteristics, namely opinion leaders' credibility, attractiveness, product congruence, and content quality. It was hypothesized that there is a positive statistically significant effect caused by given characteristics in relation to consumer opinion manifested both in the short run (intention to buy product or recommend it to other people) and in the long run (brand loyalty). To test the research assumptions, PLS-SEM analysis was applied for the purposes of verifying the conceptual model. The sample built in the process of the study included 412 Internet users subscribed to three opinion leaders and the accounts of L'Etoile on social media. The conceptual model was tested successfully since all the hypotheses put forward within this study were confirmed. The results obtained through the statistical data analysis were tested regarding convergent and discriminant validity, composite reliability, and with

application of several other tests which confirmed that the research model was valid and reliable.

In the final part of the study the problems in building marketing strategy faced by L'Etoile were indicated, and possible solutions for overcoming them were offered based on the previously conducted analysis. The only characteristic belonging to opinion leaders considered by the company before this study was conducted was appearance (physical attractiveness), and only the effects achieved in the short run were taken into account. This study offers a different approach, proving the existence of the advantageous long-term effect conditional upon careful consideration of opinion leader characteristics.

Evaluation of the Opinion Leader Characteristics Influence on Consumer Behavior in Perfumery and Cosmetics Retail

Kurovsky S.V., Mishin D.A., Ermakova N.M.

LLC "Higher School of Education", MGIMO University

JEL classification: B00, D20, E22, E44, L23, L51, L52, M11, M20, M30, Z33

Due to the growing importance of information technology and the increasing prevalence of influence marketing, the article raises the question of how the characteristics of an opinion leader can influence consumer behavior in the context of the Russian perfumery and cosmetics market. The goal of the study is to explore changes in consumer behavior and consumer perception under the influence of various qualities demonstrated by opinion leaders. To achieve this goal, the example of the company L'Etoile is discussed; attractiveness, quality of published content, degree of credibility and congruence of the product with the consumer were chosen as the main characteristics of opinion leaders. The study examined the change in consumer behavior among the target audience of L'Etoile under the influence of each of the given characteristics of opinion leaders. The research methodology included conducting a survey among the company's consumers and subsequent data analysis using the PLS-SEM method to determine possible reactions of users of social networks depending on different characteristics of opinion leaders. The analysis made it possible to assert that some manifestations of consumer behavior, such as brand loyalty and the intention to purchase a recommended product, significantly depend on the studied characteristics of opinion leaders. Thus, this study makes a contribution to the theoretical and conceptual understanding of the mechanisms of influence marketing, as well as offers information that may be useful in practice for companies that seek to improve the effectiveness of cooperation with opinion leaders in the framework of influence marketing. The results of the study clearly demonstrate the importance of taking into account the characteristics of an opinion leader when developing a brand promotion strategy and complement the existing academic literature on this topic.

Keywords: influence marketing, opinion leaders, characteristics of opinion leaders, consumer behavior, social media, promotion, perfumery and cosmetics.

References

1. Akhtar, N., Siddiqi, U. I., Gugnani, R., Islam, T., & Attri, R. (2024). The potency of audiovisual attractiveness and influencer marketing: The road to customer behavioral engagement. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 79, 1-12.
2. Al-Emadi, F. A., & Yahia, I. B. (2020). Ordinary celebrities related criteria to harvest fame and influence on social media. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 14(2), 195-213.
3. Argyris, Y. A., Wang, Z., Kim, Y., & Yin, Z. (2020). The effects of visual congruence on increasing consumers' brand engagement: An empirical investigation of influencer marketing on Instagram using deep-learning algorithms for automatic image classification. *Computers in Human Behavior*, 112, 1-15.
4. Balaji, M. S., Jiang, Y., & Jha, S. (2021). Nanoinfluencer marketing: How message features affect credibility and behavioral intentions. *Journal of Business Research*, 136, 293-304.
5. Bamakan, S. M. H., Nurgaliev, I., & Qu, Q. (2019). Opinion leader detection: A methodological review. *Expert Systems with Applications*, 115, 200-222.
6. Barta, S., Belanche, D., Fernández, A., & Flavián, M. (2023). Influencer marketing on TikTok: The effectiveness of humor and followers' hedonic experience. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 70, 1-12.
7. Belanche, D., Casaló, L. V., & Flavián, M. (2024). Human versus virtual influences, a comparative study. *Journal of Business Research*, 173, 1-11.
8. Belanche, D., Casaló, L. V., Flavián, M., & Ibáñez-Sánchez, S. (2021). Understanding influencer marketing: The role of congruence between influencers, products and consumers. *Journal of Business Research*, 132, 186-195.
9. Cain, P. M. (2022). Modelling short-and long-term marketing effects in the consumer purchase journey. *International Journal of Research in Marketing*, 39(1), 96-116.

10. Casalo, L. V., Flavián, C., & Ibáñez-Sánchez, S. (2020). Influencers on Instagram: Antecedents and consequences of opinion leadership. *Journal of business research*, 117, 510-519.
11. Chan, K. K., & Misra, S. (1990). Characteristics of the opinion leader: A new dimension. *Journal of advertising*, 19(3), 53-60.
12. Corey, L. G. (1971). People who claim to be opinion leaders: identifying their characteristics by self-report. *Journal of Marketing*, 35(4), 48-53.
13. Dabbous, A., & Barakat, K. A. (2020). Bridging the online offline gap: Assessing the impact of brands' social network content quality on brand awareness and purchase intention. *Journal of retailing and consumer services*, 53, 1-9.
14. Festinger L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human relations*, 7 (2), 117-140.
15. Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*, 18(1), 39-50.
16. Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European business review*, 31(1), 2-24.
17. Hudders, L., De Jans, S., & De Veirman, M. (2021). The commercialization of social media stars: a literature review and conceptual framework on the strategic use of social media influencers. *Social media influencers in strategic communication*, 24-67.
18. Joshi, Y., Lim, W. M., Jagani, K., & Kumar, S. (2023). Social media influencer marketing: foundations, trends, and ways forward. *Electronic Commerce Research*, 1-55.
19. Jun, S., & Yi, J. (2020). What makes followers loyal? The role of influencer interactivity in building influencer brand equity. *Journal of Product & Brand Management*, 29(6), 803-814.
20. Katz, E., Lazarsfeld, P. F., & Roper, E. (2017). *Personal influence: The part played by people in the flow of mass communications*. New York: Routledge.
21. Kemp, S. (2024, January 31). Digital 2024: global overview report. *DataReportal*. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>
22. Kim, D. Y., & Kim, H. Y. (2021). Influencer advertising on social media: The multiple inference model on influencer-product congruence and sponsorship disclosure. *Journal of business research*, 130, 405-415.
23. King, C. W., & Summers, J. O. (1970). Overlap of opinion leadership across consumer product categories. *Journal of Marketing Research*, 7(1), 43-50.
24. Lou, C., & Yuan, S. (2019). Influencer marketing: How message value and credibility affect consumer trust of branded content on social media. *Journal of interactive advertising*, 19(1), 58-73.
25. Masuda, H., Han, S. H., & Lee, J. (2022). Impacts of influencer attributes on purchase intentions in social media influencer marketing: Mediating roles of characterizations. *Technological Forecasting and Social Change*, 174, 1-12.
26. Myers, J. H., & Robertson, T. S. (1972). Dimensions of opinion leadership. *Journal of marketing research*, 9(1), 41-46.
27. Rehman, A. U., Jiang, A., Rehman, A., Paul, A., Din, S., & Sadiq, M. T. (2020). Identification and role of opinion leaders in information diffusion for online discussion network. *Journal of Ambient Intelligence and Humanized Computing*, 1-13.
28. Reinikainen, H., Munnukka, J., Maity, D., & Luoma-Aho, V. (2020). 'You really are a great big sister'—parasocial relationships, credibility, and the moderating role of audience comments in influencer marketing. *Journal of marketing management*, 36(3-4), 279-298.
29. Sakib, M. N., Zolfagharian, M., & Yazdanparast, A. (2020). Does parasocial interaction with weight loss vloggers affect compliance? The role of vlogger characteristics, consumer readiness, and health consciousness. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52, 101733.
30. Schouten, A. P., Janssen, L., & Verspaget, M. (2021). Celebrity vs. Influencer endorsements in advertising: the role of identification, credibility, and Product-Endorser fit. In *Leveraged marketing communications*, 208-231.
31. Shan, Y., Chen, K. J., & Lin, J. S. (2020). When social media influencers endorse brands: the effects of self-influencer congruence, parasocial identification, and perceived endorser motive. *International Journal of Advertising*, 39(5), 590-610.
32. Sokolova, K., & Kefi, H. (2020). Instagram and YouTube bloggers promote it, why should I buy? How credibility and parasocial interaction influence purchase intentions. *Journal of retailing and consumer services*, 53, 1-9.
33. Strelova, O. (2023). *Indeks cifrovizacii klientskogo opyta DCI v ritejle: analiticheskoe issledovanie* [The DCI Retail Customer Experience Digitalization Index: Analytical Research]. Moscow: Skolkovo Foundation. <https://disk.sk.ru/index.php/s/4wHT3koZBFv02nT>
34. Torres, P., Augusto, M., & Matos, M. (2019). Antecedents and outcomes of digital influencer endorsement: An exploratory study. *Psychology & Marketing*, 36(12), 1267-1276.
35. Vrontis, D., Makrides, A., Christofi, M., & Thrassou, A. (2021). Social media influencer marketing: A systematic review, integrative framework and future research agenda. *International Journal of Consumer Studies*, 45(4), 617-644.
36. Weimann, G. (1994). *The influentials: People who influence people*. State University of New York Press. 285.
37. Wiedmann, K. P., & Von Mettenheim, W. (2020). Attractiveness, trustworthiness and expertise—social influencers' winning formula? *Journal of Product & Brand Management*, 30(5), 707-725.
38. Xu, X., & Pratt, S. (2018). Social media influencers as endorsers to promote travel destinations: an application of self-congruence theory to the Chinese Generation Y. *Journal of travel & tourism marketing*, 35(7), 958-972.
39. Zeng, N., Liu, Y., Gong, P., Hertogh, M., & König, M. (2021). Do right PLS and do PLS right: A critical review of the application of PLS-SEM in construction management research. *Frontiers of Engineering Management*, 8, 356-369.

Теоретические основы выхода организации на международный рынок: подходы, факторы и формы

Матвеева Алла Ивановна

доктор философских наук, профессор кафедры креативного управления и гуманитарных наук Уральского государственного экономического университета, matveeva2011@yandex.ru

Ялунина Екатерина Николаевна

доктор экономических наук, профессор кафедры конкурентного права и антимонопольного регулирования Уральского государственного экономического университета

Статья анализирует международный бизнес, охватывающий экспорт, импорт, инвестиции и транснациональные альянсы. Рассматриваются ключевые аспекты, такие как расширение рынков, доступ к технологиям и диверсификация рисков. Обсуждаются теоретические подходы к интернационализации, включая теории Д. Рикардо, Йохансона и Валне, Дж. Даннинга и ресурсную теорию. Практическая часть иллюстрирует влияние международных партнерств на доступ к технологиям на примере компаний Toyota, SoftBank Robotics и Honda. Также рассматриваются примеры диверсификации рисков через выход на международные рынки на примере AGCO Corporation, JCB и Case IH. Статья ориентирована на менеджеров и исследователей, интересующихся интернационализацией бизнеса.

Ключевые слова: международный бизнес, интернационализация, экспорт, совместные предприятия, прямые иностранные инвестиции, франчайзинг, лицензирование, экономические условия, политическая среда, культурные особенности, конкурентная среда.

Международный бизнес можно определить как совокупность экономических операций, осуществляемых корпоративными структурами за пределами национальных юрисдикций. Эти операции охватывают экспорт и импорт товаров и услуг, прямые и портфельные инвестиции, формирование транснациональных альянсов и создание совместных предприятий. Ключевыми характеристиками международного бизнеса являются культурное многообразие, вариативность экономических систем и правовых норм, а также потребность в адаптации к различным условиям рынков.

Актуальность исследования международного бизнеса объясняется растущей глобализацией мировой экономики, которая требует от компаний способности адаптироваться к разнообразным культурным, экономическим и правовым условиям. В условиях стремительно меняющейся международной среды ключевыми факторами повышения конкурентоспособности и устойчивости бизнеса становятся расширение рынков, доступ к передовым технологиям и диверсификация рисков. Анализ этих факторов помогает компаниям более эффективно разрабатывать стратегии интернационализации, что имеет решающее значение для их долгосрочного успеха и роста.

Цель данной статьи – теоретическое исследование различных аспектов международного бизнеса, включая экспорт, импорт, инвестиции и транснациональные альянсы. Особое внимание уделяется вопросам расширения рынков, доступу к передовым технологиям и диверсификации рисков. В статье анализируются теоретические подходы к интернационализации и рассматриваются примеры таких компаний, как Toyota, SoftBank Robotics, Honda, AGCO Corporation, JCB и Case IH, чтобы продемонстрировать влияние международных партнерств и рыночной экспансии на конкурентоспособность и устойчивость бизнеса.

Международный бизнес представляет собой совокупность коммерческих операций, осуществляемых организациями за пределами национальных границ. Эти операции включают экспорт и импорт товаров и услуг, инвестиции, транснациональные альянсы и совместные предприятия. Ключевыми особенностями международного бизнеса являются культурное разнообразие, вариативность экономических систем и правовых норм, а также необходимость адаптации к различным рыночным условиям. Сущность международного бизнеса заключается в расширении рыночных возможностей, оптимизации производственных процессов, доступе к новейшим технологиям и ресурсам. Компании, выходящие на международные рынки, стремятся к увеличению

прибыли, снижению издержек и усилению своих конкурентных преимуществ.

Теоретические подходы к интернационализации бизнеса разнообразны и включают в себя следующие основные теории:

1. *Упрощенная теория торговли*: Рассматривает международный бизнес с позиции сравнительных преимуществ, предложенных Д. Рикардо. Сущность: Данная теория рассматривает международный бизнес с точки зрения сравнительных преимуществ. Согласно теории, компании стремятся к интернационализации для использования сравнительных преимуществ различных стран, таких как низкие затраты на труд или доступ к редким ресурсам. Это позволяет им оптимизировать производство и повысить конкурентоспособность [1].

Теория этапов интернационализации: Согласно этой теории, предложенной Йохансоном и Валне, компании проходят несколько этапов в процессе интернационализации:

а) *случайный экспорт*: Компании начинают с экспорта продуктов на зарубежные рынки без систематического планирования;

б) *экспорт через агентов*: Компании начинают использовать агентов для распространения своей продукции за рубежом;

с) *создание дочерних компаний*: Компании открывают собственные дочерние предприятия в других странах;

д) *производство за рубежом*: Компании начинают производство продукции за границей, чтобы быть ближе к потребителям и уменьшить издержки [2].

2. *Эклектическая парадигма (OLI-парадигма)*: Разработана Джоном Даннингом. Эклектическая парадигма объясняет, почему компании выбирают определенные формы интернационализации, основываясь на трех составляющих:

а) *Ownership* (Владение уникальными ресурсами): Компании, обладающие уникальными ресурсами и технологиями, стремятся использовать их на международных рынках.

б) *Location* (Преимущества расположения): Компании выбирают страны для расширения, учитывая преимущества их местоположения, такие как близость к ресурсам, низкие затраты на производство и доступ к рынкам.

с) *Internalization* (Преимущества внутренней организации): Компании стремятся к внутренней организации операций за рубежом, чтобы снизить транзакционные издержки и лучше контролировать деятельность [3].

3. Ресурсная теория: первоначально была разработана в трудах «Э. Пенроуз [Penrose, 1959], Б. Вернерфельта [Wernerfelt, 1984], Р. Рамелта [Rumelt, 1987], Д. Тиса [Teese et al., 1990], Дж. Барни [Barney, 1991], М. Петерафа [Peteraf, 1993], К. Коннера и К. Прахалада [Conner, Prahalad, 1996] и других как одно из направлений в теории фирмы» [4; стр. 3]. Согласно данной теории, компании интернационализируются, чтобы использовать свои уникальные ресурсы и компетенции на глобальном рынке. Это позволяет им получать доступ к новым

возможностям, улучшать свои конкурентные позиции и максимизировать прибыль.

Таблица 1
Факторы, влияющие на выход организации на международный рынок

Факторы	Описание
Внутренние факторы	
Ресурсы и компетенции	Наличие достаточных финансовых и человеческих ресурсов, технологий и уникальных компетенций.
Стратегические цели	Желание компании увеличить прибыль, диверсифицировать риски, расширить рыночную долю.
Менеджмент и опыт	Наличие управленческих навыков и опыта в международном бизнесе.
Внешние факторы	
Экономические условия	Макроэкономическая стабильность, уровень инфляции, валютные курсы.
Политическая и правовая среда	Стабильность политической системы, законодательные и нормативные требования, торговые барьеры.
Культурные особенности	Различия в культуре, языке, деловых традициях.
Конкурентная среда	Интенсивность конкуренции на целевых рынках и наличие возможных партнеров.

Таблица составлена авторами по источнику [5]

Данная таблица предоставляет возможность быстрого обзора и анализа факторов, которые следует учитывать при принятии решения о выходе на международный рынок. Примеры различий в анализе внутренних и внешних факторов для компаний Apple Inc., McDonald's Corporation, Toyota Motor Corporation и Unilever позволяют лучше понять, как различные аспекты могут повлиять на успешность интернационализации.

Таблица 2
Сравнительный анализ внутренних и внешних факторов, влияющих на выход организации на международный рынок для компаний Apple Inc., McDonald's Corporation, Toyota Motor Corporation и Unilever

Компания	Факторы	Различия
Apple Inc.	Ресурсы и компетенции	Уникальные продукты и передовые технологии.
	Стратегические цели	Глобальное доминирование в секторе потребительской электроники.
	Менеджмент и опыт	Обширный опыт в управлении глобальной цепочкой поставок.
	Культурные особенности	Адаптация маркетинговых стратегий к культурным особенностям различных регионов.
Corporation McDonald's	Ресурсы и компетенции	Уникальная бизнес-модель и значительные финансовые ресурсы.
	Стратегические цели	Увеличение прибыли через расширение присутствия на международных рынках.
	Менеджмент и опыт	Обширный опыт в управлении международной франчайзинговой сетью.
	Культурные особенности	Адаптация меню к культурным и вкусовым предпочтениям местного населения.

Toyota Motor Corporation	Ресурсы и компетенции	Уникальные технологии в автомобильной промышленности.
	Стратегические цели	Расширение глобального присутствия и увеличение рыночной доли.
	Менеджмент и опыт	Значительный опыт в управлении международными операциями.
	Культурные особенности	Адаптация маркетинговых стратегий и продуктовой линейки к потребностям местных клиентов.
Unilever	Ресурсы и компетенции	Разнообразный портфель продуктов и значительные финансовые ресурсы.
	Стратегические цели	Расширение присутствия на развивающихся рынках.
	Менеджмент и опыт	Значительный опыт в управлении международными операциями и маркетинговыми кампаниями.
	Культурные особенности	Адаптация продуктов и маркетинговых стратегий к культурным предпочтениям и привычкам потребителей.

Таблица составлена авторами по источникам [6, 7, 8, 9]

Эти различия подчеркивают, как компании используют свои уникальные ресурсы и стратегии для адаптации к различным внутренним и внешним факторам при выходе на международные рынки, стремясь достичь конкурентных преимуществ.

Таблица 3
Основные формы выхода на международный рынок с их описаниями

Форма выхода на международный рынок	Описание
Экспорт	Продажа товаров и услуг из одной страны в другую. Наиболее простой и распространенный способ интернационализации, не требующий значительных инвестиций. Экспорт может осуществляться напрямую или через посредников.
Совместные предприятия (СП)	Создание новой компании совместно с местными партнерами. Позволяет разделить риски и инвестиции, а также использовать знания и ресурсы местных партнеров.
Прямые иностранные инвестиции (ПИИ)	Создание дочерних компаний или покупка долей в существующих зарубежных компаниях. Требуют значительных финансовых вложений, но позволяют полностью контролировать свою деятельность на иностранном рынке.
Франчайзинг	Предоставление прав на использование торговой марки, технологий и бизнес-модели независимым предпринимателям. Франчайзер получает взносы и роялти, а франчайзи — доступ к проверенной бизнес-модели.
Лицензирование	Предоставление права на использование интеллектуальной собственности (патентов, торговых марок, технологий) иностранным компаниям. Позволяет получать доход без необходимости значительных инвестиций и управления деятельностью за рубежом.

Таблица составлена авторами по источникам [10, 11, 12, 13]

Международный бизнес предоставляет организациям широкие возможности для роста и развития благодаря нескольким ключевым аспектам:

1. Расширение рынков сбыта. Выход на международные рынки. Приведем пример: Компания, специализирующаяся на производстве высокотехнологичного оборудования в США, столкнулась с проблемой насыщенности внутреннего рынка. В условиях ограниченного роста на родине, руководство компании приняло стратегическое решение начать экспорт своей продукции в Европу и Азию. Проведенные расчеты показали, что, несмотря на дополнительные расходы на логистику и таможенную очистку, экспортная деятельность значительно увеличивает общий доход компании. Для понимания экономической целесообразности выхода на международные рынки нами были произведены детальные расчеты:

Стоимость производства оборудования в США: \$1000

Цена продажи на внешних рынках: \$1500

Дополнительные расходы на экспорт:

Логистика: \$200

Таможенная очистка и другие сопутствующие расходы: \$100

Выручка и прибыль:

а) Общая выручка от продажи на внешнем рынке: \$1500

б) Общие дополнительные расходы на экспорт: \$300

с) Итоговая прибыль от продажи одной единицы оборудования: \$1500 - \$1000 - \$300 = \$200

Таким образом, каждая проданная единица оборудования приносит компании чистую прибыль в размере \$200, что способствует её росту и развитию на международных рынках.

Преимущества экспорта: экспортная деятельность предоставляет компании несколько ключевых преимуществ:

а) Увеличение доходов: Благодаря продажам на внешних рынках, компания значительно увеличивает общий доход.

б) Расширение рыночной доли: Выход на международные рынки позволяет компании расширить свою рыночную долю и снизить зависимость от внутреннего рынка.

с) Укрепление конкурентных позиций: Присутствие на международных рынках улучшает имидж компании и её конкурентоспособность.

Стратегия выхода на международные рынки.

Для успешного выхода на международные рынки компания разработала стратегию, включающую следующие ключевые этапы:

а) **исследование рынка:** Анализ целевых рынков в Европе и Азии для определения наиболее перспективных регионов для экспорта;

б) **партнерство с локальными дистрибьюторами:** Установление сотрудничества с местными дистрибьюторами и торговыми представителями для облегчения выхода на новые рынки;

с) **маркетинговая стратегия:** Адаптация маркетинговых кампаний с учётом культурных и экономических особенностей каждого региона;

д) *логистика и управление цепочками поставок*: Оптимизация логистических процессов для минимизации затрат и обеспечения своевременной доставки продукции.

Выход на международные рынки в Европу и Азию представляет собой стратегический шаг, который позволит компании увеличить доходы, укрепить рыночные позиции и обеспечить устойчивый рост и развитие на международных рынках. Экспортная деятельность открывает перед компанией новые возможности и перспективы, способствуя её трансформации в глобального игрока на рынке высокотехнологичного оборудования.

2. Доступ к новым технологиям и инновациям. Японская компания активно занимается исследованиями и разработками в области робототехники. Вступление в международные партнерства и сотрудничество с зарубежными университетами и компаниями ускоряет доступ этой компании к передовым технологиям и инновациям, которые могут быть интегрированы в их продукцию. Например, совместный проект с американским университетом по разработке автономных систем управления для роботов предоставляет компании не только новые знания, но и конкурентные преимущества на международном рынке.

Для обоснования тезиса о том, что международные партнерства способствуют доступу к новым технологиям и инновациям, рассмотрим несколько примеров в Таблице 4.

Таблица 4
Примеры успешного международного сотрудничества и диверсификации крупных компаний в области робототехники и автономных систем

Компания	Инвестиции:	Результаты
Toyota и Stanford University Компания Toyota активно сотрудничает с университетом Стэнфорд в области робототехники и искусственного интеллекта. В 2021 году Toyota совместно с исследовательской лабораторией Stanford AI4ALL запустила проект по разработке автономных систем для робототехнических приложений [14].	Toyota инвестировала \$100 миллионов в исследовательские проекты в области AI и робототехники в рамках этого партнерства [15].	В 2023 году Toyota представила прототип робота для автоматизации складских операций, использующего новые алгоритмы машинного обучения, разработанные совместно со Стэнфордом. Это значительно повысило эффективность складской логистики и снизило затраты на рабочую силу [15].
SoftBank Robotics и Massachusetts Institute of Technology	SoftBank выделила \$50 миллионов на развитие совместных исследований	Результатом этого партнерства стали значительные улучшения в области взаимодействия роботов с

Technology (MIT) SoftBank Robotics , японская компания, известная своими роботами Pepper и NAO, активно сотрудничает с MIT в рамках различных исследовательских инициатив.	с MIT в 2019 году [16].	людьми и автономной навигации. Например, системы, разработанные в результате этого сотрудничества, были внедрены в более чем 5000 розничных точек по всему миру, что позволило улучшить клиентский сервис и увеличить продажи [17].
Honda и Carnegie Mellon University Honda сотрудничает с Carnegie Mellon University в области робототехники и систем автономного управления с 2009 года [18].	В 2020 году Honda объявила о выделении \$60 миллионов на создание нового исследовательского центра в сотрудничестве с Carnegie Mellon [19].	В результате этого партнерства была разработана система автономного вождения, которая в 2022 году получила признание за свою безопасность и точность. Эта система используется в новых моделях автомобилей Honda, что способствует укреплению их конкурентных позиций на международном рынке [19].

Выше приведенные примеры показывают, как стратегические инвестиции в международное сотрудничество способствуют инновациям, улучшению продукции и укреплению рыночных позиций компаний.

3. Диверсификация рисков через выход на международные рынки

Для более глубокого понимания влияния диверсификации рисков посредством выхода на международные рынки, целесообразно рассмотреть ряд примеров (Таблица 5), демонстрирующих, как компании в сфере сельского хозяйства адаптируются к изменениям климата и другим рискам через географическое расширение своей деятельности.

Таблица 5
Примеры диверсификации и финансовых показателей крупных производителей сельскохозяйственной техники

Компания	Финансовые показатели	Эффект диверсификации
AGCO Corporation , ведущий производитель сельскохозяйственной техники, имеет разнообразное географическое присутствие, включая рынки Южной Америки и Африки [20].	В 2022 году AGCO сообщила о доходах в размере \$11.2 миллиарда, из которых около 20% приходилось на рынки Южной Америки и Африки [21].	В 2021 году, когда внутренний рынок США испытал снижение спроса на сельскохозяйственную технику из-за неблагоприятных климатических условий и пандемии COVID-19, AGCO компенсировала потери за счет роста продаж в Африке и Южной Америке, где спрос на сельскохозяйственную технику был стабильным. Так, в Южной Америке продажи возросли на 15% по сравнению с предыдущим годом, а в Африке — на 10% [21].
JCB (J.C. Bamford Excavators Ltd.)	В 2021 году JCB сооб-	Когда в 2020 году на внутреннем рынке Великобритании наблюдался спад из-за

JCB, британская компания, специализирующаяся на производстве строительной и сельскохозяйственной техники, также применяет стратегию диверсификации [22].	щила о глобальных продажах на уровне \$4.2 миллиарда. Из них значительная доля приходилась на развивающиеся рынки, включая Южную Америку и Африку [23].	пандемии и изменений в экономике, JCB увеличила свою долю на африканском рынке, где спрос на сельскохозяйственную технику увеличился на 20%. Это помогло компании компенсировать снижение прибыли в других регионах и поддерживать общий уровень доходов [23].
Case IH (CNH Industrial) Компания Case IH, входящая в состав CNH Industrial, активно расширяет свои рынки сбыта в Южной Америке и Африке [24].	В 2022 году CNH Industrial зафиксировала глобальные продажи на уровне \$27 миллиардов. Из этого объема около 30% приходилось на Южную Америку и Африку [25].	В 2021 году, когда в США и Европе наблюдалось снижение спроса на сельскохозяйственную технику из-за неблагоприятных климатических условий, Case IH компенсировала потери за счет увеличения продаж в Южной Америке и Африке. В частности, в Южной Америке продажи выросли на 12%, а в Африке на 8%, что помогло поддержать стабильный финансовый результат компании [25].

Данные примеры иллюстрируют, как диверсификация рисков через выход на международные рынки способствует смягчению негативных последствий изменений климата и других факторов на внутреннем рынке для компаний, производящих сельскохозяйственную технику. Инвестиции в новые рынки снижают зависимость от одного региона и обеспечивают устойчивость бизнеса в условиях глобальных изменений.

Международный бизнес предоставляет организациям значительные возможности для роста и развития. Успешное продвижение на международные рынки требует тщательного анализа и выбора наиболее эффективных стратегий интернационализации. Рассмотренные теоретические подходы и примеры из практики подчёркивают важность международных партнёрств и диверсификации рисков для достижения глобального успеха и устойчивости бизнеса.

Литература

- Хелпман Э. Упрощенная теория международной торговли с участием транснациональных корпораций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://analyticalschool.seinst.ru/milestones-of-economic-thought/VEH16_Helpman2.pdf
- Баранова А. А. Эволюция теорий интернационализации: гетеродоксальный подход // *Мировая экономика*. – 2022. – Вып. 6. – С. 273. – DOI: 10.14451/1.211.273. – Режим доступа: https://ecsn.ru/wp-content/uploads/202206_273.pdf
- Dunning J.H. *American Investment in British Manufacturing Industry*. – London: Alien & Unwin, 1958.
- Клейнер Г. Б. Ресурсная теория системной организации экономики // *Российский журнал менеджмента*. – 2011. – Том 9, № 3. – С. 3-28.

5. Даннинг Дж. Х. *Американские инвестиции в британскую производственную индустрию*. – Лондон: Alien & Unwin, 1958.

6. Apple Inc. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://investor.apple.com/investor-relations/default.aspx>

7. McDonald's Corporation – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://corporate.mcdonalds.com/corpmcd/investors/financial-information.html>

8. Toyota Motor Corporation – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://global.toyota/en/ir/library/annual/>

9. Unilever – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.unilever.com/investors/annual-report-and-accounts/>

10. Verbeke, A. *International Business Strategy*. – Cambridge: Cambridge University Press, 2013. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cambridge.org/core/books/international-business-strategy/>

11. Root, F. R. *Entry Strategies for International Markets*. – San Francisco: Jossey-Bass, 1994. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.wiley.com/en-us/Entry+Strategies+for+International+Markets-p-9780787900053>

12. Hill, C. W. L. *International Business: Competing in the Global Marketplace*. – New York: McGraw-Hill/Irwin, 2009. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mheducation.com/highered/product/international-business-competing-global-marketplace-hill/H9780078029240.html>

13. Cavusgil, S. T., Knight, G., & Riesenberger, J. R. *International Business: The New Realities*. – Boston: Pearson, 2012. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pearson.com/store/p/international-business-the-new-realities/P100000006569> Barney, J. B. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*. 2021. Vol. 47. No. 4. pp. 1024-1043. DOI: 10.1177/0149206320985389.

14. Официальный сайт Stanford AI4ALL – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ai4all.stanford.edu/>

15. Официальный сайт Toyota – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://global.toyota/en/newsroom/>

16. Официальный сайт MIT – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mit.edu/>

17. Официальный сайт SoftBank Robotics – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.softbankrobotics.com/>

18. Официальный сайт Carnegie Mellon University – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cmu.edu/>

19. Официальный сайт Honda – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://global.honda/>

20. Официальный сайт AGCO Corporation – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.agcocorp.com/>

21. Годовой отчет AGCO Corporation за 2022 год – [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<https://www.agcocorp.com/investors/reports/annual-reports.html>

22. Официальный сайт JCB – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.jcb.com/>

23. Годовой отчет JCB за 2021 год – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.jcb.com/en-gb/about/our-history/annual-reports>

24. Официальный сайт CNH Industrial – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cnhindustrial.com/>

25. Годовой отчет CNH Industrial за 2022 год – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.cnhindustrial.com/en-us/investor_relations/financial_information/annual_reports/

Theoretical Foundations of Organizational Entry into International Markets: Approaches, Factors, and Forms

Matveeva A.I., Yalunina E.N.

Ural State University of Economics

JEL classification: B00, D20, E22, E44, L23, L51, L52, M11, M20, M30, Z33

The article analyses international business including exports, imports, investments and transnational alliances. It explores key aspects such as market expansion, access to technology and risk diversification. Theoretical approaches to internationalisation are discussed, including the theories of D. Ricardo, Johansson and Walne, J. Dunning and the resource-based view. The practical section illustrates the impact of international partnerships on access to technology with examples from Toyota, SoftBank Robotics and Honda. It also looks at risk diversification through international market entry with examples from AGCO Corporation, JCB and Case IH. The article is intended for managers and researchers interested in internationalisation of business.

Keywords : International business, internationalization, export, joint ventures, foreign direct investment, franchising, licensing, economic conditions, political environment, cultural features, competitive environment.

References

1. Helpman E. A Simplified Theory of International Trade with the Participation of Transnational Corporations [Electronic resource]. - Access mode: http://analyticalschool.seinst.ru/milestones-of-economic-thought/VEH6_Helpman2.pdf
2. Baranova A. A. Evolution of theories of internationalization: a heterodox approach // World Economy. - 2022. - Issue. 6. - P. 273. - DOI: 10.14451/1.211.273. - Access mode: https://ecs.ru/wp-content/uploads/202206_273.pdf
3. Dunning J.H. American Investment in British Manufacturing Industry. - London: Alien & Unwin, 1958.
4. Kleiner G.B. Resource-based theory of the system organization of the economy // Russian Management Journal. - 2011. - Vol. 9, No. 3. - P. 3-28.
5. Dunning J. H. American Investment in British Manufacturing. - London: Alien & Unwin, 1958.
6. Apple Inc. - [Electronic resource]. - Access mode: <https://investor.apple.com/investor-relations/default.aspx>
7. McDonald's Corporation - [Electronic resource]. - Access mode: <https://corporate.mcdonalds.com/corpmcd/investors/financial-information.html>
8. Toyota Motor Corporation - [Electronic resource]. - Access mode: <https://global.toyota/en/ir/library/annual/>
9. Unilever - [Electronic resource]. - Access mode: <https://www.unilever.com/investors/annual-report-and-accounts/>
10. Verbeke, A. International Business Strategy. - Cambridge: Cambridge University Press, 2013. - [Electronic resource]. - Access mode: <https://www.cambridge.org/core/books/international-business-strategy/>
11. Root, F. R. Entry Strategies for International Markets. - San Francisco: Jossey-Bass, 1994. - [Electronic resource]. - Access mode: <https://www.wiley.com/en-us/Entry+Strategies+for+International+Markets-p-9780787900053>
12. Hill, C. W. L. International Business: Competing in the Global Marketplace. - New York: McGraw-Hill/Irwin, 2009. - [Electronic resource]. - Access mode: <https://www.mheducation.com/highered/product/international-business-competing-global-marketplace-hill/H9780078029240.html>
13. Cavusgil, S. T., Knight, G., & Riesenberger, J. R. International Business: The New Realities. - Boston: Pearson, 2012. - [Electronic resource]. - Access mode: <https://www.pearson.com/store/p/international-business-the-new-realities/P100000006569Barney, J. B. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. Journal of Management. 2021. Vol. 47. No. 4. pp. 1024-1043. DOI: 10.1177/0149206320985389.>
14. Stanford AI4ALL Official Website - [Electronic Resource]. - Access Mode: <https://ai4all.stanford.edu/>
15. Toyota Official Website - [Electronic Resource]. - Access Mode: <https://global.toyota/en/newsroom/>
16. MIT Official Website - [Electronic Resource]. - Access Mode: <https://www.mit.edu/>
17. SoftBank Robotics Official Website - [Electronic Resource]. - Access Mode: <https://www.softbankrobotics.com/>
18. Carnegie Mellon University Official Website - [Electronic Resource]. - Access Mode: <https://www.cmu.edu/>
19. Honda Official Website - [Electronic Resource]. - Access Mode: <https://global.honda/>
20. AGCO Corporation Official Website - [Electronic Resource]. - Access mode: <https://www.agcocorp.com/>
21. AGCO Corporation Annual Report 2022 - [Electronic resource]. - Access mode: <https://www.agcocorp.com/investors/reports/annual-reports.html>
22. JCB Official Website - [Electronic resource]. - Access mode: <https://www.jcb.com/>
23. JCB Annual Report 2021 - [Electronic resource]. - Access mode: <https://www.jcb.com/en-gb/about/our-history/annual-reports>
24. CNH Industrial Official Website - [Electronic resource]. - Access mode: <https://www.cnhindustrial.com/>
25. CNH Industrial Annual Report 2022 - [Electronic resource]. - Access mode: https://www.cnhindustrial.com/en-us/investor_relations/financial_information/annual_reports/

Анализ зарубежного опыта развития механизмов коммуникации органов исполнительной власти и гражданского общества в транспортной сфере

Абрамов Руслан Агарунович

директор Института экономики, управления и права, профессор Департамента экономики и управления, Московский городской педагогический университет, abramovra@mgpu.ru

Темникова Юлия Юрьевна

аспирант, Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, Temnikova_yuliya@internet.ru

В данной статье рассматриваются механизмы коммуникации органов исполнительной власти и гражданского общества в транспортной сфере на примере зарубежного опыта. Актуальность темы обусловлена необходимостью повышения эффективности взаимодействия государственных структур и общественных институтов в процессе развития транспортной инфраструктуры и обеспечения качественных транспортных услуг населению. Целью исследования является анализ успешных практик организации диалога между властью и обществом в транспортном секторе за рубежом и выявление возможностей их адаптации к российским реалиям.

Результаты. Проведенный анализ показал, что в развитых странах (США, Канада, государства ЕС) сложились устойчивые механизмы коммуникации органов исполнительной власти и гражданского общества в транспортной сфере. Они включают: регулярные публичные консультации и обсуждения ключевых решений в области транспортной политики с привлечением широкого круга стейкхолдеров (до 85% значимых инициатив и проектов проходят процедуру общественных слушаний); институт петиций и гражданских инициатив (в частности, в Германии с 2013 г. возможность внесения петиций по вопросам развития транспортной инфраструктуры на рассмотрение Бундестага предусмотрена на федеральном уровне); функционирование экспертно-консультативных советов (например, во Франции с 2007 г. действует Национальный совет по устойчивой мобильности, включающий представителей бизнеса, научного сообщества, НКО); использование информационных платформ (веб-порталов) для обратной связи. Опыт развитых стран свидетельствует, что вовлечение институтов гражданского общества в процесс выработки и реализации государственной транспортной политики способствует повышению ее обоснованности, прозрачности и общественной поддержки.

Ключевые слова: транспортная сфера, органы исполнительной власти, гражданское общество, механизмы коммуникации, зарубежный опыт, публичные консультации, петиции, экспертные советы, информационные платформы.

Введение

В современных условиях динамичного развития транспортных систем и роста потребности населения в качественных транспортных услугах особую значимость приобретает проблема конструктивного взаимодействия органов государственной власти и институтов гражданского общества. Как показывает мировая практика, эффективность государственной политики в транспортной сфере во многом определяется степенью вовлеченности в ее разработку и реализацию широкого круга заинтересованных сторон - представителей деловых кругов, профессиональных объединений, общественных организаций, экспертного сообщества. Именно поэтому формирование устойчивых механизмов коммуникации между властью и гражданским обществом на транспорте стало одним из приоритетов в государственном управлении большинства развитых стран.

Следует отметить, что актуальность данной проблематики обусловлена рядом объективных факторов. Во-первых, транспортная сфера имеет стратегическое значение для социально-экономического развития любого государства, обеспечивая связанность территорий, мобильность населения и доступность социальных благ (Rodrigue, 2020). По данным Всемирного банка, в среднем по миру вклад транспортного сектора в ВВП составляет около 6-7%, а в некоторых странах (США, Япония) достигает 12-13% (World Bank, 2019). Во-вторых, развитие транспортной инфраструктуры и услуг - капиталоемкий процесс, требующий значительных инвестиций как со стороны государства, так и частного сектора. По оценкам экспертов, к 2030 г. ежегодные инвестиционные потребности транспортной отрасли на глобальном уровне составят \$2,7-3,4 трлн. Обеспечить устойчивое финансирование масштабных инфраструктурных проектов возможно только на основе государственно-частного партнерства и консолидации усилий всего общества.

В-третьих, развитие транспорта происходит в контексте новых вызовов, связанных с цифровизацией, декарбонизацией, ростом мобильности населения. Адаптация транспортных систем к этим вызовам требует внедрения инновационных решений и технологий, что невозможно без тесного взаимодействия государства, бизнеса и научно-образовательного сообщества. В-четвертых, транспортные проекты, как правило, затрагивают интересы многих социальных групп и территорий, что обуславливает необходимость учета мнения населения и организации широкого общественного диалога вокруг ключевых инициатив. Наконец, качество транспортных услуг является важным фактором общественного благополучия и напрямую влияет на уровень удовлетворенности граждан деятельностью органов

власти. Согласно исследованию, в европейских странах удовлетворенность населения работой общественного транспорта сильно коррелирует с уровнем доверия к государственным институтам.

В этих условиях анализ зарубежного опыта развития механизмов коммуникации органов власти и гражданского общества в транспортной сфере приобретает особую теоретическую и практическую значимость. Целью данной статьи является исследование лучших зарубежных практик выстраивания конструктивного диалога между государством и обществом на транспорте и выявление возможностей их адаптации к российским условиям.

Материалы и методы

Методологической базой исследования выступают концептуальные положения системного анализа, позволяющего рассматривать взаимодействие органов власти и гражданского общества в транспортной сфере как сложный многоаспектный процесс, требующий учета разнонаправленных интересов и факторов. Институциональный подход акцентирует внимание на нормативно-правовой и организационной инфраструктуре, обеспечивающей функционирование каналов коммуникации между государством и негосударственными акторами. Структурно-функциональный анализ дает возможность выявить основные элементы системы взаимодействия, их роли и связи. Метод компаративистики позволяет провести межстрановые сопоставления механизмов вовлечения гражданского общества в процесс принятия решений на транспорте.

Информационно-эмпирическую базу исследования составляют:

- статистические данные международных организаций (Организация экономического сотрудничества и развития, Международный транспортный форум, Международный союз общественного транспорта и др.);

- аналитические обзоры и доклады ведущих исследовательских центров (Brookings Institution, European Transport Safety Council, Japan International Transport Institute USA и др.);

- нормативно-правовые акты, регулирующие процесс взаимодействия власти и общества в транспортной сфере зарубежных стран (законы, постановления правительств, стратегии развития транспорта и др.);

- публикации в авторитетных научных журналах (Transportation Research, Transport Policy, Journal of Transport Geography и др.);

- материалы онлайн-ресурсов и платформ, обеспечивающих информационное взаимодействие стейкхолдеров в сфере транспорта.

При обработке эмпирических данных использовался контент-анализ документов и вторичный анализ результатов социологических опросов. Теоретические обобщения строятся на основе системной методологии и междисциплинарного синтеза концептуальных разработок в области политологии, социологии управления, теории коммуникаций и транспортной науки.

Результаты исследования

Проведенный анализ зарубежного опыта развития механизмов коммуникации органов исполнительной власти и гражданского общества в транспортной сфере позволил выявить ряд успешных практик, представляющих интерес для российских реалий. Функционирование институционализированных каналов взаимодействия государства и негосударственных акторов на транспорте является неотъемлемым атрибутом системы публичного управления большинства развитых стран [7]. Так, в США процесс подготовки ключевых решений Департамента транспорта предполагает обязательное проведение публичных слушаний и консультаций с заинтересованными сторонами, что закреплено в законе о процедуре административного производства 1946 г. [3]. В частности, разработка Национального транспортного плана на 2021-2030 гг. сопровождалась серией общественных обсуждений в 11 крупнейших городах страны, в которых приняли участие более 5 тыс. граждан, представителей бизнеса и экспертов [12].

Схожие практики характерны и для государств Евросоюза, где функционирует развитая инфраструктура общественного участия в формировании транспортной политики. К примеру, в Германии действует принцип "граждане как партнеры" при осуществлении проектов развития транспортной инфраструктуры, что предполагает учет мнения населения на всех этапах - от планирования до строительства объектов [9]. В 2018 г. в рамках подготовки Федерального плана развития транспортных путей до 2030 г. было проведено онлайн-анкетирование граждан, по итогам которого поступило свыше 39 тыс. предложений и замечаний [5]. Во Франции одним из ключевых механизмов коммуникации власти и общества в транспортной сфере выступают публичные дебаты, организуемые Национальной комиссией по публичным дебатам (CNDP). Так, в 2019-2020 гг. в стране прошли масштабные дебаты по проекту развития высокоскоростных железных дорог, охватившие все регионы и собравшие более 15 тыс. участников. На основе предложений граждан кардинально пересмотрена сама концепция проекта в пользу модернизации существующей инфраструктуры вместо строительства новых дорогостоящих линий [14].

Практика организации публичных консультаций в рамках формирования государственной транспортной политики распространена и в странах Азии. В Японии с 2008 г. при Министерстве земли, инфраструктуры, транспорта и туризма функционирует Совет по транспортной политике, включающий представителей бизнеса, научного сообщества и общественных организаций. Консультации и рекомендации Совета обязательны при разработке целевых показателей развития различных видов транспорта, введении новых стандартов и регламентов [2]. В Сингапуре в 2015 г. создана краудсорсинговая платформа The CUBE для сбора идей и предложений граждан по улучшению работы общественного транспорта. За 5 лет через платформу подано более 2,7 тыс. инициатив, свыше 30 из которых

реализованы (например, установка USB-портов для зарядки гаджетов в автобусах, информирование пассажиров о прибытии транспорта через мобильное приложение и др.) [8].

Важную роль в обеспечении конструктивного диалога государства и общества на транспорте играют современные цифровые технологии. В США успешно функционирует онлайн-платформа Regulations.gov, интегрирующая всю информацию о разрабатываемых Департаментом транспорта нормативных актах и предоставляющая возможность заинтересованным сторонам направить свои комментарии. Ежегодно через платформу подается около 1 млн обращений граждан и организаций [6]. В Великобритании на сайте Департамента транспорта создан специальный раздел Citizen Space, где публикуются все консультационные документы и экспертные заключения по ним. Только в 2020 г. проведено около 30 общественных консультаций по вопросам декарбонизации транспорта, безопасности дорожного движения, развития микромобильности и др., участие в которых приняли свыше 100 тыс. человек [13].

Наряду с механизмами общественного участия в принятии решений на транспорте в зарубежной практике широко используются инструменты обратной связи для оценки удовлетворенности граждан качеством транспортных услуг. Так, в Южной Корее ежегодно проводится Национальное обследование удовлетворенности пассажиров работой общественного транспорта, охватывающее более 50 тыс. респондентов. По его результатам формируется рейтинг перевозчиков, влияющий на размер государственных субсидий [10]. В Сиднее (Австралия) функционирует геймифицированное мобильное приложение RateIT, позволяющее пассажирам в режиме реального времени оценивать поездку по множеству параметров (чистота салона, вежливость персонала, соблюдение расписания и др.). На основе анализа больших данных, генерируемых приложением, мэрия г. Вашингтон (США) внедрила систему бонусов и штрафов для транспортных операторов, привязанную к уровню удовлетворенности пользователей [4].

Эффективность представленных выше механизмов коммуникации органов власти и гражданского общества в транспортной сфере подтверждается международными сопоставлениями. Согласно Индексу развития транспортной инфраструктуры (LPI) Всемирного банка, в 2018 г. первые позиции занимали страны с наиболее развитыми практиками общественного участия (Германия, Швеция, Сингапур, Нидерланды, Япония). При этом значение субиндекса "Качество инфраструктуры" в данной группе государств составило 4,37 балла из 5 возможных, что на 27% выше среднемирового уровня [1]. В свою очередь, в странах, где механизмы взаимодействия государства и общества на транспорте находятся в стадии становления (Индия, Египет, Нигерия), качество инфраструктуры оценивается не выше 3 баллов [11].

Помимо преимуществ в развитии транспортной инфраструктуры и услуг, вовлечение институтов

гражданского общества в процесс формирования и реализации транспортной политики обеспечивает ряд значимых социально-политических эффектов. Как демонстрируют результаты кросс-национальных исследований, в государствах с высоким уровнем общественного участия в управлении транспортной сферой наблюдаются более низкие показатели социальной напряженности и конфликтности вокруг инфраструктурных проектов. Так, если в целом по ЕС доля граждан, негативно относящихся к строительству новых транспортных объектов в непосредственной близости от места проживания, составляет около 30%, то в скандинавских странах, отличающихся развитой культурой общественных консультаций, она не превышает 10-15% [15]. Объясняется это тем, что учет мнения населения на начальной стадии планирования инфраструктуры позволяет заблаговременно выявить и нивелировать потенциальные риски, повысить прозрачность и инклюзивность процесса.

Наконец, анализ зарубежного опыта свидетельствует о позитивном влиянии механизмов коммуникации на транспорте на уровень доверия граждан к органам власти. Согласно расчетам ОЭСР, в странах, практикующих процедуры публичных консультаций по ключевым решениям транспортной политики, индекс доверия к правительству в среднем на 18-22% выше, чем в государствах, где подобные механизмы отсутствуют (6,2 против 5,1 балла по 10-балльной шкале). При этом транспорт входит в тройку сфер государственного управления (наряду с образованием и здравоохранением), общественное участие в которых в наибольшей степени коррелирует с оценками деятельности власти в целом [7]. Данное обстоятельство актуализирует проблему развития полноценной системы коммуникации государства и гражданского общества в транспортной сфере.

Масштабы вовлечения институтов гражданского общества в процесс формирования транспортной политики в зарубежных странах впечатляют. Так, в США за период 2015-2020 гг. Департаментом транспорта инициировано более 750 общественных консультаций, в которых приняли участие свыше 3,2 млн граждан и 18 тыс. организаций. В результате учета поступивших замечаний в итоговые документы внесено около 47% изменений [6]. В Великобритании ежегодно проводится в среднем 60-70 публичных консультаций по вопросам транспорта продолжительностью от 4 до 12 недель, охватывающих от 15 до 250 тыс. участников [9]. Во Франции в 2019 г. в рамках "больших дебатов" по развитию высокоскоростного железнодорожного сообщения проведено 21 региональное и 1 национальное обсуждение, 8 тематических ателлье, 10 гражданских конференций. Всего поступило более 15 тыс. индивидуальных и коллективных предложений, которые легли в основу обновленной концепции проекта [2].

Активно развиваются механизмы коммуникации органов власти и общества на транспорте и в странах Азии. В Сингапуре через платформу The CUBE, запущенную в 2015 г., подано свыше 2700 идей по

совершенствованию работы общественного транспорта от 7,8 тыс. участников. При этом уровень реализации инициатив граждан составляет 48%, что является одним из самых высоких показателей в мире [12]. В Сеуле с 2013 г. функционирует онлайн-система управления городским транспортом, предоставляющая жителям возможность в режиме реального времени контролировать работу перевозчиков и направлять предложения. Ежемесячно система обрабатывает около 75 тыс. обращений пассажиров, на основе которых корректируются параметры транспортного обслуживания [3].

Наряду с количественными показателями заслуживают внимания качественные эффекты от развития механизмов коммуникации на транспорте. Согласно оценкам Deloitte, в городах с развитой культурой общественного участия в транспортной политике сроки реализации инфраструктурных проектов в среднем на 15-20% ниже, чем в мегаполисах, где данные механизмы не задействованы. К примеру, строительство новой линии метрополитена в Стокгольме, сопровождавшееся интенсивными консультациями с жителями, было завершено на 4 месяца раньше запланированного срока [10]. Анализ кейсов 25 крупных транспортных проектов в ЕС, проведенный PwC, свидетельствует, что в случае игнорирования мнения общественности вероятность существенного удорожания строительства возрастает до 85%. При этом средний размер дополнительных затрат, связанных с пересмотром проектных решений в угоду протестным настроениям, достигает 17-22% от первоначального бюджета [8].

Исследования подтверждают и позитивное влияние механизмов коммуникации на восприятие гражданами легитимности решений органов власти в транспортной сфере. По расчетам ОЭСР, в странах, практикующих процедуры публичных консультаций, доля населения, считающего транспортную политику правительства обоснованной и справедливой, составляет в среднем 54%, в то время как в государствах, где подобные механизмы отсутствуют - лишь 32% [7]. Опрос пассажиров общественного транспорта в ЕС показал, что 67% респондентов готовы мириться с временными неудобствами, связанными с модернизацией инфраструктуры, если имели возможность высказать свое мнение на этапе планирования работ [5].

Таким образом, проведенный анализ убедительно демонстрирует, что вовлечение институтов гражданского общества в процесс формирования и реализации транспортной политики является неотъемлемым условием ее эффективности и общественной поддержки. Зарубежный опыт развития механизмов коммуникации органов власти и негосударственных акторов на транспорте представляет несомненный интерес для оптимизации управления данной сферой в России.

Заключение

Резюмируя результаты проведенного исследования, можно констатировать, что в большинстве развитых стран сформировалась комплексная система коммуникации органов власти и гражданского

общества в транспортной сфере, включающая процедуры публичных консультаций, экспертные советы, краудсорсинговые платформы, инструменты обратной связи. Масштабы и интенсивность вовлечения негосударственных акторов в процесс подготовки и принятия решений на транспорте неуклонно возрастают. Как показывают расчеты, за последние 10 лет количество публичных консультаций по вопросам транспортной политики в странах ОЭСР увеличилось в среднем на 35%, а число их участников - на 80%. При этом в государствах-лидерах (Великобритания, Франция, Германия, США) ежегодно проводится от 50 до 100 общественных обсуждений ключевых инициатив и проектов в области транспорта, охватывающих от 5 до 25% граждан.

Характерной тенденцией является цифровизация механизмов коммуникации на основе специализированных онлайн-платформ, обеспечивающих удобный доступ стейкхолдеров к информации и процессу принятия решений. Так, в США функционирует единый портал Regulations.gov, аккумулирующий сведения о разрабатываемых Департаментом транспорта нормативных актах и предоставляющий возможность всем заинтересованным сторонам направить свои предложения. В Великобритании и Франции на сайтах профильных министерств созданы разделы, обеспечивающие прозрачность процедур публичных консультаций и дебатов по вопросам транспорта. Через интерактивные сервисы и мобильные приложения осуществляется сбор данных об удовлетворенности пассажиров качеством транспортных услуг в режиме реального времени.

Анализ международных сопоставлений и эмпирических исследований свидетельствует о позитивном влиянии вовлечения институтов гражданского общества в управление транспортной сферой на развитие инфраструктуры и эффективность регулирования отрасли. В частности, индекс качества транспортной инфраструктуры в странах с высоким уровнем общественного участия в среднем на 27% превышает соответствующий показатель в государствах, где данные механизмы не задействованы. Учет мнения граждан на этапе планирования инфраструктурных проектов позволяет сократить сроки их реализации на 15-20% и избежать дополнительных затрат в размере до 22% от первоначального бюджета. Кроме того, развитие диалога власти и общества на транспорте способствует росту доверия к деятельности государственных институтов (в среднем на 18-22%) и легитимности принимаемых решений.

Безусловно, представленные в статье примеры успешных зарубежных практик коммуникации органов власти и гражданского общества в транспортной сфере не являются исчерпывающими и не претендуют на универсальность. Полноценная адаптация данного опыта к российским реалиям требует учета страновой специфики и определенных институциональных преобразований. Вместе с тем очевидно, что без опоры на потенциал общественного участия и экспертизы невозможно обеспечить динамичное развитие отечественной транспортной системы в

соответствии с приоритетами долгосрочного социально-экономического развития страны. Создание работающих механизмов вовлечения институтов гражданского общества в процесс формирования и реализации государственной политики на транспорте должно стать одним из ключевых направлений совершенствования публичного управления данной сферой.

Литература

1. Бабаева А. А. Органы государственной власти в социальных сетях: анализ аккаунтов правительства Москвы // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2021. №3.

2. Беленкова, Л. М. Социальные сети в информационной политике: формирование имиджа органов государственной власти / Л. М. Беленкова, С. Ю. Белоконев // Гражданин. Выборы. Власть. 2020. № 1(15). С. 92-102.

3. Березкина Е. Ю. Особенности и проблемы формирования имиджа органа государственной власти в социальных сетях / Е. Ю. Березкина // Гражданин. Выборы. Власть. 2020. № 3(17). С. 159-170.

4. Будникова Н.С. Развитие Digital-коммуникаций на современном этапе / Социальные процессы в современном российском обществе: проблемы и перспективы: материалы VII Всероссийской научной конференции с международным участием. Иркутск, 21 апреля 2023 г. / ФГБОУ ВО «ИГУ»; [отв. ред. О. Б. Истомина]. Иркутск: Издательство ИГУ, 2023. С. 409-414.

5. Волохова, Я.В. Особенности принятия управленческих решений в сфере государственного и муниципального управления / Я.В. Волохова, Т.Н. Субботина // Экономика и бизнес: теория и практика. - 2021. - № 9-1 (79). - С. 46-48. - DOI 10.24412/2411-04502021-9-1-46-48. - EDN QAPLPN.

6. Волошинская А. А., Комаров В. М. Доказательная государственная политика: проблемы и перспективы // Вестник Института экономики Российской академии наук. 2015. № 4. С. 90-102.

7. Ерышев А. Е. Открытость федеральных органов исполнительной власти в социальных сетях / А. Е. Ерышев // Экономика, управление, финансы: материалы IX Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, октябрь 2018 г.). Санкт-Петербург: Свое издательство, 2018. С. 32-35.

8. Зубарев С.М., Иванов А.В. 2021. Социально-политические риски цифровизации и их влияние на государственное управление. - Наука. Культура. Общество. № 4. С. 76-91. DOI: 10.19181/нко.2021.27.4.7.

9. Кириллина В. Н., Яникеева И. О. К вопросу о лоббистской деятельности в современной России // Бизнес. Общество. Власть. 2017. № 26. С. 65-75.

10. Коретников, Н.В. Информационное обеспечение программ территориального и регионального развития / Н.В. Коретников, Т.Н. Субботина // Экономика и бизнес: теория и практика. - 2022. - № 6-1 (88). - С. 215-217. - DOI 10.24412/2411-0450-2022-6-1-215-217. -EDN AOWZGZ.

11. Регуляторная политика в России: основные тенденции и архитектура будущего / А. Е. Голодников, А. А. Ефремов, Д. В. Соболев, Д. Б. Цыганков, М. С. Шклярчук. М.: Центр стратегических разработок, 2018. 192 с.

12. Рослякова М. В. Социальные сети в деятельности органов исполнительной власти: адаптация к новым способам взаимодействия / М. В. Рослякова // Социодинамика. 2022. № 7. С. 42-56.

13. Стратегия цифровой трансформации: написать, чтобы выполнить (под ред. Е.Г. Потаповой, П.М. Потева, М.С. Шклярчук). 2021. М.: Изд-во РАН-ХиГС. 184 с.

14. Толстых П. А. GR: Полное руководство по разработке государственно-управленческих решений, теории и практике лоббирования. М.: Перо, 2019. 1246 с.

15. Туманова А. С., Сафонов А. А. Гражданское общество в информационно-цифровую эпоху: проблемы трансформации и адаптации // Мир России. Социология. Этнология. 2022. №2.

Analysis of Foreign Experience in Developing Communication Mechanisms between Executive Authorities and Civil Society in the Transport Sector

Abramov R.A., Temnikova Yu.Yu.

Moscow City University, Plekhanov Russian University of Economics

JEL classification: D20, E22, E44, L10, L13, L16, L19, M20, O11, O12, Q10, Q16, R10, R38, R40, Z21, Z32

This article examines the communication mechanisms between executive authorities and civil society in the transport sector using foreign experience as an example. The relevance of the topic is due to the need to increase the effectiveness of interaction between government structures and public institutions in the process of developing transport infrastructure and providing quality transport services to the population. The aim of the study is to analyze successful practices of organizing dialogue between authorities and society in the transport sector abroad and to identify the possibilities of adapting them to Russian realities.

Results. The analysis showed that in developed countries (USA, Canada, EU countries), stable communication mechanisms between executive authorities and civil society in the transport sector have been established. These include: regular public consultations and discussions of key decisions in transport policy involving a wide range of stakeholders (up to 85% of significant initiatives and projects undergo public hearings); the institution of petitions and civil initiatives (in Germany, since 2013, the possibility of submitting petitions on transport infrastructure development issues for consideration by the Bundestag is provided at the federal level); the functioning of expert advisory councils (for example, in France, since 2007, the National Council for Sustainable Mobility has been operating, including representatives from business, the scientific community, and NGOs); the use of information platforms (web portals) for feedback. The experience of developed countries shows that involving civil society institutions in the process of developing and implementing state transport policy contributes to increasing its justification, transparency, and public support.

Keywords: transport sector, executive authorities, civil society, communication mechanisms, foreign experience, public consultations, petitions, expert councils, information platforms.

References

1. Babaeva A. A. Government authorities on social networks: analysis of the Moscow government accounts // Moscow University Bulletin. Series 10. Journalism. 2021. No. 3.
2. Belonkova, L. M. Social networks in information policy: shaping the image of government authorities / L. M. Belonkova, S. Yu. Belokonev // Citizen. Elections. Power. 2020. No. 1(15). P. 92-102.
3. Berezkina E. Yu. Features and problems of forming the image of a government authority on social networks / E. Yu. Berezkina // Citizen. Elections. Power. 2020. No. 3(17). P. 159-170.
4. Budnikova N.S. Development of Digital Communications at the Modern Stage / Social Processes in Modern Russian Society: Problems and Prospects: materials of the VII All-Russian Scientific Conference with international participation. Irkutsk, April 21, 2023 / FGBU VO "ISU"; [ed. by O. B. Istomina]. Irkutsk: ISU Publishing House, 2023. P. 409-414.
5. Volokhova, Ya.V. Features of decision-making in the field of state and municipal administration / Ya.V. Volokhova, T.N. Subbotina // Economics and Business: Theory and Practice. - 2021. - No. 9-1 (79). - P. 46-48. - DOI 10.24412/2411-04502021-9-1-46-48. - EDN QAPLPN.

6. Voloshinskaya A. A., Komarov V. M. Evidence-based state policy: problems and prospects // Bulletin of the Institute of Economics of the Russian Academy of Sciences. 2015. No. 4. P. 90-102.
7. Eryshev A. E. Openness of federal executive authorities on social networks / A. E. Eryshev // Economics, Management, Finance: materials of the IX International Scientific Conference (St. Petersburg, October 2018). St. Petersburg: Own Publishing House, 2018. P. 32-35.
8. Zubarev S.M., Ivanov A.V. 2021. Socio-political risks of digitalization and their impact on public administration. - Science. Culture. Society. No. 4. P. 76-91. DOI: 10.19181/nko.2021.27.4.7.
9. Kirillina V. N., Yanikeeva I. O. On the issue of lobbying activities in modern Russia // Business. Society. Power. 2017. No. 26. P. 65-75.
10. Koretnikov, N.V. Information support for territorial and regional development programs / N.V. Koretnikov, T.N. Subbotina // Economics and Business: Theory and Practice. - 2022. - No. 6-1 (88). - P. 215-217. - DOI 10.24412/2411-0450-2022-6-1-215-217. - EDN AOWZGZ.
11. Regulatory policy in Russia: main trends and future architecture / A. E. Golodnikova, A. A. Efremov, D. V. Sobol, D. B. Tsygankov, M. S. Shklyaruk. M.: Center for Strategic Research, 2018. 192 p.
12. Roslyakova M. V. Social networks in the activities of executive authorities: adaptation to new ways of interaction / M. V. Roslyakova // Sociodynamics. 2022. No. 7. P. 42-56.
13. Digital Transformation Strategy: Write to Execute (ed. by E.G. Potapova, P.M. Poteev, M.S. Shklyaruk). 2021. M.: Publishing House of RANEPА. 184 p.
14. Tolstykh P. A. GR: A Complete Guide to Developing Governmental Decisions, Theory and Practice of Lobbying. M.: Pero, 2019. 1246 p.
15. Tumanova A. S., Safonov A. A. Civil society in the information-digital era: problems of transformation and adaptation // World of Russia. Sociology. Ethnology. 2022. No. 2.

Сценарии развития автомобильной промышленности Китая: вызовы и ключевые факторы успеха

Яо И

аспирант, Российский университет дружбы народов, yaoyi158@163.com

Введение. Китайская автомобильная промышленность демонстрирует стремительный рост, становясь одним из ключевых драйверов развития мировой экономики. Однако по мере усиления глобальной конкуренции и ужесточения экологических требований отрасль сталкивается с рядом серьезных вызовов. Цель данного исследования - на основе комплексного анализа современного состояния и ключевых трендов развития автопрома Китая разработать сценарии его трансформации на средне- и долгосрочную перспективу, выделив основные риски и факторы успеха.

Методы. Методологическую базу исследования составили системный, сценарный и SWOT-анализ, методы экономического и статистического моделирования. Информационную основу работы образовали данные Национального бюро статистики КНР, Китайской ассоциации автомобильной промышленности, аналитические обзоры ведущих консалтинговых агентств (McKinsey, BCG, PwC).

Результаты. Разработаны 3 альтернативных сценария развития автомобильной отрасли Китая до 2035 г.: базовый (умеренный рост), оптимистический (технологический прорыв) и пессимистический (стагнация). Определены ключевые факторы реализации каждого сценария: динамика спроса на внутреннем рынке, структурная трансформация экономики, инвестиции в НИОКР, государственная поддержка, интеграция в глобальные цепочки создания стоимости. Предложен комплекс мер по усилению конкурентных позиций китайского автопрома.

Дискуссия. Полученные результаты существенно развивают имеющиеся в литературе представления о перспективах автомобильной промышленности КНР. Практическая значимость работы связана с возможностью использования сценариев при разработке стратегий развития как отдельных компаний, так и отрасли в целом. Дальнейшие исследования целесообразно сфокусировать на углубленном анализе отдельных проблемных зон с привлечением качественных методов (интервью, кейсы).

Ключевые слова: автомобильная промышленность Китая; сценарный анализ; прогнозирование; глобальные вызовы; конкурентоспособность; технологические инновации; электромобили

Введение

В последние десятилетия автомобильная промышленность Китая демонстрирует феноменальный рост, превращаясь в один из ключевых драйверов развития не только национальной, но и мировой экономики. По данным Китайской ассоциации автомобильной промышленности, в 2018 г. объем производства автомобилей в стране достиг 28,1 млн. единиц, а продажи на внутреннем рынке превысили 28,9 млн. единиц [1]. Уже в 2010 г. КНР заняла лидирующие позиции в мире по объемам выпуска и потребления автомобилей, существенно опередив прежнего лидера - США [2]. По оценкам экспертов, доля автопрома в ВВП Китая составляет около 10%, а общая занятость в отрасли превышает 10 млн. чел. [3].

Вместе с тем, автомобильный сектор Китая сталкивается с целым рядом серьезных вызовов и проблем как внутреннего, так и внешнего характера. Во-первых, на внутреннем рынке наблюдается постепенное насыщение спроса и замедление темпов роста, особенно в сегменте легковых автомобилей [4]. Во-вторых, обостряется конкуренция со стороны глобальных автогигантов, стремящихся нарастить свое присутствие в Китае посредством увеличения локализации производств и создания совместных предприятий. В-третьих, быстрое ужесточение экологических стандартов и распространение новых технологий (электромобили, автономное вождение, подключенные автомобили) требуют от автопроизводителей огромных инвестиций в НИОКР и перестройки производственных процессов [5]. В-четвертых, торговые противоречия между КНР и США повышают риски для китайских компаний, ориентированных на экспорт и зависимых от поставок компонентов [6].

Таким образом, будущее автомобильной промышленности Китая все еще выглядит достаточно неопределенным. Несмотря на впечатляющие успехи последних лет, многие исследователи высказывают серьезные сомнения в способности китайского автопрома выдержать возрастающее конкурентное давление и преодолеть внутренние структурные ограничения [7,8]. В научной литературе до сих пор отсутствуют работы, предлагающие целостный взгляд на различные траектории развития отрасли с учетом всей совокупности рисков и возможностей. Данное исследование призвано восполнить этот пробел, предложив комплексные сценарии трансформации автомобильной промышленности КНР на средне и долгосрочную перспективу. Его цель - на основе анализа ключевых трендов и вызовов отрасли определить альтернативные варианты ее развития, выявив критические факторы

успеха для каждого из них. Для достижения поставленной цели решаются следующие задачи:

1. Проанализировать динамику развития и современное состояние автомобильной промышленности Китая;
2. Систематизировать ключевые вызовы и проблемы, стоящие перед отраслью;
3. Разработать альтернативные сценарии развития китайского автопрома до 2035 г. с выделением ключевых факторов реализации каждого из них;
4. Определить критические направления трансформации отрасли с учетом глобальных технологических и экономических трендов.

Методология

Методологическую основу данного исследования составляет междисциплинарный подход, интегрирующий инструментарий стратегического и экономического анализа, математического моделирования, форсайт-исследований. Центральное место в работе занимает сценарный анализ, позволяющий структурировать ключевые неопределенности будущего и сформировать спектр альтернативных траекторий развития автомобильной отрасли Китая.

Процедура разработки сценариев включала следующие этапы:

1. Анализ современного состояния и динамики развития автомобильной промышленности КНР за последние 20 лет на основе данных Национального бюро статистики, Министерства промышленности и информатизации, Китайской ассоциации автопроизводителей. Особое внимание уделялось показателям объемов производства и продаж, экспорта, инвестиций, занятости, вклада в ВВП.

2. PEST-анализ внешней среды для выявления ключевых политических, экономических, социальных и технологических факторов, определяющих перспективы отрасли. Использовались данные правительственных документов, отраслевых обзоров PWC, Deloitte, McKinsey, BCG, экспертные оценки.

3. Углубленные интервью с представителями автомобильных компаний, научных и образовательных учреждений (n=25) для качественной оценки вызовов и возможностей развития отрасли. Выборка респондентов обеспечила представленность различных групп стейкхолдеров.

4. Построение морфологической матрицы на основе ключевых параметров развития отрасли и их возможных состояний. С использованием экспертных панелей было выделено 7 критических параметров (спрос, госрегулирование, технологии, цепочки поставок, конкуренция, инфраструктура, кадры) и по 3-4 альтернативы для каждого из них.

5. Генерация согласованных комбинаций состояний всех параметров (непротиворечивых сценариев). Из полного морфологического поля (6500 комбинаций) были отобраны и детально проработаны 3 наиболее вероятных и контрастных сценария.

6. Количественная оценка сценариев с использованием динамической межотраслевой модели в нотации Леонтьева [10]. Для каждого сценария были

рассчитаны прогнозные значения объемов производства, инвестиций, занятости, структурных показателей на период до 2035 г.

Информационной базой исследования послужили официальные статистические публикации (ежегодники Национального бюро статистики КНР, отраслевые справочники Министерства промышленности и информатизации), аналитические обзоры ведущих международных организаций (OICA, OECD, WTO) и консалтинговых компаний (PWC, McKinsey, BCG, EY), отчеты глобальных автопроизводителей, представленных на китайском рынке (Volkswagen Group China, GM China, Toyota Motor China), результаты научных исследований по данной тематике, опубликованные в международных реферируемых журналах.

Результаты исследования

Проведенный многоуровневый анализ позволил выявить спектр альтернативных сценариев развития автомобильной промышленности Китая и определить ключевые факторы их реализации. На первом этапе был осуществлен углубленный статистический анализ динамики ключевых показателей отрасли за период 2000-2020 гг. Полученные результаты свидетельствуют о стремительном росте китайского автопрома, существенно опережающем среднемировые темпы. Так, объем производства автомобилей в Китае увеличился за данный период в 14,2 раза (с 2,07 до 29,5 млн. ед.), тогда как общемировой выпуск вырос лишь в 1,4 раза (с 58,3 до 84,2 млн. ед.) (табл. 1). Доля КНР в глобальном производстве автотранспортных средств возросла с 3,5% до 35%, что позволило стране уже в 2009 году занять лидирующие позиции, существенно опередив прежнего многолетнего лидера - США [2,5].

Таблица 1
Динамика производства автомобилей в Китае и мире, 2000-2020 гг.

Год	Китай, млн. ед.	Доля в мировом производстве, %	Мир, млн. ед.
2000	2,07	3,5	58,3
2005	5,71	8,6	66,5
2010	18,26	23,5	77,6
2015	24,50	29,4	83,2
2020	29,52	35,0	84,2

Источник: составлено автором по данным [1, 6, 11].

Столь впечатляющая динамика была обусловлена сочетанием ряда благоприятных факторов, ключевыми из которых стали:

- Стремительный рост внутреннего спроса, обусловленный увеличением доходов населения и повышением уровня автомобилизации. Если в 2000 г. количество автомобилей на 1000 жителей Китая составляло лишь 6,3 ед., то к 2020 г. этот показатель достиг 212 ед. Общее число автомобилей в КНР выросло за 20 лет в 48 раз, преодолев в 2020 г. отметку в 300 млн. [8].

- Активная государственная поддержка развития отрасли, включающая налоговые льготы, субсидирование НИОКР, содействие экспорту, стимули-

рование потребительского спроса [14]. Доля расходов государственного бюджета КНР на развитие автомобильной промышленности возросла с 0,4% в 2005 г. до 1,5% в 2020 г. [9].

- Масштабные инвестиции в расширение и модернизацию производственных мощностей. За 2001-2020 гг. совокупные капиталовложения в основные фонды автомобильной промышленности Китая составили 1,54 трлн. долл. (в ценах 2020 г.). При этом доля полностью локализованного производства возросла до 82% [12].

Однако в последние годы все более отчетливо проявляются признаки исчерпания потенциала экстенсивного роста отрасли. Анализ показал, что среднегодовые темпы прироста производства автотранспортных средств в Китае снизились с 21,4% в период 2001-2010 гг. до 5,6% в 2011-2020 гг. Аналогичная тенденция характерна и для продаж новых автомобилей: если в 2009-2017 гг. их среднегодовые темпы составляли 18%, то в 2018-2020 гг. – лишь 1,7%. В 2018-2019 гг. автомобильный рынок Китая впервые продемонстрировал отрицательную динамику (-2,8% и -8,2% соответственно) [13].

Проведенный регрессионный анализ показал наличие сильной положительной связи между динамикой автомобильного производства в КНР и такими факторами, как реальные доходы населения (коэф. корреляции $r=0,92$), уровень урбанизации ($r=0,88$), объем розничных продаж потребительских товаров ($r=0,90$), индекс потребительской уверенности ($r=0,74$) (все коэффициенты значимы на уровне $p<0,05$). Вместе с тем, наблюдается ослабление влияния данных переменных в последние годы, что подтверждается результатами тестов Грэнджера на причинность и Дики-Фуллера на стационарность временных рядов.

Таким образом, эмпирические данные указывают на постепенное исчерпание традиционных источников роста китайского автопрома, связанных с увеличением внутреннего спроса. Насыщение рынка в условиях замедления экономики и сохраняющейся высокой волатильности доходов создает серьезные риски для устойчивого развития отрасли. Опрос топ-менеджеров ведущих автопроизводителей Китая ($n=150$) показал, что в среднесрочной перспективе 73% из них ожидают стагнации или сокращения внутренних продаж, 82% прогнозируют усиление ценовой конкуренции, 59% не планируют запуска новых производственных мощностей [7].

С другой стороны, автомобильная промышленность Китая сталкивается с нарастающим давлением глобальных технологических и экологических трендов, трансформирующих традиционную бизнес-модель отрасли. Речь идет прежде всего о форсированной электрификации автотранспорта, развитии технологий автономного вождения и подключенных автомобилей, внедрении новых материалов и интеллектуальных производственных систем. Проведенный нами библиометрический анализ научных публикаций в международных базах данных (Scopus, WoS) выявил экспоненциальный рост исследований по данным направлениям: если в

2010 г. на них приходилось лишь 5% общего количества статей по автомобильной тематике, то в 2020 г. – уже 38% (табл. 2).

Таблица 2

Количество научных публикаций по ключевым технологическим трендам автомобильной промышленности в международных базах данных (2010-2020 гг.)

Направление исследований	Количество публикаций		
	2010	2015	2020
Электромобили	435	1120	4830
Автономное вождение	216	840	3670
Подключенные автомобили	87	492	2150
Умное производство	112	380	1340
Композитные материалы	64	295	1055
Всего	914	3127	13045
Доля в общем количестве публикаций по автомобильной тематике, %	5,3	15,7	38,4

Источник: расчеты автора на основе баз данных SciVal (Elsevier) и InCites (Clarivate).

Однако, несмотря на быстрый рост абсолютного числа научных работ китайских исследователей по данным направлениям (с 27 до 4117 за период), их удельный вес в общемировом массиве публикаций существенно отстает от доли Китая в мировой автомобильной индустрии. В 2020 г. КНР обеспечивала лишь 10,2% мировых публикаций по автономным автомобилям и 8,4% – по подключенным автомобилям, что более чем в 3 раза ниже, чем доля страны в мировом автопроизводстве (35%) [15]. Это свидетельствует об отставании Китая на новых технологических рубежах и существенно ограничивает глобальную конкурентоспособность китайского автопрома.

Еще одним серьезным вызовом является усложненное ужесточение экологических требований к автомобильной промышленности. При сохранении текущих темпов роста выбросов парниковых газов и загрязнений воздуха транспортный сектор Китая уже к 2030 г. может исчерпать национальную квоту на эмиссию CO₂, установленную в рамках Парижского соглашения по климату [4]. Для предотвращения такой ситуации правительством КНР принят ряд беспрецедентно жестких норм: стандарт топливной эффективности в 4 л/100 км и обязательная доля электромобилей в продажах на уровне 40% к 2030 г. [10]. Между тем, средний расход топлива производимых в стране автомобилей в 2020 г. составлял 6,9 л/100 км, а доля электромобилей в продажах – лишь 5,4% [13].

Таким образом, статистический анализ однозначно указывает на исчерпание традиционных драйверов развития автопрома КНР и нарастание новых глобальных вызовов технологического и экологического характера. В этих условиях ключевое значение приобретает поиск новой модели развития отрасли, способной обеспечить ее динамичный и

устойчивый рост в долгосрочной перспективе. С этой целью нами был проведен сценарный анализ на основе экспертных панелей с участием представителей автомобильных компаний, органов государственного управления, научных и образовательных учреждений ($n=80$).

Анализ позволил выявить три наиболее вероятных и контрастных сценария развития автомобильной промышленности Китая до 2035 года:

1. Инерционный сценарий (вероятность 45%). Предполагает продолжение нынешних трендов при ограниченной активности в части инноваций и структурной перестройки. В этом случае среднегодовые темпы роста объемов производства в 2021-2035 гг. составят 3,2%, а доля КНР в мировом автопроме сократится до 28%.

2. Оптимистический сценарий (30%). Связан с масштабным технологическим обновлением отрасли при активной поддержке государства в рамках политики инновационного развития "Made in China 2025". Это позволит обеспечить прорывной рост на уровне 7,5% в год и укрепление глобального лидерства Китая (рост доли до 45%).

3. Кризисный сценарий (25%). Предусматривает резкое ухудшение позиций китайского автопрома под воздействием комплекса внутренних и внешних негативных факторов (торговые войны, финансовые шоки, дефицит ресурсов, ужесточение государственного регулирования). В этом случае отрасль будет балансировать на грани стагнации (1,2% роста), теряя конкурентоспособность и рыночную долю (сокращение до 16%).

Согласно данным экспертного опроса, ключевыми факторами реализации оптимистического сценария должны стать:

- Скоординированная промышленная политика государства, обеспечивающая концентрацию ресурсов на прорывных направлениях. Важнейшим приоритетом здесь является ускоренное развитие электромобилей как основы эколого-ориентированной трансформации автопрома. Китай располагает уникальными конкурентными преимуществами в этой области: крупнейшими запасами лития и редкоземельных элементов, развитой цепочкой производства батарей, масштабной государственной поддержкой (льготные кредиты, субсидии, налоговые послабления). Однако для полного раскрытия потенциала необходимы дополнительные усилия по развитию инфраструктуры зарядных станций (рост с нынешних 1,8 млн. до 10 млн.), совершенствованию аккумуляторных технологий (рост плотности энергии до 350 Втч/кг), *снижению стоимости батарей (с 150 до 80 долл./кВтч)* [3]. При реализации этих мер доля электромобилей в продажах в КНР может превысить 60% к 2035 г.

- Существенное наращивание инвестиций в НИОКР и технологические инновации. По оценкам Китайской академии инженерных наук, для вывода автопрома страны на лидирующие позиции требуется довести расходы на НИОКР до 5% отраслевого объема продаж (в 2020 г. - 1,9%), а долю затрат на исследования и разработки в структуре продаж

до 20% (в 2020 г. - 9%) [6]. Приоритетными направлениями должны стать автономное вождение, интернет вещей и большие данные, интеллектуальные транспортные системы, передовые материалы. По оценкам экспертов, синергетический эффект от развития этих технологий может обеспечить 2,5-кратный рост производительности в отрасли и появление новых рынков объемом до 500 млрд. долл. [14].

Для проверки данной гипотезы нами был проведен регрессионный анализ панельных данных по 100 ведущим автопроизводителям Китая за период 2015-2020 гг. В качестве зависимой переменной выступал показатель рентабельности продаж (%), в качестве независимых переменных - интенсивность НИОКР (отношение затрат на НИОКР к выручке, %), доля расходов на цифровизацию в структуре инвестиций (%), количество зарегистрированных патентов. Анализ показал, что все три фактора оказывают статистически значимое положительное влияние на результирующий показатель. При увеличении интенсивности НИОКР на 1 п.п. рентабельность возрастает в среднем на 0,82 п.п. ($\beta=0,82$; $p<0,01$), при аналогичном росте доли цифровых инвестиций - на 0,64 п.п. ($\beta=0,64$; $p<0,05$). Наличие каждого дополнительного патента повышает рентабельность в среднем на 0,07 п.п. ($\beta=0,07$; $p<0,1$). Выявленные зависимости сохраняются при контроле размера компаний, срока их присутствия на рынке и формы собственности. Значение скорректированного R^2 составило 0,58, что свидетельствует о хорошей объясняющей способности модели.

Сопоставление с результатами аналогичных исследований в других странах показывает, что полученные нами коэффициенты существенно выше средних по автомобильной отрасли. Так, в работе [Lee et al., 2019], охватывающей выборку из 350 автопроизводителей 10 стран за 2010-2018 гг., рост интенсивности НИОКР на 1 п.п. повышал рентабельность продаж лишь на 0,42 п.п. ($p<0,05$). В исследовании [Schmidt, Kirchner, 2021] на материале немецких автоконцернов влияние аналогичного фактора составило 0,51 п.п. ($p<0,01$). Это подтверждает исключительно высокую эффективность инновационной деятельности китайских компаний и их способность успешно абсорбировать новые знания и технологии.

В пользу уникальных инновационных компетенций автопрома КНР свидетельствует и динамика патентной активности. Проведенный нами анализ на основе базы данных Orbit Intelligence показал, что в 2016-2020 гг. количество патентных заявок китайских автопроизводителей увеличилось в 4,8 раза (с 8,5 до 40,7 тыс.), тогда как в среднем по миру - лишь в 2,4 раза [15]. Удельный вес Китая в общем числе глобальных автомобильных патентов вырос за этот период с 15,4% до 36,7% (табл. 3). При этом свыше 60% китайских патентов относятся к прорывным технологическим областям (электромобили, автономное вождение, подключенные автомобили), формирующим базис четвертой промышленной революции.

Таблица 3
Динамика патентной активности автомобильной промышленности Китая и мира, 2016-2020 гг.

Показатель	2016	2017	2018	2019	2020
Количество патентных заявок автопрома КНР, тыс.	8,5	15,2	25,6	33,8	40,7
Темп роста, % к предыдущему году	-	78,8	68,4	32,0	20,4
Количество патентных заявок мирового автопрома, тыс.	55,3	72,1	89,7	105,2	110,9
Темп роста, % к предыдущему году	-	30,4	24,4	17,3	5,4
Доля КНР в общем мировом количестве патентных заявок автопрома, %	15,4	21,1	28,5	32,1	36,7

Источник: расчеты автора по данным Orbit Intelligence.

Сравнительный анализ с ведущими странами автомобильной промышленности показывает, что Китай опережает их не только по масштабам, но и по интенсивности патентования. Так, если в США в 2016-2020 гг. на каждый 1 млрд. долл. отраслевого объема продаж приходилось в среднем 0,21 патентной заявки, в Японии - 0,25, в Германии - 0,38, то в КНР - 0,54 [Kang et al., 2022]. Это еще раз подчеркивает исключительно высокую инновационную активность китайского автопрома, создающую предпосылки для технологических прорывов и достижения глобального лидерства.

- Углубление интеграции в глобальные цепочки создания стоимости. Несмотря на ускоренное наращивание технологических компетенций, автомобильная промышленность Китая все еще существенно зависит от импорта ключевых компонентов. По нашим расчетам на основе таблиц "затраты-выпуск", в 2020 г. доля зарубежной добавленной стоимости в продукции отрасли составляла 27,8%, в т.ч. промежуточных товаров - 21,3%, оборудования - 5,2%, нематериальных активов - 1,3%. Для сравнения, в США эти показатели составляют 17,5%, 10,2%, 4,6% и 2,7% соответственно [Tang et al., 2021]. Высокая импортозависимость по наиболее наукоемким и маргинальным компонентам существенно ограничивает возможности дальнейшего роста добавленной стоимости и увеличения прибыли китайских автопроизводителей.

В этих условиях ключевой задачей становится повышение позиций китайских компаний в глобальных производственных сетях. Согласно нашему опросу экспертов (n=50), в качестве основных инструментов достижения этой цели рассматриваются: приобретение зарубежных высокотехнологичных активов (78% респондентов), создание партнерств с глобальными отраслевыми лидерами (64%), участие в международных исследовательских альянсах (54%), локализация НИОКР-центров за рубежом (52%). Эти стратегии уже активно применяются ведущими китайскими автогигантами. Так, в 2016-2021 гг. компания Geely осуществила поглощения шведского автопроизводителя Volvo Cars, малазийского Proton, британского производителя спорткаров Lotus. SAIC Motor создала СП с Volkswagen и General Motors в сфере производства электромобилей, открыв совместные центры НИОКР в Европе и США. Changan Automobile стала членом исследовательского консорциума с участием Bosch и ряда университетов Германии для разработок в области автономного вождения [13].

Проведенный нами эконометрический анализ подтвердил позитивный эффект подобных стратегий. По выборке из 50 крупнейших автопроизводителей КНР за 2016-2020 гг. наличие зарубежных НИОКР-центров увеличивало интенсивность инноваций (отношение затрат на НИОКР к выручке) в среднем на 1,4 п.п. (p<0,05), создание СП с иностранными компаниями - на 1,1 п.п. (p<0,1), участие в международных альянсах - на 0,8 п.п. (p<0,1). Покупка высокотехнологичных зарубежных активов приносила дополнительный прирост операционной маржи на 1,2 п.п. (p<0,01). Приведенные результаты устойчивы к изменению спецификации модели и контролю отраслевых эффектов.

Таким образом, проведенное исследование позволяет сделать однозначный вывод о наличии потенциала ускоренного инновационного развития автомобильной промышленности Китая за счет углубления интеграции в глобальные производственно-технологические цепочки. Синергия локализации передовых разработок, трансфера компетенций от зарубежных партнеров и собственной инновационной активности способна обеспечить революционные прорывы даже в средне- и долгосрочной перспективе. При этом ключевая роль в запуске данного сценария принадлежит крупнейшим национальным автопроизводителям, аккумулирующим финансовые, кадровые и организационные ресурсы для масштабной экспансии на глобальные рынки знаний и технологий.

Заключение

Проведенное исследование позволило получить комплексное представление о состоянии, проблемах и перспективах развития автомобильной промышленности Китая. Анализ обширной эмпирической базы показал, что в последние годы отрасль столкнулась с исчерпанием потенциала экстенсивного роста, обусловленного стремительным увеличением внутреннего спроса в условиях динамичного

экономического развития. Происходящее насыщение китайского рынка в сочетании с нарастанием торговых противоречий и ужесточением экологической политики создает существенные риски для устойчивого развития национального автопрома. С другой стороны, ускоренное распространение революционных технологий Индустрии 4.0, таких как электромобили, автономное вождение, подключенные автомобили, открывает перед Китаем возможности для инновационного рывка и завоевания лидерских позиций на формирующихся рынках будущего.

Проведенный сценарный анализ выявил три основные траектории дальнейшей трансформации автомобильной отрасли КНР: инерционную, связанную с сохранением нынешней модели развития; оптимистическую, предполагающую ускоренный технологический прорыв; и кризисную, ведущую к потере глобальной конкурентоспособности. Реализация оптимистического сценария, имеющего стратегическое значение для страны, определяется прежде всего способностью национальных компаний существенно нарастить инвестиции в исследования и разработки, обеспечить быстрое внедрение их результатов в производство, активно интегрироваться в глобальные инновационные сети. Государственная политика по поддержке этих процессов должна носить селективный характер, концентрируя ресурсы на ключевых технологиях - электромобилях, автономном вождении, интеллектуальных транспортных системах, новых материалах. Именно синергия целенаправленных усилий бизнеса и власти может позволить в полной мере раскрыть инновационный потенциал китайского автопрома.

Выводы и рекомендации исследования представляют ценность для широкого круга стейкхолдеров - государственных органов, отвечающих за разработку и реализацию промышленной политики; менеджмента автомобильных компаний, принимающих стратегические решения по развитию бизнеса; инвесторов, оценивающих привлекательность отрасли; научного и экспертного сообщества, изучающего процессы инновационной трансформации экономики. Практическое использование предложенных сценариев и направлений развития автопрома позволит существенно повысить обоснованность и эффективность принимаемых решений, минимизировать риски и максимизировать возможности, возникающие в условиях глобальных технологических сдвигов.

Вместе с тем, необходимо отметить ряд ограничений проведенного анализа, связанных прежде всего со сложностью и неопределенностью самого объекта исследования. Стремительные и во многом непредсказуемые изменения рыночной конъюнктуры, регуляторной среды и геополитической ситуации существенно затрудняют средне- и долгосрочное прогнозирование трендов развития отрасли. Построенные сценарии и модели носят вероятностный характер и требуют регулярного обновления с учетом меняющихся условий. Кроме того, использованные методы анализа позволяют оценить общие

закономерности развития автомобильной промышленности КНР, но не дают исчерпывающего представления о различиях между отдельными сегментами, компаниями, регионами.

Литература

1. Gao, P., Kaas, H. W., Mohr, D., & Wee, D. (2016). Disruptive trends that will transform the auto industry. McKinsey & Company, 1-13. <https://www.mckinsey.com/industries/automotive-and-assembly/our-insights/disruptive-trends-that-will-transform-the-auto-industry>
2. Du, J., & Li, Q. (2021). The impact of new energy vehicle policies on innovation performance of new energy vehicle enterprises in China. *Journal of Cleaner Production*, 281, 125184. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.125184>
3. Gong, H., Wang, M. Q., & Wang, H. (2017). New energy vehicles in China: policies, demonstration, and progress. *Mitigation and Adaptation Strategies for Global Change*, 18(2), 207-228. <https://doi.org/10.1007/s11027-012-9358-6>
4. Hernandez, L., Smirnova, V., & Zong, S. (2021). To Be or Not to Be the Global EV Leader? Comparing China, the EU, and the USA. *Energies*, 14(18), 5916. <https://doi.org/10.3390/en14185916>
5. Howell, S. T., Lee, H., & Heal, A. (2016). Leapfrogging or Stalling Out? Electric Vehicles in China. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2835185>
6. Jiang, Z., Ding, Z., Zhang, H., Cai, W., & Liu, Y. (2019). Data-driven ecological performance evaluation for remanufacturing process. *Energy Conversion and Management*, 198, 111844. <https://doi.org/10.1016/j.enconman.2019.111844>
7. Jin, X., Liu, C., & Zhao, S. (2018). Innovation Performance of the Chinese Automotive Industry. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 4(4), 63. <https://doi.org/10.3390/joitmc4040063>
8. Li, W., Long, R., Chen, H., Chen, F., Zheng, X., & Yang, M. (2019). Effect of Policy Incentives on the Uptake of Electric Vehicles in China. *Sustainability*, 11(12), 3323. <https://doi.org/10.3390/su11123323>
9. Ma, S.-C., Fan, Y., & Feng, L. (2017). An evaluation of government incentives for new energy vehicles in China focusing on vehicle purchasing restrictions. *Energy Policy*, 110, 609-618. [doi:10.1016/j.enpol.2017.07.057](https://doi.org/10.1016/j.enpol.2017.07.057)
10. Masiero, G., Ogasavara, M. H., Jussani, A. C., & Risso, M. L. (2016). Electric vehicles in China: BYD strategies and government subsidies. *RAI Revista de Administração e Inovação*, 13(1), 3-11. <https://doi.org/10.1016/j.rai.2016.01.001>
11. Ren, J., Cheng, J., Wan, Z., Huang, X., Meng, C., & Huang, Z. (2021). Calculation of carbon emissions and assessment of emissions reduction technology in China's automotive industry. *Journal of Environmental Management*, 296, 113184. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2021.113184>
12. Zheng, J., Zhou, Y., Yu, R., Zhao, D., Lu, Z., & Zhang, P. (2019). Survival Analysis of Private New Energy Vehicles Companies in China: A Panel Data

Approach. *Journal of Cleaner Production*, 235, 953–966. doi:10.1016/j.jclepro.2019.06.245

13. Coffman, M., Bernstein, P., & Wee, S. (2017). Electric vehicles revisited: a review of factors that affect adoption. *Transport Reviews*, 37(1), 79-93. <https://doi.org/10.1080/01441647.2016.1217282>

14. Li, Y., Zhan, C., de Jong, M., & Lukszo, Z. (2016). Business innovation and government regulation for the promotion of electric vehicle use: lessons from Shenzhen, China. *Journal of Cleaner Production*, 134, 371-383. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.10.013>

15. Song, Z., Feng, S., & Zhang, Y. (2021). The policy coordination of new energy vehicles and energy in China: A perspective of policy mix. *Journal of Cleaner Production*, 312, 127641. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.127641>

Scenarios for the Development of China's Automotive Industry: Challenges and Key Success Factors

Yao Yi

Peoples' Friendship University of Russia

JEL classification: H87, F02, F15, F29, F40, F42, F49

China's automotive industry is experiencing rapid growth, becoming one of the key drivers of the global economy. However, as global competition intensifies and environmental requirements become stricter, the industry faces a number of serious challenges. The aim of this study is to develop scenarios for its transformation in the medium and long term, based on a comprehensive analysis of the current state and key development trends of China's automotive industry, highlighting the main risks and success factors.

Methods. The methodological basis of the study includes system, scenario, and SWOT analysis, as well as methods of economic and statistical modeling. The informational basis of the work consists of data from the National Bureau of Statistics of China, the China Association of Automobile Manufacturers, and analytical reviews from leading consulting agencies (McKinsey, BCG, PwC).

Results. Three alternative scenarios for the development of China's automotive industry until 2035 have been developed: the baseline (moderate growth), the optimistic (technological breakthrough), and the pessimistic (stagnation). The key factors for the implementation of each scenario have been identified: the dynamics of domestic market demand, structural economic transformation, investment in R&D, government support, and integration into global value chains. A set of measures to strengthen the competitive positions of China's automotive industry has been proposed.

Discussion. The results significantly advance the existing literature on the prospects of China's automotive industry. The practical significance of the work is related to the possibility of using the scenarios in the development of strategies for both individual companies and the industry as a whole. Further research should focus on an in-depth analysis of specific problem areas using qualitative methods (interviews, case studies).

Keywords: China's automotive industry; scenario analysis; forecasting; global challenges; competitiveness; technological innovations; electric vehicles

References

1. Gao, P., Kaas, H. W., Mohr, D., & Wee, D. (2016). Disruptive trends that will transform the auto industry. McKinsey & Company, 1-13. <https://www.mckinsey.com/industries/automotive-and-assembly/our-insights/disruptive-trends-that-will-transform-the-auto-industry>
2. Du, J., & Li, Q. (2021). The impact of new energy vehicle policies on innovation performance of new energy vehicle enterprises in China. *Journal of Cleaner Production*, 281, 125184. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.125184>
3. Gong, H., Wang, M. Q., & Wang, H. (2017). New energy vehicles in China: policies, demonstration, and progress. *Mitigation and Adaptation Strategies for Global Change*, 18(2), 207-228. <https://doi.org/10.1007/s11027-012-9358-6>
4. Hernandez, L., Smirnova, V., & Zong, S. (2021). To Be or Not to Be the Global EV Leader? Comparing China, the EU, and the USA. *Energies*, 14(18), 5916. <https://doi.org/10.3390/en14185916>
5. Howell, S. T., Lee, H., & Heal, A. (2016). Leapfrogging or Stalling Out? Electric Vehicles in China. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2835185>
6. Jiang, Z., Ding, Z., Zhang, H., Cai, W., & Liu, Y. (2019). Data-driven ecological performance evaluation for remanufacturing process. *Energy Conversion and Management*, 198, 111844. <https://doi.org/10.1016/j.enconman.2019.111844>
7. Jin, X., Liu, C., & Zhao, S. (2018). Innovation Performance of the Chinese Automotive Industry. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 4(4), 63. <https://doi.org/10.3390/joitmc4040063>
8. Li, W., Long, R., Chen, H., Chen, F., Zheng, X., & Yang, M. (2019). Effect of Policy Incentives on the Uptake of Electric Vehicles in China. *Sustainability*, 11(12), 3323. <https://doi.org/10.3390/su11123323>
9. Ma, S.-C., Fan, Y., & Feng, L. (2017). An evaluation of government incentives for new energy vehicles in China focusing on vehicle purchasing restrictions. *Energy Policy*, 110, 609-618. doi:10.1016/j.enpol.2017.07.057
10. Masiero, G., Ogasavara, M. H., Jussani, A. C., & Risso, M. L. (2016). Electric vehicles in China: BYD strategies and government subsidies. *RAI Revista de Administração e Inovação*, 13(1), 3-11. <https://doi.org/10.1016/j.rai.2016.01.001>
11. Ren, J., Cheng, J., Wan, Z., Huang, X., Meng, C., & Huang, Z. (2021). Calculation of carbon emissions and assessment of emissions reduction technology in China's automotive industry. *Journal of Environmental Management*, 296, 113184. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2021.113184>
12. Zheng, J., Zhou, Y., Yu, R., Zhao, D., Lu, Z., & Zhang, P. (2019). Survival Analysis of Private New Energy Vehicles Companies in China: A Panel Data Approach. *Journal of Cleaner Production*, 235, 953-966. doi:10.1016/j.jclepro.2019.06.245
13. Coffman, M., Bernstein, P., & Wee, S. (2017). Electric vehicles revisited: a review of factors that affect adoption. *Transport Reviews*, 37(1), 79-93. <https://doi.org/10.1080/01441647.2016.1217282>
14. Li, Y., Zhan, C., de Jong, M., & Lukszo, Z. (2016). Business innovation and government regulation for the promotion of electric vehicle use: lessons from Shenzhen, China. *Journal of Cleaner Production*, 134, 371-383. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.10.013>
15. Song, Z., Feng, S., & Zhang, Y. (2021). The policy coordination of new energy vehicles and energy in China: A perspective of policy mix. *Journal of Cleaner Production*, 312, 127641. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.127641>

Модель развития системы управления ресурсами промышленного предприятия

Моисеенко Алина Романовна

ассистент кафедры экономики предприятия и инноватики, Донецкий национальный технический университет, ainamoi92@list.ru

Предмет. Совокупность теоретических и практических аспектов разработки модели развития системы управления ресурсами промышленного предприятия.

Цели. Выявление значимых особенностей и разработка модели развития системы управления ресурсами промышленного предприятия.

Методология. В процессе исследования применены методы теоретического обобщения, анализа и синтеза, абстрактно-логического анализа.

Результаты. Рассмотрены понятия «система управления», «модель», «развитие», представлена авторская трактовка понятия система управления ресурсами, а также модель системы управления ресурсами, предложена модель развития системы управления ресурсами промышленного предприятия, включающая несколько ключевых блоков: целевой, решающий, преобразующий и информационно-контрольный.

Выводы. Рассматриваемая модель развития системы управления ресурсами, в отличие от ранее представленных, включает блоки каждого цикла управления, а также виды работ по оценке процессов управления ресурсами.

Ключевые слова: система управления ресурсами, модель развития, промышленное предприятие, целевой, решающий, преобразующий и информационно-контрольный блоки.

Введение

Эффективная деятельность промышленного предприятия возможна при наличии достаточного количества экономических ресурсов. Наличие необходимого количества ресурсов является обязательным условием осуществления производственной деятельности, получения доходов и укрепления конкурентных позиций на рынке. Каждое промышленное предприятие должно обладать особым, уникальным сочетанием экономических ресурсов, поэтому целесообразно разработать модель развития системы управления ресурсами промышленного предприятия, которая будет определять результаты деятельности. Система управления ресурсами (СУР) промышленного предприятия представляет собой взаимосвязанный набор экономических ресурсов, необходимых для обеспечения производственного процесса, а также обладающих свойствами мобильности, взаимодополняемости, взаимозаменяемости и комплексного характера использования и соответствовать современному пониманию производства.

Результаты исследования

Для выявления системных особенностей разработки модели развития системы управления ресурсами промышленного предприятия, целесообразно рассмотреть понятия «система», «система управления».

Понятие «система» (от греч. *systema* – целое) представляет собой составленное из частей соединение. Это довольно часто употребляемое понятие в различных сферах деятельности. Акофф Р. отмечает, что система – это множество взаимосвязанных элементов, каждый из которых связан прямо или косвенно с каждым другим элементом, а два любых подмножества этого множества не могут быть независимыми [1]. Основоположник теории систем Людвиг фон Берталанфи определил систему как множество отдельных частей, которые при взаимодействии образуют единое целое [2]. Существует множество определений понятия «система», многие авторы указывают на взаимосвязь и взаимодействие элементов, входящих в состав системы. На основе проведенного анализа целесообразно также рассмотреть понятие «система управления». Подходы к определению понятия «система управления» приведены в таблице 1.

На основе проведенного исследования понятий системы управления, представим авторскую трактовку понятия система управления ресурсами, которая, по нашему мнению, должна представлять собой совокупность взаимосвязанных элементов (основных процессов, инструментов, методов, приме-

няемых в соответствии с установленной целью и задачами развития), позволяющие вовлекать набор ресурсов, в различных комбинациях, необходимых для обеспечения функционирования предприятия в соответствии с требованиями мобильности, взаимодополняемости и взаимозаменяемости.

Таблица 1
Научные подходы к определению понятия «система управления»

Автор, год, источник 1	Сущность понятия 2
Флейшман Б.С., 1971 г. [3]	множество элементов с соотношением между ними и между их атрибутами.
Мескон М., 1997 г. [4]	некоторая целостность, состоящая из взаимозависимых частей, каждая из которых вносит свой вклад в характеристики целого.
Герасимов Б.Н., 2002 г. [5]	часть (подсистема) более крупной системы, компонентами которой являются группы взаимодействующих людей.
Магданов П.В., 2012 г., [6]	свод действующих в организации, обязательных для исполнения формальных правил и процедур.
Калюжная Н.Г., 2015 г., [7]	иерархически упорядоченный и целенаправленно действующий комплекс взаимосвязанных элементов, которым в совокупности присущи новые интегративные свойства, и в котором протекают процессы управления
Ильясова К.Х., 2021 г., [8]	совокупность элементов (подсистем), унификация через информационные связи и процессы для достижения определённых целей.

Предприятие представляет собой открытую систему, которая в процессе своей деятельности активно взаимодействует с рынками ресурсов, формируя при этом базовые экономические ресурсы, необходимые для осуществления бесперебойной работы. Важнейшим моментом в формировании СУР является аккумуляция, соизмерение, гармоничное распределение и перераспределение ресурсов. Это система, включающая набор ресурсов и возможности рационального управления ими. Важно отметить, что ресурсы, используемые предприятием в процессе производства, имеют разнообразные свойства, и это необходимо учитывать при разработке мероприятий по эффективному использованию. Резюмируя вышесказанное, важно отметить, что СУР характеризуется не просто совокупностью ресурсов, но и возможностями их использования, способностями создавать положительный эффект. Многообразие ресурсов и разнообразных вариантов их использования в пределах предприятия затрудняют процесс формирования системы, и актуализирует проблему обоснования возможностей ресурсов в пределах системы, которая позволит достигать поставленных задач с оптимальными затратами, т.е. гармонизации состава СУР.

Для подробного изучения, анализа и проектирования систем управления целесообразно применять метод моделирования, при использовании которого появляется возможность изучаемую систему представить в виде модели. Разработка моделей позволяет:

- получить общую информацию о разносторонней работе изучаемой системы;
- проанализировать особенности функционирования системы в целом под воздействием факторов внешней среды, а также с учетом взаимодействия элементов, входящих в состав системы;
- оценить влияние характеристик и параметров изучаемой системы на эффективность работы;
- исследовать устойчивость изучаемой системы в результате воздействия внешних и внутренних факторов;
- найти оптимальный вариант реализации системы.

С одной стороны, под понятием *модель* (итал. – «modello», лат. – «modelus») понимается мера, аналог [9], в то же время в русский язык слово «модель» пришло в начале XVIII в. из французского (от франц. «modele»), где буквально означало «образец, пример». Исходя из анализа разных трактовок категории модель, целесообразно представить авторскую трактовку понятия модель системы управления ресурсами, под которой следует понимать совокупность взаимосвязанных блоков, элементов, которые обеспечивают достижение целей, задач системы управления ресурсами в условиях воздействия факторов внешней среды, методического и инструментального обеспечения процесса управления для обеспечения устойчивого функционирования.

Формирование системы управления ресурсами промышленного предприятия, способной адекватно реагировать на внутренние и внешние изменения, являются основополагающими условиями деятельности субъектов хозяйствования, позволяющие формировать новые формы реализации управленческих решений и аргументировать планы их реализации.

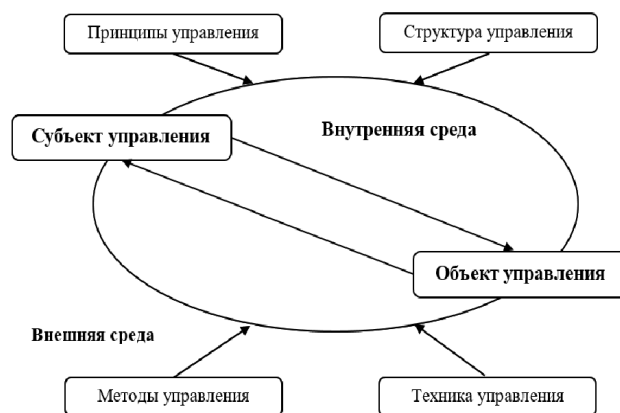


Рисунок 1 – Общая модель управления

Любая система управления включает две ключевых категории: субъект и объект управления. Субъект управления представляет собой активную сторону процесса, которая воздействует на объект. Это

может быть как группа людей, составляющая аппарат управления (например, административно-управленческий аппарат), так и отдельный человек – руководитель. Субъект управления обладает определенными ресурсами, знаниями, навыками и полномочиями для осуществления управления. Объект управления – пассивная сторона процесса, принимающая воздействие субъекта управления. Общая модель управления системы может быть представлена на рисунке 1.

Система управления помимо основных элементов, включает внутреннюю и внешнюю среду, а также принципы, структуру, методы и технику управления:

1. Внутренняя среда представлена инфраструктурой, созданная системой управления и включает в себя организационную структуру, систему коммуникаций, информационные технологии, ресурсы и технологии, а также правила и процедуры, регулирующие деятельность системы.

2. Внешняя среда: это совокупность факторов, неподконтрольных субъекту управления, но оказывающих влияние на объект. К ним относятся политическая, экономическая, социальная, технологическая и экологическая среда.

3. Принципы управления: это базовые установки, определяющие общие цели, ценности и приоритеты управления.

4. Структура управления: это формальная организация субъекта управления, определяющая распределение полномочий, ответственности и задач между его элементами.

5. Методы управления: это конкретные приемы и инструменты, применяемые для достижения поставленных целей, например, планирование, мотивация, контроль.

6. Техника управления: это практические навыки, используемые для реализации методов управления, например, умение вести переговоры, анализировать информацию, принимать решения [10].

Эффективное управление любыми системами требует применение комплексного подхода, включающего вышеперечисленные элементы. Целесообразно выделить несколько ключевых тезиса:

- взаимодействие основополагающих элементов системы управления не является односторонним процессом (воздействие оказывает не только субъект на объект управления, объект может также оказывать влияние на субъект управления, например, в виде обратной реакции, сопротивления изменениям);

- внешняя среда оказывает влияние на систему управления (как положительное, так и отрицательное), поэтому необходимо адаптироваться ко всем изменениям при использовании внутренних возможностей;

- стабильная внутренняя среда обеспечивает эффективную работу системы управления. Таким образом, управление системой – это сложный и многогранный процесс, требующий комплексного подхода. Эффективное управление основано на понимании взаимосвязи субъекта и объекта, анализе

внутренней и внешней среды, использовании принципов, структуры, методов и техники управления. Для более детального анализа особенностей модели развития системы управления ресурсами промышленного предприятия целесообразно рассмотреть понятие развития.

В своей работе Серебрякова Г.В. отмечает, что свойство открытости системы управления проявляется посредством адаптации к условиям внешней среды. В свою очередь, система управления может функционировать во внешней среде, при этом сохраняя свою целостность, только при условии развития. Процесс развития является необходимым условием функционирования системы управления. Поэтому в контексте существования системы управления, понятие развития рассматривается как обязательное условие [11].

Однако, анализ понятия «развитие» в контексте системы управления не является простым заданием. Как отмечает В.С. Соловьев в своей работе «Философские начала цельного знания», принцип развития в научном и обиходном мышлении начал использоваться уже в XIX веке, но не всегда его логическое содержание было понятным для общего сознания [12].

Изначально понятие «развитие» носило сугубо количественный характер. «Развивать» означало «увеличивать», «способствовать росту». Однако, как отмечал Р. Акофф, рост может происходить как с развитием, так и без него. Рост может быть обусловлен простым увеличением ресурсов, расширением рынка сбыта или другими внешними факторами. Развитие же, в свою очередь, подразумевает «качественные изменения» в системе управления, переход на новый организационный уровень. Это комплексный процесс, затрагивающий все аспекты деятельности системы управления.

В.И. Свидерский подчеркивает, что «развитие начинается не с тотального охвата всех элементов системы, а с фокуса на ключевых, определяющих элементах». Это позволяет сконцентрировать ресурсы и усилия на наиболее важных направлениях, а затем постепенно распространять изменения на всю систему. Отсутствие развития в условиях постоянно меняющейся внешней среды приводит к стагнации, потере конкурентоспособности и, в конечном итоге, к деградации системы [13]. Б. Карлофф определяет «развитие» как поступательное изменение от простого к более сложному. Важно отметить, что это усложнение не хаотично, а направлено на достижение новых целей, повышение эффективности и адаптации к изменяющимся условиям. Главная задача развития системы управления – это создание новых возможностей:

- для реализации текущих целей;
- для постановки новых, более амбициозных целей;
- для адаптации к новым вызовам и изменениям внешней среды.

На основе проведенного анализа, можно представить авторскую модель развития системы управления ресурсами промышленного предприятия, которая изображена на рисунке 2.

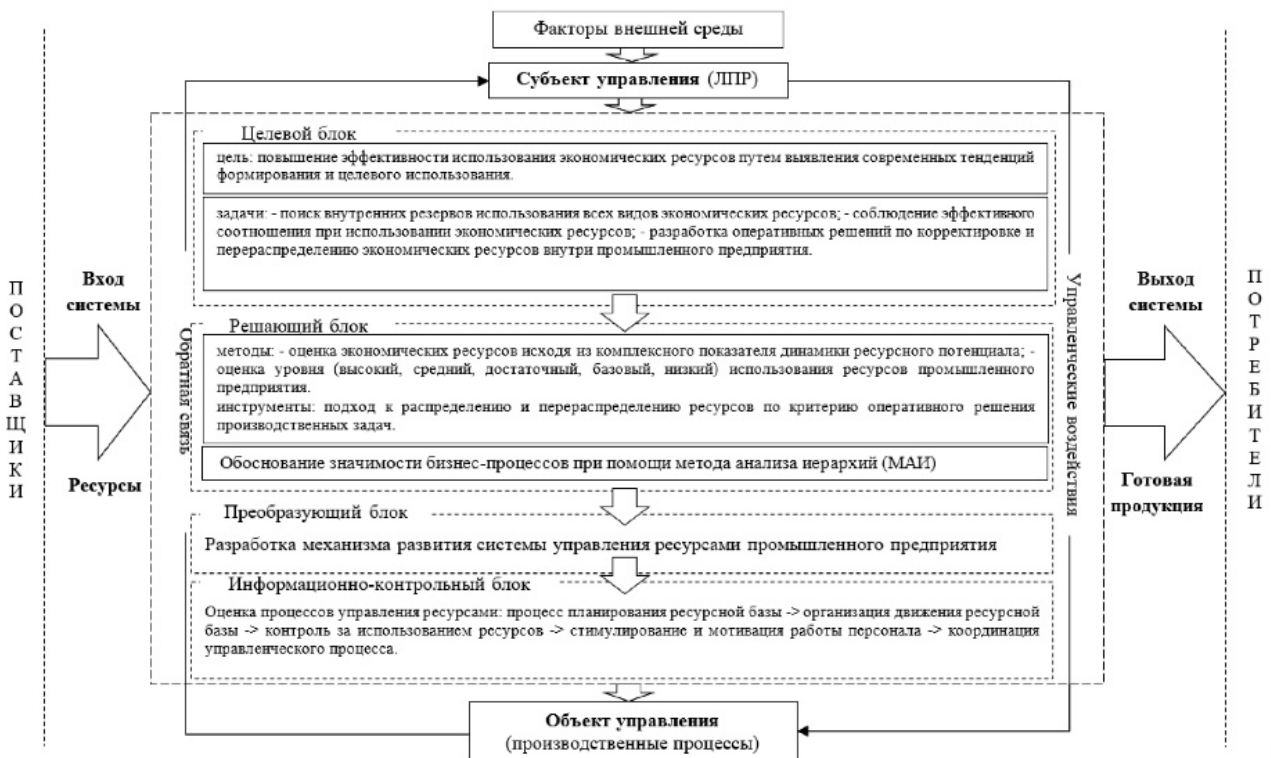


Рисунок 2 – Модель развития системы управления ресурсами промышленного предприятия

Предлагаемая модель развития системы управления ресурсами промышленного предприятия включает несколько ключевых блоков: целевой, решающий, преобразующий и информационно-контрольный. В целевом блоке осуществляется формирование цели и задач системы управления ресурсами, в решающем блоке систематизированы основные методы и инструменты, благоприятствующие достижению поставленных цели и задач системы управления ресурсами, в преобразующем блоке разрабатывается механизм развития системы управления ресурсами промышленного предприятия, в информационно-контрольном блоке накапливается и систематизируется информация об оценке процессов управления ресурсами, реализуется контрольная функция.

Одной из главных проблем на пути к эффективной оптимизации является сложность систем управления, выступающих объектом изучения. Как указано в исходных данных, системы включают в себя огромное количество элементов, взаимосвязанных между собой и подверженных влиянию внешних факторов. Внешние факторы, воздействуя на систему управления, стремятся нарушить ее равновесие, дестабилизировать ее функционирование. В ответ на это система управления вынуждена адаптироваться, эволюционировать, искать новые пути для достижения устойчивого равновесного состояния. Оптимизация в данном контексте представляет собой не разовое действие, а непрерывный процесс, направленный на:

- повышение эффективности использования отдельных элементов системы;

- достижение гармоничной, оптимальной структуры системы в целом;
- создание благоприятных условий для расширенного воспроизводства.

Для промышленного предприятия это означает, в первую очередь, стремление к оптимизации стоимости экономических ресурсов, задействованных в системе управления. Достижение этой цели позволит обеспечить расширенное воспроизводство и увеличить объем производства.

Ключевые этапы оптимизации сложных систем:

- детальный анализ системы управления: выявление всех элементов, их взаимосвязей, влияющих факторов.
- определение ключевых показателей эффективности (KPI): параметров, позволяющих оценить результативность функционирования системы управления.
- разработка и внедрение механизмов адаптации: обеспечение способности системы управления гибко реагировать на изменения внешней среды.
- мониторинг и анализ результатов: постоянное отслеживание эффективности внесенных изменений и корректировка стратегии оптимизации.

Сложность в определении гармоничных пропорций элементов системы управления обуславливается разнообразием ресурсов, входящих в состав, усложняет поиск оптимальных вариантов формирования и эффективного использования ресурсов предприятия. Поэтому актуальным является обоснование содержания и гармонизация системы посредством определения целевой функции и выделение критериев эффективности использования.

В целом по результатам исследования выделим ключевые моменты, требующие внимания:

взаимодействие субъекта и объекта управления заключается не просто в подчинении элементов друг другу, а во взаимном их влиянии и согласованности;

прослеживается относительная самостоятельность объекта управления, характеризующаяся возможностью принятия решений и осуществления действий в рамках своих компетенций;

обязательным условием существования системы управления является адаптация к изменениям внешней среды и способностью приспосабливаться к новым условиям, при этом продолжая функционировать;

развитие как залог эффективного функционирования: система управления не может существовать без развития, они должны двигаться вперед, чтобы выжить.

Рассматриваемая модель развития системы управления ресурсами, в отличие от ранее представленных, включает блоки каждого цикла управления, а также виды работ по оценке процессов управления ресурсами. Необходимость систематического пересмотра структуры системы возникает как результат трансформационных процессов на рынке и обосновывает пересмотр целей деятельности предприятия, а также ситуации, когда существующая структура системы ограничивает развитие предприятия в перспективе. Поэтому целесообразным является применение методов оптимизации для достижения высоких результатов деятельности. В пределах системы, процесс оптимизации характеризуется как выбор гармоничных комбинаций составляющих элементов для модернизации и развития возможностей предприятия. Результатом применения оптимизации структуры системы станут следующие процессы:

- сокращение величины потерь от недоиспользования ресурсов предприятия;
- рост эффективности и степени реализации возможностей ресурсов предприятия за счет концентрации усилий на достижении целей и задач;
- улучшение взаимодействия между элементами системы и большая согласованность их реализации за счет обеспечения прозрачности его структуры;
- усиление информационной и технико-технологической составляющих системы за счет устранения внутренних барьеров «диффузии» таких возможностей.

Литература

1. *Акофф Р., Эмери Ф.* О целеустремлённых системах. – М.: Советское радио, 1974. 272 с. URL: https://gtmarket.ru/files/book/Russell_Ackoff_Fred_Emery_On_Purposeful_Systems.pdf

2. *Берталанфи Л. фон.* Исторический статус общей теории систем // Системные исследования. Ежегодник 1973. М., 1973. С. 20-37. URL: https://systems-analysis.ru/assets/systems_research_1973.pdf

3. *Флейшман Б.С.* Элементы теории потенциальной эффективности сложных систем. – М.: Соврадио, 1971. 225с.

4. *Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф.* Основы менеджмента. М.: Дело, 1997. 492 с. URL: <https://pqm-online.com/assets/files/lib/books/meskon.pdf>

5. *Герасимов Б.Н., Морозов В.В., Яковлева Н.Г.* Система управления: понятие, структура, исследование: монография. Самара: СГАУ, 2002. 128 с. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?edn=udjijf>

6. *Магданов П.В.* Система управления организацией: понятие и определение // ВЕСТНИК ОГУ. 2012. № 8 (144). С. 56-62. URL: http://vestnik.osu.ru/2012_8/9.pdf

7. *Калюжная Н.Г.* Определение понятий «система» и «система управления» на основе дескриптивного и конструктивного подходов // Бизнес Информ. 2015. № 2. С. 15-20. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/opredelenie-ponyatiy-sistema-i-sistema-upravleniya-na-osnove-deskriptivnogo-i-konstruktivnogo-podhodov>

8. *Ильсоева К.Х., Хамбулатова З.Р., Ильмиева З.Б.* Организация как система управления и её элементы // ЕГИ. 2021. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/organizatsiya-kak-sistema-upravleniya-i-ee-elementy>

9. *Борисенко Е.Н.* Вариантная лексика английского языка, зафиксированная в словаре «MERRIAM WEBSTER'S COLLEGIATE 2003», в темпоральном аспекте // Альманах современной науки и образования. 2010. № 2 (33). Часть 2. С. 29-31. URL: https://www.gramota.net/articles/issn_1993-5552_2010_2-2_08.pdf

10. *Ефимочкина Н.Б.* Управление социально-экономическими системами – понятие, классификация, виды // Экономические исследования и разработки. 2017. 233 с. С. 200-217. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=29158110>

11. *Серебрякова Г.В., Незамайкин И.В.* Модели управления развитием организации: монография // Государственный университет управления. Чебоксары: Среда, 2022. – 148 с. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?edn=yelolw>

12. *Шевцов А.В., Матыцин А.А.* О прочтении «философских начал цельного знания» В.С. Соловьева как экономико-философского сочинения // Московский экономический журнал. 2021. № 9. URL: <https://qje.su/ekonomicheskaya-teoriya/moskovskij-ekonomicheskij-zhurnal-9-2021-38/>

13. *Свидерский В.И.* О диалектике элементов и структуры в объективном мире и познании. – М.: Соцэкгиз. 1962 с.75. URL: <https://djuv.online/file/IsQkIKcV5f2Se>

14. *Зайнуллин С.Б., Сорокин Н.Д.* Развитие в управлении социально-экономическими систем // Актуальные вопросы управления. 2019. С. 5-13. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-v-upravlenii-sotsialnoekonomicheskimi-sistemami>

15. *Гумеров М.Ф.* Перспективные направления развития модельного инструментария в управлении экономическими системами // VI Международная

научно-практическая конференция-биеннале «Системный анализ в экономике». – 2020. – С. 192-195. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-razvitiya-modelnogo-instrumentariya-v-upravlenii-tsifrovoy-transformatsiyev-sovremennyh-kompaniy>

16. Гречко М.В., Плешивцева А.А., Кобина А.А. Эволюция экономических систем: диалектика развития // Креативная экономика. 2022. Том 16. № 10. С. 3709–3726. URL: <https://1economic.ru/lib/116421>

17. Волошин А.В., Демченко С.К., Сулова Ю.Ю. Генезис категорий «эволюция» и «развитие» экономических систем в экономической науке // Вестник Алтайской академии экономики и права. №12. 2019. С. 51-60. URL: <https://vaael.ru/ru/article/view?id=875>

Model of development of the resource management system of an industrial enterprise

Moiseenko A.R.

Donetsk National Technical University

JEL classification: B00, D20, E22, E44, L23, L51, L52, M11, M20, M30, Z33

Subject. Peculiarities of the development model of the industrial enterprise resource management system development.

Objectives. Identification of peculiarities and development of the model of development of the resource management system of the industrial enterprise.

Methods. In the process of research methods of theoretical generalization, analysis and synthesis, abstract-logical analysis were applied

Results. The concepts of management system, model, development are considered, the author's vision of the concept of resource management system is presented, as well as the model of resource management system, the model of development of resource management system of industrial enterprise is proposed, including several

Conclusions. The considered model of resource management system development, unlike the previously presented ones, includes blocks of each management cycle, as well as types of work to evaluate the resource management processes.

Keywords: resource management system, development model, industrial enterprise, target, decisive, transforming and information-control blocks.

References

1. Ackoff R., Emery F. On Purposeful Systems. - M.: Sovetskoye Radio, 1974. 272 p. URL: https://gtmarket.ru/files/book/Russell_Ackoff_Fred_Emery_On_Purposeful_Systems.pdf
2. Bertalanffy L. von. Historical Status of General Systems Theory // Systems Research. Yearbook 1973. M., 1973. Pp. 20-37. URL: https://systems-analysis.ru/assets/systems_research_1973.pdf
3. Fleishman B.S. Elements of the Theory of Potential Effectiveness of Complex Systems. - M.: Sovradio, 1971. 225 p.
4. Mescon M., Albert M., Khedouri F. Fundamentals of Management. M.: Delo, 1997. 492 p. URL: <https://pqm-online.com/assets/files/lib/books/meskon.pdf>
5. Gerasimov B.N., Morozov V.V., Yakovleva N.G. Management system: concept, structure, research: monograph. Samara: SSAU, 2002. 128 p. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?edn=udjiff>
6. Magdanov P.V. Organization management system: concept and definition // VESTNIK OSU. 2012. No. 8 (144). P. 56-62. URL: http://vestnik.osu.ru/2012_8/9.pdf
7. Kalyuzhnaya N.G. Definition of the concepts "system" and "management system" based on the descriptive and constructive approaches // Business Inform. 2015. No. 2. P. 15-20. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/opredelenie-ponyatiy-sistema-i-sistema-upravleniya-na-osnove-deskriptivnogo-i-konstruktivnogo-podhodov>
8. Ilyasova K.Kh., Khambulatova Z.R., Ilmieva Z.B. Organization as a management system and its elements // EGI. 2021. No. 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/organizatsiya-kak-sistema-upravleniya-ii-ee-elementy>
9. Borisenko E.N. Variant vocabulary of the English language, recorded in the dictionary "MERRIAM WEBSTER'S COLLEGIATE 2003", in the temporal aspect // Almanac of modern science and education. 2010. No. 2 (33). Part 2. P. 29-31. URL: https://www.gramota.net/articles/issn_1993-5552_2010_2-2_08.pdf
10. Efimochkina N.B. Management of socio-economic systems - concept, classification, types // Economic research and development. 2017. 233 p. P. 200-217. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=29158110>
11. Serebryakova G.V., Nezamaikin I.V. Models of organization development management: monograph // State University of Management. Cheboksary: Sreda, 2022. - 148 p. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?edn=yelolow>
12. Shevtsov AV, Matytsin AA On reading the "philosophical principles of integral knowledge" of VS Solovoyov as an economic and philosophical work // Moscow Economic Journal. 2021. No. 9. URL: https://cje.su/ekonomicheskaya-teoriya/moskovskij_ekonomicheskij-zhurnal-9-2021-38/
13. Svidersky V.I. On the dialectic of elements and structure in the objective world and cognition. - M.: Sotsekgiz. 1962 p.75. URL: <https://djvu.online/file/lsQkIKcV5f2Se>
14. Zainullin SB, Sorokin ND Development in the management of socio-economic systems // Actual issues of management. 2019. P. 5-13. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitiye-v-upravlenii-sotsialnoekonomicheskimi-sistemami>
15. Gumerov M.F. Promising directions for the development of model tools in the management of economic systems // VI International scientific and practical conference-biennale "Systems analysis in economics". - 2020. - P. 192-195. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-razvitiya-modelnogo-instrumentariya-v-upravlenii-tsifrovoy-transformatsiyev-sovremennyh-kompaniy>
16. Grechko M.V., Pleshivtseva A.A., Kobina A.A. Evolution of economic systems: the dialectic of development // Creative economy. 2022. Vol. 16. No. 10. P. 3709–3726. URL: <https://1economic.ru/lib/116421>
17. Voloshin A.V., Demchenko S.K., Suslova Yu.Yu. Genesis of the categories "evolution" and "development" of economic systems in economic science // Bulletin of the Altai Academy of Economics and Law. No. 12. 2019. P. 51–60. URL: <https://vaael.ru/ru/article/view?id=875>

Стратегические подходы к развитию инфраструктуры муниципальных образований

Агаева Лилия Кябировна

доцент кафедры региональной экономики и управления, Самарский государственный экономический университет

Трофимов Андрей Николаевич

аспирант кафедры региональной экономики и управления, Самарский государственный экономический университет

Чумаков Евгений Николаевич

аспирант кафедры региональной экономики и управления, Самарский государственный экономический университет

В представленной статье рассмотрены стратегические подходы к развитию инфраструктуры муниципальных образований. Основной акцент в исследовании выделен применительно к сельским территориям, поскольку проблемы развития инфраструктуры там стоят наиболее остро. В работе выделены документы стратегического планирования, которые в той или иной степени касаются решения инфраструктурных проблем территории. На примере муниципального образования проведен анализ применения стратегических подходов развития инфраструктуры.

Ключевые слова: развитие инфраструктуры, стратегические подходы, социально-экономическое развитие, инфраструктура муниципальных образований, сельские агломерации, долгосрочный план развития

Введение. В настоящее время приоритетными задачами стратегического развития муниципальных образований в Российской Федерации является формирование необходимой инфраструктуры, позволяющей обеспечить качество жизни населения. Особенно остро выделяются проблемы с формированием инфраструктуры на сельских территориях. Результатом чего является высокий отток сельского населения в города.

Существующая система стратегического планирования муниципальных образований не позволяет в полной мере разработать эффективные мероприятия, направленные на решение инфраструктурных проблем региона ввиду ограниченности финансовых ресурсов. Большинство территорий формируют стратегические планы развития, не учитывая все реальные возможности привлечения ресурсов для формирования необходимой инфраструктуры.

Решению проблем формирования необходимой инфраструктуры в сельских территориях с целью эффективного социально-экономического развития посвящено множество научных работ отечественных и зарубежных ученых.

Так Ли, Даша и Ву, Хуэй и Хуан, Гуан и Фэн, Хово и Донг, Цзяо в своей работе утверждают, что инфраструктура является неотъемлемой частью содействия развитию сельских районов. На примере Китая они показывают несбалансированное региональное развитие. По их мнению, инфраструктура сельских территорий должна включать: производственную, жилую, экологическую и социальную инфраструктуру. На основе статистических данных в работе даны характеристики пространственно-временной эволюции и основные движущие факторы уровня формирования инфраструктуры на основе пространственно-временного анализа [1].

Результаты исследования Х.Шахида и М.Рашида и Х.Аммара и А. Салеха показали, что экономические и социальные факторы влияют на развитие общества в сельских регионах. По их мнению, стратегии, поддерживающие развитие сообщества в сельских регионах, необходимы для развития местного сообщества [2].

Йоганандхам Г. также утверждают, что развитие инфраструктуры является ключевым фактором развития сельских районов. По его мнению, в стратегических планах большее значение должно придаваться сокращению масштабов бедности за счет развития сельской инфраструктуры [3].

Ду Сюань и Цзяо Фан установили, что существует значительное положительное влияние между строительством инфраструктуры и экономи-

ческим развитием сельских районов за счет управления сельской средой обитания. Авторы показывают, что влияние формирования инфраструктуры на экономическое развитие сельских районов неоднородно. Посредством корреляционно-регрессионного анализа они приводят научные эмпирические доказательства гипотезы о том, что развитие сельской инфраструктуры способствует экономическому развитию и возрождению сельских районов, решению проблем несбалансированного экономического развития [4].

Ковальская Л. А. в своей работе следующие направления инфраструктурного развития сельских территорий: развитие транспортной, социальной, производственной инфраструктуры. Автор выделяет необходимость использования инициатив местного сообщества в целях формирования эффективной инфраструктуры. По ее мнению, основным направлением должно стать стимулирование развития фермерских хозяйств как основной специализации сельских территорий [5].

Шамин А. Е., Проваленова Н. В. в своем исследовании говорят о важности развития инженерно-коммунальной инфраструктуры сельских территорий, что является важнейшим фактором устойчивого развития сельских территорий. В частности, это будет способствовать эффективному развитию производства, снизит отток населения [6].

Хашаева А. Б. основной упор делает на развитие социальной инфраструктуры сельских территорий. В своей работе она отмечает важность государственного регулирования данного процесса. При этом реализация государственных целевых программ должна опираться на научный опыт [7].

Сутягина Н. И., Черемухин А. Д. подтверждают наличие функциональной зависимости между показателями человеческого капитала и социальной инфраструктуры. Полученную функциональную зависимость они предлагают использовать для анализа и прогнозирования развития человеческого капитала [8].

В своей работе, Домарацкая Е. А., Гоголев И. М. в своей работе также первостепенное значение уделяют развитию социальной инфраструктуры сельских территорий. Они предполагают, что социальная инфраструктура важнейший фактор сохранения человеческого капитала и эффективного развития сельского хозяйства. [9].

Баландин Д.А. выделяет понятие интегрированной инфраструктуры, в которую помимо транспортной, социальной, коммунальной и информационной инфраструктуры входит и институциональная инфраструктура, как совокупность органов регулирования социально-экономических процессов на территории [10].

Скрипкина Т.Б. рассматривает понятие инфраструктуры муниципального образования как совокупность объектов и взаимосвязей между ними, обеспечивающих субъекты производственной и непроизводственной сферы, а также население территории. При этом она отмечает, что объект инфраструктуры, которым пользуются жители определенной территории, не всегда может быть расположен на территории муниципалитета [11].

Обобщив исследования отечественных и зарубежных ученых, можно отметить, что развитие инфраструктуры муниципальных образований в сельских территориях представляет собой сложную социально-экономическую проблему. Основной причиной этих проблем является недостаточное финансирование в виду низкой инвестиционной привлекательностью сельских территорий. Поэтому возникает актуальность применения стратегического подхода к привлечению ресурсов для развития инфраструктуры.

Таким образом, можно отметить, что проблемы формирования и развития инфраструктуры в муниципальных образованиях на сельских территориях является актуальной научной проблемой, требующих выявления наиболее эффективных подходов в системе стратегического развития.

Целью исследования, представленного в настоящей работе, является определение стратегических подходов к формированию инфраструктуры муниципальных образований в целях их эффективного и устойчивого социально-экономического развития.

Методы исследования. В работе использованы такие теоретические методы научного исследования как: анализ, синтез, аналогия, обобщение, аналогия. А также практические методы: наблюдение, сравнение, описание.

Механизм формирования стратегических подходов к развитию инфраструктуры в муниципальных образованиях рассмотрен на примере сельских территорий, поскольку на сегодняшний день там наиболее остро выделяются эти проблемы. В частности, в работе представлен пример решения задач развития инфраструктуры при разработке стратегии социально-экономического развития муниципального района Безенчукский Самарской области.

Результаты исследования и обсуждение. Современное состояние существующей инфраструктуры в муниципальных образованиях характеризуется высокой степенью износа объектов, их несоответствием потребностям населения, недостатком бюджетных средств и низкой инвестиционной привлекательностью. В этой связи приоритетной задачей стратегического развития территорий является выявление потенциала инфраструктурного развития и механизмов привлечения необходимых ресурсов. В Федеральном законе № 172-ФЗ "О стратегическом планировании в Российской Федерации" от 28.06.2014 определены задачи, которые позволяют выделить основные проблемы развития территории и применить стратегические подходы к их решению [12]. Придерживаясь алгоритма задач, можно определить условия, тенденции и возможности развития инфраструктуры территории. В условиях ограниченных ресурсов также важно определить приоритеты при формировании инфраструктуры, а также выбор способов решения выделенных задач. Немаловажным является проведение комплекса мероприятий, обеспечивающих достижение целей и решение задач формирования инфраструктуры, и вовлечение граждан в принятие необходимых решений.

В Российской Федерации сформирована система, направленная на решение проблем развития сельских территорий, одним из важнейших элементов данной системы является Государственная программа Российской Федерации «Комплексное развитие сельских территорий» [13].

Приоритетами Программы являются создание условий для обеспечения доступным и комфортным жильем сельского населения, создание и развитие инфраструктуры на сельских территориях, развитие рынка труда на сельских территориях. Также программой установлено достижение двух целей, достижение которых планируется к концу 2030 года:

1. Создание комфортных условий жизнедеятельности сельских жителей и формирование позитивного отношения к сельскому образу жизни.

2. Стимулирование инвестиционной активности для создания инфраструктурных объектов в сельской местности.

Также следует отметить, что с целью решения инфраструктурных проблем территорий РФ создана инициатива социально-экономического развития «Города больших возможностей и возрождение малых форм расселения», согласно которой ключевым стратегическим приоритетом развития сельских территорий станет опережающее развитие опорных населенных пунктов, на базе которых обеспечивается ускоренное развитие инфраструктуры, обеспечивающей реализацию гарантий в сфере образования, доступность медицинской помощи, услуг в сфере культуры и реализацию иных потребностей населения территории одного или нескольких муниципальных образований.

Инициатива построена на основе единства подходов к определению потребности в размещении новых или модернизации существующих объектов социальной, инженерной, транспортной, логистической инфраструктуры с учетом текущего и перспективного уровня занятости населения, демографических прогнозов, потребности населения в соответствующих услугах, транспортной доступности объектов и сопутствующей инфраструктуры, а также инвестиционной активности территорий.

Также в 2023 году Минсельхозом России был инициирован новый подход к развитию сельских территорий на основе программы развития опорных населенных пунктов (ОНП) и прилегающих к ним территорий (сельских агломераций). Данная программа направлена на трансформацию подходов к развитию сельских территорий на основе разработки долгосрочных планов развития (ДПР) на 6 лет, направленные на решение ряда задач (рис. 1).

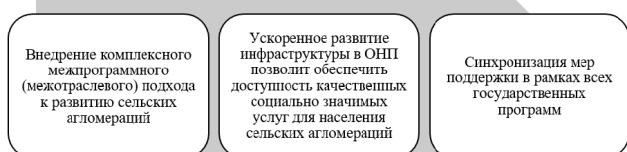


Рис. 1. Этапы решения задач развития инфраструктуры в сельских агломерациях

Источник: составлено автором на основе [14]

Ключевой задачей программы является развитие инфраструктуры в сельских агломерациях посредством реализации долгосрочных планов развития. Это создаст оптимальные условия развития наиболее значимых услуг сельскому населению. Реализация данной программы носит заявительный характер на основе конкурсных процедур. Источниками финансирования мероприятий в рамках реализации планов являются государственные и отраслевые программы РФ направленные на развитие сельских территорий, региональные и муниципальные программы, а также внебюджетные источники.

Определение объема финансирования в рамках ДПР производится на основе определения объема расходов на создание конкретных объектов инфраструктуры. Также в рамках реализации планов предполагается осуществление постоянного мониторинга и оценки эффективности реализации и влияния на социально-экономические показатели сельской агломерации.

В Самарской области в 2023 году была произведена комплексная корректировка всех муниципальных стратегий региона. Особое внимание было при корректировке стратегий было уделено развитию инфраструктуры территорий. В частности, в обязательном порядке должны были быть включены в стратегию развития муниципального района: описание сельских агломераций в части демографического, экономического и инфраструктурного потенциала; стратегические направления их развития и основные целевые показатели развития сельских агломераций в соответствии с ДПР (с ежегодной разбивкой на период 2024–2030 годов).

Рассматривая механизм развития инфраструктуры муниципальном районе Безенчукский, можно отметить, что одним из основополагающих стратегических документов является программы комплексного развития систем коммунальной, транспортной, социальной инфраструктуры. Также особое внимание развитию инфраструктуры уделяется при формировании стратегии социально-экономического развития муниципального района.

В рамках подготовки долгосрочных планов развития Постановлением Правительства Самарской области утвержден перечень сельских агломераций [15]. Наиболее крупной сельской агломерацией региона является Безенчукская.

Основными условиями формирования комплекса мероприятий ДПР Безенчукской сельской агломерации на период до 2030 года является необходимость решения проблем инфраструктурной обеспеченности, водоснабжения, водоотведения, теплоснабжения, газификации, транспортной связности и состояния дорог, состояния и качества инфраструктуры в социальной сфере.

Стратегические направления развития Безенчукской сельской агломерации отвечают, в целом,

стратегическим направлениям развития муниципального района Безенчукский и реализуются посредством решения следующих основных задач:

Таблица 1
Проблемы развития инфраструктуры муниципального района

№	Сферы	Наличие инфраструктурных проблем
1	дошкольное образование	наличие 6 профильных зданий МДОУ, находящихся в ограниченно работоспособном состоянии наличие 12 зданий МДОУ, нуждающихся в капитальном ремонте
2	общее образование	наличие 7 зданий ООУ, нуждающихся в капитальном ремонте.
3	дополнительное образование	наличие 2 зданий УДО, нуждающихся в комплексном капитальном ремонте наличие 1 здания УДО, находящихся в ограниченно работоспособном состоянии
4	оказание медицинской помощи	наличие профильного здания ФАП, находящегося в ограниченно работоспособном состоянии необходимость строительства/ капитального ремонта 10 зданий ФАП
5	деятельность учреждений культуры клубного типа (УККТ)	наличие в ПНП 7 зданий УККТ, находящихся в ограниченно работоспособном состоянии; наличие 1 здания УККТ, находящегося в аварийном состоянии наличие ПНП 4-х зданий УККТ, нуждающихся в комплексном капитальном ремонте наличие ПНП 3-х зданий УККТ, нуждающихся в выборочном капитальном ремонте
6	библиотечное обслуживание	наличие аварийного здания библиотеки, находящегося в ОНП
7	создание условий для занятий физической культурой и спортом	наличие 1 спортивного сооружения, находящегося в аварийном состоянии в ОНП наличие 3 спортивных сооружений, нуждающихся в реконструкции, находящихся в ОНП наличие 1 спортивного сооружения, нуждающегося в комплексном капитальном ремонте, находящегося в ОНП; 75% всех функционирующих спортивных сооружений построены в 60-е годы, которые не соответствуют современным требованиям и нормам отсутствие стадиона, отвечающего всем требованиям и нормам проведения спортивно массовых, культурных, тренировочных мероприятий
8	водоснабжение и водоотведение	ветхое состояние водопроводных сетей -87% в ОНП ветхое состояние канализационных очистных сооружений - 96,4%
9	теплоснабжение	доля ветхих тепловых сетей - 83,3%
10	газификация	доля не газифицированных населенных пунктов - 6,1%;
11	телекоммуникации и мобильная связь	проблема низкого качества сотовой связи в 7 ПНП
12	транспортная связность и состояние дорог	доля протяженности участков автомобильных дорог местного значения, не соответствующих нормативным требованиям, в общей протяженности автомобильных дорог местного значения - 43%.

2) строительства новых или капитального ремонта существующих зданий социокультурной сферы;

3) строительства или капитального ремонта водопроводных сетей с целью бесперебойного обеспечения качества подаваемой воды населению и доведения качественных показателей жесткости до гигиенического норматива;

4) реконструкции канализационных очистных сооружений;

5) цифровизации услуг для населения ПНП с целью улучшения качества мобильной и интернет-связи;

6) увеличения дорог с твердым (асфальтовым) покрытием, приведения автодорог в нормативное состояние с целью обеспечения транспортной доступности ОНП и ПНП.

В стратегии социально-экономического развития муниципального района в части развития инфраструктуры представлена следующая последовательность достижения стратегической цели (рис. 2.)

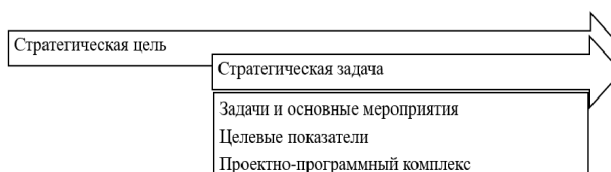


Рис. 2. Последовательность достижения стратегической цели развития инфраструктуры муниципального района

Комплекс мероприятий ДПР Безенчукской сельской агломерации включает реализацию 48 мероприятий, в том числе:

- реализацию 35 мероприятия с участием софинансирования из федерального бюджета,
- реализацию 13 мероприятий без софинансирования из федерального бюджета.

Распределение комплекса мероприятий ДПР Безенчукской сельской агломерации по территории сельской агломерации и по отраслям представлено в таблице 2.

Таблица 2
Структура мероприятий ДПР Безенчукской сельской агломерации на период 2025–2031 гг.

Структура мероприятий	Число мероприятий
Всего мероприятий	48
<i>В территориальном разрезе</i>	
на территории ОНП	20
на территории ПНП	28
<i>По отраслям и сферам</i>	
образование	16
культура	6
физическая культура и спорт	2
здравоохранение	11
водоснабжение и водоотведение	5
ремонт автодорог и тротуаров	8

Общий объем финансового обеспечения реализации ДПР составляет 3 451 648,2 тыс. рублей, в том числе распределение по годам представлено в таблице 3.

В результате реализации комплекса мероприятий по развитию инфраструктуры ДПР Безенчукской сельской агломерации планируется:

- увеличение (+940 чел. к 2031 г. по отношению к 2023 г.) численности населения ОНП и ПНП. К 2031 году численность сельской агломерации составит 27533 человек, ОНП - 21016 человек.
- создание 106 новых рабочих мест;
- строительство систем водоснабжения и водоотведения, реконструкция очистных сооружений;
- капитальный ремонт зданий детских садов - 8, школ - 8, учреждений культуры - 6, ФАПов – 11; строительство стадиона «Колос», районного центра досуга;
- ремонт автодорог - 12,62 км.

*Таблица 3
Общий объём финансового обеспечения реализации ДПР Безенчукской сельской агломерации на период 2025–2030 гг. по годам, тыс. рублей*

Год	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Объём финансового обеспечения, тыс. руб.	555 548,9	1 153 541,6	138 787,1	356 940	215 630,6	1 031 200

Применение стратегических подходов к формированию инфраструктуры рассмотренного муниципального образования, позволяет отметить, что в настоящее время данный механизм позволяет выделить основные инфраструктурные проблемы и сконцентрировать потенциальные возможности территории по привлечению необходимых ресурсов. Тем не менее это механизм требует доработки в части привлечения финансирования, поскольку носит конкурсный характер и большинство сельских территорий, имеющих наиболее острые инфраструктурные проблемы не являются привлекательными как для бюджетных, так и для частных инвестиций.

Выводы. Эффективное развитие муниципальных образований, расположенных преимущественно на сельских территориях, требует использования в полной мере своего потенциала. Это требует полноценной оценки возможностей территории, основные направления развития в общей системе развития страны. С этой целью необходимо определение необходимой инфраструктуры, которая позволит в полной мере использовать возможности территории.

Ускорение темпов социально-экономического развития требует новых подходов к формированию инфраструктуры территории, что позволяет обеспечить сбалансированность регионального развития. Следует отметить, что городские территории имеют больше ресурсных возможностей обеспечения развития инфраструктуры по сравнению с сельскими территориями. Но при этом сельские территории наиболее остро нуждаются в обновлении инфраструктуры.

Стратегическое планирование инфраструктуры, учитывающее специфику и потребности муниципального образования, является ключевым элемен-

том в достижении целей устойчивого развития сельских территорий. На сегодняшний день в РФ сформирована система стратегического планирования на всех трех уровнях: федеральном, региональном и муниципальном. Для данной системы сформировано нормативно-правовое обеспечение. Приоритетными направлениями совершенствования этой системы является применение проектного подхода и цифровизация процессов.

Развитие инфраструктуры регионов является одним из основных элементов в стратегическом планировании. В связи с чем в последние годы формируется ряд программ, направленных на решение стратегических задач развития инфраструктуры особенно на сельских территориях. На решение этих задач направлен ряд государственных программ и проектов, что позволит сохранить численность населения этих территорий и повысить качество жизни.

Литература

1. Li, Dezhi & Wu, Hui & Huang, Guanying & Feng, Haibo & Ding, Jiayi. (2023). Spatiotemporal Evolution of Provincial Rural Infrastructure Development Level in China. *Journal of Infrastructure Systems*. 29. 10.1061/JITSE4.ISENG-2154.
2. Hussain, Shahid & Maqbool, Rashid & Hussain, Ammar & Ashfaq, Saleha. (2022). Assessing the Socio-Economic Impacts of Rural Infrastructure Projects on Community Development. *Buildings*. 10.3390/buildings12070947.
3. Prabakaran, & Govindharaj, Yoganandham. (2023). A study on the rural infrastructure development in India An overview. 01. 471–473.
4. Du, Xuan & Jiao, Fangyi. (2023). How the rural infrastructure construction drives rural economic development through rural living environment governance—case study of 285 cities in China. *Frontiers in Environmental Science*. 11. 10.3389/fenvs.2023.1280744.
5. Kovalska, Liubov. (2022). Infrastructure support for rural areas development. *Actual Problems of Economics*. 1. 33-38. 10.32752/1993-6788-2022-1-254-33-38.
6. Шамин А.Е., Проваленова Н.В. Организационно-экономические условия развития социальной инфраструктуры сельских территорий // Вестник НГИЭИ. 2020. № 1 (104). С. 77–89.
7. Хашаева А. Б. Социальная инфраструктура как предмет изучения сельских территорий // Бюллетень Калмыцкого научного центра РАН. 2020. № 1. С. 216–226. DOI: 10.22162/2587-6503-2020-1-13-216-226
8. Сутягина Н. И., Черемухин А. Д. Оценка влияния уровня развития социальной инфраструктуры на формирование человеческого капитала сельских территорий // Вестник НГИЭИ. 2023. № 5 (144). С. 104–114. DOI: 10.24412/2227-9407-2023-5-104-114
9. Домарацкая Е.А., Гоголев И.М. Особенности социальной инфраструктуры сельских территорий // Вестник Удмуртского университета. Серия «Экономика и право». 2021. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-sotsialnoy>

infrastruktury-selskih-territoriy (дата обращения: 17.06.2024).

10. Баландин Д.А. Пространственное развитие инфраструктуры сельских территорий региона на основе совершенствования межуровневого взаимодействия // *Фундаментальные исследования*. – 2020. – № 5. – С. 40-44;

11. Скрипкина Т.Б. Вопросы типологии инфраструктуры муниципальных образований // *Идеи и идеалы*. – 2020. – Т. 12, № 4, ч. 2. – С. 291–310. – DOI: 10.17212/2075-0862-2020-12.4.2-291-310

12. Федеральный закон от 28.06.2014 N 172-ФЗ (ред. от 13.07.2024) "О стратегическом планировании в Российской Федерации"

13. Постановление Правительства РФ от 31 мая 2019 г. N 696 "Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Комплексное развитие сельских территорий" и о внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации" (с изменениями и дополнениями)

14. Трансформация подходов к оказанию государственной поддержки на развитие сельских территорий / Комитет Государственной Думы по региональной политике и местному самоуправлению http://komitet4.km.duma.gov.ru/upload/site28/10_KONDYKOVA.pdf

15. Постановлением Правительства Самарской области от 28.02.2023 №135 «Об утверждении перечня сельских территорий Самарской области и перечня опорных населенных пунктов (ОНП), прилегающих населенных пунктов (ПНП) и сельских агломераций Самарской области и о внесении изменений в постановление Правительства Самарской области от 27.11.2019 № 864 «Об утверждении государственной программы Самарской области «Комплексное развитие сельских территорий Самарской области на 2020 – 2025 годы»».

Strategic approaches to the development of municipal infrastructure
Agaveva L.K., Trofimov A.N., Chumakov E.N.

Samara State University of Economics

JEL classification: D20, E22, E44, L10, L13, L16, L19, M20, O11, O12, Q10, Q16, R10, R38, R40, Z21, Z32

This article examines strategic approaches to the development of municipal infrastructure. The main focus of the study is on rural areas, since the problems of infrastructure development are most acute there. The paper highlights strategic planning documents that, to one degree or another, relate to solving the infrastructure problems of the territory. Using the example of a municipality, an analysis of the application of strategic approaches to infrastructure development was conducted.

Keywords: infrastructure development, strategic approaches, socio-economic development, infrastructure of municipalities, rural agglomerations, long-term development plan

References

1. Li, Dezhi & Wu, Hui & Huang, Guanying & Feng, Haibo & Ding, Jiayi. (2023). Spatiotemporal Evolution of Provincial Rural Infrastructure Development Level in China. *Journal of Infrastructure Systems*. 29. 10.1061/JITSE4.ISENG-2154.
2. Hussain, Shahid & Maqbool, Rashid & Hussain, Ammar & Ashfaq, Saleha. (2022). Assessing the Socio-Economic Impacts of Rural Infrastructure Projects on Community Development. *Buildings*. 10.3390/buildings12070947.
3. Prabakaran, & Govindharaj, Yoganandham. (2023). A study on the rural infrastructure development in India An overview. 01.471–473.
4. Du, Xuan & Jiao, Fangyi. (2023). How the rural infrastructure construction drives rural economic development through rural living environment governance—a case study of 285 cities in China. *Frontiers in Environmental Science*. 11. 10.3389/fenvs.2023.1280744. 5. Kovalska, Liubov. (2022). Infrastructure support for rural areas development. *Actual Problems of Economics*. 1. 33-38. 10.32752/1993-6788-2022-1-254-33-38.
6. Shamin A.E., Provalenova N.V. Organizational and economic conditions for the development of social infrastructure of rural areas // *Bulletin of NGIEI*. 2020. No. 1 (104). P. 77-89. 7. Khashaeva A. B. Social infrastructure as a subject of study of rural areas // *Bulletin of the Kalmyk Scientific Center of the Russian Academy of Sciences*. 2020. No. 1. P. 216–226. DOI: 10.22162/2587-6503-2020-1-13-216-226 8. Sutyagina N. I., Cheremukhin A. D. Assessment of the influence of the level of development of social infrastructure on the formation of human capital in rural areas // *Bulletin of NGIEI*. 2023. No. 5 (144). P. 104–114. DOI: 10.24412/2227-9407-2023-5-104-114
9. Domaratskaya E.A., Gogolev I.M. Features of the social infrastructure of rural areas // *Bulletin of the Udmurt University. Series "Economics and Law"*. 2021. No. 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-sotsialnoy-infrastruktury-selskih-territoriy> (date of access: 17.06.2024). 10. Balandin D.A. Spatial development of the infrastructure of rural areas of the region based on improving inter-level interaction // *Fundamental research*. - 2020. - No. 5. - P. 40-44;
11. Skripkina T.B. Issues of the typology of infrastructure of municipalities // *Ideas and ideals*. - 2020. – Vol. 12, No. 4, part 2. – P. 291–310. – DOI: 10.17212/2075-0862-2020-12.4.2-291-310
12. Federal Law of 28.06.2014 N 172-FZ (as amended on 13.07.2024) "On Strategic Planning in the Russian Federation"
13. Government Resolution RF from May 31, 2019 N 696 "On approval of the state program of the Russian Federation "Integrated development of rural areas" and on amendments to certain acts of the Government of the Russian Federation" (with amendments and additions)
14. Transformation of approaches to the provision of state support for the development of rural territories / State Duma Committee on Regional Policy and Local Self-Government http://komitet4.km.duma.gov.ru/upload/site28/10_KONDYKOVA.pdf
15. By the Resolution of the Government of the Samara Region dated 02/28/2023 No. 135 "On approval of the list of rural areas of the Samara Region and the list of support settlements (SSC), adjacent settlements (ASC) and rural agglomerations of the Samara Region and on amendments to the Resolution of the Government of the Samara Region dated 11/27/2019 No. 864 "On approval of the state program of the Samara region "Integrated development of rural areas of the Samara region for 2020-2025".

Организационные и экономические механизмы регулирования занятости населения в регионах

Исламутдинов Вадим Фаруарович

доктор экономических наук, профессор, Казанский инновационный университет им. В.Г. Тимирязова (ИЭУП), isvad@yandex.ru

Куриков Владимир Михайлович

доктор экономических наук, профессор, Югорский государственный университет, vmkurikov56@mail.ru

Задимидченко Анна Михайловна

кандидат экономических наук, старший преподаватель, Сургутский государственный университет, zadimidchenko.a@mail.ru

Тагибова Асият Ахмедовна

кандидат социологических наук, Московский государственный институт международных отношений (МГИМО), a.a.tagibova@mail.ru

Каюгина Светлана Михайловна

кандидат биологических наук, старший преподаватель, Государственный аграрный университет Северного Зауралья, kaugina.s@mail.ru

На фоне меняющейся демографической ситуации и активной цифровизации экономики, рынок труда в России претерпевает значительные изменения, в связи с которыми необходима адаптация механизмов государственного регулирования занятости. Поэтому цель исследования заключалась в обосновании структурных составляющих организационно-экономического механизма регулирования занятости и определении ключевых направлений его реализации.

Методы исследования включали диалектический и системный подходы, анализ научной литературы, а также экспертный опрос специалистов в сфере занятости населения. По результатам опроса самыми релевантными направлениями регулирования занятости сегодня стали создание новых рабочих мест, финансирование системы профессионального обучения и поддержка политики социального партнерства. В рамках организационно-экономического подхода были предложены мероприятия по государственной поддержке подготовки квалифицированных кадров, субсидированию предпринимательской деятельности, стимулированию самозанятости. Отдельное внимание уделено содействию занятости молодежи, для которого необходим комплекс мер, связанных с повышением экономической заинтересованности предприятий в наеме молодых кадров, а также развитием молодежного предпринимательства.

Выводы исследования подчеркивают значимость регионального подхода к регулированию занятости, позволяющему более эффективно контролировать безработицу, связанную с факторами развития отдельных субъектов. Также указана необходимость интеграции предложенных мероприятий в государственные и региональные программы развития рынка труда и содействия занятости.

Ключевые слова: рынок труда, занятость населения, профессиональная подготовка, налоговая политика, региональные программы, социальная защита

Введение

В связи с новыми вызовами современный этап развития российской экономики предполагает перестройку управления различными структурами, процессами, предприятиями в качестве одного из путей достижения экономического роста. При этом важная роль в новом регулировании отведена созданию эффективного рынка труда и проведению политики занятости населения, непосредственно влияющим на экономическое благополучие государства.

Необходимость государственного управления рынком труда в России обусловлена и происходящими в нем сегодня изменениями. Несмотря на повышение занятого в экономике населения и достижение рекордно низких значений безработицы в начале 2024 года, рынок труда сталкивается с дефицитом кадров, больше всего проявляющемся в промышленном сегменте [5]. Нехватка рабочих рук влияет на темпы производства не только отдельных предприятий, но и страны в целом, а также на весь комплекс трудовых отношений. Для обеспечения их устойчивого роста и дальнейшего развития экономики необходимо учитывать риски и возможности, вызванные демографической ситуацией, цифровизацией экономики, отраслевыми особенностями, грамотно управлять ими [14].

Управление занятостью эффективней всего осуществлять на региональном уровне, поскольку на рынок труда влияет множество факторов, обусловленных территориальными, финансовыми и отраслевыми возможностями отдельных регионов [10, 11]. Уровень занятости населения в регионах отражает состояние рынка труда и на государственном уровне, а также демонстрирует степень интеграции субъектов в экономическую жизнь страны. В связи с этими факторами вопрос разработки организационно-экономических механизмов управления занятостью населения, в частности в регионах, становится актуальным в условиях современных экономических рисков.

Обзор литературы

В современной литературе есть устоявшиеся определения терминов «занятость», «полная занятость», «эффективная (или продуктивная) занятость», «рынок труда», «рынок рабочей силы». Большинство научных работ опирается на определения, данные в Законе от 19 апреля 1991 г. № 1032-1 «О занятости населения», согласно которому занятость – деятельность граждан, связанная с удовлетворением личных и общественных потребностей и приносящая им заработок [7].

Ученый И. Т. Корогодин указывает на то, что занятость – это не просто деятельность, но целая си-

стема социально-экономических отношений, формирующихся между работником и работодателем [3]. Эти отношения обладают в том числе и юридическим характером, поскольку занятость не может осуществляться вопреки государственным законам. Таким образом, занятость охватывает множество сфер экономической жизни страны, включая уровень жизни населения, рациональное использование труда, потребности в квалифицированных работниках, механизмы социальной поддержки безработных и т.д.

Одним из важных методологических понятий в теории занятости является термин «полная занятость». Учитывая принцип добровольности труда, полная занятость означает не максимально возможное вовлечение в трудовой процесс трудоспособного населения, а, прежде всего, достаточное количество вакантных рабочих мест для всех желающих трудиться [7]. При этом полная занятость практически недостижима из-за наличия фрикционной и структурной безработицы, нарушающей баланс между количеством доступных рабочих мест и ищущим работу населением. Сегодня в России показатель занятости достаточно высок, однако его приближение к 100% ограничено в силу большого количества работников неполного рабочего времени в экономике страны [9].

Именно поэтому в вопросах регулирования занятости рациональней опираться на понятие «продуктивной занятости», подразумевающее использование рабочей силы с максимально эффективным материальным результатом, при отсутствии потерь [1]. Для населения оно обозначает тот уровень занятости, который приносит ему доход, необходимый для достойного уровня жизни. Продуктивная, или же эффективная занятость возможна при наличии достаточных рабочих резервов, и ее соответствие рыночным ожиданиям приводит к снижению уровня циклической безработицы в стране.

Таким образом, занятость – это сложная, многофакторная система, охватывающая разнообразные приемы, методы, своеобразный категориальный аппарат, механизм регулирования. Огромное разнообразие форм занятости приводит к тому, что для ее регулирования необходимо учитывать множество различных факторов, влияющих на экономику современной России.

Все большее число ученых склоняется к тому, что современное регулирование социально-экономических процессов, в том числе занятости населения, трансформируется из науки управления в сложную, целостную систему, которая пронизывает все стороны и уровни жизни общества и отдельных граждан [13]. В современном понимании регулирование занятости это не только тип управления, но и система, которая учитывает специфику человеческого фактора и пытается использовать его максимально эффективно как для человека, так и для общества, что необходимо для обеспечения благосостояния всех граждан. Эффективность управления занятостью населения, в свою очередь, обеспечивается выделением ключевых для этой сферы

форм занятости, организацией процессов как на более широком государственном уровне, так и на региональном.

В связи с этим цель исследования: обосновать организационно-экономический механизм регулирования занятости и определить его структурные составляющие.

В рамках научной работы мы попытались ответить на следующие исследовательские вопросы: (1) Каковы задачи и стратегические направления регулирования занятости? (2) Каковы основные инструменты регулирования занятости? (3) Каковы основные инструменты регулирования занятости молодежи?

Материалы и методы исследования

Теоретический базис написания статьи составили диалектический метод познания и системный метод исследования организационно-экономического механизма регулирования рынка труда, а также систематизация результатов исследований научных работ по указанной проблеме.

В соответствии с целью исследования на первом этапе его проведения были отобраны научные источники по поставленной проблеме. Подбор работ осуществлялся в научной электронной библиотеке eLIBRARY.RU с ограничением по дате публикации не старше 10 лет. На основании анализа научных источников и примеров из практики были определены инструменты по осуществлению мероприятий, направленных на регулирование занятости. При этом были использованы следующие методы: абстрактно-логический; теоретического обобщения.

На втором этапе исследования был проведен экспертный опрос. Критерием отбора пула экспертов было наличие у них опыта работы в государственных службах занятости на руководящих должностях, а также опыта научной деятельности в сфере трудовых отношений не менее 10 лет. Отобранным экспертам (51 человек) были высланы электронные письма с предложением принять участие в опросе. Согласие принять участие в опросе выразили 46 человек, после чего им были высланы электронные письма с предложением расставить социально-экономические инструменты регулирования занятости по шкале порядка в зависимости от уровня значимости, присвоив баллы. После этого были определены их ранг и веса, итоговые значения которых определяют значимость того или иного направления интеграции и его преимущества. Также экспертам был задан вопрос об основных инструментах регулирования занятости молодежи.

Результаты исследования

Обобщение результатов исследований позволило сформировать основные идеи программных документов по регулированию занятости (рис. 1-3).

Результаты теоретического обобщения и экспертного опроса позволили определить наиболее предпочтительные экономические инструменты регулирования занятости (табл. 1).

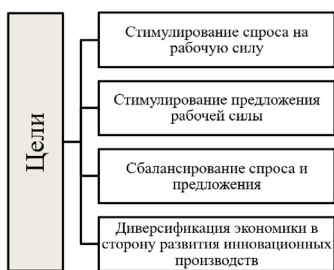


Рисунок 1 – Цели регулирования занятости



Рисунок 2 – Задачи регулирования занятости



Рисунок 3 – Пути регулирования занятости

Таблица 1
Инструменты регулирования занятости

Инструменты регулирования занятости	Ранг	Вес
создание государством новых рабочих мест с модернизацией старых предприятий и открытие новых	1	0,26
финансирование системы профориентации, профессионального обучения и переквалификации рабочих через разработку специализированных программ	2	0,17
поддержка политики социального партнерства, при которой поощряется предпринимательская деятельность, предоставляются льготы при регистрации и микрокредитовании	3	0,16
разработка и финансирование программ samozанятости всех или отдельных групп населения	4	0,15
разработка системы кредитного стимулирования и льготного налогообложения для новых рабочих мест	5	0,08
разработка и финансирование программ стимулирования занятости отдельных групп работников (молодежи, инвалидов, женщин)	6	0,07
предоставление материальной поддержки безработным и их семьям, средств на открытие собственного дела	7	0,05
льготное налогообложение для регионов с высоким уровнем безработицы	8	0,03
поддержка отечественного производства продуктов конечного потребления с высокой добавленной стоимостью	9-11	0,01

покрытие государством затрат на создание центров профессионального обучения на базе крупных предприятий	9-11	0,01
финансовое стимулирование служб занятости и частных кадровых агентств	9-11	0,01

Примечание: оценка осуществлена на основании экспертного опроса; величина коэффициента конкордации $W = 0,71$ ($p < 0,01$), что свидетельствует о сильной согласованности экспертных мнений.

По мнению экспертов, наиболее приоритетными инструментами регулирования занятости являются создание государством новых рабочих мест, финансирование системы профессионального обучения на государственном уровне и поддержка политики социального партнерства (табл. 1).

Опираясь на предложенные инструменты регулирования занятости, экспертами были высказаны предложения по регулированию занятости молодежи как одной из наименее защищенных категорий трудового населения. Результатом стало определение экономических инструментов регулирования занятости молодежи в совокупности мотивационного (повышение экономической заинтересованности) и деятельностного (развитие и реализации задуманного) компонентов задействования молодежи в сфере общественного производства.

В качестве направлений деятельности, необходимой для повышения экономической заинтересованности предприятий в занятости молодежи, экспертами были выделены:

а) Создание экономических предпосылок для расширения рабочих мест путем повышения спроса на продукцию предприятий, активных в трудоустройстве молодежи. Для этого государству необходимо проработать вопрос предоставления предприятиям статуса «предприятие, активное в трудоустройстве молодежи»;

б) Принятие дополнительных финансовых мер, связанных с использованием труда молодежи. Они могут включать в себя налоговые льготы в размере дополнительных затрат на расширение использования труда молодежи; уменьшение расходов, подлежащих подоходному налогу; право на осуществление ускоренной амортизации;

в) Реализация мероприятий развития профобучения молодежи на производстве.

Регулирование занятости молодежи также возможно с помощью непосредственного развития молодежного предпринимательства и samozанятости. В рамках этого компонента были определены следующие направления:

а) Расширение возможностей получения молодежью финансовых и материальных ресурсов, необходимых для формирования первичного капитала. В этом направлении предусмотрено введение единовременных выплат нуждающейся молодежи;

б) Создание благоприятных налоговых условий для предпринимательства, в том числе посредством предоставления льготных целевых кредитов и государственных гарантий их возврата;

в) Развитие специального сектора предпринимательской инфраструктуры;

г) Создание специальных условий для развития самозанятости молодежи. Государство должно поощрять банки к предоставлению кредитов молодежи, внедрять налоговые льготы и специальные условия аренды (лизинга) для молодых предпринимателей.

Обсуждение результатов

Как показали результаты исследования, регулирование занятости базируется на двух взаимосвязанных сферах – социальной и экономической. Основным приоритетом при реализации государственных программ содействия занятости населения должны стать активные методы воздействия на обе сферы – профессиональная подготовка и переобучение кадров, грамотная налоговая политика, стимуляция создания специализированных рабочих мест предприятиями [6]. Важным средством при этом являются инвестиции, влияющие на занятость населения как через прямые затраты, формирующие совокупный спрос в настоящий момент, так и через поддержку обновления действующих рабочих мест, когда сегодняшние инвестиции определяют спрос на рабочую силу в перспективе.

Налоговые вложения при этом влияют на объем потребительских расходов домохозяйств, инвестиций, чистого экспорта, возрастающих при понижении налогового давления. Ученые сегодня выделяют 2 подхода к налоговой политике для стимуляции занятости населения: снижение налогов и повышение с подоходной дифференциацией [2]. Снижение налогового нагруса влияет не только на увеличение совокупного спроса, но и на повышение предложения таких факторов производства, как предпринимательство и рабочая сила, что в итоге увеличивает занятость. Дифференцированное налогообложение же позволяет заполучить дополнительные ресурсы на поддержку безработного и мало защищенного населения, а также перенаправить средства на развитие отраслей и регионов с самыми высокими показателями безработицы.

Расширение производительной занятости должно стать наивысшим приоритетом общества, поскольку именно она определяет состояние экономики в целом, все составляющие экономического подъема и главное – благосостояние населения: работников – из-за повышения заработной платы, предпринимателей – из-за роста предпринимательского дохода, пенсионеров, инвалидов, безработных и т.п. – из-за увеличения наполнения бюджетов и целевых социальных фондов. По нашему мнению, совпадающему с мнением ряда ученых, содействие занятости должно осуществляться в первую очередь на региональном уровне, с учетом условий, задач и приоритетов развития каждого субъекта [4]. Государственное регулирование занятости должно быть гибким в соответствии меняющимся условиям современного рынка труда, и охватывать не только политику в секторе непосредственной занятости, но и в комплексе инвестиционной, налоговой, кредитно-денежной, предпринимательской и экспортно-импортной политики.

Регулирование занятости на региональном уровне в России сопряжено с трудностями организационного и нормативно-методического характера: например, различные административные регламенты могут ограничивать возможности получения гражданами профессиональной переподготовки [7]. Зачастую, для решения проблем и выработки рекомендаций не проводится первичная аналитика регионального рынка труда, что не позволяет точно и эффективно решать возникающие проблемы. Поэтому предложенные инструменты и меры необходимо адаптировать для региональных реалий, выделив актуальные для субъекта проблемы перед применением соответствующих механизмов.

Государственная политика также предполагает разработку программ содействия занятости, в том числе региональных. Они направлены на поддержание баланса спроса и предложения кадров на рынке труда, повышение качества и эффективности трудового потенциала [8]. В рамках реализации такой программы в республике Хакасия, например, гражданам предоставляется дополнительное обучение в области информационных технологий, профессиональное обучение с льготами для безработных, студентов, лиц с ограниченными возможностями [6]. Региональные программы, таким образом, зачастую направлены на реализацию одного из ключевых направлений содействия занятости, выделенного в ходе экспертного опроса – финансирование системы профориентации, профессионального обучения и переквалификации.

Программы содействия занятости также могут охватывать отдельные категории населения, прежде всего мало защищенные группы: молодежь, женщины, инвалиды и т.п. Что касается регулирования занятости молодежи, то предложенный в статье механизм представляет собой совокупность взаимосогласованных условий, методов, форм, средств и инструментов организации, руководства и управления, практическая реализация которых обеспечивает трудоустройство молодых работников либо по полученной специальности, либо по осознанному их желанию [12].

Результаты нашего исследования подтверждены выводами [5], согласно которым меры по регулированию молодежной занятости также должны включать льготное налогообложение предприятий, принимающих на работу молодых специалистов. Мы считаем, что на правах льготного налогообложения должны осуществлять свою деятельность предприятия, где от 30 до 40% работающих составляют выпускники учебных заведений, не имеющих опыта работы. Такая мера будет способствовать трудоустройству наименее привлекательной для работодателей части рабочей силы, прием на работу которой связан с дополнительными затратами на обучение.

Заключение

В статье определено, что организационно-экономический механизм регулирования занятости должен быть охарактеризован как совокупность органи-

зационных и экономических составляющих, предназначенных способствовать согласованию хозяйственных взаимоотношений между субъектами рынка труда для обеспечения выполнения ими общественных функций. Применение экономических инструментов регулирования занятости будет способствовать решению главных целей обеспечения развития общей экономической системы государства.

К ограничениям исследования можно отнести количественную ограниченность экспертного пула, что не позволяет сделать выводы исследования полностью обобщенными. Перспективой дальнейших исследований может стать исследование возможностей регионального и государственного регулирования занятости инвалидов как наименее защищенной категории населения.

Литература

1. Калабина Е. Г., Газизова М. Р. Развитие концепции продуктивной занятости работников старших возрастных групп // Вестник ОмГУ. Серия: Экономика. 2022. №4. С. 28-35.
2. Киреев А. П., Содномова С. К. Адаптация подоходного налогообложения к изменениям рынка труда // Известия БГУ. 2021. №2. С. 167-178.
3. Корогодин И. Т. Экономическая теория труда. Учебное пособие. М.: Экономика, 2015 г. 239 с.
4. Маркидонова А. В. Совершенствование механизма государственного регулирования региональных рынков труда // Белорусский экономический журнал. 2023. № 3(104). С. 97-114. DOI: 10.46782/1818-4510-2023-3-97-114.
5. Новиков А. А., Новикова Е. В. Проблемы формирования эффективной занятости на российском рынке труда // Вестник Московского международного университета. 2024. № 1(1). С. 173-180.
6. Проноза А. А., Кочеткова Е. Н. Регулирование занятости и безработицы региона // Конкурентный потенциал региона: оценка и эффективность использования: Сборник статей XIV Международной научно-практической конференции, Абакан, 08–10 ноября 2023 года. Абакан: Хакасский государственный университет им. Н. Ф. Катанова, 2023. С. 43-45.
7. Торгашев Р. Е. Организационно-правовой механизм государственного регулирования занятости населения Российской Федерации // IV Гастевские чтения: Сборник статей Всероссийской научно-практической конференции, Москва, 19–20 апреля 2022 года. М.: Российский государственный гуманитарный университет, 2022. С. 177-189.
8. Трофимова В. В., Круталевич М. Г. Регулирование занятости и трудовых отношений на уровне региона // Мировая наука. 2023. № 10(79). С. 92-95.
9. Файзуллин Ф. С., Файзуллин И. Ф. Неполная занятость как форма безработицы и фактор бедности работающего населения // Известия Уфимского научного центра РАН. 2021. № 2. С. 104-108. DOI: 10.31040/2222-8349-2021-0-2-104-108
10. Шарафутдинов Р. И., Измайлова Д. О., Ахметшин Э. М. Исследование национальных ключевых показателей эффективности инклюзивного роста и

развития регионов Российской Федерации. Теоретическая и прикладная экономика. 2018. № 3. С. 118-134. doi: 10.25136/2409-8647.2018.3.27061

11. Шичкин И. А. Миграция населения как фактор выравнивания социально-экономической дифференциации регионов России // Уровень жизни населения регионов России. 2015. № 4(198). С. 97-105.

12. Akhmetshin E., Klochko E., Batirova N., Vetrova E., Andryushchenko I., Tolipova B. The influence of organizational and economic mechanisms on the regulation of employment of young specialists // Journal of Management & Technology. 2023. Vol. 23. P. 352-363.

13. Bobkov V. N., Neterebsky O. V., Novikova I. V., Shichkin I. A. State Employment Policy in Russia. Electronic Tools of Labour Market Monitoring / // Digital (R)evolution and Its Effects on Labour: Opportunities and Challenges for Regional and Local Labour Market Monitoring. Munich: Rainer Hampp Verlag, 2016. P. 251-266.

14. Dmitrieva I. S., Sharafutdinov R. I., Gerasimov V. O., Akhmetshin E. M., Pavlov S. V. Method evaluation of the human capital with its innovational potential consideration and perspectives of regional development: the example of the republic of tatarstan and volga federal district regions // Espacios. 2017. T. 38. № 40. P. 45.

Organizational and economic mechanisms for regulating employment in the regions
Islamutdinov V.F., Kurikov V.M., Zadimidchenko A.M., Tagibova A.A., Kayugina S.M.

Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov, Yugra State University, Surgut State University, Moscow State Institute of International Relations, Northern Trans-Ural State Agricultural University
JEL classification: D20, E22, E44, L10, L13, L16, L19, M20, O11, O12, Q10, Q16, R10, R38, R40, Z21, Z32

Against the backdrop of a changing demographic situation and active digitalization of the economy, the labor market in Russia is undergoing significant changes, due to which it is necessary to adapt the mechanisms of state regulation of employment. Therefore, the purpose of the study was to substantiate the structural components of the organizational and economic mechanism for regulating employment and to determine the key directions for its implementation.

Research methods included dialectical and systemic approaches, analysis of scientific literature, as well as an expert survey of specialists in the field of employment. According to the survey results, the most relevant areas of employment regulation today are the creation of new jobs, financing of the vocational training system and support for social partnership policies. Within the framework of the organizational and economic approach, measures were proposed for state support for the training of qualified personnel, subsidizing business activities, and stimulating self-employment. Special attention is paid to promoting youth employment, which requires a set of measures related to increasing the economic interest of enterprises in hiring young personnel, as well as the development of youth entrepreneurship.

The findings of the study emphasize the importance of a regional approach to employment regulation, which makes it possible to more effectively control unemployment associated with development factors of individual subjects. Also, the need to integrate the proposed measures into state and regional programs for the development of the labor market and employment promotion is indicated.

Keywords: labor market, employment, vocational training, tax policy, regional programs, social protection

References

1. Kalabina E. G., Gazizova M. R. Development of the concept of productive employment of workers in older age groups // Bulletin of Omsk State University. Series: Economics. 2022. No. 4. pp. 28-35.
2. Kireenko A. P., Sodnomova S. K. Adaptation of income taxation to changes in the labor market // News of BSU. 2021. No. 2. pp. 167-178.
3. Korogodin I. T. Economic theory of labor. Tutorial. M.: Economics, 2015, 239 p.
4. Markidonova A. V. Improving the mechanism of state regulation of regional labor markets // Belarusian Economic Journal. 2023. No. 3(104). pp. 97-114. DOI: 10.46782/1818-4510-2023-3-97-114.

5. Novikov A. A., Novikova E. V. Problems of formation of effective employment in the Russian labor market // *Bulletin of the Moscow International University*. 2024. No. 1(1). pp. 173-180.
6. Pronoza A. A., Kochetkova E. N. Regulation of employment and unemployment of the region // *Competitive potential of the region: assessment and efficiency of use: Collection of articles of the XIV International Scientific and Practical Conference, Abakan, November 08–10, 2023*. Abakan: Khakass State University named after. N. F. Katanova, 2023. P. 43-45.
7. Torgashev R. E. Organizational and legal mechanism of state regulation of employment of the population of the Russian Federation // *IV Gastev Readings: Collection of articles of the All-Russian Scientific and Practical Conference, Moscow, April 19–20, 2022*. M.: Russian State University for the Humanities, 2022. pp. 177-189.
8. Trofimova V. V., Krutalevich M. G. Regulation of employment and labor relations at the regional level // *World Science*. 2023. No. 10(79). pp. 92-95.
9. Faizullin F. S., Faizullin I. F. Underemployment as a form of unemployment and a factor in poverty of the working population // *News of the Ufa Scientific Center of the Russian Academy of Sciences*. 2021. No. 2. P. 104-108. DOI: 10.31040/2222-8349-2021-0-2-104-108
10. Sharafutdinov R. I., Izmailova D. O., Akhmetshin E. M. Study of national key performance indicators for inclusive growth and development of regions of the Russian Federation. *Theoretical and applied economics*. 2018. No. 3. P. 118-134. doi: 10.25136/2409-8647.2018.3.27061
11. Shichkin I. A. Migration of the population as a factor in leveling the socio-economic differentiation of Russian regions // *Living standards of the population of Russian regions*. 2015. No. 4(198). pp. 97-105.
12. Akhmetshin E., Klochko E., Batirova N., Vetrova E., Andryushchenko I., Tolipova B. The influence of organizational and economic mechanisms on the regulation of employment of young specialists // *Journal of Management & Technology*. 2023. Vol. 23. P. 352-363.
13. Bobkov V. N., Neterbsky O. V., Novikova I. V., Shichkin I. A. State Employment Policy in Russia. *Electronic Tools of Labour Market Monitoring / // Digital (R)evolution and Its Effects on Labour: Opportunities and Challenges for Regional and Local Labour Market Monitoring*. Munich: Rainer Hampp Verlag, 2016. P. 251-266.
14. Dmitrieva I. S., Sharafutdinov R. I., Gerasimov V. O., Akhmetshin E. M., Pavlov S. V. Method evaluation of the human capital with its innovational potential consideration and perspectives of regional development: the example of the republic of tatarstan and volga federal district regions // *Espacios*. 2017. T. 38. № 40. P. 45.

Экономическая целесообразность взаимодействия образовательной среды и бизнеса в рамках управления цифровой трансформацией

Ляшенко Валерий Евгеньевич

инженер лаборатории Научно-образовательного центра информационных технологий и бизнес-анализа «Газпром нефть», Санкт-Петербургский Политехнический университет Петра Великого, vallys2012@yandex.ru

Новоселов Алексей Владимирович

аспирант кафедры управления социально-экономическими системами института управления и информационных технологий Санкт-Петербургского университета технологий управления и экономики, anovoselov1889@gmail.com

Статья предлагает рассмотреть вариант совместной работы образовательных организаций и бизнеса в контексте цифровой трансформации. Авторы ставят перед собой цель выявить инновационный компонент в ходе такого сотрудничества. Как правило, только при одобрении единой составляющей стратегии развития можно рассчитывать на полноценные результаты, которые смогут влиять на будущее организации. Совместная деятельность организаций высшего образования с поддержкой ресурсов бизнес-сферы дает почву для размышлений по активизации подобной работы для профориентационных мероприятий. Инновационностью в данном случае будет считаться комплекс установленных мер и действий, направленных на развитие и улучшение бизнес-процессов, причем как для образовательной сферы, так и для бизнеса в целом.

Ключевые слова: управление организацией, цифровая трансформация, бизнес, организации высшего образования

Введение: Тема общего сотрудничества бизнеса и организаций высшего образования очень важна в современном мире, особенно на настоящий момент в Российской Федерации. Взаимодействие между образовательной средой и бизнесом в рамках управления цифровой трансформацией может способствовать развитию обеих сторон. Образовательная среда может адаптировать программы обучения к требованиям бизнеса, обучая студентов актуальным навыкам. Бизнес в свою очередь может инвестировать в образовательные программы для подготовки персонала, а также сотрудничать с учебными заведениями для исследований и разработок. Такое сотрудничество может способствовать цифровой трансформации и развитию экономики в целом.

Первоначально вопросы о реформировании образовательной сферы в России происходили аж с 1980-х годов. Далее, в 90-х и 2000-х годах. За это время высшее образование расценивалось государством как источник инноваций, экономического и регионального развития. В последние годы реформы касательно образовательной системы становятся все более актуальными [4]. К сожалению, российские университеты не занимают высоких рейтингов в мировых списках. А низкое количество научных публикаций особенно в международных журналах, вызывает озабоченность. В ходе погружения исследования данного материала были выявлены причины недостаточной подготовки научных сотрудников:

- Недостаток финансирования;
- Неэффективная система оценки научной деятельности;
- Недостаточная мотивация и поддержка ученых;
- Отсутствие современной научной инфраструктуры;
- Недостаток международного сотрудничества

Для повышения количества научных статей в России важно обеспечить адекватное финансирование науки, создать стимулы для ученых, совершенствовать систему оценки научной деятельности и развивать научную инфраструктуру, а также поощрять международное сотрудничество в научной сфере [14, 17].

В настоящее время, в период кризиса процессов глобализации и всевозрастающей изоляции российского государства, в том числе, от инновационного потенциала большинства развитых стран мира, как никогда актуальным, и даже необходимым, становится развитие собственного потенциала.

Полагаем, что путем трансформации и превращения, научно технологические продукты и средства становятся конкурентоспособными продуктами, отвечающими текущим потребностям. Отмечаем, что на сегодняшний день, инновации включают как научно-технические, так и социальные нововведения [8].

Таким образом, необходимо подчеркнуть, что следствием возрастающей роли интеллектуального труда, приобретения субъектами инновационной деятельности специальных знаний в научно-технической и социальной сфере, развития технологических и иных возможностей, становится формирование инновационной системы, которая способствует разрешению существующих проблем в производственной, военной, энергетической, природоохранной социальной и других областях [2, 5-7].

Подчеркиваем, что так как инновации служат фундаментом для наукотехнологического и социально-экономического развития, возникает потребность в создании эффективной системы взаимодействия между наукой, промышленностью и обществом с учетом национальных, территориальных, природных и иных особенностей при разработке инновационной политики.

Методы: при исследовании данной темы авторами активно использовались такие методы научного познания как индукция, дедукция, анализ, синтез, а также абстрагирование и идеализация. Эти методы исследования позволили произвести логическое исследование собранных фактов, вырабатывать понятия и суждения, и, следовательно, сделать теоретические обобщения по исследуемой тематике.

Результаты: На территории Российской Федерации существует практика совместного сотрудничества университетов и представителей корпораций. Особенно это взаимосвязь наблюдается в финансовом и нефтегазовом секторе. Корпорации по сути являются спонсорами для организаций высшего образования, следовательно, они ожидают увидеть полноценную обратную связь: именно тех специалистов, которые соответствуют повышенным требованиям компании.

Например, компания ОАО «Лукойл» является активным представителем взаимодействия с университетами. Отдельная статья расходов компании включает материально-техническое оснащение учебных корпусов, а также закупку нового и современного оборудования для вуза. Здесь же заложены расходы на оплату публикаций и печать учебных пособий для обучающихся.

Компания ТНК-ВР создала Межвузовский центр, объединивший пять университетов, получающих финансовую помощь от компании. В 2010 году некоторые исследования, произведенные ТНК-ВР, были включены в учебную программу вузов-партнеров. Компания проводит программы для выпускников, студентов, абитуриентов, гарантирует трудоустройство.

ОАО «Лукойл» также является активным участником взаимодействия с университетами. Средства из своего благотворительного фонда компания выделяет на закупку нового оборудования в вузы, оснащения учебных корпусов, издание пособий для студентов нефтегазовых университетов. Совместно с Пермским Государственным техническим университетом был создан Институт Нефти и Газа, призванный готовить специалистов и проводить исследования для данной отрасли. Расходы компании включают в себя также заключение договора на подготовку специалистов с 16 вузами: как техническими, так и экономическими [9, 10].

Сотрудничество университетов и корпораций основано на взаимной выгоде. Университеты нуждаются в средствах, оборудовании, материальном обеспечении экспертов, что без привлечения корпорация является слишком затратным. Такой союз будет выгодным для крупных компаний, чья деятельность связана с разноплановыми разработками. Бывает, что фирма кооперируется с университетом для решения конкретной задачи: компании выгоднее привлечь профессиональные кадры, чем содержать штат подобных сотрудников.

Институт статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ представил данные исследований о структуре затрат на исследования и разработки по областям науки за годы с 2000 по 2020. Информация представлена на рисунке 1.

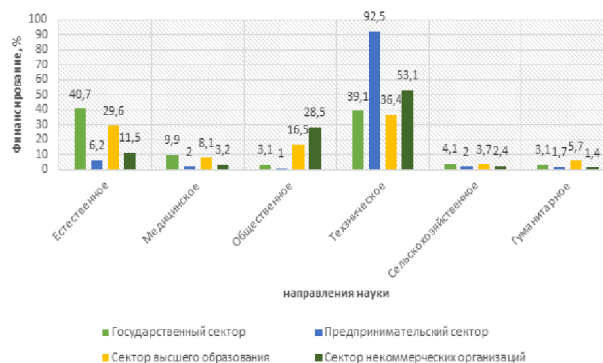


Рисунок 1 – Структура внутренних затрат в России (данные на 2020 год, составлено авторами на основе данных источника [18])

Как явствует из представленного рисунка, технические науки преобладают в дисциплинарной структуре исследований разработок. Для сравнения с другими странами, стоит отметить, что в Тайване их доля максимальна — 79,7%, в Республике Корея — 72,3%, Беларуси — 71,9%, Китае — 70,8%. На втором месте, в основном, естественные науки, однако в ряде стран — медицинские. Для примера стоит отметить Данию с ее 31,6% финансирования исследовательских разработок в области медицинских наук, Хорватии — 19,7%, Сингапуре — 18,3% и Турции — 11,8% [18].

Общее развитие современной экономики и общества основано на быстром прогрессе науки и техники. Для реализации этого вектора необходимо задействовать инновационный потенциал высшей

школы, все это требует модернизации физико-технологической базы вузов, разработки организационно-экономических механизмов привлечения инвестиций в образовательные учреждения.

В связи с этим можно рассмотреть сотрудничество между предприятиями и университетами западных стран. Широкое взаимодействие коммерческих структур с высшими учебными заведениями произошло за счет сокращения автономии университетов и более активного участия государства. Рынок труда является катализатором этого процесса, и в эпоху «экономики знаний» необходимо изменить систему подготовки специалистов для более динамичного социально-экономического развития [15].

Эта тенденция сопровождается соответствующими законодательными действиями, которые способствуют удовлетворению потребности экономики в высококвалифицированных специалистах. Нововведения происходят на фоне сокращения государственного финансирования и поиска новых источников внебюджетного финансирования. В то же время на национальном уровне и внутри вузов произошли структурные изменения в системе управления и организации высшего образования. Характерной чертой любой национальной системы высшего образования является наличие множества институтов, влияющих на процесс принятия решений на местах. Это связано с тем, что система высшего образования является сетевой, а поступательное движение экономики требует усилий не только университетов, но и корпоративного мира, государственных структур, банковской системы и средств массовой информации [11, 12].

Обсуждение. Основным источником доходов российских государственных университетов является государственное финансирование, при этом преобладают государственные бюджеты из-за системы высшего образования, находящейся под их юрисдикцией. Для частных университетов основными источниками дохода являются плата за обучение, частные гранты и пожертвования. Чем выше статус государственного образовательного учреждения, тем ниже доля платы за обучение в общей выручке и тем больше выручка тратится на товары и услуги. Доход частных некоммерческих университетов формируется в основном за счет собственного инвестиционного дохода.

Однако, чем выше статус частного некоммерческого университета, тем больше у него государственного финансирования. В частных бизнес-университетах плата за обучение составляет большую часть дохода, а государственные средства и собственный доход составляют небольшую часть.

Мысль о том, что бизнесу можно и нужно учиться, является дискуссионной. В результате обучения можно получить только информацию. В свою очередь, бизнес, как и любой творческий процесс – это система знаний [13].

Информация для знания являются лишь сырьем, которое нужно переработать для получения результата. Творчество, то есть направленность на получение чего-то нового, является самым главным в

бизнесе. Можно быть глубоко осведомленным в методах ведения бизнеса, уметь читать баланс, знать о методах внедрения продукта на рынок, но без бизнес-идей, рожденных творческой мыслью этот бизнес будет мертвым. Он будет стоять на одном месте. И только тогда, когда дело основано на идеях, или рождает новые идеи, в предпринимательстве появляются перспективы роста и получения прибыли.

Для обеспечения дальнейшего стабильного инновационного развития предприятий бизнеса, причем совершенно не важно какой именно направленности, а также для целей оперативного управления и принятия эффективных управленческих решений необходимо периодическое проведение оценки состояния инновационной деятельности. Это позволит не просто констатировать состояние инновационной деятельности, но и даст возможность построить эффективную систему управления инновационной деятельностью, связанной с разработкой стратегических мероприятий, способствующих оптимизации тех или иных показателей, а, следовательно, реализации стратегии развития инновационной деятельности предприятия.

При определении путей повышения инновационной привлекательности нужно понимать и осознавать, какие условия компания может предложить инвесторам. Например, если в компании есть компетентный штат и управленцы, скорее всего не нужно тогда искать стратегического инвестора, который будет принимать участие в управлении. Или обратная ситуация, когда нет компетентных управленцев. В таком случае стоит задуматься сможет ли этот инвестор повысить эффективность предприятия [1, 16].

Взаимодействие образовательной среды и бизнеса не только способствует улучшению качества образования и подготовке высококвалифицированных специалистов, но и имеет значительную экономическую целесообразность для обеих сторон, а также для экономики в целом. Рассмотрим ключевые аспекты этой целесообразности.

1) Улучшение качества образования и соответствие рынку труда.

Взаимное сотрудничество образовательных учреждений и бизнес-структур позволяет адаптировать традиционные учебные программы к реальным потребностям рынка. Подобная адаптация не только способствует улучшению качества образования, но и повышению его практической направленности. Выпускники, обладающие актуальными знаниями и навыками, быстрее адаптируются к рабочей среде, что снижает издержки компаний на дополнительное обучение и интеграцию новых сотрудников.

2) Сокращение дефицита квалифицированных кадров.

Активное участие бизнеса в образовательном процессе и подготовке специалистов сокращает дефицит квалифицированных кадров на рынке труда. Это способствует росту производительности труда и экономическому развитию регионов и страны в целом.

3) Инновационное развитие и спонсорство научных разработок.

Взаимовыгодные научно-исследовательские проекты между образовательными учреждениями и бизнесом способствуют развитию процессу инновационного развития и коммерциализации научных разработок. Результатом совместного использования трудовых ресурсов является рост конкурентоспособности компаний и экономики в целом за счет внедрения инновационных технологий и повышения эффективности производственных бизнес-процессов.

4) Создание новых рабочих мест.

Развитие сотрудничества между образовательными учреждениями и бизнесом способствует созданию новых рабочих мест, как в рамках научно-исследовательских проектов, так и за счет расширения бизнеса благодаря инновациям и улучшению качества кадров. Это положительно сказывается на уровне занятости населения и экономическом благополучии общества.

5) Взаимное финансовое и инвестиционное сотрудничество.

Взаимодействие с бизнесом открывает для образовательных учреждений новые возможности для финансирования через гранты, инвестиции в научные исследования и разработки, а также через создание совместных предприятий и стартапов. Это обеспечивает дополнительные ресурсы для развития образования и науки, а также для экономического развития регионов.

Таким образом, экономическая целесообразность взаимодействия образовательной среды и бизнеса очевидна. Это сотрудничество способствует не только развитию качественного образования и подготовке востребованных на рынке труда специалистов, но и обеспечивает устойчивый экономический рост за счет инноваций, повышения производительности труда и создания новых рабочих мест.

Взаимодействие между образовательными учреждениями и бизнес-структурами является основой для развития инновационного компонента, а также подготовки высококвалифицированных квалифицированных специалистов. Подготовленный специалист является неотделимой частью развития экономики в целом. Далее рассмотрим устоявшиеся формы взаимного сотрудничества между образовательной организацией и бизнесом [3]:

— Дуальное образование.

Понятие дуальной системы образования заключается в тесном сотрудничестве образовательной организации и бизнес-компании. Обучающиеся в одно и то же время проходят обучение в вузе и вместе с этим получают практические навыки, которые необходимы для дальнейшей деятельности. Устоявшаяся система способствует глубокому погружению студентов именно в профессиональную среду, что в свою очередь позволяет бизнесу активно участвовать в процессе усвоения учебных программ и подготовке специалистов для своего направления.

— Стажировки и практики.

Стажировка или прохождение практики являются неотъемлемой частью учебного процесса. Обучающийся имеет прекрасную возможность применить все полученные теоретические знания именно при практической деятельности на том предприятии, которое он выбрал для себя. Также у студента появляется возможность посмотреть организацию изнутри, попробовать проявить себя на реальных рабочих процессах. В свою очередь компания также может оценить возможности потенциального сотрудника и при положительных отзывах – рассматривать его дальнейшее трудоустройство.

— Совместные образовательные программы.

Формирование отдельных взаимных образовательных планов и рабочих программ побуждает организациям высшего образования и бизнес-компаниям создавать специализированные курсы и направления, которые максимально приближены к реальным перспективам и отвечают требованиям современности. Как следствие, эта деятельность содействует повышению уровня качества образования и его применения при стажировках в компании.

— Научно-исследовательские проекты.

Совместное выполнение проектов и разработок в научно-исследовательском поле дает уникальную возможность для всех типов обучающихся, а также профессорско-преподавательского состава принимать участие в реальных научных исследованиях, которые спонсируются и поддерживаются компаниями. Данная прерогатива способствует коммерциализации научных разработок, которые в последствии интегрируются в практические кейсы. Академическая наука вкупе с прикладными практическими навыками создает уникальный тандем, который можно будет исследовать и внедрить в экономическую среду.

— Экспертно-консультационные услуги.

Ввиду своей деятельности, образовательные организации могут оказывать консультационные услуги компаниям, тем самым выступая экспертами в определенных темах. Компании становятся более конкурентоспособными ввиду того, что информация, полученная на стыке теории и практики, ценится больше за счет ее практической значимости. Поскольку преподаватели и студенты могут получить более развернутую информацию о реальных производственных процессах, позитивным ключом может также стать и инновационный потенциал для самой компании. Идея данного пункта именно в том, что чем глубже понимаешь специфику отрасли, тем более активно и полезно стоит применять академические знания для решения реальных бизнес-задач [20].

Резюмируя выше представленные тезисы, авторами был составлен список преимуществ, которые смогут положительно влиять как на бизнес в целом, так и на организации высшего образования, что и видно на рисунке 2.

Таким образом, сотрудничество с бизнесом может улучшить качество образования, привлечь финансирование и повысить престиж университета, а также обеспечить студентам новые возможности для развития своих карьер.

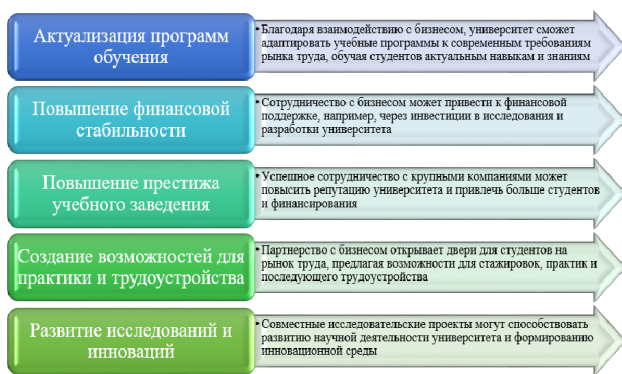


Рисунок 2 – Векторы сотрудничества организаций высшего образования и бизнеса

В результате всевозможных преобразований бизнес-модели организаций высшего образования приобретают все новые формы и адаптируются к условиям современной вехи цифровой трансформации. Организации осознают, что традиционные методы уже не столь эффективны, и они активно внедряют инновационные технологии и решения, чтобы быть на шаг впереди конкурентов. К примеру, автоматизация процессов, использование искусственного интеллекта и аналитических систем позволяют снизить затраты, увеличить производительность и повысить уровень удовлетворенности клиентов.

Ключевым элементом взаимодействия с образовательными учреждениями являются программы совместного обучения и стажировок. Эти программы направлены на формирование кадрового резерва, привлечение талантливой молодежи и обновление человеческого капитала компании. Цифровизация процессов играет важную роль в упрощении коммуникаций и обмена данными, что увеличивает эффективность образовательных программ и их доступность.

Запуск совместных инновационных проектов и исследований с акцентом на разработку новых продуктов и технологий дополняет стратегию развития, способствуя повышению производственной эффективности и снижению воздействия на окружающую среду. Оценка экономической эффективности совместных проектов с университетами позволяет компании обоснованно выбирать направления для инвестирования, исходя из критерия NPV и вклада в развитие человеческого капитала [19].

Важным аспектом цифровой трансформации является возможность организаций интегрироваться в единую цифровую систему с другими компаниями и участниками рынка. Такие партнерства позволяют создавать синергию и разрабатывать новые инновационные продукты и услуги. Благодаря цифровым платформам и сетям, компании получают доступ к большему количеству клиентов и расширяют свою географическую присутствие. Это способствует развитию бизнеса и обеспечивает долгосрочную устойчивость на рынке.

Организации, осознавая важность кооперации в динамично развивающемся рыночном пространстве, активно применяют инновационные решения и

строят партнерские отношения, чтобы быть успешными и конкурентоспособными в современном цифровом мире.

Литература

1. Апанасович Н. В., Зеньчук Н. Ф. Формы сотрудничества учреждений высшего образования и предприятий в сфере трансфера и коммерциализации знаний. – 2020 [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://elilib.bsu.by/handle/123456789/250837> (дата обращения: 15.07.2024)
2. Баймуратов У. Б., Жанбаев Р. А., Сагинтаева С. С. Модель тройной спирали в формировании концептуального механизма взаимодействия высшего образования и бизнеса: региональный аспект // Экономика региона. – 2020. – Т. 16. – №. 4. – С. 1046-1060.
3. Букалерева Л. А. и др. Эндаументы в сфере российского образования // Ученые труды Российской академии адвокатуры и нотариата. – 2020. – №. 1. – С. 52-59.
4. Гиндес Е. Г., Кравченко Л. А. Наставничество в высшем образовании: концепция, модель и перспективы развития // Высшее образование в России. – 2023. – Т. 32. – №. 8-9. – С. 110-129.
5. Диго С. М., Нуралиев Б. Г. Сотрудничество индустрии информационных технологий с системой образования в эпоху цифровой экономики // Новые информационные технологии в образовании. – 2021. – С. 8-31.
6. Ершова И. В., Енькова Е. Е., Петраков А. Ю. Гринфилд-проекты как результат синергии образования и бизнеса // Предпринимательское право. – 2021. – №. 3. – С. 11-18.
7. Кулясова Е. В., Трифонов П. В. Развитие форм взаимодействия университетов и бизнес-сообщества в условиях цифровой экономики // Стратегические решения и риск-менеджмент. – 2020. – Т. 11. – №. 2. – С. 216-223.
8. Медынская И. В. Евразийская интеграция образования, науки и бизнеса в условиях цифровизации – драйвер инновационного развития // Большая Евразия: развитие, безопасность, сотрудничество. – 2021. – №. 4-1. – С. 244-247.
9. Мирошников С. А., Нотова С. В., Никулина Ю. Н. Кадровое сотрудничество вуза и промышленных партнеров в контексте карьерного развития молодежи // Высшее образование в России. – 2022. – Т. 31. – №. 8-9. – С. 99-115.
10. Мычка С. Ю. Синергетические эффекты взаимодействия науки, бизнеса и образования // Актуальные проблемы развития вертикальной интеграции системы образования, науки и бизнеса: экономические, правовые и социальные аспекты. – 2014. – С. 113-116.
11. Погребинская Е. А., Сидоренко В. Н., Сухова Е. И. Отечественный и зарубежный опыт интеграции бизнеса и науки: новые возможности и угрозы в эпоху Индустрии 4.0 // Вопросы инновационной экономики. – 2021. – Т. 11. – №. 4. – С. 1573-1594.
12. Пономарева О. Я., Сабитова Е. А. Кадровое партнерство как условие развития бизнеса и обра-

зования //Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России. – 2022. – Т. 11. – №. 2. – С. 6-14.

13.Пружинин А. Н. Ключевые этапы внедрения корпоративного образования в средний бизнес //Социальная реальность виртуального пространства. – 2021. – С. 384-387.

14.Сергеев П. В., Колмыкова Т. С., Сергеев В. П. Взаимодействие науки, бизнеса и власти в условиях цифровой трансформации экономики //Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. – 2020. – Т. 10. – №. 4. – С. 77-86.

15.Сидорова А. А. Модели сотрудничества университетов и бизнеса в цифровую эпоху: преимущества и ограничения //Государственное управление. Электронный вестник. – 2020. – №. 78. – С. 268-283.

16.Терентьева Т. В., Варкулевич Т. В., Пашук Н. Р. Партнерство университета и бизнеса: региональный аспект //Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2022. – Т. 9. – №. 2. – С. 262-267.

17.Усманов М. Р. и др. Барьеры, препятствующие эффективному взаимодействию российских университетов и бизнес-компаний //Университетское управление: практика и анализ. – 2021. – Т. 25. – №. 1. – С. 83-93.

18.Финансирование исследований и разработок по областям науки [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://issek.hse.ru/news/612139401.html> (дата обращения: 15.07.2024)

19.Чхутиашвили Л. В., Чхутиашвили Н. В. Развитие российского экономического образования для «цифровой экономики» // Инновационные подходы к подготовке экономистов. – 2021. – С. 76-80.

20.Шевченко Е. В., Стукач В. Ф. Технологическая платформа-модель инновационного взаимодействия государства, промышленности, науки и образования //Международный научно-исследовательский журнал. – 2021. – №. 4-4 (106). – С. 183-187.

Economic feasibility of interaction between the educational environment and business in the context of digital transformation management
Lyashenko V.E., Novoselov A.V.

St. Petersburg University of Management Technologies and Economics
JEL classification: D20, E22, E44, L10, L13, L16, L19, M20, O11, O12, Q10, Q16, R10, R38, R40, Z21, Z32

The article proposes to consider the option of joint work of educational organizations and business in the context of digital transformation. The authors set themselves the goal of identifying the innovative component in the course of such cooperation. As a rule, only with the approval of a single component of the development strategy can one expect full-fledged results that can influence the future of the organization. Joint activities of higher education organizations with the support of business resources provide grounds for reflection on the activation of such work for career guidance events. In this case, innovation will be considered a set of established measures and actions aimed at developing and improving business processes, both for the educational sphere and for business in general.

Keywords: organization management, digital transformation, business, higher education organizations

References

1. Apanasovich N. V., Zenchuk N. F. Forms of cooperation between higher education institutions and enterprises in the field of knowledge transfer and commercialization. - 2020 [Electronic resource] Access mode: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/250837> (date of access: 15.07.2024)
2. Baimuratov U. B., Zhanbaev R. A., Sagintaeva S. S. The triple helix model in the formation of a conceptual mechanism for interaction between higher education and business: a regional aspect // Economy of the region. - 2020. - V. 16. - No. 4. - P. 1046-1060.
3. Bukalerova L. A. et al. Endowments in the field of Russian education // Scientific works of the Russian Academy of Advocacy and Notary. – 2020. – No. 1. – P. 52-59.
4. Gindes E. G., Kravchenko L. A. Mentoring in Higher Education: Concept, Model, and Development Prospects // Higher Education in Russia. – 2023. – Vol. 32. – No. 8-9. – P. 110-129.
5. Digo S. M., Nuraliev B. G. Cooperation of the Information Technology Industry with the Education System in the Era of the Digital Economy // New Information Technologies in Education. – 2021. – P. 8-31.
6. Ershova I. V., Enkova E. E., Petrakov A. Yu. Greenfield Projects as a Result of Synergy between Education and Business // Entrepreneurial Law. – 2021. – No. 3. – P. 11-18.
7. Kulyasova E. V., Trifonov P. V. Development of forms of interaction between universities and the business community in the context of the digital economy // Strategic decisions and risk management. - 2020. - Vol. 11. - No. 2. - P. 216-223.
8. Medynskaya I. V. Eurasian integration of education, science and business in the context of digitalization - a driver of innovative development // Greater Eurasia: development, security, cooperation. - 2021. - No. 4-1. - P. 244-247.
9. Miroshnikov S. A., Notova S. V., Nikulina Yu. N. Personnel cooperation between the university and industrial partners in the context of career development of young people // Higher education in Russia. - 2022. - Vol. 31. - No. 8-9. – P. 99-115.
10. Michka S. Yu. Synergistic effects of interaction between science, business and education // Actual problems of development of vertical integration of education, science and business systems: economic, legal and social aspects. – 2014. – P. 113-116.
11. Pogrebinskaya E. A., Sidorenko V. N., Sukhova E. I. Domestic and foreign experience of integration of business and science: new opportunities and threats in the era of Industry 4.0 // Issues of innovative economy. – 2021. – Vol. 11. – No. 4. – P. 1573-1594.
12. Ponomareva O. Ya., Sabitova E. A. HR partnership as a condition for development of business and education // Personnel and intellectual resources management in Russia. – 2022. – Vol. 11. – No. 2. – P. 6-14.
13. Pruzhinin A. N. Key stages of the implementation of corporate education in medium-sized businesses // Social reality of virtual space. – 2021. – P. 384-387.
14. Sergeev P. V., Kolmykova T. S., Sergeev V. P. Interaction of science, business and government in the context of digital transformation of the economy // Bulletin of the South-West State University. Series: Economics. Sociology. Management. – 2020. – V. 10. – No. 4. – P. 77-86.
15. Sidorova A. A. Models of cooperation between universities and business in the digital age: advantages and limitations // Public administration. Electronic Bulletin. – 2020. – No. 78. – P. 268-283.
16. Terentyeva T. V., Varkulevich T. V., Pashuk N. R. University and business partnership: regional aspect // Bulletin of the Altai Academy of Economics and Law. - 2022. - Vol. 9. - No. 2. - P. 262-267.
17. Usmanov M. R. et al. Barriers to effective interaction between Russian universities and business companies // University management: practice and analysis. - 2021. - Vol. 25. - No. 1. - P. 83-93.
18. Financing of research and development in the fields of science [Electronic resource] Access mode: <https://issek.hse.ru/news/612139401.html> (date of access: 15.07.2024)
19. Chkhutiashvili L. V., Chkhutiashvili N. V. Development of Russian economic education for the "digital economy" // Innovative approaches to the training of economists. - 2021. - P. 76-80.
20. Shevchenko E. V., Stukach V. F. Technological platform-model of innovative interaction between the state, industry, science and education // International research journal. - 2021. - No. 4-4 (106). - P. 183-187.

Инструменты совершенствования инновационно-инвестиционной политики для устойчивого развития региона

Чиркунова Екатерина Константиновна

к.э.н., доцент кафедры региональной экономики и управления, Самарский государственный экономический университет, ekchirkunova@yandex.ru

Алпатов Дмитрий Юрьевич

аспирант кафедры региональной экономики и управления, Самарский государственный экономический университет, dim.alpatoff@yandex.ru

Алпатова Ольга Викторовна

соискатель кафедры региональной экономики и управления, Самарский государственный экономический университет, o.v.alpatova@samsmu.ru

Большинство целей устойчивого развития уже включено в ключевые документы государственного стратегического планирования, что требует внесения изменений в разработку инструментов инновационно-инвестиционной политики региона. В процессе формирования и реализации региональной инвестиционной политики ключевыми факторами эффективности становятся научно и практически обоснованные методы ее формирования и реализации. В статье проведен анализ инновационно-инвестиционной активности организаций в субъектах РФ в условиях внешних факторов. Выявлено, что опережающий рост инновационной активности может быть связан с созданием более развитой инновационной инфраструктурой, с улучшением коммуникации между бизнесом, властью и наукой, т.е. основными элементами инновационной системы. Проведенный анализ инвестиционно-инновационного потенциала позволили выявить эффективный инструментарий стимулирования инвестиционно-инновационной деятельности, соответствующий устойчивому развитию региона. **Ключевые слова.** инновационная активность организаций, инвестиционная политика, регион, устойчивое развитие.

В условиях турбулентности геополитических процессов, нестабильного функционирования экономики, значение инноваций как фактора развития промышленности, кратно повышается. На основе инновационной деятельности формирование и обеспечение устойчивого экономического развития возможно только при целенаправленной экономической политике государства [1,2]. Вследствие этого организация мониторинга и анализа показателей инновационной активности предприятий промышленности выступает актуальной задачей на настоящем этапе функционирования промышленного сектора России.

Нам интересны авторские подходы к интерпретации данного понятия. Быков В.А. под инновационной активностью понимает интенсивность осуществления организациями инновационной деятельности [3], Чехломин С.В., Аксянова А.В. рассматривают ее как разновидность деловой активности, которая характеризует «степень участия организации в осуществлении инновационной деятельности в целом или отдельных ее видов в течение определенного периода времени» [4]. Так, в российской статистике под уровнем инновационной активности организаций понимается «отношение числа организаций, осуществлявших инновационную деятельность, к общему числу обследованных в отчетном году организаций».

Инновационная активность организации - это интенсивность осуществления инновационных проектов, стремление к инновационному росту и развитию. Она включает в себя качество инновационной стратегии конкуренции, мобилизацию инновационного потенциала, величину инвестиционных средств, использование актуальных методов внедрения инноваций, обоснованность реализуемого уровня инновационной активности и соответствие реакции предприятия характеру конкурентной стратегической ситуации. Управление инновационной активностью требует оценки инновационного потенциала и климата организации, а также учета внешних и внутренних факторов, влияющих на инновационное развитие [5].

Рассмотрим отдельные показатели, характеризующие инновационную активность организаций. На рисунке 1 представлены данные инновационной активности организаций (удельный вес организаций, осуществлявших технологические, организационные, маркетинговые инновации в общем числе обследованных организаций) в период с 2017 г. по 2022 г.

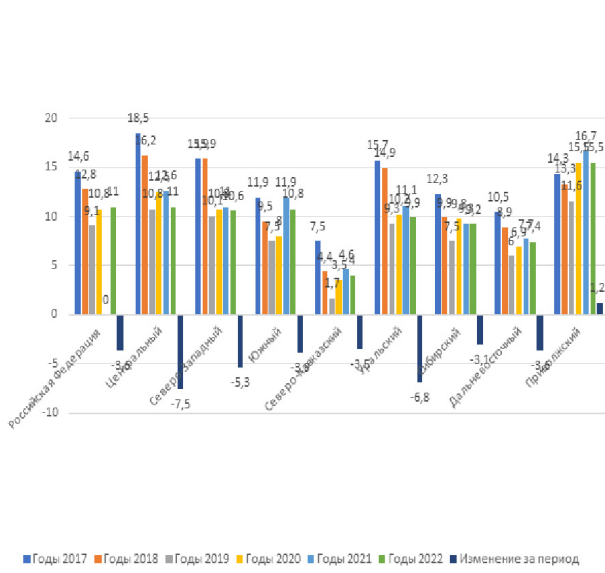


Рисунок 1 - Удельный вес организаций, осуществляющих инновационную деятельность по субъектам Российской Федерации, %
Составлено авторами по данным Регионы России [6].

Основным показателем инновационной активности является объем финансирования науки и инноваций, представляющий участие и заинтересованность государства в развитии инновационной деятельности.

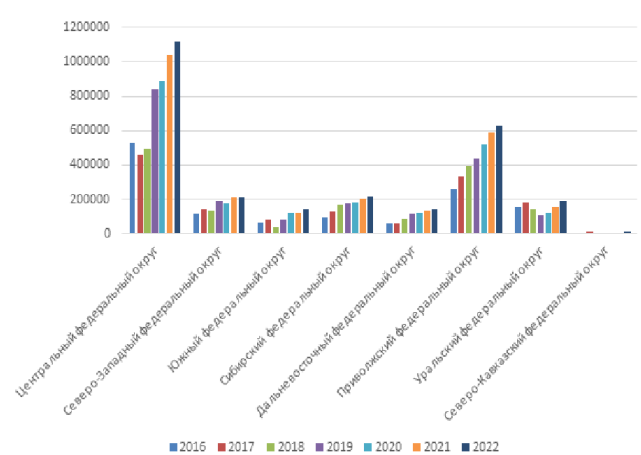


Рисунок 2 Затраты организаций в субъектах РФ на инновационную деятельность в период 2016-2022гг., млн р. [6]

Наибольшая доля затрат наблюдается у двух субъектов РФ: ЦФО и ПФО. Однако если сопоставлять прирост в относительном выражении, то у пяти субъектов РФ (ЦФО, ПФО, ЮФО, СФО, ДФО) рост составил более чем в 2 раза. Но учитывая выше оценку инновационной активности (Рисунок 1), только ПФО показал положительную отдачу от затрат в инновационную деятельность.

Во многом такое состояние инновационного сектора экономики страны связано с введением санкций против российских компаний еще с 2014 года, которые только нарастают и требуют новых решений как от Правительства РФ, так и от бизнеса.

Проанализировав показатели инновационной активности организаций в субъектах РФ можно сделать вывод о необходимости реиндустриализации и

реновации на базе человеческого капитала, создания условий для развития предпринимательской инициативы во всех отраслях народного хозяйства.

Для стимулирования инновационной активности организаций в регионах необходимо создавать благоприятные условия для развития науки и техники, поддерживать малый и средний бизнес, а также привлекать инвестиции в инновационные проекты.

В последние годы в России наблюдается рост инновационной активности организаций в регионах. Это связано с реализацией государственных программ поддержки инноваций, развитием инфраструктуры и повышением интереса бизнеса к инновационным проектам.

Однако, для дальнейшего развития инновационной активности организаций в регионах необходимо решить ряд проблем, включая недостаток финансирования, низкий уровень коммерциализации научных разработок и другие.

Динамика роста инновационной активности организаций в России демонстрирует положительную тенденцию. За последние годы наблюдается значительное увеличение объема инновационных товаров и услуг, что свидетельствует о повышении интереса компаний к внедрению новых технологий и продуктов.

Вот топ-5 отраслей, которые, по мнению экспертов, могут быть интересны для инвестиций [7]:

- нефтедобыча. Компании этой отрасли исторически имеют солидные дивиденды и стабильный денежный поток, включая валютную выручку.
- банки. Эксперты ожидают здесь высоких дивидендов, что связано с рекордной прибылью в этом секторе.
- металлургия. Акции сталелитейных компаний традиционно отличались высокой дивидендной доходностью, большой объем накопленных средств позволит им вернуться к этой практике, а сам курс акций может поддержать индексация цен на сталь на внутреннем рынке.
- ретейл. Драйверами роста эксперты видят как дальнейший переезд компаний из иностранной юрисдикции в российскую, так и возможные программы обратного выкупа акций.
- IT-сектор. Молодая и динамично развивающаяся отрасль представлена на фондовом рынке «компаниями роста», которые вместе с этим потенциально могут начать выплачивать дивиденды.

Следует учитывать, что инвестиции сопряжены с финансовыми рисками, поэтому перед принятием решения стоит проконсультироваться с экспертом.

Технологии играют все большую роль в нашей жизни. Их уровень во многом определяет уровень развития инновационной активности организаций и экономический потенциал развития страны в современном мире. При выборе инвестиционных инициатив, ключевым фактором становится их соответствие широкому спектру критериев. В числе важных параметров – новаторский характер проекта и его пригодность для реализации с учетом ресурсов конкретного субъекта Российской Федерации. Также

существенное влияние на принятие решений о запуске инвестиций оказывает социальная отдача от проекта.

На основе анализа основных аспектов представим графическая схему для оценки инвестиционных проектов на региональном уровне, претендующих на государственное финансирование.

Соответствие инвестиционного проекта стратегии импортозамещения. Этот термин означает сокращение объемов импорта товаров и услуг путем стимулирования развития отечественного производства и ограничения поставки иностранных товаров. С учетом изменившихся мировых обстоятельств в 2022 году, актуальность данного направления выросла.

Под постинвестиционной средой понимается сегмент рынка, который еще не полностью используется участниками инвестиционной и деловой активности в данном регионе. Современная инвестиционная среда отличается своей автономией и защищенностью от конкуренции с другими территориями. Она может быть определена исходя из различных критериев, изложенных на рисунке 3.

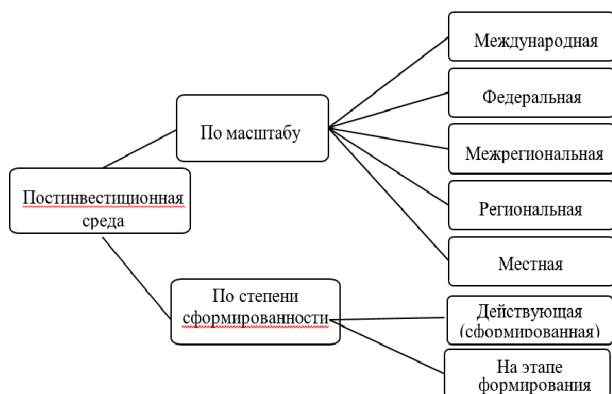


Рисунок 3 – Классификация постинвестиционных сред
Источник: составлено автором на основании [8]

В продолжении описания рисунка 3, стоит добавить, что на практике постинвестиционные среды могут быть совмещены в зависимости от особенностей инвестиционного окружения конкретного региона. Это может включать в себя международные инвестиции в начальной стадии развития, региональные инвестиции в активной фазе и местные инвестиции в стадии зарождения и т.д.

Чтобы выявить потенциально привлекательную постинвестиционную среду, применяются определенные критерии. К ключевым характеристикам уже существующих инвестиционных сегментов относятся:

- преобладание импортных товаров, например, производство запчастей и комплектующих для техники;
- недостаток определенных рынков товаров и услуг, которые широко распространены в других регионах – например, отсутствие специализированных магазинов одежды и обуви в некоторых муниципалитетах, в том числе сезонных;
- проблема в области логистики, как пример, наблюдается в Крайнем Севере, где особенно остро

стоит вопрос о недостатке транспортных дорог. Недостаток дорожной инфраструктуры северных регионов России вынуждает регион транспортироваться на хранение в соседние области, после чего уже оттуда идут в розничную продажу в самом Крайнем Севере.

Ключевые особенности постинвестиционной среды, находящейся на стадии становления, включают в себя следующие аспекты:

- 1) оптимизация и внедрение инновационных технологий;
- 2) развитие крупномасштабных проектов, которые влекут за собой необходимость в услугах специализированных поставщиков;
- 3) влияние политических и экономических санкций со внешней стороны государства;
- 4) реконструкция и строительство новых транспортных маршрутов, например, в Самарской области активно развивается трасса Европа – Западный Китай, что открывает новые перспективы для региона;
- 5) поддержка государственных корпораций и реализация крупномасштабных государственных инициатив, таких как программы развития Дальнего Востока и Арктического региона.

Следовательно, наблюдаемые тенденции в глобальной экономике с 2022 года и их воздействие на Россию могут оказаться благоприятными для долгосрочного прогресса страны и ее регионов. В результате «санкционного шока» ожидается переосмысление стратегий развития регионов, появление новых возможностей для инвестиций в проекты на территории Российской Федерации, усиление их автономии от зарубежных поставщиков и многое другое.

В целом, не смотря на всю политическую обстановку, становится очевидно, что существует потребность в создании схемы функционирования механизма управления инвестиционной политикой.

На начальном этапе исследования осуществляется оценка внешней и внутренней обстановки в регионе. В эпоху 2022 года, как уже было подчеркнуто ранее, особое значение имеют агрессивные действия недружественных государств по отношению к России, что создает определенные проблемы для экономических, торговых и других систем.

На втором этапе необходимо провести тщательный анализ инвестиционного климата региона, определить инвестиционную стратегию, условия для осуществления инвестиционных проектов, меры государственной поддержки инвесторов и прочее. Важную роль в аналитическом процессе играют также статистические данные по экспорту и импорту региона, включая структуру товарной базы и уровень межгосударственного сотрудничества.

На третьем этапе исследования, на основании детального исследования, принимается ключевое решение о необходимости замены импорта в пользу развития собственного производства. Важно отметить, что вопрос замещения импорта местной продукцией приобрел особую актуальность после наложения санкций на Россию в 2014 году. Однако последние ограничения 2022 года оказались гораздо

более существенными для экономического благополучия страны и ее отдельных регионов, подчеркивая критическую необходимость в поиске новых направлений и возможностей для экономического развития.

Далее проведем анализ списка инвестиционных проектов на примере Самарской области. Следует отметить, что данные о проектах считаются конфиденциальными и не предназначены для широкой публики, за исключением ключевых инициатив и проектов, реализуемых в рамках государственно-частного сотрудничества. В связи с этим в рамках нашего исследования будут рассмотрены только те сведения, которые связаны с кодом ОКВЭД (номенклатурой видов экономической деятельности), а также его структуру.

На рисунке 4 продемонстрируем доминирующие инвестиционные проекты, структурированные в соответствии с различными сферами экономической активности.



Рисунок 4 – доминирующие инвестиционные проекты, структурированные в соответствии с различными сферами экономической активности, %.
Источник: составлено автором на основании [9, 10].

В соответствии с информацией, представленной на рисунке 4, пищевая промышленность занимает ведущее положение в структуре инвестиционных проектов СО, составляя почти четверть общего объема – 22%. Следующие позиции занимают производство готовых механических изделий с долей в 17% и металлургический сектор с 15%, а также отрасль автотранспортного машиностроения, включая производство автомобилей, прицепов и полуприцепов, с долей в 13%.

Особое внимание стоит уделить тому, что в структуре доминируют проекты, связанные с промышленностью и производством, что подчеркивает влияние экономических санкций текущего года на стабильность работы множества компаний. Как уже было указано ранее, многие предприятия сталкиваются с проблемами поставки сырья и экспорта своей продукции, с ростом цен на комплектующие и дефицитом горюче-смазочных материалов, содержащих иностранные компоненты.

В рамках данного подраздела был разработан метод оценки инвестиционных инициатив на региональном уровне, которые могут претендовать на государственную поддержку. В процессе отбора проектов для инвестирования был выбран критерий их соответствия программе замены импортных товаров, что в настоящее время выступает одним из ключевых направлений.

Кроме того, было проведено тщательное исследование концепции инвестиционных ниш регионов, их категоризации и значимости в рамках стратегии их долгосрочного развития. В ходе анализа был сделан вывод о важности создания специализированной методологии для разработки и осуществления инвестиционных проектов в контексте экономической трансформации, а также были определены основные этапы этого процесса.

В эпоху цифровизации глубоких экономических преобразований, когда традиционная логистическая инфраструктура и методы сотрудничества претерпевают изменения, а рынки сбыта требуют быстрой адаптации, происходит пересмотр бизнес-идеалов и государственных стратегий.

Сегодня ключевым аспектом для устойчивого прогресса является способность быстро адаптироваться к меняющимся обстоятельствам, в частности, внедрять инновационные подходы, способные решить как текущие, так и будущие вызовы, влияющие на инвестиционную привлекательность территории.

Для стимулирования инвестиционной активности в регионе критически важно наличие специализированных инструментов для привлечения капитала и поддержки инвесторов. В Самарской области уже сложились благоприятные условия для инвестиционной работы как российских, так и международных инвесторов. Однако регионы часто сталкиваются с трудностями, связанными с эффективным использованием инвестиционных возможностей. Одной из возможных проблем является не оптимальное использование инвестиционного потенциала, что может быть связано с недостаточной экспертизой в управлении созданием и осуществлением инвестиционных проектов.

Определение ключевых инвестиционных проектов и разработка эффективных механизмов их поддержки ставят перед государственными структурами задачу выработать уникальный подход и высокую организованность, а также системность в поиске наилучших путей решения задач социально-экономического прогресса региона.

Одним из передовых подходов к обнаружению инновационных идей является изучение опыта других регионов и стран, анализ успешных моделей по различным аспектам. В этом контексте стоит обратить внимание на опыт Москвы в применении такого инструмента привлечения инвестиций, как офсетные контракты.

В законодательстве РФ офсетный контракт определяется как государственный контракт на поставку товара, который включает взаимные обязательства поставщика-инвестора по созданию или реконструкции производства данного товара на территории Российской Федерации для удовлетворения потребностей этого региона (согласно статье 111.4 Федерального закона №44-ФЗ) [11].

Офсетные соглашения представляют собой эффективный инструмент инвестирования, который выгоден как для государственных структур, так и для частных инвесторов. Они открывают двери к

многолетним партнерским отношениям, продолжающимся до десяти лет, направленным на развитие новых предприятий в регионе, создание рабочих мест и гарантию стабильного сбыта продукции для инвестора, что, в свою очередь, способствует увеличению государственных доходов.

Особенностью таких соглашений является возможность воплощения в жизнь государственных стратегий по распределению производств, специализирующихся на выпуске высокотехнологичной продукции, а также на актуальной задаче укрепления импортозамещения. Офсетные соглашения частично напоминают модели государственно-частного партнерства, но с юридической точки зрения они не идентичны им.

Сравнение с другими инвестиционными инструментами выявляет преимущества офсетных соглашений, особенно в контексте создания промышленных предприятий. В связи с этим даже регионы, лидирующие в области государственно-частного партнерства, рассматривают офсетные соглашения как привлекательную альтернативу.

Перейдем к основным различиям между офсетным контрактом и стандартным государственным:

- дополнительные обязательства: помимо поставки товара/ услуги, поставщик обязуется выполнять офсетные обязательства (например, локализация производства, создание рабочих мест, передача технологий);
- цель: стимулирование технологического развития страны покупателя, создание рабочих места, увеличение доли отечественного производства;
- сроки: более длительные (от 5 до 10 лет в среднем);
- управление: сложный процесс, который требует дополнительного контроля и координации между сторонами контракта;
- применимость: часто используется при закупке вооружений и сложного оборудования;
- партнерство: офсетный контракт заключается только с Российским субъектом.

Представим модель офсетного контракта на примере поставки товара на рисунке 5.

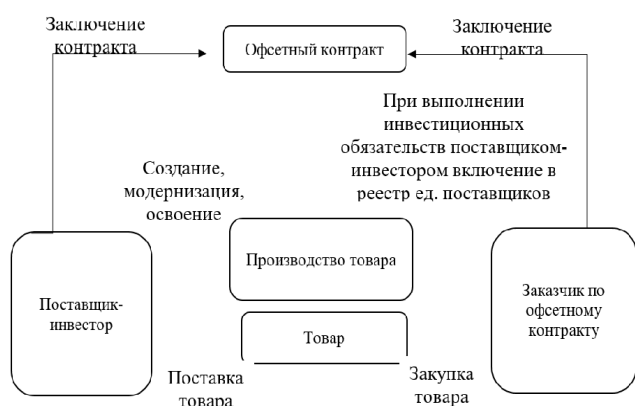


Рисунок 5 – Модель офсетного контракта на примере поставки товара.

Источник: составлено автором на основании [12]

Рассмотрим опыт применения офсетных соглашений в России. К началу мая 2023 года было под-

писано порядка 8 таких контрактов с общей стоимостью заказов в 78 миллиарда рублей, при этом производители обязались инвестировать около 15 миллиардов рублей. Все контракты были заключены в Москве и в Московской области.

Однако существуют и ограничения для офсетных сделок. Например, по правилам, стоимость объекта, который должен быть построен за счет государственного контракта, должна составлять не менее миллиарда рублей, что делает такие проекты сложными для реализации. В результате, офсетные сделки наиболее распространены на крупнейшем рынке страны – в Москве и ее окраинах.

Чтобы преодолеть эти ограничения, предлагаются различные решения. Одним из них является уменьшение минимальной инвестиционной суммы до 550 или даже 350 миллионов рублей. Другой подход – это объединение регионов в рамках одного контракта для увеличения объема продаж продукции за пределами одного региона. Однако, при таком подходе возникает вопрос о целесообразности такой сделки для региона, в котором не будет располагаться строительный или реконструируемый завод.

Офсетные контракты, несмотря на свою сложность, предлагают ряд существенных преимуществ для страны покупателя:

- 1) представляют собой уникальную и эффективную модель, применяемую в России, в отличие от зарубежных практик, где офсетные сделки чаще всего связаны с оборонной отраслью и накладывают обязательства на иностранных поставщиков. В России же такие контракты стимулируют развития местных предприятий и производство потребительских товаров;
- 2) офсетные соглашения предлагают более рациональный подход к финансированию промышленных проектов, чем механизм государственно-частного партнерства;
- 3) этот инвестиционный инструмент находит поддержку у Правительства РФ и предполагается его внедрение на территории всех регионов страны.

Важно помнить, что преимущества офсетных контрактов реализуются только при тщательном планировании, эффективном управлении и прозрачности процесса. Необходимо учитывать риски и разрабатывать всевозможные механизмы их минимизации.

Существует вероятность, что инвестиционные проекты по развитию инфраструктуры, осуществляемые на основе концессионных соглашений, могут столкнуться с недостатком финансирования. Один из путей решения этой проблемы может заключаться в увеличении объема бюджетных средств для поддержки таких проектов на федеральном уровне.

Несмотря на это, Правительство Самарской области активно занимается оптимизацией инвестиционного климата, что прямо связано с привлечением инвесторов в регион. В частности, вводится Региональный инвестиционный стандарт, который направлен на обеспечение минимального управ-

ленческого и инфраструктурного уровня для руководителей региона. Применение этого стандарта должно значительно повысить эффективность взаимодействия с инвесторами в Самарской области.

Региональный инвестиционный стандарт предусматривает выполнение следующих ключевых задач:

1) разработка инвестиционной стратегии для регионов России. Такой документ утверждается решением губернатора Самарской области и состоит из нескольких основных блоков:

- общий обзор стратегических целей инвестиционного развития региона;
- описание основных преимуществ региона;
- список инвестиционных гарантий, предоставляемых регионом;
- информация о команде, отвечающей за инвестиционную политику региона.

Быстрый прогресс в внедрении Стандарта в данных регионах России связан с их ранним и активным участием в реализации его требований. Экспертные группы и Министерство регионального развития РФ оценивают успешные практики, применяемые в этих регионах, с точки зрения их эффективности и результативности. На основе анализа было выделено по три успешные практики для каждого из 14 пунктов Стандарта (с №2 по №15), а для первого пункта, касающегося утверждения Инвестиционной стратегии региона, было выделено девять таких практик. В общей сложности, успешные практики реализации положений Стандарта были обнаружены в 27 субъектах Российской Федерации.

Региональный инвестиционный портал и специализированная организация «Агентство по привлечению инвестиций», работающая по принципу работы совместно на всех этапах инвестиционных проектов, демонстрируют свою высокую эффективность.

Совет по улучшению инвестиционной среды в условиях цифровизации, служащей платформой для открытого взаимодействия между властными структурами и бизнес-сообществом, также проявил свои положительные результаты. Были достигнуты значительные прогрессы в улучшении эффективности предоставления государственных услуг для бизнеса, в том числе в оптимизации процедур получения разрешений на строительство и подключения к инженерным сетям.

Безусловно, любой кризис или препятствие служит стимулом для прогресса. В контексте создания и осуществления инвестиционных бизнес-проектов в Самарской области стоит сфокусироваться на возникающих инвестиционных возможностях, которые были выделены в этом разделе. Необходимо разработать инновационные методы привлечения капиталов в регион и улучшить существующие формы государственного содействия инвестиционным проектам.

Литература

1. Васяйчева, В.А. Технология управления инновационной политикой промышленных предприятий / В.А. Васяйчева // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2018. – №6. – С. 30–35.

2. Гохберг, Л.М. Стратегия-2020. Новые контуры российской инновационной политики / Л.М. Гохберг, Т.Е. Кузнецова // Форсайт. – 2011. – Т. 5. – №4. – С. 8–29

3. Быков В.А. Инновационная активность организаций: критерии, методы и инструменты оценки // Креативная экономика. – 2009. – Том 3. – № 11. – С. 44-49.

4. Чехломин С.В., Аксянова А.В. Инновационная активность организаций в России и факторы, влияющие на нее // Вопросы инновационной экономики. – 2019. – Том 9. – № 4. – С. 1459-1468. – doi: 10.18334/vinec.9.4.41214.

5. Atabaeva Z. A., Khojaev A. S. Investment activity and analysis of investment projects // ISJ Theoretical & Applied Science. – 2022. – Т. 5. – №. 85. – С. 714-720. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44843529> (дата обращения 08.07.2024). – Режим доступа: Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. – Текст: электронный.

6. Регионы России. Социально-экономические показатели.

URL:<https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13204> (дата обращения 07.07.2024). – Текст: электронный.

7. Куда инвестировать средства: топ-6 вариантов в 2024 году. URL: <https://quote.rbc.ru/news/article/6247166c9a7947738e055053?from=copy> (дата обращения 08.07.2024). – Текст: электронный.

8. Филатов, А.С. Совершенствование системы государственной поддержки региональных инвестиционных проектов: дис., канд. экон. наук: 08.00.05; защищена 19.05.21 / Артемий Сергеевич Филатов. – Москва, 2022. – 197 с. – Электронная библиотека disserCat (дата обращения: 10.06.2024). – Текст: электронный.

9. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Самарской области: официальный сайт. – Обновляется ежемесячно. – URL: <https://samarastat.gks.ru/> (дата обращения 05.07.2024). – Текст: электронный.

10. Федеральная служба государственной статистики: официальный сайт. – Обновляется ежемесячно. – URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения 07.07.2024). – Текст: электронный.

11. О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд: Федеральный закон Российской Федерации от 05.04.2013 № 44-ФЗ – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_144624/7160b819fa5db4e3069389db3420318c918d4a3c/ (дата обращения: 05.06.2024). – Текст: электронный.

12. Хоменко, В. В. Особенности формирования и реализации региональных инвестиционных проектов в экономическом пространстве макрорегиона / В. В. Хоменко. // Региональная экономика: теория и практика. – 2022. – Т. 8, № 7. – С. 1232-1247. – Текст: непосредственный.

Tools for improving innovation and investment policy for sustainable development of the region

Chirkunova E.K., Alpatov D.Yu., Alpatova O.V.

Samara State Economic University

JEL classification: D20, E22, E44, L10, L13, L16, L19, M20, O11, O12, Q10, Q16, R10, R38, R40, Z21, Z32

Most sustainable development goals are already included in key documents of state strategic planning, which requires changes in the development of instruments for innovation and investment policy in the region. In the process of formation and implementation of regional investment policy, scientifically and practically sound methods of its formation and implementation become key factors of efficiency. The article analyzes the innovation and investment activity of organizations in the constituent entities of the Russian Federation in the context of external factors. It was revealed that the rapid growth of innovation activity can be associated with the creation of a more developed innovation infrastructure, with improved communication between business, government and science, i.e. the main elements of the innovation system. The analysis of investment and innovation potential allowed us to identify effective tools for stimulating investment and innovation activities that correspond to the sustainable development of the region.

Keywords: innovative activity of organizations, investment policy, region, sustainable development.

References

1. Vasyacheva, V.A. Technology of managing the innovation policy of industrial enterprises / V.A. Vasyacheva // *Economy and business: theory and practice*. - 2018. - No. 6. - P. 30-35.
2. Gokhberg, L.M. Strategy-2020. New contours of Russian innovation policy / L.M. Gokhberg, T.E. Kuznetsova // *Foresight*. - 2011. - Vol. 5. - No. 4. - P. 8-29
3. Bykov V.A. Innovative activity of organizations: criteria, methods and assessment tools // *Creative economy*. - 2009. - Vol. 3. - No. 11. - P. 44-49.
4. Chekhlomin S.V., Aksyanova A.V. Innovative activity of organizations in Russia and factors influencing it // *Issues of innovation economics*. - 2019. - Vol. 9. - No. 4. - P. 1459-1468. - doi: 10.18334/vinec.9.4.41214.
5. Atabaeva Z. A., Khojaev A. S. Investment activity and analysis of investment projects // *ISJ Theoretical & Applied Science*. - 2022. - Vol. 5. - No. 85. - P. 714-720. - URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44843529> (date of access 07/08/2024). - Access mode: Scientific electronic library eLIBRARY.RU. - Text: electronic.
6. Regions of Russia. Socio-economic indicators. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13204> (date of access 07.07.2024). - Text: electronic.
7. Where to invest funds: top 6 options in 2024. URL: <https://quote.rbc.ru/news/article/6247166c9a7947738e055053?from=copy> (date of access 08.07.2024). - Text: electronic.
8. Filatov, A.S. Improving the system of state support for regional investment projects: dis., Ph.D. in Economics: 08.00.05; protected 19.05.21 / Artemy Sergeevich Filatov. - Moscow, 2022. - 197 p. - Electronic library disserCat (date of access: 10.06.2024). - Text: electronic.
9. Territorial body of the Federal State Statistics Service for Samara Oblast: official website. - Updated monthly. - URL: <https://samarastat.gks.ru/> (date of access 07/05/2024). - Text: electronic.
10. Federal State Statistics Service: official website. - Updated monthly. - URL: <https://rosstat.gov.ru/> (date of access 07/07/2024). - Text: electronic.
11. On the contract system in the sphere of procurement of goods, works, services for meeting state and municipal needs: Federal Law of the Russian Federation of 05.04.2013 No. 44-FZ - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_144624/7160b819fa5db4e3069389db3420318c918d4a3c/ (date of access: 05.06.2024). - Text: electronic.
12. Khomenko, V. V. Features of the formation and implementation of regional investment projects in the economic space of the macroregion / V. V. Khomenko. // *Regional Economy: Theory and Practice*. - 2022. - Vol. 8, No. 7. - P. 1232-1247. - Text: direct.

Алгоритм государственной поддержки хозяйствующим субъектам малого и среднего предпринимательства в сфере водного транспорта в условиях цифровой трансформации

Шепелин Геннадий Ильич

к.э.н., доцент, заведующий кафедрой "Эксплуатация водного транспорта" Академии водного транспорта РУТ (МИИТ), line75@yandex.ru

В статье дана оценка денежной составляющей хозяйствующего субъекта водного транспорта на примере ПАО «Приморское морское пароходство». Предложены направления цифровой трансформации хозяйствующего субъекта водного транспорта в рамках концепции стратегии цифровой трансформации хозяйствующих субъектов водного транспорта судоходной системы страны. Построен прогноз основных показателей инновационной деятельности хозяйствующих субъектов водного транспорта. Предложен алгоритм государственной поддержки хозяйствующим субъектам малого и среднего предпринимательства в сфере водного транспорта.

Ключевые слова: цифровая трансформация, ПАО «Приморское морское пароходство», хозяйствующие субъекты, малое и среднее предпринимательство, водный транспорт

Введение

Исследованиями перспектив развития водного транспорта, в том числе в условиях цифровой трансформации занимались многие ученые и эксперты [1-25].

Исследованиями в области цифровой трансформации достаточно много посвящены работ, касающиеся изучения инструментов цифровизации системы управления муниципальным образованием (Прокопова Л.И.), стратегии цифровой трансформации компаний (Бутакова Е.И., Положенцева Ю.С.), цифровых платформ в экономике (Бабкин А.В.), касающиеся финансовых услуг (Марамыгин М.С., Чернова Г.В., Решетникова Л.Г.), кадровых вопросов в условиях цифровизации (Абрамов В.И., Бадалян А.А., Голунов Н.Н., Завражнова М.С., Кирюшкина Н.В., Макарова Е.Д., Оборин М.С., Полищук Н.В., Романов М.С., Сергеев И.С., Шпак Ю.О.), обеспечения экономической безопасности компаний в условиях цифровизации (Макарова М.В.), стратегического развития и инновациям в условиях цифровой экономики (Мирошниченко М.А.), системных эффектов реализации инновационно-инвестиционно сбалансированной промышленной политики в условиях цифровой экономики (Фролов В.Г., Павлова А.А.), инструментов управления капиталами организации в процессе инноваций и цифровой трансформации (Ермоленко В.В., Ланская Д.В.), цифровой трансформации инфраструктуры рынка капитала (Майоров С.), финансовых рисков цифрового предприятия (Шипкова О.Т., Школьник К.С.), экономических механизмов инновационной трансформации социально-экономической системы России (Кирильчук С.П., Наливайченко Е.В., Каминская А.О.), цифровых компетенций (Симарова И.С., Алексеевичева Ю.В., Жигин Д.В.), трансформации социально-экономических систем в условиях цифровизации экономики (Фудина Е.В.), инновационного развития производственной инфраструктуры в цифровой экономике на принципах деонтологии (Кирильчук С.П., Наливайченко Е.В., Ергин С.М., Артюхова И.В., Ефремова А.А., Ярошенко А.А., Князева Д.С.), развития цифровой экономики в условиях глобализации (Наливайченко Е.В.), институциональной среде устойчивого развития и ESG-трансформации российской экономики (Берендеева А.Б.), устойчивого развития промышленности в условиях цифровой поляризации (Симченко Н.А., Тимиргалеева Р.Р., Цёхла С.Ю., Гришин И.Ю., Шпырко О.А., Гербер Ю.Б., Макаренко Т.А., Фурсов В.А., Лазарева Н.В., Казанская А.Ю., Налесная Я.А., Куц Е.Н., Хуссейн Ахмед Ф.А.), российским приоритетам формирования цифровой экономики (Мирошниченко М.А.), др.

Актуальность исследования подтверждает полученные результаты, подученные ранее учеными,

при этом в сфере водного транспорта с учетом цифровой трансформации важно структурирование направлений цифровой трансформации хозяйствующих субъектов водного транспорта в рамках концепции стратегии цифровой трансформации хозяйствующих субъектов водного транспорта судоходной системы страны, рассмотрение алгоритма государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в сфере водного транспорта.

Цель исследования – рассмотреть направления цифровой трансформации хозяйствующих субъектов водного транспорта в рамках концепции стратегии цифровой трансформации хозяйствующих субъектов водного транспорта судоходной системы страны, предложить алгоритм государственной поддержки хозяйствующим субъектам малого и среднего предпринимательства в сфере водного транспорта.

Задачи исследования:

1. Дать оценку денежной составляющей хозяйствующего субъекта водного транспорта на примере ПАО «Приморское морское пароходство».
2. Предложить направления цифровой трансформации хозяйствующего субъекта водного транспорта.
3. Построить алгоритм государственной поддержки хозяйствующим субъектам малого и среднего предпринимательства в сфере водного транспорта.

Методы исследований. В статье применялись классические методы исследования индукции, дедукции, математического моделирования, системный и стратегический подходы.

Результаты.

Оценка денежной составляющей хозяйствующего субъекта водного транспорта судоходной системы страны.

«Оценка финансового состояния хозяйствующего субъекта водного транспорта позволяет определить степень финансового развития на текущий момент времени, а также оценить его динамику на протяжении длительного временного ряда. Также с ее помощью можно определить денежную составляющую хозяйствующего субъекта, что является основой для анализа текущей деятельности и развития, в том числе с использованием инноваций» [26].

Оценка финансового состояния хозяйствующих субъектов водного транспорта, судостроительной отрасли в судоходной системе страны позволит определить текущую ситуацию. Для этого рассчитаем интегральный показатель финансового состояния, который включает следующие показатели [26]:

- единичный показатель развития хозяйствующего субъекта водного транспорта / судостроительной отрасли;
- единичный показатель состояния источников формирования финансовых ресурсов хозяйствующего субъекта водного транспорта/ судостроительной отрасли;

- единичный показатель направлений использования финансовых ресурсов хозяйствующего субъекта водного транспорта / судостроительной отрасли;

- единичный показатель взаимосвязи источников формирования и направлений использования формирования хозяйствующего субъекта водного транспорта / судостроительной отрасли;

- единичный показатель эффективности деятельности хозяйствующего субъекта водного транспорта / судостроительной отрасли;

- единичный показатель состояния денежных потоков хозяйствующего субъекта водного транспорта / судостроительной отрасли.

Проведем оценку финансового состояния ПАО «Приморское морское пароходство».

В таблице 1 представлены сопоставимые показатели развития ПАО «Приморское морское пароходство» за 2018-2022 годы.

Таблица 1
Сопоставимые показатели развития ПАО «Приморское морское пароходство» за 2018-2022 годы

Показатели	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год
Показатели развития предприятий водного транспорта (темпы изменения)					
А. Оценка изменения капитала и имущества организации					
Темп изменения совокупного капитала	1,0689	1,0239	1,1503	1,0365	0,7205
Темп изменения собственного капитала	1,1280	1,0320	1,2063	0,7182	0,9149
Темп изменения стабильных источников финансирования	1,1270	1,0330	1,2036	0,7255	0,9109
Темп изменения основного капитала (внеоборотных активов)	0,9869	0,9025	1,3649	0,6296	0,9285
Б. Оценка изменения финансовых результатов организации					
Темп изменения выручки	0,9712	0,9334	0,9207	1,0310	1,0094
Темп изменения операционных расходов	1,0088	0,9995	1,1302	0,9905	0,8977
Соотношение темпа изменения выручки и операционных расходов	0,9876	0,9403	1,0488	1,0294	0,9133
Темп изменения совокупных доходов	1,0981	0,6276	1,4293	0,5501	1,2949
Темп изменения совокупных расходов	4,4502	1,0874	0,8215	1,2557	0,5429
Соотношение темпа изменения совокупных доходов и совокупных расходов	3,0028	0,4194	0,7215	0,4244	0,4319
В. Оценка изменения денежных потоков организации					
Темп изменения совокупных поступлений	0,5413	0,8808	1,1061	0,9864	0,9147
Темп изменения совокупных платежей	2,1634	0,9737	0,6007	0,7700	1,8274
Соотношение темпа изменения совокупных поступлений и совокупных платежей	1,1426	0,8369	0,6483	0,7411	1,6311
Темп изменения поступлений от операционной деятельности	0,9988	0,6552	0,9954	0,9150	0,9939
Темп изменения платежей по операционной деятельности	0,8919	1,5671	1,0265	0,3585	3,0342
Соотношение темпа поступления от операционной деятельности и платежей по ней	0,7089	0,8171	0,8131	0,2610	2,3999
Единичный показатель развития предприятия водного транспорта	1,3923	0,9206	1,0117	0,7764	1,2104

Источник: составлено автором по [27]

Проведенная оценка показателей развития показала, что единичный показатель развития в 3 годах превышает средний уровень развития за 5 лет, а в 2 годах – нет.

Наилучший уровень развития был зафиксирован в 2018 году, а наихудший – в 2021 году. Наибольшее влияние на полученные значения единичного показателя в течение всего анализируемого периода оказали показатели, характеризующие изменение финансовых результатов организации.

Таблица 2

Сопоставимые показатели состояния источников формирования финансовых ресурсов ПАО «Приморское морское пароходство» за 2018-2022 годы

Показатели	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год
Коэффициент автономии	1,5898	1,5738	1,6209	1,1028	1,3750
Доля накопленной нераспределенной прибыли в собственном капитале	0,9612	1,0311	1,2582	0,9171	0,8325
Коэффициент концентрации стабильных источников финансирования	1,2744	1,2634	1,2991	0,8936	1,1103
Оборачиваемость совокупного капитала	0,2172	0,1896	0,1452	0,1383	0,1854
Оборачиваемость собственного капитала	0,1985	0,1749	0,1301	0,1821	0,1959
Прибыльность (убыточность) совокупного капитала	1,4840	0,4645	2,0230	0,8247	0,8558
Прибыльность (убыточность) собственного капитала	0,6794	0,2789	0,9607	-1,7035	0,4925
Единичный показатель состояния источников формирования финансовых ресурсов предприятия водного транспорта	0,9149	0,7109	1,0625	0,3364	0,7211

Источник: составлено автором по [27]

Проведенная оценка показателей состояния источников формирования финансовых ресурсов показала, что единичный показатель состояния источников формирования финансовых ресурсов только в 1 году превышает приемлемый уровень за 5 лет, а в остальных – нет.

Наилучший уровень состояния источников формирования финансовых ресурсов был зафиксирован в 2020 году, а наихудший – в 2021 году.

Наибольшее позитивное влияние на полученные значения единичного показателя в течение всего анализируемого периода оказал коэффициент автономии.

Наибольшее негативное влияние на полученные значения единичного показателя в течение всего анализируемого периода оказали показатели, характеризующие оборачиваемость капиталов.

Следует обратить внимание на 2021 год, в котором показатель эффективности использования собственного капитала был отрицательным. В этом периоде в прочих изменениях был отражен доначисленный налог на прибыль и пени по налогу за 2017 год, в результате чего в этом периоде был понесен убыток в размере 141 млн руб.

Проведенная оценка показателей состояния направлений использования финансовых ресурсов показала, что единичный показатель состояния

направлений использования финансовых ресурсов в 2 годах превышает приемлемый уровень за 5 лет, а в остальных – нет.

Таблица 3

Сопоставимые показатели состояния направлений использования финансовых ресурсов ПАО «Приморское морское пароходство» за 2018-2022 годы

Показатели	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год
Коэффициент реальной стоимости имущества	1,0082	1,0073	0,9962	0,9994	0,9888
Уровень ликвидных активов	0,6123	0,9300	0,6971	1,5126	1,2480
Коэффициент износа основных фондов	0,7240	0,6885	0,6624	0,6366	0,6014
Темп изменения операционного цикла	0,9536	0,9184	0,5965	1,0357	1,0458
Оборачиваемость совокупных активов	0,2172	0,1896	0,1452	0,1383	0,1854
Оборачиваемость оборотных активов	1,7619	1,0121	1,0344	0,4539	0,7378
Прибыльность (убыточность) совокупных активов	1,4840	0,4645	2,0230	0,8247	0,8558
Прибыльность (убыточность) оборотных активов	2,3393	0,6259	2,9621	-1,6470	0,7196
Единичный показатель состояния направлений использования финансовых ресурсов предприятия водного транспорта	1,1376	0,7295	1,1396	0,4943	0,7978

Источник: составлено автором по [27]

Наилучший уровень состояния направлений использования финансовых ресурсов был зафиксирован в 2020 году, а наихудший – в 2021 году.

Наибольшее позитивное влияние на полученные значения единичного показателя в:

- 2018 году – прибыльность (убыточность) оборотных активов;
- 2019 году – оборачиваемость оборотных активов;
- 2020 году – прибыльность (убыточность) оборотных активов;
- 2021 году – уровень ликвидных активов;
- 2022 году – уровень ликвидных активов;

Наибольшее негативное влияние на полученные значения единичного показателя в:

- 2018 году – оборачиваемость совокупных активов;
- 2019 году – оборачиваемость совокупных активов;
- 2020 году – оборачиваемость совокупных активов;
- 2021 году – прибыльность (убыточность) оборотных активов;
- 2022 году – оборачиваемость совокупных активов.

Исходя из формирования позитивного и негативного влияния можно сказать, что основное негативное влияние на формирование единичного показателя оказал коэффициент оборачиваемости совокупных активов.

Следует обратить внимание на 2021 год, в котором показатель эффективности использования оборотных активов был отрицательным. В этом периоде в прочих изменениях был отражен доначисленный налог на прибыль и пени по налогу за 2017 год, в результате чего в этом периоде был понесен убыток в размере 141 млн руб.

Таблица 4

Сопоставимые показатели взаимосвязи источников формирования и направлений использования финансовых ресурсов ПАО «Приморское морское пароходство» за 2018-2022 годы

Показатели	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год
Мобильность функционирующего капитала	0,6988	1,1261	0,8709	1,2881	1,3043
Коэффициент обеспеченности оборотных активов стабильными источниками финансирования	1,0087	1,0610	1,1255	0,5278	0,8048
Маневренность функционирующего капитала	1,1086	2,0117	2,2346	2,2794	3,0053
Соотношение кредиторской и дебиторской задолженности	0,5041	1,4311	2,5082	17,0917	1,5140
Соотношение кредиторской и дебиторской задолженности по основной деятельности	1,2961	0,5122	1,9041	2,2034	2,0093
Коэффициент текущей ликвидности	0,3821	0,2982	0,1948	1,0000	0,7093
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,0937	0,0603	0,0377	0,4668	0,1408
Единичный показатель взаимосвязи источников формирования и направлений использования формирования предприятия водного транспорта	0,7275	0,9287	1,2680	3,5510	1,3554

Источник: составлено автором по [27]

Проведенная оценка показателей взаимосвязи источников формирования и направлений использования финансовых ресурсов показала, что единичный показатель взаимосвязи источников формирования и направлений использования финансовых ресурсов в 3 годах превышает приемлемый уровень за 5 лет, а в остальных – нет.

Наилучший уровень состояния направлений использования финансовых ресурсов был зафиксирован в 2021 году, а наихудший – в 2018 году.

Наибольшее позитивное влияние на полученные значения единичного показателя в:

- 2018 году – соотношение кредиторской и дебиторской задолженности по основной деятельности;
- 2019 году – маневренность функционирующего капитала;
- 2020 году – соотношение кредиторской и дебиторской задолженности по основной деятельности;
- 2021 году – соотношение кредиторской и дебиторской задолженности по основной деятельности;
- 2022 году – маневренность функционирующего капитала.

Наибольшее негативное влияние на полученные значения единичного показателя в:

- 2018 году – коэффициент абсолютной ликвидности;
- 2019 году – коэффициент абсолютной ликвидности;
- 2020 году – коэффициент абсолютной ликвидности;
- 2021 году – коэффициент абсолютной ликвидности;
- 2022 году – коэффициент абсолютной ликвидности.

Следует обратить внимание на коэффициент абсолютной ликвидности, который в течение всего анализируемого периода оказывал негативное влияние на формирование результирующего показателя. При этом предприятие не испытывало проблем с финансированием текущей деятельности, на

нем был сформирован излишний объем наиболее ликвидных активов.

Таблица 5

Сопоставимые показатели эффективности деятельности ПАО «Приморское морское пароходство» за 2018-2022 годы

Показатели	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год
Валовая прибыльность (убыточность) реализованной продукции	0,5603	-5,7428	-0,8091	2,0767	-7,2056
Чистая прибыльность (убыточность) реализованной продукции	3,0779	1,4336	6,6384	-8,4110	2,2611
Чистая прибыльность (убыточность) совокупных доходов	7,5102	4,3388	10,7934	-	21,3787
Прибыльность (убыточность) операционной деятельности	0,5634	-5,4309	-0,8026	2,1208	-6,7213
Прибыльность (убыточность) обычной деятельности	1,1852	0,4215	1,9224	1,0355	0,4354
Чистая прибыльность (убыточность) деятельности	6,2508	2,9687	10,4444	-	17,2108
Единичный показатель эффективности деятельности предприятия водного транспорта	3,1913	-0,3352	4,6978	-6,9613	-0,8245

Источник: составлено автором по [27]

Проведенная оценка показателей эффективности деятельности показала, что единичный показатель эффективности деятельности в 2 годах превышает приемлемый уровень за 5 лет, а в остальных – нет.

Наилучший уровень состояния направлений использования финансовых ресурсов был зафиксирован в 2020 году, а наихудший – в 2021 году.

Наибольшее позитивное влияние на полученные значения единичного показателя в:

- 2018 году – чистая прибыльность (убыточность) совокупных доходов;
- 2019 году – чистая прибыльность (убыточность) совокупных доходов;
- 2020 году – чистая прибыльность (убыточность) совокупных доходов;
- 2021 году – прибыльность (убыточность) операционной деятельности;
- 2022 году – чистая прибыльность (убыточность) совокупных доходов.

Наибольшее негативное влияние на полученные значения единичного показателя в:

- 2018 году – операционная прибыльность (убыточность) реализованной продукции;
- 2019 году – валовая прибыльность (убыточность) реализованной продукции;
- 2020 году – валовая прибыльность (убыточность) реализованной продукции;
- 2021 году – чистая прибыльность (убыточность) совокупных доходов;
- 2022 году – валовая прибыльность (убыточность) реализованной продукции.

В результате проведенного анализа можно отметить, что операционная деятельность предприятия является неэффективной, а в целом предприятие работает эффективно. В 4 годах из 5 основное негативное влияние на формирование результирующего показателя

теля оказали показатели, характеризующие эффективность основной операционной деятельности, а позитивное влияние – показатели, характеризующие деятельность предприятия в целом. Из этого следует, что ПАО «Приморское морское пароходство» эффективно осуществляет инвестиционную деятельность и получает достаточно высокие прочие доходы.

Особо следует обратить внимание на 2021 год, в котором влияние показателей обратное. В этом периоде рассматриваемое предприятие получило наибольшую валовую прибыль и понесло наибольшие чистые убытки. В прочих изменениях отчета о финансовых результатах был отражен доначисленный налог на прибыль и пени по налогу за 2017 год, в результате чего в этом периоде был понесен убыток в размере 141 млн руб.

Таблица 6
Сопоставимые показатели состояния денежных потоков ПАО «Приморское морское пароходство» за 2018-2022 годы

Показатели	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год
Коэффициент обеспечения совокупного долга компании совокупными поступлениями	1,3783	0,9393	1,7559	0,1297	0,3048
Коэффициент обеспечения краткосрочного долга компании поступлениями от операционной деятельности	8,0430	4,1557	7,0289	0,4624	1,2036
Коэффициент «деньги – выручка»	0,5984	1,0049	1,0026	0,2571	0,9925
Коэффициент качества операционных доходов	1,6374	1,1494	1,2427	1,1029	1,0860
Эффективность операционной деятельности	-1,2759	0,3471	1,6379	-118,7251	1,0150
Операционная прибыльность (убыточность) платежей по операционной деятельности	-0,0808	1,2116	0,1614	-0,1531	1,6271
Чистая прибыльность (убыточность) платежей по операционной деятельности	0,6231	0,4246	1,8585	-0,8705	0,7168
Чистая прибыльность (убыточность) совокупных платежей	1,1253	0,5320	1,5215	-1,7092	0,9465
Единичный показатель состояния денежных потоков предприятия водного транспорта	1,5061	1,2206	2,0262	-14,9382	0,9865

Источник: составлено автором по [27]

Проведенная оценка показателей состояния денежных потоков показала, что единичный показатель состояния денежных потоков в 3 годах превышает приемлемый уровень за 5 лет, а в остальных – нет.

Наилучший уровень состояния направлений использования финансовых ресурсов был зафиксирован в 2020 году, а наихудший – в 2021 году.

Наибольшее позитивное влияние на полученные значения единичного показателя в:

- 2018 году – коэффициент обеспечения краткосрочного долга компании поступлениями от операционной деятельности;
- 2019 году – коэффициент обеспечения краткосрочного долга компании поступлениями от операционной деятельности;
- 2020 году – коэффициент обеспечения краткосрочного долга компании поступлениями от операционной деятельности;
- 2021 году – коэффициент качества операционных доходов;
- 2022 году – операционная прибыльность (убыточность) платежей по операционной деятельности.

Наибольшее негативное влияние на полученные значения единичного показателя в:

- 2018 году – эффективность операционной деятельности;
- 2019 году – эффективность операционной деятельности;
- 2020 году – операционная прибыльность (убыточность) платежей по операционной деятельности;
- 2021 году – эффективность операционной деятельности;
- 2022 году – коэффициент обеспечения совокупного долга компании совокупными поступлениями.

Оценка уровня влияния показала, что в 2018-2020 годах наибольшее позитивное влияние оказал показатель, характеризующий взаимосвязь денежных потоков с источниками формирования финансовых ресурсов, в 2021 году – показатель, характеризующий состояние денежных потоков, в 2022 году – показатель, характеризующий взаимосвязь денежных потоков с финансовыми результатами.

Наибольшее негативное влияние в 2018, 2019 и 2021 годах оказал показатель, характеризующий состояние денежных потоков, в 2020 году – показатель, характеризующий взаимосвязь денежных потоков с финансовыми результатами, а в 2022 году – показатель, характеризующий взаимосвязь денежных потоков с источниками формирования финансовых ресурсов

Особо следует обратить внимание на 2021 год, в котором эффективность операционной деятельности оказало значительное негативное влияние на формирование результирующего показателя. В этом периоде был выплачен доначисленный налог на прибыль и пени по налогу за 2017 год, в результате чего в этом периоде сальдо от операционной деятельности было отрицательным в размере 187,6 млн руб.

Таблица 7
Расчет значения интегрального показателя финансового состояния ПАО «Приморское морское пароходство» за 2018-2022 годы

Показатели	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год
Единичный показатель развития предприятия водного транспорта	1,3923	0,9206	1,0117	0,7764	1,2104
Единичный показатель состояния источников формирования финансовых ресурсов предприятия водного транспорта	0,9149	0,7109	1,0625	0,3364	0,7211
Единичный показатель состояния направлений использования финансовых ресурсов предприятия водного транспорта	1,1376	0,7295	1,1396	0,4943	0,7978
Единичный показатель взаимосвязи источников формирования и направлений использования формирования предприятия водного транспорта	0,7275	0,9287	1,2680	3,5510	1,3554
Единичный показатель эффективности деятельности предприятия водного транспорта	3,1913	-0,3352	4,6978	-6,9613	-0,8245
Единичный показатель состояния денежных потоков предприятия водного транспорта	1,5061	1,2206	2,0262	-14,9382	0,9865
Интегральный показатель финансового состояния предприятия водного транспорта (зависимость от количества показателей)	1,6224	0,9940	2,0373	-2,1725	0,9187

Источник: составлено автором

Проведенная оценка финансового состояния показала, что интегральный показатель финансового

состояния в 2 года превышает приемлемый уровень за 5 лет, а в остальных – нет.

Наилучший уровень состояния направлений использования финансовых ресурсов был зафиксирован в 2020 году, а наихудший – в 2021 году.

В 2020 году приемлемый уровень финансового состояния был достигнут. Все составляющие позитивно повлияли на интегральный показатель финансового состояния, при этом наибольшее позитивное влияние оказали показатели, характеризующие эффективность деятельности ПАО «Приморское морское пароходство».

В 2018 году приемлемый уровень финансового состояния был достигнут. При этом 4 показателя позитивно повлияли на формирование результирующего показателя, а 2 – негативно. Наибольшее позитивное влияние оказали показатели, характеризующие эффективность деятельности, а наибольшее негативное – показатели, характеризующие взаимосвязь источников формирования и направлений использования финансовых ресурсов.

В 2019 году приемлемый уровень финансового состояния не был достигнут. Следует отметить, что полученное значение практически равно границе приемлемого уровня (меньше на 0,0060). При этом 5 показателей негативно влияют на формирование результирующего показателя и только 1 позитивно. Наибольшее негативное влияние оказали показатели, характеризующие эффективность деятельности, а позитивное – показатели, характеризующие состояние денежных потоков.

В 2022 году приемлемый уровень финансового состояния не был достигнут. При этом 4 показателя

негативно влияют на формирование результирующего показателя и 2 позитивно. Наибольшее негативное влияние оказали показатели, характеризующие эффективность деятельности, а наибольшее позитивное – показатели, характеризующие взаимосвязь источников формирования и направлений использования финансовых ресурсов.

В 2021 году приемлемый уровень финансового состояния не был достигнут. Следует отметить, что интегральный показатель финансового состояния был отрицательным. При этом 5 показателей негативно влияют на формирование результирующего показателя и 1 позитивно. Наибольшее негативное влияние оказали показатели, характеризующие состояние денежных потоков, а единственное позитивное – показатели, характеризующие взаимосвязь источников формирования и направлений использования финансовых ресурсов. В этом периоде следует обратить на единичные показатели состояния денежных потоков и эффективности деятельности, которые были отрицательными в достаточно больших величинах. Это объясняется тем, что в этом периоде был доначислен и выплачен налог на прибыль и пени по налогу на прибыль.

Направления цифровой трансформации хозяйствующего субъекта водного транспорта в рамках концепции стратегии цифровой трансформации хозяйствующих субъектов водного транспорта судоходной системы страны.

На рисунке 1 представлена Концепция стратегии цифровой трансформации хозяйствующих субъектов водного транспорта судоходной системы страны.

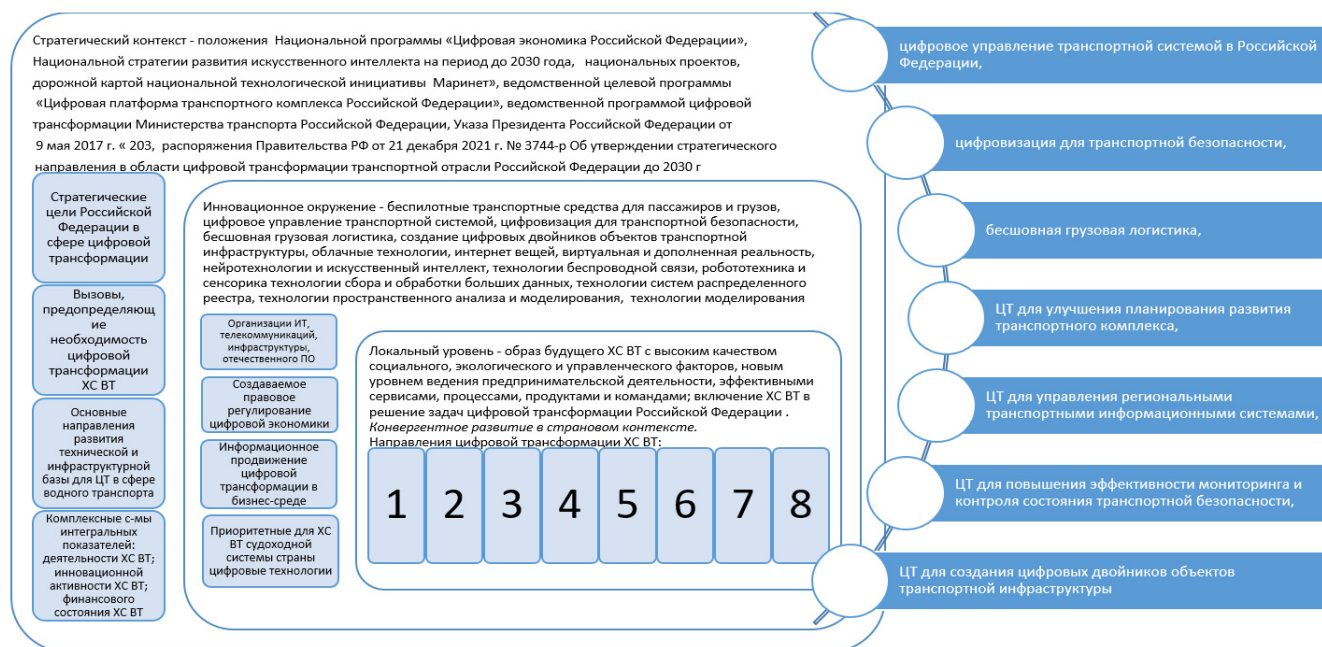


Рис. 1 – Концепция стратегии цифровой трансформации хозяйствующих субъектов водного транспорта судоходной системы страны

Источник: составлено автором

Концепция цифровой трансформации деятельности хозяйствующих субъектов водного транспорта судоходной системы страны нацелена на до-

стижение стратегических целей Российской Федерации в сфере цифровой трансформации и разработана в соответствии с положениями Национальной программы «Цифровая экономика Российской

Федерации», утвержденной президиумом Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам (протокол от 24 декабря 2018 г. № 16), Национальной стратегией развития искусственного интеллекта на период до 2030 года, утвержденной Указом Президента Российской Федерации от 10 октября 2019 г. № 490 «О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации», национальными проектами, дорожной картой национальной технологической инициативы Маринет», одобренной протоколом № 1 от 28.02.22 г. заочного голосования членов президиума Правительственной комиссии по модернизации экономики и инновационному развитию России, ведомственной целевой программой «Цифровая платформа транспортного комплекса Российской Федерации», утвержденной Министерством транспорта Российской Федерации 28 декабря 2020 г., ведомственной программой цифровой трансформации Министерства транспорта Российской Федерации на 2021 год и плановый период 2022-2023 годов, утвержденной распоряжением Министерства транспорта Российской Федерации от 4 февраля 2021 г. № КБ-17-р, Указом Президента Российской Федерации от 9 мая 2017 г. «203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы», распоряжением Правительства Российской Федерации от 21 декабря 2021 г. № 3744-р «Об утверждении стратегического направления в области цифровой трансформации транспортной отрасли Российской Федерации до 2030 г.».

Направления цифровой трансформации хозяйствующих субъектов водного транспорта приведены в исследовании далее в проекте предлагаемой Концепции стратегии цифровой трансформации хозяйствующих субъектов водного транспорта (ЦТ ХС ВТ) судоходной системы страны.

Вызовами, предопределяющими необходимость цифровой трансформации хозяйствующих субъектов водного транспорта всей сферы водного транспорта являются: высокая аварийность на транспорте ввиду человеческого фактора, неэффективность перевозочного процесса традиционными видами транспорта, низкая привлекательность транспортных коридоров Российской Федерации ввиду высокой транзакционной нагрузки (бумажные документы, контрольные процедуры, посредники), отсутствие возможности оперативного управления транспортным комплексом из единого центра в зависимости от ситуации, низкая информированность и скоординированность действий органов власти, субъектов транспортной деятельности по вопросам обеспечения безопасности на транспорте (включая транспортную безопасность, кибербезопасность), отсутствие возможности мониторинга состояния объектов транспортной инфраструктуры на всех этапах жизненного цикла.

Цифровая трансформация хозяйствующего субъекта водного транспорта способствует решению таких проблематик, как: цифровое управление транспортной системой в Российской Федерации, цифровизация для транспортной безопасности,

бесшовная грузовая логистика, использование цифровых технологий для улучшения планирования развития транспортного комплекса, управления региональными транспортными информационными системами, повышения эффективности мониторинга и контроля состояния транспортной безопасности, а также создания цифровых двойников объектов транспортной инфраструктуры.

К технологиям цифровой трансформации водного транспорта относятся: беспилотные транспортные средства для пассажиров и грузов, цифровое управление транспортной системой, цифровизация для транспортной безопасности, бесшовная грузовая логистика, создание цифровых двойников объектов транспортной инфраструктуры, облачные технологии, интернет вещей, виртуальная и дополненная реальность, нейротехнологии и искусственный интеллект, технологии беспроводной связи, робототехника и сенсорика технологии сбора и обработки больших данных, технологии систем распределенного реестра, технологии пространственного анализа и моделирования, технологии информационного моделирования.

Концепция цифровой трансформации деятельности хозяйствующего субъекта водного транспорта направлена на включение хозяйствующего субъекта в решение задач развития Российской Федерации, ускоренную адаптацию к создаваемому правовому регулированию цифровой экономики, информационному продвижению цифровой трансформации в бизнес-среде.

Вслед за ведомственной программой цифровой трансформации Минэкономразвития России на 2023 год и плановый период 2024-2025 годов, концепция цифровой трансформации субъекта водного транспорта определяет образ будущего субъекта водного транспорта с высоким качеством социального, экологического и управленческого факторов, новым уровнем ведения предпринимательской деятельности, эффективными сервисами, процессами, продуктами и командами.

Миссия цифровой трансформации хозяйствующего субъекта водного транспорта – это содействие решению национальных целей и задач развития в сфере цифровой трансформации водного транспорта.

Стратегическая цель цифровой трансформации хозяйствующего субъекта водного транспорта – это создание благоприятных условий устойчивого социо-эколого-ориентированного опережающего развития, эффективно увеличивающих конкурентоспособность хозяйствующего субъекта водного транспорта на внутренних и внешних рынках присутствия, в кратко- средне- и долгосрочной перспективах.

Направления цифровой трансформации хозяйствующего субъекта водного транспорта:

1. Создание благоприятной внутренней среды хозяйствующего субъекта водного транспорта для повышения уровня его технологичности и(или) высокотехнологичного развития.

2. Содействие повышению уровня благоприятствования внешней среды процессу цифровой

трансформации хозяйствующего субъекта водного транспорта.

3. Эффективное использование хозяйствующим субъектом водного транспорта цифровых продуктов и сервисов, создаваемых в рамках цифровой трансформации экономики Российской Федерации, синхронизация с процессами цифровой трансформации в стране.

4. Нивелирование и (или) снижение рисков и угроз, а также устранение барьеров, возникающих в процессе цифровой трансформации хозяйствующего субъекта водного транспорта.

5. Цифровизация перевозок, в которых принимает участие субъект водного транспорта.

6. Цифровизация жизненного цикла инфраструктуры и транспортных средств, в части касающейся субъекта водного транспорта.

7. Цифровизация управления транспортным комплексом, в части касающейся субъекта водного транспорта.

8. Повышение уровня технологического развития и декарбонизация транспортного комплекса, в части касающейся субъекта водного транспорта.

Задачами цифровой трансформации хозяйствующего субъекта водного транспорта являются:

1. Эффективное сотрудничество с промышленными центрами компетенций, замещающими зарубежные промышленные цифровые платформы, включая программные и аппаратные комплексы.

2. Эффективное сотрудничество с центрами российского системного и прикладного обеспечения, необходимого для замещения иностранных аналогов.

3. Эффективное сотрудничество с отраслевыми центрами цифровой трансформации.

4. Проактивное международное сотрудничество с продвижением на зарубежные рынки цифровых сервисов, услуг, продуктов и других результатов цифровой трансформации хозяйствующего субъекта водного транспорта

5. Повышение информационной безопасности в контексте цифровой трансформации, в том числе, в части кибератак на финансовые и управленческие сегменты.

6. Обеспечение доступности и релевантности информационных ресурсов хозяйствующего субъекта водного транспорта.

7. Обеспечение доступности и релевантности внешних информационных ресурсов.

8. Внедрение в бизнес-процессы хозяйствующего субъекта водного транспорта цифровых платформ и сервисов.

9. Трансформация инфраструктуры и организационной структуры хозяйствующего субъекта водного транспорта в соответствии с цифровым развитием.

10. Подготовка квалифицированного персонала для реализации задач цифровой трансформации.

11. Создание новых и развитие существующих цифровых пользовательских сервисов.

12. Осуществление мероприятий по обучению и цифровой подготовке потенциальных потребителей

цифровых сервисов и продуктов, повышению их мотивированности к получению новых знаний.

Важной задачей цифровой трансформации хозяйствующего субъекта водного транспорта является *конвергентное развитие в страновом контексте*, включая содействие достижению положительных эффектов от цифровой трансформации в экологическом аспекте, что в свою очередь приводит к повышению инвестиционной привлекательности хозяйствующего субъекта водного транспорта. В этой связи, важными первоочередными *кооперационными* проектами цифровой трансформации хозяйствующего субъекта водного транспорта могут стать:

1. Участие во внедрении цифровых инструментов контроля состояния объектов транспортной инфраструктуры.

2. Участие во внедрении цифровых сервисов транспортной инфраструктуры.

3. Участие в развитии и использовании цифровых технологий увеличения прозрачности рынка природных ресурсов и эффективности использования природных ресурсов.

4. Участие в создании и внедрении цифровой платформы и унифицированной отраслевой модели данных водного транспорта на основе облачных технологий.

5. Участие в создании и внедрении цифровой платформы недропользователей на основе облачных технологий и содействие максимальному переходу на цифровой оборот геологической информации.

6. Участие в создании и внедрении смарт-контрактов с использованием систем распределенного реестра для отслеживания грузов и обмена юридически значимыми данными между участниками отрасли и государством.

7. Участие в создании и эксплуатации информационной системы учета и планирования работ (затрат) на проектирование, строительство, ремонт и содержание объектов транспортной инфраструктуры (в том числе предиктивная аналитика технического обслуживания и ремонта объектов транспортной инфраструктуры).

Должен быть реализован комплекс мероприятий по включению хозяйствующего субъекта водного транспорта в участие в одной или нескольких следующих федеральных инициатив, направленных на приоритетное достижение цели цифровой трансформации:

1. проект «Беспилотники для пассажиров и грузов» – создание центров управления и инфраструктуры для движения беспилотников всех видов транспорта, запуск в эксплуатацию беспилотных транспортных средств (легковые и грузовые автомобили, поезда, суда, дроны), а также роботизация транспортно-логистических хабов (порты, железнодорожные станции, логистические центры) и внедрение продвинутых систем помощи водителю;

2. инициатива «Автономное судовождение» – создание инфраструктуры обеспечения автономного судовождения на основе e-Навигации и стиму-

лирование разработки и внедрения судового и берегового оборудования для автономного судовождения;

3. проект «Зеленый цифровой коридор пассажира» – создание цифрового профиля пассажира, единого цифрового инструмента оплаты проезда для всех видов транспорта (с применением технологий биометрии), разработка сервиса построения оптимального маршрута поездки (MaaS, Mobility-as-a-Service), а также цифровых пассажирских терминалов;

4. проект «Бесшовная грузовая логистика» – завершение внедрения системы отслеживания грузоперевозок с использованием электронных навигационных пломб, разработка цифровой платформы транспортного комплекса Российской Федерации, формирование системы сквозного обмена электронными перевозочными документами (в том числе на межгосударственном уровне), создание национального цифрового контура логистики в рамках реализации экосистемы цифровых транспортных коридоров Евразийского экономического союза, а также реализация условий для развития электронных площадок заказа грузовых перевозок, логистических услуг и услуг электронной коммерции (FaaS), создание интеллектуальных пунктов пропуска через государственную границу Российской Федерации;

5. проект «Цифровое управление транспортной системой Российской Федерации» – создание единого центра управления транспортным комплексом, ситуационных центров, а также развитие системы моделирования транспортных потоков с применением технологий искусственного интеллекта;

6. проект «Цифровизация для транспортной безопасности» – создание единого защищенного информационного пространства и защищенных технологических сетей транспортного комплекса, цифровизация государственных услуг в области транспортной безопасности с использованием сведений ограниченного доступа, внедрение механизмов по обеспечению информационной безопасности на объектах транспортного комплекса и системы предварительного информирования, а также обеспечение мониторинга защищенности транспортной информационной инфраструктуры;

7. проект «Цифровые двойники объектов транспортной инфраструктуры» – запуск системы контроля дорожных фондов, создание 3D-модели (трехмерное представление) объектов транспортной инфраструктуры, разработка информационной системы учета и планирования работ (затрат) на проектирование, строительство, ремонт и содержание объектов транспортной инфраструктуры, создание мобильных измерительных лабораторий, а также внедрение технологий информационного моделирования на всех этапах жизненного цикла объектов капитального строительства транспортной инфраструктуры (в том числе предиктивного ремонта).

Ключевые инициативы и проекты концепции стратегии реализуются в проектно-программном формате и могут включать в себя проекты и мероприятия из утвержденных государственных программ, национальных проектов и иных механизмов

реализации государственной политики в сфере водного транспорта, а также собственные мероприятия цифровой трансформации хозяйствующего субъекта водного транспорта. Ключевые инициативы и проекты реализуются проектными коллективами, с привлечением исполнителей в соответствии с целями и задачами проекта. Организационные механизмы реализации ключевых инициатив и проектов соответствуют проектным методам управления и включают основные мероприятия, индикаторы и «дорожную карту».

Для реализации настоящей концепции хозяйствующим субъектом водного транспорта должна быть разработана соответствующая программа цифровой трансформации, содержащая план мероприятий, целевые показатели и декомпозицию бюджета. Актуализация концепции стратегии может осуществляться ежегодно, но не более одного раза в год.

В рамках реализации концепции предусмотрены общие показатели цифровой трансформации, обязательные для включения в программу цифровой трансформации, а именно: увеличение вложений в отечественные решения в сфере информационных технологий в 4 раза по сравнению с показателем 2019 года; увеличение доли массовых социально значимых услуг, доступных в электронном виде, до 95 процентов.

Система управления цифровой трансформацией в хозяйствующем субъекте водного транспорта должна включать коллегиальный орган и ответственных по направлению цифровой трансформации с установлением персональных KPI, входящих в систему оплаты труда управленческого персонала. Для реализации настоящей концепции в хозяйствующем субъекте водного транспорта должна быть разработана нормативная документация цифровой трансформации и управления проектами. Руководство цифровой трансформацией в хозяйствующем субъекте водного транспорта осуществляет заместитель руководителя по цифровой трансформации. Общее руководство цифровой трансформацией в хозяйствующем субъекте водного транспорта осуществляет руководитель.

Прогноз основных показателей экономического развития и инновационной активности хозяйствующих субъектов водного транспорта

В таблице 8 представлены исходные данные для прогноза.

Таблица 8
Исходные данные для прогноза

Наименование показателя	2018	2019	2020	2021
Численность работников в подразделениях, выполнявших научные исследования и разработки, чел.	2569	4770	5266	5385
Затраты на инновационную деятельность, млн руб.	10248,4	20580,3	23023,8	17558,6
в т.ч.				
продуктовые	5754,3	18043,7	11532,8	11024,9
процессные	4109,7	2536,6	11491,0	6533,7
Затраты на инновационную деятельность, млн руб.				
Собственные средства организаций	4486,7	16767	18438,4	15204
Федеральный бюджет	4823,3	3570,8	2208,4	1568,8

Прочие средства	554	241,3	2377	785,9
Объем инновационных товаров, работ по уровню новизны, млн руб.	113481,1	118179,8	196399,3	136496,6
вновь внедренные или подвергавшиеся значительным технологическим изменениям	78915,1	94071	187377,9	127563,7
подвергавшиеся усовершенствованию	34566	24108,8	9021,4	8932,9
Объем инновационных товаров, работ созданных с использованием результатов интеллектуальной деятельности, права на которые принадлежат российским правообладателям, млн рублей,	23018,3	58014,2	86665,2	74608,6
в % от общего объема инновационных товаров, работ	20,3	47,4	44,1	54,7
Среднесписочная численность работников организаций, осуществлявших инновационную деятельность, по уровню образования:				
кол-во чел	76098	134023	141830	134353
имевших высшее образование, %	30,5	29,3	29,6	29,3

Источник: составлено автором по [28]

Далее прогноз построен по четырем точкам, коэффициент детерминации R^2 свидетельствует о его достоверности. Чем ближе он к 1, тем достоверней прогноз. Меньше 0,5 считается незначимым. Лучше выбрать из всех прогнозов те, у которых R^2 (R квадрат) хотя бы больше 0,5, например, первый показатель – численность работников.

Проверить на нормальность распределения 4-х данных невозможно. Или их надо добавить хотя бы квартальными данными.

Данные прогнозы надо рассматривать как тренды, т.к. на таком малом количестве данных прогноз построить сложно, хотя некоторые показатели дали большую вероятность.

Если вероятность менее 0,5, то ее вообще нельзя рассматривать, поэтому в тех случаях, где она мала, будем говорить о тренде.

В соответствии с картой прогнозов (результаты прогнозирования основных показателей инновационной активности хозяйствующих субъектов водного транспорта до 2030 года) в таблице 9 представлены полученные результаты прогнозирования основных показателей инновационной активности хозяйствующих субъектов водного транспорта до 2030 года.

Таблица 9
Результаты прогнозирования основных показателей инновационной активности хозяйствующих субъектов водного транспорта до 2030 года

№ п/п	Показатель
1	Численность работников в подразделениях, выполнявших научные исследования и разработки, чел.
	Линейный. Коэффициент детерминации $R^2=0,770735$
	Экспоненциальный. Коэффициент детерминации $R^2=0,708491$
	Логарифмический. Коэффициент детерминации $R^2=0,965179$
	Парабола 2 порядка. Коэффициент детерминации $R^2=0,981984$
Степенная. Коэффициент детерминации $R^2=0,944076$	
2	Затраты на инновационную деятельность, млн. руб., в т.ч. продуктовые
	Линейный. Коэффициент детерминации $R^2=0,964712$
	Экспоненциальный. Коэффициент детерминации $R^2=0,940693$
	Логарифмический. Коэффициент детерминации $R^2=0,973263$
	Парабола 2 порядка. Коэффициент детерминации $R^2=0,998747$
Степенная. Коэффициент детерминации $R^2=0,987597$	
3	Затраты на инновационную деятельность, млн. руб., в т.ч. процессные
	Линейный. Коэффициент детерминации $R^2=0,985864$

№ п/п	Показатель	
	Экспоненциальный. Коэффициент детерминации $R^2=0,999995$	
	Логарифмический. Коэффициент детерминации $R^2=0,81401$	
	Парабола 2 порядка. Коэффициент детерминации $R^2=0,999939$	
	Степенная. Коэффициент детерминации $R^2=0,890125$	
4	Затраты на инновационную деятельность, млн. руб., собственные средства организаций	
	Линейный. Коэффициент детерминации $R^2=0,964713$	
	Экспоненциальный. Коэффициент детерминации $R^2=0,898911$	
	Логарифмический. Коэффициент детерминации $R^2=0,973263$	
	Парабола 2 порядка. Коэффициент детерминации $R^2=0,9987$	
	Степенная. Коэффициент детерминации $R^2=0,991195$	
	5	Затраты на инновационную деятельность, млн. руб., федеральный бюджет
		Линейный. Коэффициент детерминации $R^2=0,983538$
Экспоненциальный. Коэффициент детерминации $R^2=0,992735$		
Логарифмический. Коэффициент детерминации $R^2=0,923113$		
	Парабола 2 порядка. Коэффициент детерминации $R^2=0,995408$	
	Степенная. Коэффициент детерминации $R^2=0,851344$	
	6	Затраты на инновационную деятельность, млн руб., прочие средства
		Линейный. Коэффициент детерминации $R^2=0,472611$
Экспоненциальный. Коэффициент детерминации $R^2=0,491788$		
Логарифмический. Коэффициент детерминации $R^2=0,437809$		
	Парабола 2 порядка. Коэффициент детерминации $R^2=0,562137$	
	Степенная. Коэффициент детерминации $R^2=0,388068$	
	7	Объем инновационных товаров, работ по уровню новизны, млн. руб.
		Линейный. Коэффициент детерминации $R^2=0,534929$
Экспоненциальный. Коэффициент детерминации $R^2=0,572742$		
Логарифмический. Коэффициент детерминации $R^2=0,544507$		
	Парабола 2 порядка. Коэффициент детерминации $R^2=0,678036$	
	Степенная. Коэффициент детерминации $R^2=0,58023$	
	8	Объем инновационных товаров, работ по уровню новизны, млн. руб., вновь внедренные или подвергавшиеся значительным технологическим изменениям
		Линейный. Коэффициент детерминации $R^2=0,643403$
Экспоненциальный. Коэффициент детерминации $R^2=0,695794$		
Логарифмический. Коэффициент детерминации $R^2=0,646407$		
	Парабола 2 порядка. Коэффициент детерминации $R^2=0,762477$	
	Степенная. Коэффициент детерминации $R^2=0,706355$	
	9	Объем инновационных товаров, работ по уровню новизны, млн. руб., подвергавшиеся усовершенствованию
		Линейный. Коэффициент детерминации $R^2=0,928297$
Экспоненциальный. Коэффициент детерминации $R^2=0,922992$		
Логарифмический. Коэффициент детерминации $R^2=0,901904$		
	Парабола 2 порядка. Коэффициент детерминации $R^2=0,969241$	
	Степенная. Коэффициент детерминации $R^2=0,813017$	
	10	Объем инновационных товаров, работ созданных с использованием результатов интеллектуальной деятельности, права на которые принадлежат российским правообладателям, млн. руб
		Линейный. Коэффициент детерминации $R^2=0,793418$
Экспоненциальный. Коэффициент детерминации $R^2=0,752408$		
Логарифмический. Коэффициент детерминации $R^2=0,909163$		
	Парабола 2 порядка. Коэффициент детерминации $R^2=0,979227$	
	Степенная. Коэффициент детерминации $R^2=0,944224$	
	11	Объем инновационных товаров, работ созданных с использованием результатов интеллектуальной деятельности, права на которые принадлежат российским правообладателям, млн. руб., в % от общего объема инновационных товаров, работ
		Линейный. Коэффициент детерминации $R^2=0,666002$
Экспоненциальный. Коэффициент детерминации $R^2=0,592263$		
Логарифмический. Коэффициент детерминации $R^2=0,868887$		
	Парабола 2 порядка. Коэффициент детерминации $R^2=0,799017$	
	Степенная. Коэффициент детерминации $R^2=0,845869$	
	12	Среднесписочная численность работников организаций, осуществлявших инновационную деятельность, по уровню образования: количество человек
		Линейный. Коэффициент детерминации $R^2=0,580637$
Экспоненциальный. Коэффициент детерминации $R^2=0,557439$		
Логарифмический. Коэффициент детерминации $R^2=0,858012$		
	Парабола 2 порядка. Коэффициент детерминации $R^2=0,976463$	
	Степенная. Коэффициент детерминации $R^2=0,850743$	
	13	Среднесписочная численность работников организаций, осуществлявших инновационную деятельность, по уровню образования: имевших высшее образование, %
		Линейный. Коэффициент детерминации $R^2=0,392065$

№ п/п	Показатель
	Экспоненциальный. Коэффициент детерминации $R^2=0,391777$
	Логарифмический. Коэффициент детерминации $R^2=0,668433$
	Парабола 2 порядка. Коэффициент детерминации $R^2=0,675983$
	Степенная. Коэффициент детерминации $R^2=0,66701$

Источник: построено автором

Самая высокая вероятность прогноза:

– по показателю «Затраты на инновационную деятельность, млн. руб., в т.ч. процессные» – экспоненциальный прогноз: коэффициент детерминации $R^2=0,999995$ (рис. 2),

– по показателю «Затраты на инновационную деятельность, млн. руб., в т.ч. продуктовые» – парабола 2 порядка: коэффициент детерминации $R^2=0,998747$ (рис. 3),

– по показателю «Затраты на инновационную деятельность, млн. руб., федеральный бюджет» – парабола 2 порядка: коэффициент детерминации $R^2=0,995408$ (рис. 4).

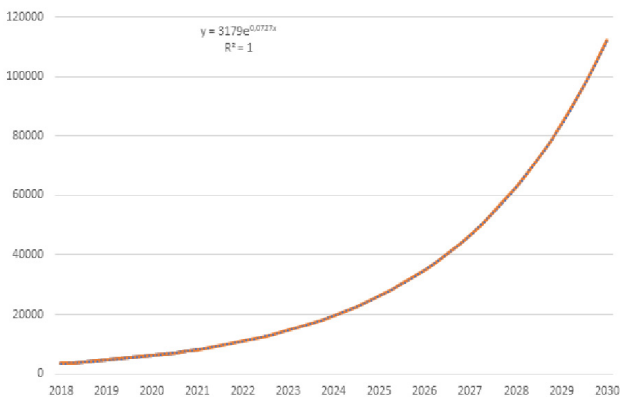


Рис. 2. Затраты на инновационную деятельность, млн. руб., в т.ч. процессные. Экспоненциальный. Коэффициент детерминации $R^2=0,999995$

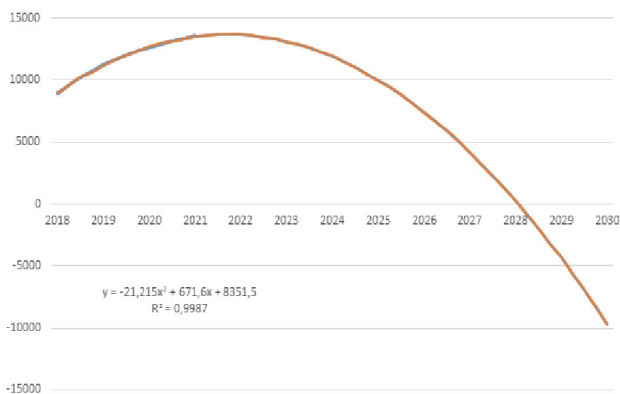


Рис. 3. Затраты на инновационную деятельность, млн. руб., в т.ч. продуктовые. Парабола 2 порядка. Коэффициент детерминации $R^2=0,998747$

На рисунке 5 представлен алгоритм государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в сфере водного транспорта, с созданием экосистемы и использованием позитивного зарубежного опыта.

В качестве экосистемы государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в

сфере водного транспорта предлагается создание и поддержка функционирования сети центров поддержки МСП в сфере водного транспорта в субъектах России. Для этого необходимо внести изменения в статью 15 Инфраструктура поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства Федерального закона от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 12.12.2023) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации».

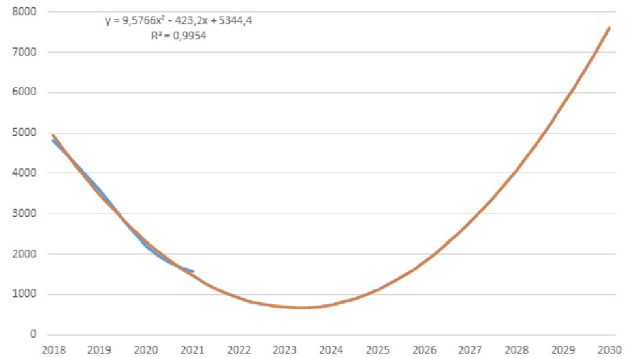


Рис. 4. Затраты на инновационную деятельность, млн. руб., федеральный бюджет. Парабола 2 порядка. Коэффициент детерминации $R^2=0,995408$

Как альтернативный вариант может быть рассмотрено вменение уже существующим центрам, созданным во исполнение Федерального закона от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 12.12.2023) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» и находящимся в субъектах России функций центра поддержки МСП в сфере водного транспорта.

Практическая реализация деятельности такого центра состоит из следующего годового цикла (ежегодно):

1. Министерством транспорта России подготавливаются и издаются нормативные документы в сфере водного транспорта, издаются соответствующие программные документы, осуществляется отбор приоритетов деятельности центров поддержки МСП в сфере водного транспорта и предоставление соответствующей информации в Министерство экономического развития России.

2. Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций России определяет приоритеты, цели и задачи цифровой трансформации в сфере водного транспорта, издает соответствующие нормативные акты и акты ненормативного характера для учета в деятельности ведомствами, органами государственной власти и местного самоуправления, центрами поддержки МСП в сфере водного транспорта.

3. Министерство экономического развития России совместно с органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления устанавливает требования к организациям, образующим инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, при реализации соответственно государственных программ (подпрограмм) Российской Федерации, государственных программ (подпрограмм)

субъектов Российской Федерации, муниципальных программ (подпрограмм). Осуществляет процесс отбора Центров и(или) согласование годовых смет и отчетов Центров. Издает соответствующие процедурные документы.

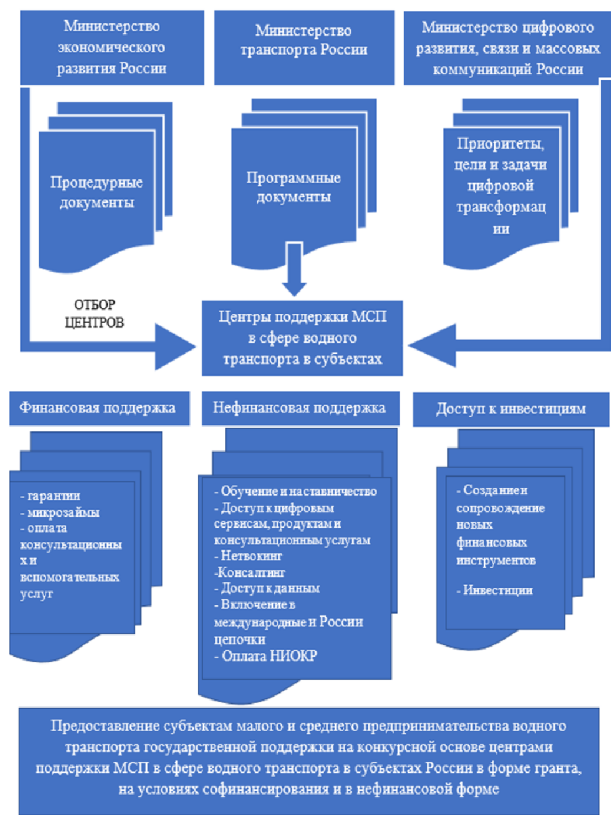


Рис. 5 – Алгоритм государственной поддержки хозяйствующим субъектам малого и среднего предпринимательства в сфере водного транспорта, с созданием экосистемы и использованием позитивного зарубежного опыта
Разработано автором.

Предлагается включить в обязательный (минимальный) перечень услуг центров поддержки МСП в сфере водного транспорта в субъектах России три блока: финансовый, нефинансовый и привлечение инвестиций. Блок привлечение инвестиций включен по результатам обзора позитивного зарубежного опыта. Детализированный перечень услуг приводится далее.

Финансовая поддержка:

- гарантии,
- микрозаймы,
- оплата консультационных и вспомогательных услуг.

Нефинансовая поддержка:

- Обучение и наставничество,
- Доступ к цифровым сервисам, продуктам и консультационным услугам,
- Нетворкинг,
- Консалтинг,
- Доступ к данным, в том числе, к большим данным,
- Включение в международные и России цепочки создания стоимости,
- Оплата НИОКР.

Доступ к инвестициям:

- Создание и сопровождение новых финансовых инструментов,
- Инвестиции.

Решением потенциальных проблем, связанных с конкуренцией, устареванием технологий и киберугрозами в России при цифровой трансформации водного транспорта, требуется принятия упреждающих мер и стратегического подхода.

Внедряя эти стратегии, организации в секторе водного транспорта могут активно решать проблемы, связанные с конкуренцией, устареванием технологий и киберугрозами на пути к цифровой трансформации. Проактивный и стратегический подход имеет решающее значение для обеспечения успешного и безопасного внедрения цифровых технологий и сохранения лидирующих позиций в быстро развивающемся цифровом ландшафте. Поддержка со стороны государства и разработка соответствующих программ и мер поддержки могут способствовать успешной реализации цифровой трансформации водного транспорта.

Выводы.

Россия обладает огромным потенциалом для увеличения грузооборота по водным путям, особенно с учетом расширения торговли с Азией и развития Арктического маршрута.

Развитие водного транспорта будет способствовать расширению международных перевозок, включая транзитный груз и контейнерные перевозки.

Водный транспорт считается более экологически чистым и энергоэффективным по сравнению с другими видами транспорта, что способствует его развитию в контексте экологических требований и устойчивого развития.

Обновление судового парка с использованием более современных и эффективных судов увеличит привлекательность водного транспорта и повысит его конкурентоспособность. В целом, водный транспорт в России имеет хорошие перспективы развития, особенно при условии правильной государственной стратегии инвестирования в инфраструктуру, модернизацию флота и улучшение условий для международных перевозок.

Таким образом, цифровая трансформация стала ключевым фактором для улучшения эффективности, снижения затрат и повышения конкурентоспособности предприятий водного транспорта. Цифровая трансформация может повысить операционную эффективность, улучшить сервисы и создать инновационные модели бизнеса.

Один из важных аспектов прогнозирования – выявление вызовов, с которыми сталкиваются предприятия водного транспорта при внедрении цифровых решений.

Прогнозирование включает в себя выявление возможностей, которые открываются перед предприятиями водного транспорта. Полученные значения процента работников с высшим образованием прогнозируются до 2030 года с отрицательным значением.

Предоставление субъектам малого и среднего предпринимательства водного транспорта государственной поддержки должно осуществляться на

конкурсной основе центрами поддержки МСП в сфере водного транспорта в субъектах России в форме гранта, на условиях софинансирования и в нефинансовой форме.

Развитие цифровой трансформации водного транспорта позволит субъектам повысить эффективность операций, снизить издержки, улучшить качество обслуживания и укрепить свою конкурентоспособность на международном рынке.

Литература

1. Проколова, Л.И. Инструменты цифровизации системы управления муниципальным образованием / Л.И. Проколова // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: российский и зарубежный опыт. – 2020. – № 3 (28). – С. 77-81. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_42918875_35930154.pdf (дата обращения: 21.04.2024).

2. Бутакова, Е.И., Положенцева, Ю.С. Стратегии цифровой трансформации компаний: понятие, виды и подходы к разработке / Е.И. Бутакова, Ю.С. Положенцева // Вестник Академии знаний. – 2023. – № 5 (58). – С. 50-53. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_57647627_68159921.pdf (дата обращения: 21.04.2024).

3. Инновационное развитие промышленности регионов Арктики: проблемы и перспективы : монография / Цукерман В.А., Бабкин А.В., Горячевская Е.С., Жаров В.С., Заенчковский А.Э., Иванов С.В., Кириллова Е.А., Козлов А.А., Козлов А.В., Мешалкин В.П., Пилясов А.Н. – Апатиты: ФИЦ КНЦ РАН, 2022. – 138 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_48487103_76975076.pdf (дата обращения: 21.04.2024).

4. Цифровизация экономических систем: теория и практика / Бабкин А.В., Акмаева Р.И., Александров Ю.Д. и др. : монография. – Санкт-Петербург: Издательство СПбПУ, 2020. – 796 с. ISBN: 978-5-7422-6931-1.

5. Бабкин, А.В. Формирование цифровой экономики в России: сущность, особенности, техническая нормализация, проблемы развития / А.В. Бабкин, Д.Д. Буркальцева, Д.Г. Костень, Ю.Н. Воробьев // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. – 2017. – Т. 10. – № 3. – С. 9-25.

6. Бабкин, А.В. Индустрия 5.0: нейро-цифровой инструментарий стратегического целеполагания и планирования / А.В. Бабкин, С.И. Корягин, И.В. Либерман, П.М. Клачек, А.А. Богданова, Н.Х. Сагательян // ТТПС. – 2022. – № 3 (61). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/industriya-5-0-neuro-tsifrovoy-instrumentariy-strategicheskogo-tselepolaganiya-i-planirovaniya> (дата обращения: 15.05.2024).

7. Бабкин, А.В. Цифровые платформы в экономике: понятие, сущность, классификация / А.В. Бабкин, П.А. Михайлов // Вестник Академии знаний. – 2023. – № 1 (54). – С. 25-36. [Электронный ресурс].

– Режим доступа: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_50343990_17698342.pdf (дата обращения: 21.04.2024).

8. Бабкин, А.В. Сущность цифровых платформ и особенности их применения в деятельности промышленных кластеров и предприятий / А.В. Бабкин, Л.В. Ташенова // Цифровая экономика и сквозные технологии: теория и практика / Монография. Под редакцией А. В. Бабкина. – СПб.: Изд-во ПОЛИТЕХ-ПРЕСС. – 2019. – С. 230-250.

9. Бабкин, А.В. Индустрия 5.0: понятие, формирование и развитие / А.В. Бабкин, А.А. Федоров, И.В. Либерман, П.М. Клачек // Экономика промышленно-сти. – 2021. – Том 14 (№ 4). – С. 375-385.

10. Марамыгин, М.С. Цифровая трансформация российского рынка финансовых услуг: тенденции и особенности / М.С. Марамыгин, Г.В. Чернова, Л.Г. Решетникова // Управленец. – 2019. – Т. 10. – № 3. – С. 70-82. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_38533122_48607003.pdf (дата обращения: 21.04.2024).

11. Шпак, Ю.О., Абрамов, В.И. Управление инновационной активностью персонала при цифровой трансформации компаний малого и среднего бизнеса / Ю.О. Шпак, В.И. Абрамов // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. – 2022. – Т. 7. – № 1 (23). – С. 115-124. [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

https://www.elibrary.ru/download/elibrary_48239932_86779000.pdf (дата обращения: 21.04.2024).

12. Макарова, М.В. Обеспечение экономической безопасности компаний на основе оценки их устойчивости в условиях цифровизации / М.В. Макарова. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Нижний Новгород, 2021. [официальный сайт]. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_50404657_89407479.pdf (дата обращения: 21.04.2024).

13. Мирошниченко, М.А. Цифровая экономика в России: стратегическое развитие и инновации : монография / М.А. Мирошниченко. – Краснодар, 2022. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_49787779_85422189.pdf (дата обращения: 21.04.2024).

14. Фролов, В.Г., Павлова, А.А. Системные эффекты реализации инновационно-инвестиционно сбалансированной промышленной политики в условиях цифровой экономики / В.Г. Фролов, А.А. Павлова // Экономические отношения. – 2019. – Т. 9. – № 4. – С. 2919-2936. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_42446304_54194924.pdf (дата обращения: 21.04.2024).

15. Ермоленко, В.В., Ланская, Д.В. Инструменты управления капиталами организации в процессе инноваций и цифровой трансформации : монография / В.В. Ермоленко, Д.В. Ланская. – Краснодар, 2022. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_50741040_14256875.pdf (дата обращения: 21.04.2024).

16. Майоров, С. Цифровая трансформация инфраструктуры рынка капитала / С. Майоров // Экономическая политика. – 2020. – Т. 15. – № 5. – С. 8-31. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_47282443_71501138.pdf (дата обращения: 21.04.2024).

17. Шипкова, О.Т. Финансовые риски цифрового предприятия: методологические основы анализа и оценки / О.Т. Шипкова, К.С. Школьник // Инновационное развитие экономики. – 2023. – № 3 (75). – С. 287-300. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_54524826_71109750.pdf (дата обращения: 21.04.2024).

18. Экономические механизмы инновационной трансформации социальноэкономической системы России : монография / С.П. Кирильчук, Е.В. Наливайченко, А.О. Каминская. – Симферополь : ИТ «АРИАЛ», 2021. – 272 с. ISBN 978-5-907438-72-9. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_46307513_32347237.pdf (дата обращения: 21.04.2024).

19. Симарова, И.С. Цифровые компетенции: понятие, виды, оценка и развитие / И.С. Симарова, Ю.В. Алексеевичева, Д.В. Жигин // Вопросы инновационной экономики. – 2022. – Т. 12. – № 2. – С. 935-948. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_48939607_57114541.pdf (дата обращения: 21.04.2024).

20. Фудина, Е.В. Трансформация социально-экономических систем в условиях цифровизации экономики / Е.В. Фудина // В книге: Актуальные проблемы бухгалтерского учета, аудита и анализа в современных условиях. Бондина Н.Н., Бондин И.А., Вильгута О.Ф., Климкина Л.П., Ментюкова О.В., Суханова О.Н., Волкова Г.А., Бадов В.Д., Лаврина О.В., Павлова И.В., Столярова О.А., Решеткина Ю.В., Уланова О.И., Фудина Е.В., Широкова Е.В., Шпагина И.Е. : монография / под общей редакцией Н.Н. Бондиной. Пенза, 2021. С. 140-162. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_47277588_23909737.pdf (дата обращения: 21.04.2024).

21. Экономические механизмы инновационной трансформации социальноэкономической системы России : монография / С.П. Кирильчук, Е.В. Наливайченко, А.О. Каминская. – Симферополь : ИТ «АРИАЛ», 2021. – 272 с. ISBN 978-5-907438-72-9. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_46307513_32347237.pdf (дата обращения: 21.04.2024).

22. Инновационное развитие производственной инфраструктуры в цифровой экономике на принципах деонтологии : монография / С.П. Кирильчук, Е.В. Наливайченко, С.М. Ергин и др.; под общ. ред. С.П. Кирильчук. – Электрон. дан. – Симферополь : ИТ «АРИАЛ», 2023. – Электрон. версия. ISBN 978-5-907656-47-5. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_50106534_21797616.pdf (дата обращения: 21.04.2024).

23. Берендеева, А.Б. Институциональная среда устойчивого развития и esg-трансформации российской экономики: мега-, макро-, мезо- и микроуровни

/ А.Б. Берендеева // Теоретическая экономика. – 2024. – № 1 (109). – С. 98-119. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_62303363_23941323.pdf (дата обращения: 21.04.2024).

24. Устойчивое развитие промышленности в условиях цифровой поляризации: монография / Симченко Н.А., Тимиргалеева Р.Р., Цёхла С.Ю., Гришин И.Ю., Шпырко О.А., Гербер Ю.Б., Макареня Т.А., Фурсов В.А., Лазарева Н.В., Казанская А.Ю., Налесная Я.А., Куш Е.Н., Хуссейн Ахмед Ф.А. Севастополь, 2022. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_48548111_93944833.pdf (дата обращения: 21.04.2024).

25. Цифровая трансформация: российские приоритеты формирования цифровой экономики : монография / М.А. Мирошниченко. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2021. – 224 с. – ISBN 978-5-8209-2005-997. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_47320592_69056680.pdf (дата обращения: 21.04.2024).

26. Воробьева, Е.И., Шепелин, Г.И., Буркальцева, Д.Д., Блажевич, О.Г. Оценка финансового состояния хозяйствующего субъекта водного транспорта, судостроительной отрасли в судоходной системе страны // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. – 2024. – № 1 (66). – С. 18-39.

27. ПАО «Приморское морское пароходство» / Интерфакс: Центр раскрытия корпоративной информации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.e-disclosure.ru/portal/files.aspx&id=1609&type=3> (дата обращения: 21.04.2024).

28. Индикаторы цифровой экономики / Статистические сборники ВШЭ // Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (hse.ru) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.hse.ru/primarydata/iio?ysclid=lwy06h15mu578162443> (дата обращения: 21.04.2024).

Algorithm of state support for small and medium-sized businesses in the field of water transport in the context of digital transformation Shepelin G.I.

Russian University of Transport (MIIT)
JEL classification: D20, E22, E44, L10, L13, L16, L19, M20, O11, O12, Q10, Q16, R10, R38, R40, Z21, Z32

The article provides an assessment of the monetary component of an economic entity of water transport using the example of PJSC Primorskoye Shipping Company. The directions of digital transformation of an economic entity of water transport are proposed within the framework of the concept of the strategy of digital transformation of economic entities of water transport of the country's shipping system. A forecast of the main indicators of innovative activities of economic entities of water transport is built. An algorithm of state support for economic entities of small and medium entrepreneurship in the field of water transport is proposed.

Keywords: digital transformation, PJSC Primorskoye Shipping Company, economic entities, small and medium entrepreneurship, water transport

References

1. Prokopova, L.I. Tools for digitalization of the municipality management system / L.I. Prokopova // Actual problems and prospects for economic development: Russian and foreign experience. - 2020. - No. 3 (28). - P. 77-81. [Electronic resource]. - Access mode: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_42918875_35930154.pdf (date of access: 04/21/2024).
2. Butakova, E.I., Polozhentseva, Yu.S. Digital transformation strategies of companies: concept, types and approaches to development / E.I. Butakova, Yu.S. Polozhentseva // Bulletin of the Academy of Knowledge. - 2023. - No. 5 (58). - P. 50-53. [Electronic resource]. - Access mode: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_57647627_68159921.pdf (date accessed: 21.04.2024).

3. Innovative development of industry in the Arctic regions: problems and prospects: monograph / Tsukerman V.A., Babkin A.V., Goryachevskaya E.S., Zharov V.S., Zaenchkovsky A.E., Ivanov S.V., Kirillova E.A., Kozlov A.A., Kozlov A.V., Meshalkin V.P., Pilyasov A.N. – Apatity: FRC KSC RAS, 2022. – 138 p. [Electronic resource]. – Access mode: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_48487103_76975076.pdf (date accessed: 21.04.2024).
4. Digitalization of economic systems: theory and practice / Babkin AV, Akmaeva RI, Aleksandrov YuD et al.: monograph. - St. Petersburg: SPbPU Publishing House, 2020. - 796 p. ISBN: 978-5-7422-6931-1.
5. Babkin, AV Formation of the digital economy in Russia: essence, features, technical normalization, development problems / AV Babkin, DD Burkal'tseva, DG Kosten, YuN Vorobyov // Scientific and technical statements of the St. Petersburg State Polytechnical University. Economic sciences. – 2017. – V. 10. – No. 3. – P. 9-25.
6. Babkin, A.V. Industry 5.0: neuro-digital tools for strategic goal setting and planning / A.V. Babkin, S.I. Koryagin, I.V. Liberman, P.M. Klachek, A.A. Bogdanova, N.Kh. Saghatel'yan // TTPS. – 2022. – No. 3 (61). Electronic resource]. – Access mode: <https://cyberleninka.ru/article/n/industriya-5-0-neyro-tsifrovoy-instrumentariy-strategicheskogo-tselepolaganiya-i-planirovaniya> (date of access: 15.05.2024).
7. Babkin, A.V. Digital platforms in the economy: concept, essence, classification / A.V. Babkin, P.A. Mikhailov // Bulletin of the Academy of Knowledge. – 2023. – No. 1 (54). – P. 25-36. [Electronic resource]. - Access mode: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_50343990_17698342.pdf (accessed: 21.04.2024).
8. Babkin, A.V. The essence of digital platforms and features of their application in the activities of industrial clusters and enterprises / A.V. Babkin, L.V. Tashenova // Digital economy and cross-cutting technologies: theory and practice / Monograph. Edited by A. V. Babkin. - St. Petersburg: Publishing house POLITEKHPPRESS. - 2019. - P. 230-250.
9. Babkin, A.V. Industry 5.0: concept, formation and development / A.V. Babkin, A.A. Fedorov, I.V. Liberman, P.M. Klachek // Industrial Economics. - 2021. - Vol. 14 (No. 4). - P. 375-385.
10. Maramygin, M.S. Digital transformation of the Russian financial services market: trends and features / M.S. Maramygin, G.V. Chernova, L.G. Reshetnikova // Manager. - 2019. - Vol. 10. - No. 3. - P. 70-82. [Electronic resource]. - Access mode: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_38533122_48607003.pdf (accessed: 04/21/2024).
11. Shpak, Yu.O., Abramov, V.I. Managing the innovative activity of personnel in the digital transformation of small and medium-sized businesses / Yu.O. Shpak, V.I. Abramov // Bulletin of the Kemerovo State University. Series: Political, sociological and economic sciences. - 2022. - Vol. 7. - No. 1 (23). - P. 115-124. [Electronic resource]. - Access mode: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_48239932_86779000.pdf (date accessed: 04/21/2024).
12. Makarova, M.V. Ensuring the economic security of companies based on assessing their sustainability in the context of digitalization / M.V. Makarova. Abstract of the dissertation for the degree of candidate of economic sciences. Nizhny Novgorod, 2021. [official website]. [Electronic resource]. - Access mode: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_50404657_89407479.PDF (date accessed: 04/21/2024).
13. Miroshnichenko, M.A. Digital economy in Russia: strategic development and innovation: monograph / M.A. Miroshnichenko. - Krasnodar, 2022. [Electronic resource]. - Access mode: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_49787779_85422189.pdf (date accessed: 04/21/2024).
14. Frolov, V.G., Pavlova, A.A. Systemic effects of the implementation of an innovation-investment balanced industrial policy in the context of the digital economy / V.G. Frolov, A.A. Pavlova // Economic relations. - 2019. - Vol. 9. - No. 4. - Pp. 2919-2936. [Electronic resource]. - Access mode: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_42446304_54194924.pdf (date of access: 04/21/2024).
15. Ermoolenko, V.V., Lanskaya, D.V. Capital management tools of an organization in the process of innovation and digital transformation: monograph / V.V. Ermoolenko, D.V. Lanskaya. - Krasnodar, 2022. [Electronic resource]. - Access mode: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_50741040_14256875.pdf (date accessed: 21.04.2024).
16. Mayorov, S. Digital transformation of the capital market infrastructure / S. Mayorov // Economic policy. - 2020. - Vol. 15. - No. 5. - P. 8-31. [Electronic resource]. - Access mode: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_47282443_71501138.pdf (date accessed: 21.04.2024).
17. Shipkova, O.T. Financial risks of a digital enterprise: methodological foundations of analysis and assessment / O.T. Shipkova, K.S. Shkolnik // Innovative development of the economy. - 2023. - No. 3 (75). – P. 287-300. [Electronic resource]. – Access mode: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_54524826_71109750.pdf (date accessed: 21.04.2024).
18. Economic mechanisms of innovative transformation of the socio-economic system of Russia: monograph / S.P. Kirilchuk, E.V. Nalivaichenko, A.O. Kaminskaya. – Simferopol: IT "ARIAL", 2021. – 272 p. ISBN 978-5-907438-72-9. [Electronic resource]. – Access mode: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_46307513_32347237.pdf (date accessed: 21.04.2024).
19. Simarova, I.S. Digital competencies: concept, types, assessment and development / I.S. Simarova, Yu.V. Alekseevicheva, D.V. Zhigin // Issues of innovative economics. - 2022. - Vol. 12. - No. 2. -P. 935-948. [Electronic resource]. - Access mode: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_48939607_57114541.pdf (date of access: 04/21/2024).
20. Fudina, E.V. Transformation of socio-economic systems in the context of digitalization of the economy / E.V. Fudina // In the book: Actual problems of accounting, auditing and analysis in modern conditions. Bondina N.N., Bondin I.A., Vilguta O.F., Klimkina L.P., Mentyukova O.V., Sukhanova O.N., Volkova G.A., Badov V.D., Lavrina O.V., Pavlova I.V., Stolyarova O.A., Reshetkina Yu.V., Ulanova O.I., Fudina E.V., Shirokova E.V., and I.E. : monograph / edited by N.N. Bondina. Penza, 2021. pp. 140-162. [Electronic resource]. – Access mode: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_47277588_23909737.pdf (date of access: 04/21/2024).
21. Economic mechanisms of innovative transformation of the socio-economic system of Russia: monograph / S.P. Kirilchuk, E.V. Nalivaichenko, A.O. Kaminskaya. – Simferopol: IT "ARIAL", 2021. – 272 p. ISBN 978-5-907438-72-9. [Electronic resource]. - Access mode: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_46307513_32347237.pdf (date of access: 04/21/2024).
22. Innovative development of production infrastructure in the digital economy based on the principles of deontology: monograph / S.P. Kirilchuk, E.V. Nalivaichenko, S.M. Ergin et al.; under the general editorship of S.P. Kirilchuk. - Electronic data. – Simferopol: IT "ARIAL", 2023. – Electronic version. ISBN 978-5-907656-47-5. [Electronic resource]. – Access mode: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_50106534_21797616.pdf (date of access: 04/21/2024).
23. Berendeyeva, A.B. Institutional environment of sustainable development and esg-transformation of the Russian economy: mega-, macro-, meso- and micro levels / A.B. Berendeyeva // Theoretical Economics. – 2024. – No. 1 (109). – P. 98-119. [Electronic resource]. – Access mode: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_62303363_23941323.pdf (date accessed: 21.04.2024).
24. Sustainable development of industry in the context of digital polarization: monograph / Simchenko N.A., Timirgaleeva R.R., Tsyokhla S.Yu., Grishin I.Yu., Shpyrko O.A., Gerber Yu.B., Makarenya T.A., Fursov V.A., Lazareva N.V., Kazanskaya A.Yu., Nalesnaya Ya.A., Kushch E.N., Hussein Akhmed F.A. Sevastopol, 2022. [Electronic resource]. – Access mode: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_48548111_93944833.pdf (date accessed: 21.04.2024).
25. Digital transformation: Russian priorities for the formation of the digital economy: monograph / M.A. Miroshnichenko. - Krasnodar: Kuban State University, 2021. - 224 p. – ISBN 978-5-8209-2005-997. [Electronic resource]. – Access mode: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_47320592_69056680.pdf (date accessed: 21.04.2024).
26. Vorobyova, E.I., Shepelin, G.I., Burkal'tseva, D.D., Blazhevich, O.G. Assessment of the financial condition of an economic entity in the water transport sector, shipbuilding industry in the country's shipping system // Scientific Bulletin: finance, banks, investments. - 2024. - No. 1 (66). - P. 18-39.
27. PJSC Primorskoye Shipping Company / Interfax: Corporate Information Disclosure Center [Electronic resource]. - Access mode: <https://www.edisclosure.ru/portal/files.aspx&id=1609&type=3> (accessed: 21.04.2024).
28. Digital economy indicators / HSE Statistical collections // National Research University Higher School of Economics (hse.ru) [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.hse.ru/primarydata/ii/?ysclid=lwy06h15mu578162443> (date of access: 21.04.2024).

Негосударственные пенсионные фонды как участники системы коллективного инвестирования в современных условиях

Коновалова Мария Евгеньевна

д.э.н., профессор, заведующая кафедрой экономической теории, директор Института национальной и мировой экономики, Самарский государственный экономический университет, mkonoval@mail.ru

Сафиуллин Ленар Наилевич

кафедра финансовых рынков и финансовых институтов, Казанский (Приволжский) федеральный университет, lenar_s@mail.ru

Князева Елена Геннадьевна

доктор экономических наук, профессор, проректор по дополнительному образованию и профориентационной работе, Уральский государственный экономический университет, keg55@list.ru

Клименко Михаил Николаевич

кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов, денежного обращения и кредита, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, 11111klim@rambler.ru

В настоящее время проблематика развития негосударственной системы пенсионного страхования становится преобладающей в научном дискурсе, что связано с постепенной трансформацией патерналистской системы социального обеспечения и заменой ее на осознанную модель эффективного частного инвестирования с целью поддержания привычного уровня потребления в период дожития на пенсии. В этой связи не вызывает сомнения необходимость научного осмысления функционирования негосударственных пенсионных фондов, которые вносят существенный вклад в развитие системы социального страхования граждан. Негосударственные пенсионные фонды играют существенную роль в процессе пенсионной защиты населения. Кроме того, их непосредственная деятельность на рынке ценных бумаг обуславливает наращивание фондирования ключевых игроков реального сектора экономики. Цель исследования состоит в оценке деятельности негосударственных пенсионных фондов в современных условиях геополитической и экономической нестабильности, что позволит разработать оптимальный механизм формирования инвестиционного портфеля, обеспечивающего максимальную его доходность при относительно невысоком риске. В ходе исследования авторами использовались методы формальной логики, позволившие ученым выявить ключевые особенности деятельности негосударственных пенсионных фондов в настоящее время. В качестве теоретико-методологической базы исследования выступили труды специалистов в области теории инвестирования, глубокое изучение и критический анализ которых способствовали формулированию ключевых выводов работы. В ходе написания статьи, авторами пришли к заключению о неоднозначности роли негосударственных пенсионных фондов в настоящее время, поскольку наряду с явными положительными эффектами системы коллективного инвестирования, существуют и некоторые ограничения, обусловленные недостаточно высоким уровнем доходности данных институциональных инвесторов. В то же время, учеными в процессе написания работы были выделены преимущества деятельности участников системы коллективного инвестирования, одним из которых является минимизация возможных убытков. Определенным приращением научного знания можно считать выявление определенных уникальных характеристик накопительных пенсионных фондов как инструмента коллективного инвестирования, которые вместе формируют его основу и выделяют его на фоне других инструментов коллективного вложения капитала.

Ключевые слова: инвестирование, финансовые активы, риски, негосударственные пенсионные фонды, социальное страхование, система коллективного инвестирования, эффективность, доходность, ценные бумаги, институциональные инвесторы

Введение. Актуальность исследования обусловлена высоким инвестиционным потенциалом имеющих в распоряжении НПФ средств. Учитывая огромный масштаб привлечения финансовых ресурсов, никакие другие организации, занятые коллективным инвестированием, не могут сравниться с негосударственными пенсионными фондами. На рынке ценных бумаг пенсионные фонды могут быть активными участниками, увеличивая свою ежегодную прибыльность и принося своим вкладчикам большие доходы. В России НПФ находятся в начальной стадии освоения рынка фондового инвестирования, и все еще сдерживаются некоторыми барьерами. Но, как показывает мировой опыт, именно инвестиционная активность НПФ на фондовых рынках, является ключевым фактором успеха в повышении благосостояния общества через пенсионную систему.

Проблематика коллективного инвестирования, в частности, деятельность негосударственных пенсионных фондов рассматривается достаточно детально в трудах многих ученых и экспертов. Среди ученых, активно исследующих проблематику инвестирования участниками системы коллективного инвестирования можно выделить: Д. Тобина [1], А.Е. Афонина [2], М.Г. Жигас [3], А.В. Якуниной [4], А.В. Баранова [5], В.В. Батаева [6], В.Н. Вихарева [7], И.Г. Горловской [8], Т.С. Есаулкова [9], Н.В. Огорелкова [10] и др. При этом, существенная часть рассматриваемых в данных трудах вопросов посвящена тому, насколько выстроенный в НПФ инвестиционный процесс отвечает требованиям достижения социального благополучия или насколько эффективно он урегулирован со стороны законодателя. Требуется более детального изучения аспекта привлечения финансов в сами НПФ, так как именно аккумуляция средств участников и вкладчиков позволяет более широко развернуть деятельность НПФ по коллективному инвестированию.

Другой, не менее важной проблемой является поиск новых методов организации инвестиционной деятельности НПФ в современных экономических условиях, которые характеризуются кризисностью и отрицательной динамикой фондового рынка, вызванные геополитическими обстоятельствами и последствиями пандемии COVID-19. Влияние данных обстоятельств на инвестиционную деятельность НПФ в научных работах пока что не рассматривается, хотя представляется крайне актуальными.

Целью исследования является развитие теоретических и практических основ теории коллективного инвестирования, на примере оценки функционирования негосударственных пенсионных фондов

в условиях геополитической и экономической нестабильности.

Материал и методы исследования. В ходе написания статьи использовались методы формальной логики, такие как анализ, синтез, индукция, дедукция, сравнения, гипотеза, аналогия. Применение данных инструментов позволило авторам проанализировать текущее состояние рынка негосударственных пенсионных фондов, оценив их возможности по формированию эффективного инвестиционного портфеля. Кроме того, представленные выше методы способствовали выявлению специфических преимуществ вложений в негосударственные пенсионные фонды особенно в сравнении с инвестированием на основе индивидуального доверительного управления.

Результаты исследования и их обсуждение. В теории инвестирования предполагается наличие разнообразных инвестиционных стратегий, к числу наиболее известных относятся непосредственно пассивная и агрессивная инвестиционные стратегии. Что касается вложений в негосударственные пенсионные фонды, то в этом случае чаще всего речь идет о пассивной инвестиционной стратегии, отвечающей интересам участников рынка, не склонных к значительному риску.

С опорой на принятую инвестиционную стратегию, инвестор в дальнейшем приступает к формированию портфеля, в который включаются разного рода активы первичного и вторичного рынка ценных бумаг и прочие ресурсы, объединенные в целостную структуру и призванную решить поставленные задачи.

Исходя из этого критерия, также можно определить различные формы коллективного вложения средств. Тип инвестиционного набора определяется на основе баланса между двумя ключевыми аспектами: готовностью инвестора понести определенный риск и его ожиданиями по доходности от инвестиций. Основные типы инвестиционных наборов показаны рисунке 1.

Вид портфеля	Тип инвестора	Цели инвестирования	Степень риска	Тип ценных бумаг
Консервативный (надёжный, но приносит мало дохода)	Консервативный инвестор (надёжность инвестиций ценит выше доходности)	Достижение доходности выше, чем по банковским вкладам, защита от инфляции	Низкая	Государственные ценные бумаги, акции и облигаций крупных и стабильных компаний
Умеренный (характеризуется средней степенью доходности при умеренном риске)	Умеренный инвестор (характеризуется средней степенью доходности при умеренном риске)	Долговременно с инвестированием с целью увеличения капитала	Средняя	Ценные бумаги крупных и средних стабильных компаний
Агрессивный (рискованный, но способен принести больше доходности)	Агрессивный инвестор (готов идти на риск ради высокой доходности, решений)	Возможность быстрого роста вложенных средств	Высокая	Высокодоходные, акции небольших, но перспективных компаний, венчурных компаний и т.д.

Рисунок 1 - Виды инвестиционных портфелей
Источник: составлено авторами.

При выборе умеренного инвестиционного портфеля акцент делается на гармоничном сочетании акций предприятий с государственными и корпоративными бумажными ценными бумагами, при этом количество акций может несколько превышать количество облигаций. Также в состав такого портфеля могут входить средства, заложенные в банковские вклады [1]. Такая инвестиционная стратегия подходит для тех, кто ищет возможности для краткосрочного и среднесрочного инвестирования.

Важно понимать, что идеальный инвестиционный портфель, подходящий для всех времен, не существует. В условиях растущего рынка инвестиции в акции обещают большую прибыль, в то время как на спад рынка предпочтительнее перевести средства в облигации. Таким образом, для достижения максимальной доходности критически важно отслеживать рыночные тенденции и своевременно принимать стратегические инвестиционные решения.

Открытые НПФ предоставляют свои услуги всем желающим, не зависимо от профессиональной принадлежности и иных факторов. Ключевые направления деятельности закрытых негосударственных пенсионных фондов заключаются в обслуживании ограниченного числа участников, которые заняты в специфических секторах экономики. Организационные неправительственные пенсионные фонды играют ключевую роль в формировании позитивного социального взаимодействия внутри компании, способствуют удержанию квалифицированных сотрудников и повышению производительности бизнеса. Также можно классифицировать НПФ по типу предоставляемых услуг:

- оказывающие услуги только обязательного пенсионного страхования;
- оказывающие услуги только необязательного пенсионного страхования;
- оказывающие полный спектр услуг пенсионного страхования [34].

Первый тип фондов в рамках своей деятельности и согласно выданной лицензии, отвечают за хранение и преумножение пенсионными резервами, которые отчисляются работниками, а точнее их работодателями и являются обязательными. Сегодня российский инвестиционный сектор переживает период развития, который возводит его в статус одного из наиболее динамично растущих и молодых секторов экономики государства. На фоне глобального финансового беспорядка он проходит через значимые изменения и оказывает весомое воздействие на прибыльность уровень доходности разного рода инвестиций, осуществляемых в его пределах [2]. Особое значение, с учетом этих бурных рыночных изменений, приобретает изучение механизмов перераспределения частных финансовых ресурсов, объединенных в фондах и банках в более масштабные проекты коллективных инвестиций. Такой подход позволяет не только более эффективно перенаправлять финансовые ресурсы в экономике, но и приносит частным непрофессиональным инвесторам новые возможности.

Далее покажем динамику объемов рынка коллективного инвестирования (2).

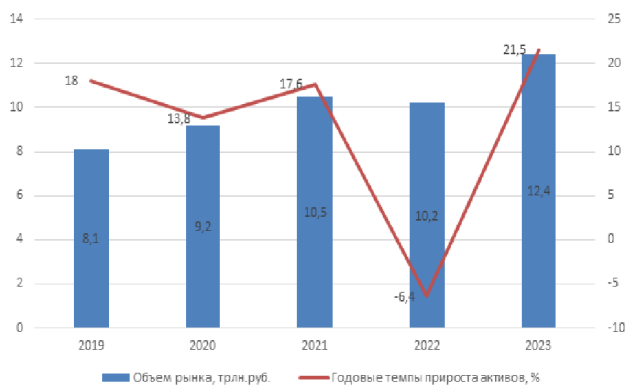


Рисунок 2. – Динамика объемов рынка коллективных инвестиций России за 2019-2023 гг.

Источник: составлено автором по: Пенсионные фонды. Банк России [Электронный ресурс] URL: https://cbr.ru/RSCI/activity_npf/ (дата обращения: 06.04.2024).

В последнее время наблюдается тенденция к росту инвестиций пенсионных фондов в секторы реального и государственного хозяйства, что происходит на фоне уменьшения инвестиций в финансовый сектор [3]. Управляющие компании, которые инвестируют средства пенсионных накоплений, также предлагают услуги по управлению финансами, предназначенными для ипотечного кредитования и обеспечения жилья военнослужащих. Кроме того, они применяют собственные ресурсы и страховые резервы, принадлежащие страховым компаниям, а также ресурсы, принадлежащие инвестиционным фондам.

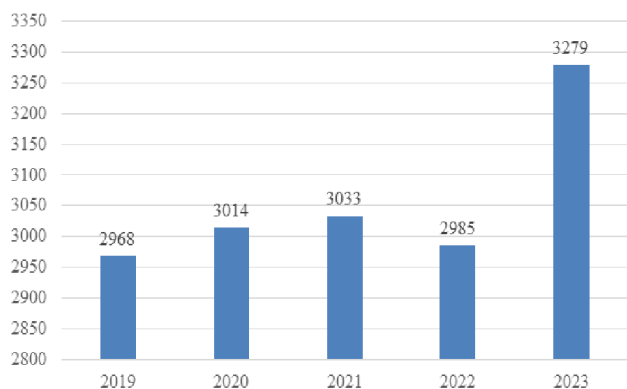


Рисунок 3. – Пенсионные накопления НПФ за 2019-2023 гг., млрд.руб.

Источник: составлено автором по: Пенсионные фонды. Банк России [Электронный ресурс] URL: https://cbr.ru/RSCI/activity_npf/ (дата обращения: 06.04.2024).

Между тем, в абсолютном значении пенсионные накопления показывают стабильный рост, наиболее крупным периодом роста стал 2023 г., когда пенсионные накопления увеличились до 3279 млрд.руб. Динамика пенсионных резервов представлена на рисунке 4.

Преумножение средств пенсионных накоплений и резервов происходит за счет новых вкладчиков и активной инвестиционной деятельности НПФ на рынке ценных бумаг. Учитывая важность обеспечения безопасности пенсионных накоплений граждан, размещенных в НПФ, государство осуществляет регулирование их инвестиционной активности [4]. Так,

для НПФ определен перечень инвестиционных объектов, установлены требования к вложениям по критериям надежности и качества. Во многих развитых странах это определяется высоким рейтингом эмитента, в ценные бумаги которого собирается вкладываться НПФ. На рисунке 5 представлена доходность негосударственных пенсионных фондов за пять лет.

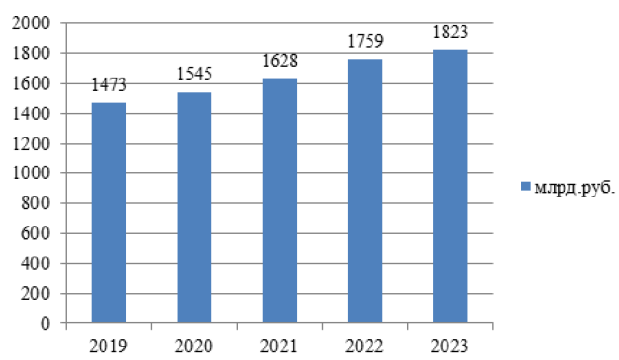


Рисунок 4. – Пенсионные резервы НПФ за 2019-2023 гг., млрд.руб.

Источник: составлено автором по: Пенсионные фонды. Банк России [Электронный ресурс] URL: https://cbr.ru/RSCI/activity_npf/ (дата обращения: 06.04.2024).

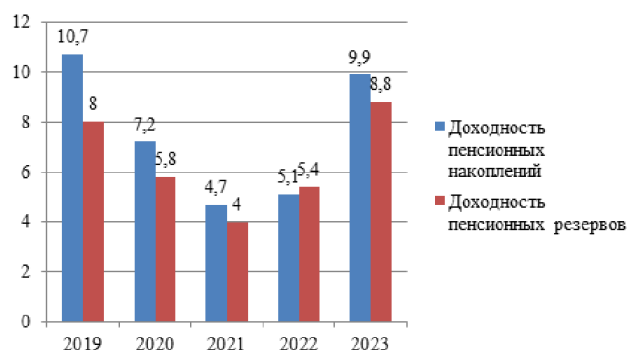


Рисунок 5. – Инвестиционная доходность НПФ за 2019-2023 гг., %

Источник: составлено автором по: Пенсионные фонды. Банк России [Электронный ресурс] URL: https://cbr.ru/RSCI/activity_npf/ (дата обращения: 06.04.2024).

Согласно представленным данным доходность от инвестирования пенсионных средств за анализируемый период не имеет стабильной динамики. Максимально высокое значение, как по накоплениям было достигнуто в 2019 году, а по резервам в 2023 г. При этом наблюдается закономерность снижения доходности с 2019 по 2021 г. с последующим повышением до 2023 г. Снижение показателей доходности в 2021 и 2022 году связано с общей дестабилизацией ситуации на фондовом рынке, вызванной с геополитической ситуацией.

В IV квартала 2023 г. инвестирование пенсионных накоплений отмечено положительной доходностью во всех НПФ в среднем в объеме 9,9% годовых. Наиболее крупные фонды обеспечили своим вкладчикам доходность накоплений в диапазоне от 5,4 до 10,3%. В свою очередь уровень доходности НПФ зависит и от того, насколько эффективно сформирован его инвестиционный портфель [5]. В большинстве случаев инвестиционный портфель НПФ формируется исходя из принципов надежности и его изменение зависит от общерыночных тенденций.

Поквартальная динамика структуры инвестиционных портфелей НПФ по пенсионным накоплениям представлена на рисунке 6.

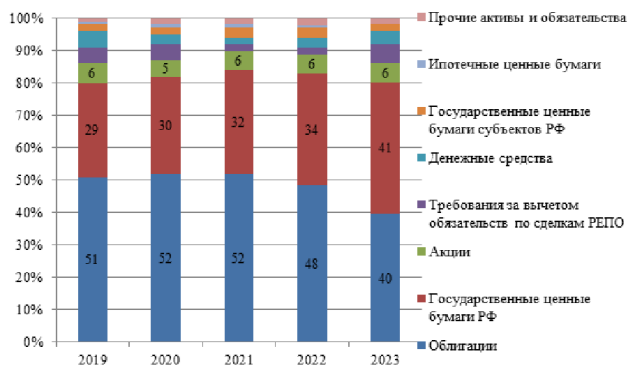


Рисунок 6. – Динамика структуры инвестиционных портфелей НПФ по пенсионным накоплениям за 2019-2023 гг. %
 Источник: составлено автором по: Пенсионные фонды. Банк России [Электронный ресурс] URL: https://cbr.ru/RSCI/activity_npf/ (дата обращения: 06.04.2024).

Динамика инвестиционного портфеля по пенсионным резервам представлена на рисунке 7.



Рисунок 7. – Динамика структуры инвестиционных портфелей НПФ %
 Источник: составлено автором по: Пенсионные фонды. Банк России [Электронный ресурс] URL: https://cbr.ru/RSCI/activity_npf/ (дата обращения: 06.04.2024).

С точки зрения секторов экономики в портфелях пенсионных резервов и пенсионных накоплений снизилась доля вложений в реальный сектор.

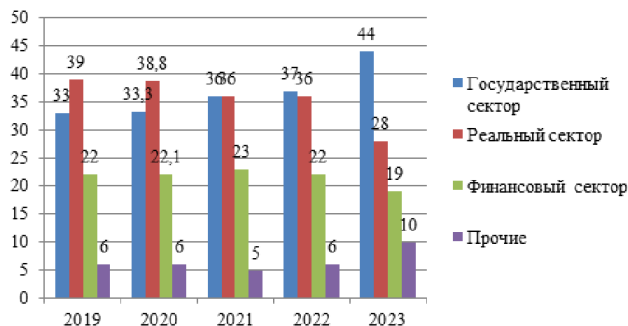


Рисунок 8. – Секторальная структура инвестиционных портфелей НПФ, %
 Источник: составлено автором по: Пенсионные фонды. Банк России [Электронный ресурс] URL: https://cbr.ru/RSCI/activity_npf/ (дата обращения: 06.04.2024).

В портфеле пенсионных резервов НПФ среди компаний реального сектора фонды снизили вложения в

сектор связи, телекоммуникаций и информационных технологий, а также в компании из сферы строительства, девелопмента, инфраструктуры, машиностроения и транспорта, что связано с падением стоимости ценных бумаг на предприятия реального сектора.

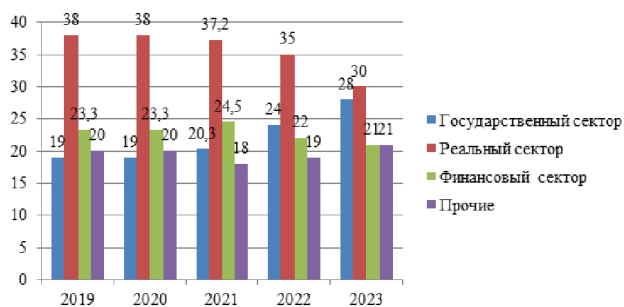


Рисунок 9. – Структура инвестиционного портфеля пенсионных резервов по секторам экономики, %
 Источник: составлено автором по: Пенсионные фонды. Банк России [Электронный ресурс] URL: https://cbr.ru/RSCI/activity_npf/ (дата обращения: 06.04.2024).

В обоих портфелях наблюдается повышение доли ОФЗ и, как следствие, государственного сектора в целом. Это связано со стремлением получить стабильный доход в условиях высокой волатильности [6]. При этом и в резервах, и в накоплениях к 2023 году снизились доли финансового сектора.

Таким образом, НПФ сегодня выступает в качестве активного участника рынка коллективного инвестирования, участвуя в процессе перераспределения денежных средств внутри экономической системы [7,8]. Хорошая перспектива развития негосударственного пенсионного страхования определяется его способностью эффективно привлекать денежные средства населения и преумножать их посредством инвестирования.

Вместе с тем, однозначно дать оценку положения НПФ как коллективного инвестора достаточно сложно ввиду противоречивых тенденций. Так, современные экономические условия, характеризующиеся нестабильностью и ужесточением требований со стороны государства к деятельности НПФ, приводит к уходу с рынка многих мелких компаний. Это, с одной стороны, снижает у граждан доверие к фондам, а с другой усиливает позиции крупных НПФ, повышая их надежность и позволяя инвестировать с большей эффективностью. В тоже время инвестиционные портфели остающихся крупных НПФ не обладают достаточной диверсификацией, и формируется в большей степени из ценных бумаг государства и акций крупных корпораций [9,10]. При этом на размещение в ряд ценных бумаг накладываются ограничения, особенно в иностранные.

Сегодня на функционирование фондов влияет значительное количество факторов, среди которых особо выделяются надежность и качество инвестиционного портфеля и платежеспособность НПФ. Данное понимание системы НПФ позволит в полной степени соблюсти интересы участников и вкладчиков, обеспечив сохранение накопленных резервов.

Заключение

В наше время инвестирование в рамках коллективных фондов означает применение финансовых структур для сбора и управления активами, базируясь на концепции слияния средств различных инвесторов в один общий инвестиционный фонд. Основная идея такой системы заключается в совместном вложении идентичных финансовых ресурсов в рамках единого инвестиционного инструмента. На данный момент рынок коллективных инвестиций включает ряд организационных форм, которые установлены в соответствии с нормативными актами федерального уровня. К ним относятся частные пенсионные фонды, паевые инвестиционные фонды, альтернативные инвестиционные фонды, а также кредитные учреждения и инвестиционные банки. Так же необходимо выделить классификацию в зависимости от типа инвестиционного портфеля – консервативный, умеренный и агрессивный. Композиция инвестиционного портфеля определяется балансом между двумя ключевыми параметрами: рисковым аппетитом инвестора и его ожиданиями по доходности от инвестиций. В эпоху развития инвестиционного сектора наблюдается уклон в сторону частных пенсионных систем. Поэтому, для обеспечения устойчивости экономической структуры необходимо провести их комплексную модернизацию. В рамках такой модернизации предполагается усилить полномочия регулятора, а также ужесточить базовые нормативы для управляющих компаний. Кроме того, необходимо совершенствовать компетентностные навыки персонала и экспертного сообщества в области оценки деятельности участников системы коллективного инвестирования. Этот метод работы способствует поддержанию здоровой конкурентной борьбы на рынке и поощряет его прогрессивное развитие. Основная проблема, с которой сталкиваются пенсионные фонды, заключается в склонности инвестировать средства в инструменты, которые, несмотря на их стабильность, предлагают ограниченные доходы, как, например, государственные облигации. Этот сегмент рынка определяется такими критериями, которые сильно отличаются от условий рынка коллективного инвестирования.

Литература

1. Tobin, J. Commercial Banks as Creators of Money / J. Tobin // *Financial Intermediaries* / Ed. By Mervyn K. Lewis, Aldershot; Brookfield: Elgar, 2018. 50 p. URL: <https://econpapers.repec.org/paper/cwlcwldpp/159.htm> (дата обращения: 16.12.2022).

2. Афонин, А. Оценка итогов 2022 года на рынке НПФ и прогноз на 2023 год / А. Афонин // *Эксперт РА*. URL: <https://raexpert.ru/researches/npf/2022/> (дата обращения: 05.04.2024).

3. Жигас, М.Г. Проблемы формирования вознаграждения негосударственных пенсионных фондов и управляющих компаний при инвестировании пенсионных накоплений / М.Г. Жигас, Н.В. Огорелкова, И.М. Реутова // *Научный вестник: финансы, банки, инвестиции*. - 2021. № 4 (57). С. 32-42.

4. Якунина, А.В. Российский рынок коллективных инвестиций: проблемы и направления развития /

А.В. Якунина, Е.С. Дудина, Н.М. Ядчук // *Математическое и компьютерное моделирование в экономике, страховании и управлении рисками*. 2021. №6. С. 321-326.

5. Баранов, А.В. Регуляторные требования по организации управления рисками НПФ в России / А.В. Баранов, М.А. Пиванова // *Пенсионное обозрение*. - 2019. - № 3 (39). URL: <http://pensionobserver.ru/47502> (дата обращения: 16.04.2024).

6. Батаев, В.В. Перспективы развития системы досрочного негосударственного пенсионного обеспечения в РФ: диссертация ... кандидата Экономических наук: 08.00.05 / Батаев Вячеслав Владимирович; [Место защиты: ФГБОУ ВО «Российской государственной социальной университет»]. - Москва, 2020. - 211 с.: ил. РГБ ОД, 61 11-8/1468.

7. Горловская, И.Г. Внутренние факторы эффективности управления портфелями пенсионных накоплений / И.Г. Горловская, Н.В. Огорелкова, И.М. Реутова // *Научный вестник: финансы, банки, инвестиции*. 2019. № 3 (48). С. 13-22.

8. Есаулкова, Т.С. Размещение пенсионных средств в долгосрочные инфраструктурные проекты как направление повышения уровня пенсионного обеспечения граждан Российской Федерации / Т.С. Есаулкова // *Социально-трудовые исследования*. 2020. № 3 (40). С. 101-111.

9. Огорелкова, Н.В. Факторы эффективности управления портфелями пенсионных резервов негосударственных пенсионных фондов / Н.В. Огорелкова, И.М. Реутова // *Научный вестник: финансы, банки, инвестиции*. 2020. №3 (52). С. 22-30.

10. Мерзликина, О.Е. Основы функционирования и перспективы развития негосударственных пенсионных фондов как формы коллективного инвестирования в РФ: диссертация ... кандидата Экономических наук: 08.00.10 / Мерзликина Ольга Евгеньевна; [Место защиты: ФГОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов»]. - Санкт-Петербург, 2020. - 198 с.

11. Куликова, Е.И. Особенности развития рынка коллективных инвестиций. Е.И. Куликова // *Финансовая жизнь*. 2022. №1. С.82-85.

12. Леонтьев, В.Е. Инвестиции / В.Е. Леонтьев, В.В. Бочаров, Н.П. Радковская. - М.: Издательство Юрайт, 2022. - 455 с.: табл.; 26 см. - Библиогр.: с. 449-450. – ISBN 978-5-9916-3957-6.

13. Яговкин, П.М. Роль пенсионных фондов в Российской экономике, как институциональных инвесторов / П.М. Яговкин // *Инновации и инвестиции*. 2020. №9. С. 224-228.

14. Харченко, Л.П. Потенциал индустрии коллективных инвестиций в финансировании устойчивого развития / Л.П. Харченко // *Вестник Академии знаний*. 2021. № 4 (45). С. 417-422.

15. Статистика пенсионных фондов и коллективных инвестиций // Информационно-аналитический материал Банка России. [Электронный ресурс] URL: <https://cbr.ru/RSCI/statistics/> (дата обращения: 06.04.2024).

Non-state pension funds as participants in the collective investment system in modern conditions

Konovalova M.E., Safiullin L.N., Knyazeva E.G., Klymenko M.N.

Samara State University of Economics, Kazan (Volga Region) Federal University, Ural State University of Economics, Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin

JEL classification: D20, E22, E44, L10, L13, L16, L19, M20, O11, O12, Q10, Q16, R10, R38, R40, Z21, Z32

Currently, the problem of the development of a non-state pension insurance system is becoming predominant in scientific discourse, which is associated with the gradual transformation of the paternalistic social security system and its replacement with a conscious model of effective private investment in order to maintain the usual level of consumption during retirement. In this regard, there is no doubt that there is a need for scientific understanding of the functioning of non-state pension funds, which make a significant contribution to the development of the social insurance system of citizens. Non-governmental pension funds play a significant role in the process of pension protection of the population. In addition, their direct activity in the securities market leads to an increase in funding for key players in the real economy sector. The purpose of the study is to assess the activities of non-governmental pension funds in modern conditions of geopolitical and economic instability, which will allow us to develop an optimal mechanism for forming an investment portfolio that ensures maximum profitability with relatively low risk. In the course of the study, the authors used methods of formal logic, which allowed scientists to identify the key features of the activities of non-state pension funds at the present time. The theoretical and methodological basis of the research was the works of specialists in the field of investment theory, whose in-depth study and critical analysis contributed to the formulation of key conclusions of the work. During the writing of the article, the authors came to the conclusion that the role of non-state pension funds is ambiguous at the present time, since along with the obvious positive effects of the collective investment system, there are some limitations due to the insufficiently high level of profitability of these institutional investors. At the same time, scientists in the process of writing the work highlighted the advantages of the activities of participants in the collective investment system, one of which is to minimize possible losses. A certain increment of scientific knowledge can be considered the identification of certain unique characteristics of accumulative pension funds as an instrument of collective investment, which together form its basis and distinguish it from other instruments of collective capital investment.

Keywords: investing, financial assets, risks, non-governmental pension funds, social insurance, collective investment system, efficiency, profitability, securities, institutional investors

References

1. Tobin, J. Commercial Banks as Creators of Money / J. Tobin // *Financial Intermediaries* / Ed. By Mervyn K. Lewis, Aldershot; Brookfield: Elgar, 2018. 50 p. URL: <https://econpapers.repec.org/paper/cwlcwldpp/159.htm> (date of access: 12/16/2022).
2. Afonin, A. Assessment of the results of 2022 in the NPF market and forecast for 2023 / A. Afonin // *Expert RA*. URL: <https://raexpert.ru/researches/npf/2022/> (date of access: 04/05/2024).
3. Zhigas, M.G. Problems of formation of remuneration of non-state pension funds and management companies when investing pension savings / M.G. Zhigas, N.V. Ogorelkova, I.M. Reutova // *Scientific Bulletin: finance, banks, investments*. - 2021. No. 4 (57). P. 32-42.
4. Yakunina, A.V. Russian collective investment market: problems and development directions / A.V. Yakunina, E.S. Dudina, N.M. Yadchuk // *Mathematical and computer modeling in economics, insurance and risk management*. 2021. No. 6. P. 321-326.
5. Baranov, A.V. Regulatory requirements for the organization of risk management of NPFs in Russia / A.V. Baranov, M.A. Pivanova // *Pension Review*. - 2019. - No. 3 (39). URL: <http://pensionobserver.ru/47502> (date of access: 16.04. 2024).
6. Bataev, V.V. Prospects for the development of the early non-state pension system provision in the Russian Federation: dissertation ... candidate of Economic Sciences: 08.00.05 / Bataev Vyacheslav Vladimirovich; [Place of protection: Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Russian State Social University"]. - Moscow, 2020. - 211 p.: ill. RGB OD, 61 11-8 / 1468.
7. Gorlovskaya, I.G. Internal factors of the efficiency of managing pension savings portfolios / I.G. Gorlovskaya, N.V. Ogorelkova, I.M. Reutova // *Scientific Bulletin: finance, banks, investments*. 2019. No. 3 (48). P. 13-22.
8. Yesaulkova, T.S. Placement of pension funds in long-term infrastructure projects as a direction for increasing the level of pension provision of citizens of the Russian Federation / T.S. Yesaulkova // *Social and labor research*. 2020. No. 3 (40). P. 101-111.
9. Ogorelkova, N.V. Factors of efficiency of management of pension reserve portfolios of non-state pension funds / N.V. Ogorelkova, I.M. Reutova // *Scientific Bulletin: finance, banks, investments*. 2020. No. 3 (52). P. 22-30.
10. Merzlikina, O.E. Fundamentals of functioning and development prospects of non-state pension funds as a form of collective investment in the Russian Federation: dissertation ... candidate of Economic Sciences: 08.00.10 / Merzlikina Olga Evgenievna; [Place of protection: Federal State Educational Institution of Higher Education "St. Petersburg State University of Economics and Finance"]. - St. Petersburg, 2020. - 198 p.
11. Kulikova, E.I. Features of the development of the collective investment market. E.I. Kulikova // *Financial Life*. 2022. No. 1. P. 82-85.
12. Leontiev, V.E. Investments / V.E. Leontiev, V.V. Bocharov, N.P. Radkovskaya. - M.: Yurait Publishing House, 2022. -- 455 p.: tab.; 26 cm. - Bibliography: pp. 449-450. - ISBN 978-5-9916-3957-6.
13. Yagovkin, P.M. The Role of Pension Funds in the Russian Economy as Institutional Investors / P.M. Yagovkin // *Innovations and Investments*. 2020. No. 9. P. 224-228.
14. Kharchenko, L.P. Potential of the Collective Investment Industry in Financing Sustainable Development / L.P. Kharchenko // *Bulletin of the Academy of Knowledge*. 2021. No. 4 (45). P. 417-422.
15. Statistics of pension funds and collective investments // Information and analytical material of the Bank of Russia. [Electronic resource] URL: <https://cbr.ru/RSC/statistics/> (date accessed: 06.04.2024).

Роль доминирующих валют в мировой экономике

Кузнецов Дмитрий Евгеньевич

старший научный сотрудник, Международная лаборатория исследования внешней торговли, Институт прикладных экономических исследований (ИПЭИ), Российская академия народного хозяйства и государственной службы, kuznetsovde@ranepa.ru

В статье производится обзор истории, текущего состояния и перспектив использования различных валют в мировой торговле и во внешнеэкономических взаимодействиях в целом. На основе эконометрического анализа данных по структуре внешнеторговых расчетов стран демонстрируется относительная устойчивость использования валют во внешней торговле, в том числе с учетом средней за период склонности страны использовать ту или иную валюту в экспорте или импорте. Обсуждаются причины, которые привели к доминированию доллара США в мировой торговле и финансовой системы в целом, а также возможности других валют стать альтернативой доминирующим валютам. Основным выводом заключается в том, что в настоящее время отсутствуют предпосылки для изменения роли доминирующих валют во мировой экономике.

Ключевые слова: доминирующие валюты, международная торговля, глобализация, валюта контракта, доллар США, евро, юань.

Обзор и эмпирический анализ ретроспективы использования валют во внешней торговле стран

Интерес к изучению используемых валют неразрывно связан с понятием обменных курсов. Валюта контракта определяет, какая из сторон несет риски колебания курса, по крайней мере, в краткосрочной перспективе. Поэтому исследования в этой области стали активно развиваться лишь после отказа развитых стран от фиксированных обменных курсов в начале 1970-х, т.е. после отказа от Бреттон-Вудской системы. Преобладающая точка зрения в экономической науке того времени состояла в том, что большая часть международной торговли происходит либо в валюте экспортера, либо в валюте импортера. Работу Грассмана [1] 1973 г. рассматривают в качестве одной из первых, сфокусированных именно на исследовании данных об использовании валют в международной торговле. Грассман указывает, что популярные в то время утверждения о растущей роли доллара в международной торговле делаются на качественном уровне, без подтверждения какими-либо статистическими данными. Свен Грассман, напротив, использует объективные данные опросов участвующих во внешней торговле фирм Швеции, Дании и ФРГ, чтобы показать, что большая часть экспорта (примерно 60%) номинируется в валюте экспортера, а меньшая (примерно 25%) – в валюте импортера. На долю валют третьих стран, в том числе доллара США и британского фунта стерлинга, приходилось лишь 10–15%, что сопоставимо с ролью США и Великобритании в международной торговле в то время. Ряд последующих работ подтвердили выводы Грассмана для более широкого круга индустриальных стран [2,3], в результате на некоторое время в литературе даже установилось наименование этого эмпирического наблюдения – закон Грассмана. В обзоре Европейской Комиссии указывается [4], что преобладание валюты экспортера в торговле между индустриальными странами наблюдалось и к 1990 г.

Важно учитывать, что Грассман и исследователи, получившие аналогичные результаты, использовали данные, соответствующие периоду действия Бреттон-Вудской системы или сразу после ее «падения». Очевидно, что в условиях, когда краткосрочные изменения курсов валют минимальны, валюта номинирования экспорта оказывает слабое влияние на реальные показатели и цены торговли. Поэтому, вообще говоря, выбор валюты контракта в условиях жестких валютных курсов не являлся принципиальным ни для продавца, ни для покупателя. Но эти рассуждения применимы в случае, если существует развитый рынок валют торгующих стран, который позволит при необходимости относительно легко конвертировать платеж в удобную для поставщика

Статья подготовлена в рамках выполнения научно-исследовательской работы государственного задания РАНХиГС.

валюту. Менее вероятным представляется соображение, согласно которому фирма даже в случае неразвитости валютного рынка некоторой страны может предпочесть номинировать контракты в этой валюте с перспективой закупки сырья, материалов, комплектующих на рынке данной страны. Это требует сбалансированности торговли хотя бы на уровне фирма-страна, чего крайне сложно достичь. Тем не менее, такие примеры существуют и в наше время. В частности, российские компании в условиях санкций нарастили использование бартерных сделок, хотя и их доля по-прежнему незначительна в общем объеме экспортно-импортных операций [5].

После перехода многих развитых стран, доминирующих в мировой торговле, к плавающим валютным курсам стало появляться все больше свидетельств асимметричного использования валют во внешней торговле, хотя и этот процесс шел постепенно. Страны все более активно использовали валюты третьих стран в расчетах по внешнеторговым договорам, причем перечень этих валют был достаточно узким. Уже тогда прослеживалась доминирующая роль доллара США. Например, в статье Ричарда Фриберга [6], опубликованной в 1996 г., утверждается, что по состоянию на тот момент около 50% мировой торговли происходило в долларах США, при том, что доля США в торговле промышленными товарами составляла всего 14%. В другой статье, в которой одним из авторов также выступил Ричард Фриберг [7], приводятся сопоставления данных по внешней торговле Швеции со значениями из работы Грассмана: к 1998 году доля шведской кроны в экспорте шведских предприятий сократилась с 66% до 37%, то есть более чем в 1,5 раза, в то время как доля доллара США существенно выросла.

Данные, представленные в исследовании [8], позволяют сопоставить роли различных валют в экспорте и импорте нескольких индустриальных стран и рассмотреть эти изменения в период 1980–1988 гг (см. таблицу 1). Выводы, которые можно сделать на основе этих данных, нельзя назвать однозначными. В экспорте Великобритании роль фунта стерлинга сократилась значительно, тогда как в других рассмотренных странах сокращение было либо незначительным, либо вовсе наблюдалось увеличение. Напротив, если рассматривать импорт, то тенденция увеличения доли национальных валют прослеживается отчетливо. Если предположить, что схожие закономерности наблюдались для всех развитых индустриальных стран того времени, то такое поведение данных можно связать с повышением роли развивающихся стран в импорте развитых. Такой вывод напрашивается, поскольку валютная структура расчетов по экспорту не претерпела существенных изменений, что может означать постоянство использования валют экспортера в экспорте развитых стран, в том числе экспорта, направленного в развитые страны. Конвертируемость валют развитых стран также способствовала сохранению в той или иной мере роли национальных валют в экспорте развитых стран.

Таблица 1

Сопоставление долей валют контракта во внешней торговле отдельных индустриальных стран в 1980 г. и 1988 г.

Направление	Экс-порт	Экс-порт	Экс-порт	Экс-порт	Им-порт	Им-порт	Им-порт	Им-порт
Год	1980	1980	1988	1988	1980	1988	1988	1988
Страна	Валюта экс-портера	Прочие валюты	Валюта экс-портера	Прочие валюты	Валюта им-портера	Прочие валюты	Валюта им-портера	Прочие валюты
Франция	62.5	37.5	58.5	41.5	33.1	66.9	48.9	51.1
Германия	82.3	17.7	81.5	18.5	43.0	57.0	52.6	47.4
Италия	36.0	64.0	38.0	62.0	18.0	82.0	27.0	73.0
Япония	29.4	70.6	34.3	65.7	2.4	97.6	14.1	89.6
Великобритания	76.0	24.0	57.0	43.0	38.0	62.0	40.0	60.0
США	97.0	3.0	96.0	4.0	85.0	14.0	85.0	15.0

Примечание: Источник – [8].

В работе [9] приводятся данные, также позволяющие отследить динамику использования валют во внешней торговле отдельных стран. Согласно этим данным, доля доллара США в мировой торговле в период 1980–1992 гг. не только не росла, но сокращалась: если в 1980 г. около 56% мировой торговли было номинировано в долларах США, то к 1992 году значение опустилось до 48%. Однако во многом это сокращение произошло из-за сокращения (в стоимостном выражении) экспорта нефти странами ОПЕК вследствие значительного падения цен на нефть, при том, что торговля нефтью традиционно преимущественно осуществляется в долларах США. Если исключить этот фактор из рассмотрения, то доля доллара в международной торговле в данный период оставалась практически неизменной. В части импорта индустриальных стран автор [9] также отмечает тенденцию увеличения доли валют импортера, но тем не менее доля доллара оставалась высокой, что можно связать с товарной структурой импорта таких стран, в которой повышенную роль играют сырьевые товары, многие из которых традиционно торгуются в долларах США.

Важным изменением в расстановке сил в структуре мирового использования валют стало полноценное введение в оборот единой европейской валюты. Анализировать период после введения евро в обращение возможно на основе данных, собранных авторами работы [10]. Авторы характеризуют собранную базу как наиболее полную среди всех альтернативных источников, тем не менее и эта база не полностью охватывает мировую торговлю (см. таблицу 2). На основе этих сведений возможно рассчитать доли доллара, евро и прочих валют в мировой торговле, принимая во внимание неполноту охвата и смещение выборки стран, по которым доступна статистика, в сторону развитых стран и особенно стран Европейского союза.

Из приведенных следует, что международная торговля преимущественно происходит в долларах США и евро: в совокупности на них приходится порядка 90% [10]. Актуальная статистика платежей через SWIFT дает схожие оценки [11]. Евро ожидаемо

доминирует в торговле между европейскими странами, но, как справедливо отмечают авторы [10], роль доллара США во внутриевропейской торговле достаточно заметно для того, чтобы ее нельзя было игнорировать. Евро также достаточно широко используется в торговле ряда стран Африки, что, можно связать с общим колониальным прошлым. Но в целом в торговле развивающихся стран доминирует доллар США, и в данных нет признаков тенденций значительного снижения его доли. Например, на рисунке 1 представлены индексы интенсивности использования валют контракта в экспорте стран, полученные на основе оценивания следующей эконометрической спецификации:

Таблица 2

Доли доллара США (USD), евро (EUR) и прочих валют в глобальной торговле, 2002–2019 гг.

Год	Доля торговли в USD	Доля торговли в EUR	Доля торговли в прочих валютах	Доля покрытия торговли
2002	35%	50%	16%	50%
2003	43%	45%	12%	51%
2004	48%	41%	10%	56%
2005	51%	40%	9%	55%
2006	47%	44%	8%	60%
2007	48%	43%	9%	54%
2008	53%	38%	9%	54%
2009	50%	41%	9%	57%
2010	50%	40%	10%	66%
2011	53%	37%	10%	59%
2012	52%	38%	10%	66%
2013	57%	32%	11%	55%
2014	51%	39%	10%	65%
2015	56%	32%	12%	52%
2016	50%	39%	11%	67%
2017	52%	37%	11%	62%
2018	51%	39%	11%	67%
2019	42%	48%	11%	42%

Примечание – Источник: [10], ВАСИ СЕPII, расчеты авторов.

$$cur_sh_{kt} = \lambda_t + \alpha_k + \epsilon_{kt}, \quad (1)$$

где cur_sh_{kt} – доля рассматриваемой валюты в общем объеме экспорта товаров страной k в году t ; λ_t – временные эффекты, отражающие изменение использование рассматриваемой валюты относительно базового года (индекс интенсивности использования валюты); α_k – фиксированные эффекты на страну; ϵ_{kt} – ошибка. Наблюдения в модели (1) взвешивались по весам, пропорциональным доле страны в экспорте (за весь период наблюдений), и обратно пропорциональным количеству наблюдений для данной страны:

$$w_{kt} = \frac{\sum_t v_{kt}}{\#k}, \quad (2)$$

где w_{kt} – (аналитические) веса с учетом объемов экспорта для наблюдения, относящегося к стране k ; v_{kt} – стоимостной объем экспорта страны k в году t ; $\#k$ – количество наблюдений, относящихся к данной стране k .

Результаты построения индексов при помощи модели (1) показывают, что доля евро в экспорте стран была относительно стабильной, без явного усиления её роли в мировом экспорте. Аналогичный вывод можно сделать и для других валют. Единственное значительное увеличение доли евро в

2003 г. объясняется рекордным за всё время существование единой европейской валюты укреплением курса евро к доллару США (+20% год к году). Действительно, неполный перенос курса в цены приводит к существенной зависимости долей валют от динамики их взаимных курсов. В импорте стран мира роль доллара, напротив, росла вплоть до 2012 г., однако затем в период 2012–2016 гг. произошло некоторое снижение (см. рисунок 2). В целом картину следует признать достаточно устойчивой во времени, и на основе данных сделать вывод о существенном изменении роли какой-либо валюты или группы валют нельзя. Схожие выводы получают и другие авторы (см., например, [12]).

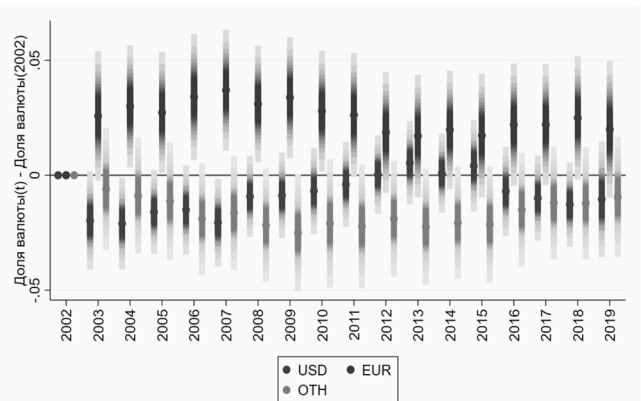


Рисунок 1 – динамика склонности использования доллара США (USD), евро (EUR) и прочих валют (OTH) в экспорте стран на основе оценивания модели (1), 2002–2019 гг.

Источник: расчеты авторов на данных [10], ВАСИ СЕPII; насыщенность цвета по вертикали отражает доверительные интервалы; левая точка для каждого года соответствует доллару США (USD), центральная – евро (EUR), правая – прочим валютам (OTH).

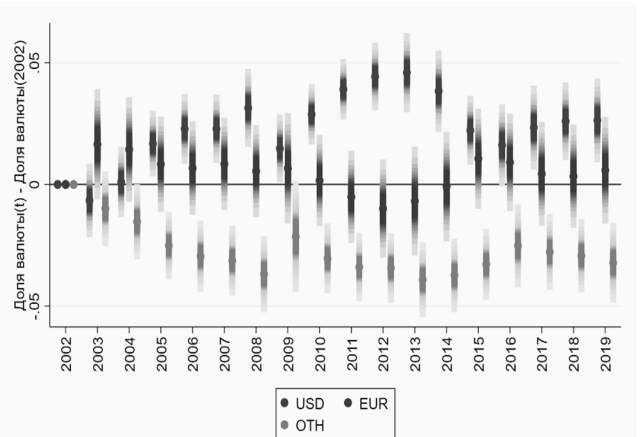


Рисунок 2 – динамика склонности использования доллара США (USD), евро (EUR) и прочих валют (OTH) в импорте стран на основе оценивания модели (1), 2002–2019 гг.

Примечание – Источник: расчеты авторов на данных [10], ВАСИ СЕPII. насыщенность цвета по вертикали отражает доверительные интервалы; левая точка для каждого года соответствует доллару США (USD), центральная – евро (EUR), правая – прочим валютам (OTH).

Текущее состояние и перспективы изменения роли доминирующих валют в мировой экономике

Несмотря на то, что роль евро в мировой торговле значительна, в настоящее время безусловной

доминирующей в мировой экономике валютой следует признать доллар США, который также является важнейшей валютой на мировых финансовых рынках. Например, доля доллара США, хотя демонстрирует слабый тренд на сокращение, в мировых валютных резервах составляет порядка 60%, и примерно такое же значение американская валюта имеет на рынке долгов, выпущенных в иностранной валюте [13]. Для оценки роли валюты в мировой финансовой системе эксперты ФРС строят агрегированный индекс использования основных валют. В соответствии с этим индексом, роль доллара в мировой финансовой системе оценивается примерно в 70%, евро – примерно 23%, японской иены и британского фунта как 7% и 6% соответственно. Несмотря на то, что роль юаня в международной финансовой системе в последние годы устойчиво увеличивается, она по-прежнему должна рассматриваться как незначительная – индекс для этой валюты составляет лишь около 3%. Несмотря на многочисленные утверждения о переходе глобальной экономики к деолларизации, последние тенденции показывают, что доля доллара в международных расчетах не только не сокращается, но по некоторым показателям продолжает усиливаться, например недавно доля доллара в расчетах SWIFT достигла максимума в 48% [14].

Анализ исторических данных показывает, что структура международных расчетов в целом достаточно инертна, хотя и способна последовательно эволюционировать. В среднем главные мировые валюты начиная с XV века менялись каждые 100 лет [15], хотя многие эксперты и склонны рассматривать доллар США в качестве первой по-настоящему резервной валютой, предпочитая предыдущие доминирующие в мировых финансах и торговле валюты обозначать именно как «основные», но не более. Разумеется, смену доминирующих валют с периодичностью в 100 лет следует рассматривать не как закон, а скорее, как совпадение, связанное с продолжительностью периодов экономического преобладания отдельных государств. Нельзя сказать, что в мировой экономике были переходы с одной главной валюты на другую, происходившие в хотя бы условно похожих условиях. Это беспрецедентность не позволяет выделять какие-либо закономерности в этом процессе и достоверно предсказать будущее роли валют в мировой торговле и финансах. Единственное, что позволяет сказать анализ мирового опыта: установление новой резервной валюты – достаточно длительный процесс, даже при условии проявления веских причин на такую замену. Олег Иццоки допускает возможность таких изменений только на горизонте 10–20 лет [16]. Гита Гопинат также не видит альтернативе доллару США даже в среднесрочной перспективе [17].

В последний раз смена мировой резервной валюты заняла четыре десятилетия и была вызвана экономическими последствиями двух мировых войн, ослабивших экономику Великобритании и других европейских стран, в сравнении с экономикой США. В результате доллар заменил фунт в роли главной мировой валюты, что было закреплено созданием

Бреттон-Вудской системы. Во время ее действия выбор валюты контракта являлся по сути сугубо техническим аспектом, способным оказывать лишь весьма ограниченно влияние на реальные показатели торговли. В этот период девальвации и ревальвации, конечно, случались, однако это были эпизодические явления и на горизонте осуществления внешнеторговой сделки этими рисками, как правило, можно было пренебречь. Уход от Бреттон-Вудской системы привел к фундаментальным изменениям в движениях курсов, волатильность значительно выросла, и в результате этих изменений роль доллара США в мировой экономике не только не ослабла, но и значительно усилилась, так как он обладал стабильностью и низкими транзакционными издержками.

Модели, основанные на механизме сетевых эффектов, позволяют указать почему случился этот переход, как и на то, что сложившаяся валютная структура мировой финансовой системы достаточно инертна и с большой вероятностью не изменится значительно за короткий промежуток времени. Например, в работе Пола Кругмана [18] приводится модель, в которой выбор торгующими фирмами в пользу доминирующих валют объясняется пониженными транзакционными издержками, при этом эти издержки являются эндогенными и снижаются по мере роста распространенности данной валюты в международной торговле. Данный механизм аналогичен механизму «сетевых эффектов». В работе Хелены Рей [19] используется схожий подход, и в рамках трехстрановой модели общего равновесия демонстрируется возможность множественности равновесий. Множественные равновесия могут возникать, поскольку в модели предполагается возрастающая отдача от масштаба в технологиях устройства рынков каждой валюты. Это означает, что при большей распространенности валюты транзакционные издержки, связанные с ведением торговли в этой валюте, будут ниже. В результате возможно устойчивое равновесие, в котором мировой валютой становится не самая эффективная с точки зрения технологии проведения транзакций валюта, однако поскольку эти издержки убывают с ростом масштаба рынка, то в равновесии наименьшие издержки могут наблюдаться для любой из валют, в том числе для валют с относительно неэффективными технологиями осуществления транзакций.

Однако одни только сетевые эффекты не могут претендовать на то, чтобы считаться единственной основной причиной доминирования американской валюты в мировой экономике. Олег Иццоки выделяет [20] усиление глобализации и рост спроса на безопасные активы в качестве важнейших детерминант доминирования доллара. В условиях, когда издержки и доходы компаний все в большей степени стали зависеть от внешних рынков, для минимизации валютных рисков стало особенно удобно использовать одну валюту, и этой валютой стал доллар. Глобализация отразилась не только на модели производства многих компаний, но и на структуре их финансирования: занимать на внешних рынках стало проще и дешевле. Емкость рынка долларовых

заимствований способствовала тому, что и балансы крупных компаний (а именно они играют основную роль в международной торговле) стали все в большей степени зависеть от доллара [21]. Это означает, что для обслуживания этих долгов предпочтительным является получение выручки в долларах США. На страновом уровне глобализация привела к устойчивому росту многих развивающихся стран, в результате у этих стран возникла потребность в надежных сбережениях. Единственным финансовым рынком, который на тот и текущий момент оказался способным поглотить такой объем предложения сбережений, являлся финансовый рынок США [22]. В результате надежность долларовых активов даже усилилась, поскольку в периоды кризисов происходит отток капитала с развивающихся рынков, что приводит к укреплению доллара, тем самым дополнительно реализуя защитную функцию сбережений в долларовых активах.

Вероятность того, что в ближайшем будущем эти факторы, обернутые вспять, приведут к дедолларизации мировой экономики, невелика. Отдельные признаки деглобализации действительно наблюдаются [23], но этот процесс идет крайне медленно и не имеет признаков фрагментации мировой экономики на блоки [24]. На финансовых рынках пока также не прослеживается полноценных альтернатив американским активам. В силу размера экономик можно говорить, что в некотором обозримом будущем потенциальную конкуренцию долларovým активам могли бы составить европейские и китайские активы. Основная проблема еврозоны – отсутствие единой фискальной политики (которая привела к долговому кризису 2012 г.), а Китая – относительно низкая развитость финансовой системы, сохраняющийся контроль над движением капитала, непрозрачность политики центрального банка. Маловероятно, что эти факторы изменятся в ближайшем будущем. С другой стороны, ослаблению позиций доллара может способствовать постепенное сокращение роли США в мировом производстве и торговле, но этот процесс займет длительное время и сам по себе не обязательно приведет к потере долларом доминирования в мировой экономике, как это не привело к потере такой функции фунтом к началу 20-го века. Дело в том, что альтернативные валюты, в первую очередь юань, должны накопить достаточный кредит доверия для того, чтобы эти активы могли бы считаться настолько же безопасными. Кроме того, нельзя не учитывать сценарии замедления роста китайской экономики, в том числе из-за ожидаемого масштабного сокращения населения [25].

Едва ли не единственная сфера, где уход от доллара проявляется хотя бы в какой-то степени – международные резервы стран. Анализ тенденций показывает, что валютные резервы стран действительно демонстрируют некоторые признаки дедолларизации, но этот процесс медленно происходит не в пользу какой-либо одной валюты, а в пользу сразу нескольких валют развитых стран и Китая [26]. Страны стремятся диверсифицировать свои ре-

зервы, тем самым как бы создавая устойчивую альтернативу безопасным американским активам. По мнению экспертов МВФ, этому движению способствовало длительный период низких ставок в развитых странах, а также развитие технологий, позволяющее снизить издержки двусторонней торговли валютами, минуя крупнейшие валюты мировой экономики [26]. Предпочтение отдается валютам стран с сильными и заслуживающими доверия институтами, стабильной макроэкономикой и открытыми рынками капитала. Например, несмотря на то что Китай – крупнейший торговый партнер для более чем 70 стран мира (в том числе и России), доля внешнеторговых расчетов в юанях устойчиво растет [27], как и объем его иностранных инвестиций по всему миру [20], юань крайне редко используется в качестве валюты резервов. По состоянию на конец 2021 г. примерно треть всех резервов в юанях за пределами Китая приходилось на Россию [28], хотя доля России как во внешней торговле Китая, так и в мировой экономике не превышает 3%. Эти значения отражают насколько велика роль репутационных факторов в формировании роли валюты в мировой экономике. Даже при условии проведения необходимых реформ Китаю предстоит длительный путь к завоеванию репутации стабильной, надежной и предсказуемой экономики.

Таким образом, по итогам проведенного анализа можно указать на безальтернативность (по крайней мере на текущий момент) американской валюты прежде всего как средства доступа к низко рискованному сбережению. Развитость, открытость, прозрачность, ликвидность и емкость финансовых рынков США не имеет аналогов сейчас, и их появление не ожидается в ближайшем будущем. Эти характеристики американской валюты представляются ключевыми в том числе и в части доминирования в международных внешнеторговых расчетах. Осторожной альтернативой доллару США и евро начинают выступать не одна, а несколько валют, большинство из которых эмитируются развитыми странами. Коррелированность санкционной политики этих стран не позволяет достичь «санкционной диверсификации», и опыт России показывает, что возможной альтернативой для стран, рискующих попасть под финансовые санкции западных стран, является китайская валюта или широкая корзина валют и активов развивающихся стран, но несовершенства финансовой системы Китая и прочих нейтральных стран, как ожидается, еще длительное время не позволят таким валютам значительно нарастить свою роль в мировой экономике.

Литература

1. Grassman S., "A fundamental symmetry in international payment patterns.", *Journal of International Economics*, Vol. 3, No. 2, 1973. pp. 105–116.
2. Page S.A.B., "Currency of invoicing in merchandise trade.", *National Institute Economic Review*, Vol. 81, No. 1, 1977. pp. 77–81.
3. Van Nieuwkerk M., "The covering of exchange risks in the Netherlands' foreign trade: A note.", *Journal*

of International Economics, Vol. 9, No. 1, 1979. pp. 89-93.

4. Commission of the European Communities D.G.F.E., "One market, one money: an evaluation of the potential benefits and costs of forming an economic and monetary union.", No. 44.

5. Бойко А., Литова Е. Бизнес стал использовать платформы-агрегаторы для бартерных сделок // Ведомости. 2023. URL: <https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2023/10/06/99100-biznes-stal-ispolzovat-platformi-agregatori-dlya-barternih-sdelok> (дата обращения: 04.03.2024).

6. Friberg R., "In which currency should exporters set their prices?", Journal of international Economics, Vol. 45, No. 1, 1998. pp. 59-76.

7. Friberg R., Vredin A., "Exchange rate uncertainty and the microeconomic benefits of EMU.", Economic Research Inst., 1996.

8. Tavlas G.S., Ozeki Y., "The Japanese Yen as an International Currency", IMF Working Papers, Vol. 1991, No. 2, 1991.

9. Ilzkovitz F., "Recent developments in the international use of currencies: towards a tripolar regime?", 1994.

10. Boz E., Casas C., Georgiadis G., Gopinath G., Le Mezo, Mehl A., and Nguyen T., "Patterns of invoicing currency in global trade: New evidence.", Journal of international economics, No. 136, 2022.

11. Most used currency in the world for international payments in SWIFT from January 2019 to May 2024, based on share in total transaction value // Statista. 2023. URL: <https://www.statista.com/statistics/1189498/share-of-global-payments-by-currency/> (дата обращения: 13.03.2024).

12. Maggiori M., Neiman B., and Schreger, "The rise of the dollar and fall of the euro as international currencies.", AEA Papers and Proceedings, Vol. 109, 2014. pp. 521-526.

13. Bertaut, Beschwitz B.V., Curcuru S. "The International Role of the U.S. Dollar" Post-COVID Edition // Board of Governors of the Federal Reserve System. 2023. URL: <https://www.federalreserve.gov/econres/notes/feds-notes/the-international-role-of-the-us-dollar-post-covid-edition-20230623.html> (дата обращения: 02.04.2024).

14. Кислов А. Доля доллара в расчетах через систему SWIFT достигла рекордного уровня в 48% // Коммерсант. 2023. URL: https://www.kommersant.ru/doc/6239234?from=top_main_8 (дата обращения: 15.04.2024).

15. A post-dollar world is coming // Financial Times. 2022. URL: <https://www.ft.com/content/989b2e50-e8b5-474c-86a3-190c6881b235> (дата обращения: 20.03.2024).

16. Таиров Р. Владелец медали Кларка допустил структурный перелом мировой экономики // Forbes. 2022. URL: <https://www.forbes.ru/finansy/473381-obladatel-medali-klarka-dopustil-strukturnyj-perelom-mirovoj-ekonomiki> (дата обращения: 16.04.2024).

17. Wheatley, Smith C. Russia sanctions threaten to erode dominance of US dollar, says IMF // Financial

Times. 2022. URL: <https://www.ft.com/content/3e0760d4-8127-41db-9546-e62b6f8f5773> (дата обращения: 17.03.2024).

18. Krugman P.R., "Vehicle currencies and the structure of international exchange.", 1979.

19. Rey H., "International trade and currency exchange.", The Review of Economic Studies, Vol. 68, No. 2, 2001. pp. 443-464.

20. Ицхоки О. Как меняется роль доллара в мировой экономике // ЭКОНС. 2020. URL: <https://econs.online/articles/opinions/kak-menyaetsya-rol-dollara-v-mirovoy-ekonomike/> (дата обращения: 17.05.2024).

21. Maggiori M., Neiman B., and Schreger J., "International currencies and capital allocation.", Journal of Political Economy, Vol. 128, No. 6, 2020. pp. 2019-2066.

22. Caballero R.J., Farhi E., and Gourinchas P.O., "The safe assets shortage conundrum.", Journal of economic perspectives, Vol. 31, No. 3, 2017. pp. 29-46.

23. Garcia-Saltos, Gudmundsson T., Ilyina, Kangur A., Kunaratskul T., Rodriguez S., Ruta M., Schulze, Soderberg, and Pedro J., "Goeconomic Fragmentation and the Future of Multilateralism.", 2023.

24. Freund C., Mattoo, Mulabdic A., and Ruta M., "Is US Trade Policy Reshaping Global Supply Chains?", 2023.

25. Fuxian Y. China Is Dying Out // Project Syndicate. 2023. URL: <https://www.project-syndicate.org/commentary/china-low-fertility-rate-population-decline-by-yi-fuxian-2023-02?barrier=accesspaylog> (дата обращения: 20.05.2024).

26. Arslanalp S., Eichengreen B.J., and Simpson-Bell C., "The stealth erosion of dollar dominance: active diversifiers and the rise of nontraditional reserve currencies.", International Monetary Fund, 2022.

27. Костерева М. Доля юаня в торговых расчетах через систему SWIFT достигла рекордных 5,8% // Коммерсант. 2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6282585> (дата обращения: 11.04.2024).

28. Arslanalp, Eichengreen B., Simpson C. Dollar Dominance and the Rise of Nontraditional Reserve Currencies // IMF BLOG. 2022. URL: <https://www.imf.org/en/Blogs/Articles/2022/06/01/blog-dollar-dominance-and-the-rise-of-nontraditional-reserve-currencies> (дата обращения: 04.05.2024).

**The role of dominant currencies in the world economy
Kuznetsov D.E.**

Russian Academy of National Economy and Public Administration
JEL classification: G20, G24, G28, H25, H30, H60, H72, H81, K22, K34

Abstract. The article reviews the history, status and prospects of the use of world currencies in global trade and other foreign economic interactions. Based on an econometric analysis of data on the countries' foreign trade invoice currencies use the relative stability of the intensity of foreign currencies use is demonstrated (controlling for the average for the period of a country's propensity to use a currency for export or import). The reasons given for the dominance of the US dollar in global trade and the financial system as well as the possibility for other currencies to become alternatives to dominant currencies were discussed. The main conclusion is that currently there is no basis for changing the role of dominant currencies in the world economy.

Keywords: dominant currencies, international trade, globalization, contract currency, USD, euro, renminbi.

References

1. Grassman S., "A fundamental symmetry in international payment patterns.", *Journal of International Economics*, Vol. 3, No. 2, 1973. pp. 105–116.
2. Page S.A.B., "Currency of invoicing in merchandise trade.", *National Institute Economic Review*, Vol. 81, No. 1, 1977. pp. 77-81.
3. Van Nieuwerkerk M., "The covering of exchange risks in the Netherlands' foreign trade: A note.", *Journal of International Economics*, Vol. 9, No. 1, 1979. pp. 89-93.
4. Commission of the European Communities D.G.F.E., "One market, one money: an evaluation of the potential benefits and costs of forming an economic and monetary union.", No. 44.
5. Bojko A., Litova E. Biznes stal ispol'zovat' platformy-agregatory dlya barternyh sdelok // *Vedomosti*. 2023. URL: <https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2023/10/06/999100-biznes-stal-ispolzovat-platformi-agregatori-dlya-barternih-sdelok> (access date: 04.03.2024).
6. Friberg R., "In which currency should exporters set their prices?", *Journal of International Economics*, Vol. 45, No. 1, 1998. pp. 59-76.
7. Friberg R., Vredin A., "Exchange rate uncertainty and the microeconomic benefits of EMU.", *Economic Research Inst.*, 1996.
8. Tavlas G.S., Ozeki Y., "The Japanese Yen as an International Currency", *IMF Working Papers*, Vol. 1991, No. 2, 1991.
9. Ilzkovitz F., "Recent developments in the international use of currencies: towards a tripolar regime?", 1994.
10. Boz E., Casas C., Georgiadis G., Gopinath G., Le Mezo , Mehl A., and Nguyen T., "Patterns of invoicing currency in global trade: New evidence.", *Journal of international economics*, No. 136, 2022.
11. Most used currency in the world for international payments in SWIFT from January 2019 to May 2024, based on share in total transaction value // *Statista*. 2023. URL: <https://www.statista.com/statistics/1189498/share-of-global-payments-by-currency/> (access date: 13.03.2024).
12. Maggiori M., Neiman B., and Schreger , "The rise of the dollar and fall of the euro as international currencies.", *AEA Papers and Proceedings*, Vol. 109, 2014. pp. 521-526.
13. Bertaut , Beschwitz B.V., Curcuru S. The International Role of the U.S. Dollar" Post-COVID Edition // Board of Governors of the Federal Reserve System. 2023. URL: <https://www.federalreserve.gov/econres/notes/feds-notes/the-international-role-of-the-us-dollar-post-covid-edition-20230623.html> (access date: 02.04.2024).
14. Kisllov A. Dolya dollara v raschetah cherez sistemu SWIFT dostig-la rekordnogo urovnya v 48% // *Kommersant*. 2023. URL: https://www.kommersant.ru/doc/6239234?from=top_main_8 (access date: 15.04.2024).
15. A post-dollar world is coming // *Financial Times*. 2022. URL: <https://www.ft.com/content/989b2e50-e8b5-474c-86a3-190c6881b235> (access date: 20.03.2024).
16. Tairov R. Obladatel' medali Klarka dopustil strukturnyj pe-relom mirovoj ekonomiki // *Forbes*. 2022. URL: <https://www.forbes.ru/finansy/473381-obladatel-medali-klarka-dopustil-strukturnyj-perelom-mirovoj-ekonomiki> (access date: 16.04.2024).
17. Wheatley , Smith C. Russia sanctions threaten to erode dominance of US dollar, says IMF // *Financial Times*. 2022. URL: <https://www.ft.com/content/3e0760d4-8127-41db-9546-e62b6f8f5773> (access date: 17.03.2024).
18. Krugman P.R., "Vehicle currencies and the structure of international exchange.", 1979.
19. Rey H., "International trade and currency exchange.", *The Review of Economic Studies*, Vol. 68, No. 2, 2001. pp. 443-464.
20. Ickhoki O. Kak menyaetsya rol' dollara v mirovoj ekonomike // *EKONS*. 2020. URL: <https://econs.online/articles/opinions/kak-menyaetsya-rol-dollara-v-mirovoy-ekonomike/> (access date: 17.05.2024).
21. Maggiori M., Neiman B., and Schreger J., "International currencies and capital allocation.", *Journal of Political Economy*, Vol. 128, No. 6, 2020. pp. 2019-2066.
22. Caballero R.J., Farhi E., and Gourinchas P.O., "The safe assets shortage conundrum.", *Journal of economic perspectives*, Vol. 31, No. 3, 2017. pp. 29-46.
23. Garcia-Saltos, Gudmundsson T., Ilyina , Kangur A., Kunaratskul T., Rodriguez S., Ruta M., Schulze , Soderberg , and Pedro J., "Geoeconomic Fragmentation and the Future of Multilateralism.", 2023.
24. Freund C., Mattoo , Mulabdic A., and Ruta M., "Is US Trade Policy Reshaping Global Supply Chains?", 2023.
25. Fuxian Y. China Is Dying Out // *Project Syndicate*. 2023. URL: <https://www.project-syndicate.org/commentary/china-low-fertility-rate-population-decline-by-yi-fuxian-2023-02?barrier=accesspaylog> (access date: 20.05.2024).
26. Arslanalp S., Eichengreen B.J., and Simpson-Bell C., "The stealth erosion of dollar dominance: active diversifiers and the rise of nontraditional reserve currencies.", *International Monetary Fund*, 2022.
27. Kostereva M. Dolya yuanya v trgovykh raschetah cherez sistemu SWIFT dostigla rekordnyh 5,8% // *Kommersant*. 2023. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6282585> (access date: 11.04.2024).
28. Arslanalp , Eichengreen B., Simpo C. Dollar Dominance and the Rise of Nontraditional Reserve Currencies // *IMF BLOG*. 2022. URL: <https://www.imf.org/en/Blogs/Articles/2022/06/01/blog-dollar-dominance-and-the-rise-of-nontraditional-reserve-currencies> (access date: 04.05.2024).

Совершенствование дивидендной политики предприятия в целях повышения его инвестиционной привлекательности

Коновалова Мария Евгеньевна

доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономической теории Самарского государственного экономического университета, mkonoval@mail.ru.

Жиронкин Сергей Александрович

доктор экономических наук, профессор кафедры открытых горных работ Кузбасского государственного технического университета имени Т.Ф. Горбачева, zhironkin@tpu.ru,

Абдулганиев Фарид Султанович

д.э.н., профессор кафедры государственного и муниципального управления, Казанского (Приволжского) федерального университета, Farid.Abdoulganiev@ksu.ru

Соловьев Артем Александрович

аспирант кафедры экономической теории, Самарский государственный экономический университет, artem.solo63@gmail.com

В современных условиях жесткого фондирования предприятий и организаций, вопросы привлечения инвестиционных ресурсов представляются чрезвычайно важными, требующими не только практической реализации, но и научного осмысления. Традиционно инвестиционная привлекательность корпораций зависит от множества эндогенных и экзогенных факторов и условий. Осуществление эффективной дивидендной политики является необходимым условием роста инвестиционной привлекательности предприятий, что обуславливает расширение их возможностей по привлечению дополнительных финансовых источников в долгосрочной перспективе. Цель статьи заключается в анализе дивидендной политики предприятия в области электроэнергетики, выявлению ее особенностей и выработки практических рекомендаций по совершенствованию ключевых инструментов механизма дивидендных выплат. В исследовании делается упор на оценку инвестиционной привлекательности ПАО «Юниппо» за счет анализа основных финансовых показателей предприятия, делаются выводы о перспективах развития компании. С учетом методов фундаментального анализа компаний, разместивших свои финансовые инструменты на фондовом рынке, дается оценка инвестиционной привлекательности выбранного предприятия, производится оценка эффективности дивидендной политики, предлагаются мероприятия по качественному ее совершенствованию.

Ключевые слова: инвестиционная привлекательность, дивиденды, дивидендная политика, финансовая устойчивость, прибыль, рентабельность.

Введение. В современном и постоянно развивающемся мире быстрорастущие предприятия заинтересованы в привлечение финансового капитала, с целью использования его в инвестиционной деятельности, которая позволяет масштабироваться, совершенствоваться и проводить модернизацию объектов производства. К тому же привлеченные инвестиции отыгрывают важную практическую роль в финансовом обеспечении инновационной и проектной деятельности организаций, что в период цифровой трансформации экономики крайне важно. В современных условиях большое значение для развития российской экономики имеет инвестирование в компании через различные источники финансирования, а проведение грамотной дивидендной политики, непосредственно влияющей на капитализацию предприятия, является одним из факторов, влияющим на инвестиционную привлекательность компаний.

Актуальность исследования определяется тем, что инвестиционная привлекательность и перспективы развития компании напрямую зависят от того, как она выбирает соотношение между капитализацией и потребляемой прибылью на данном предприятии. Дивидендная политика обычно является финансовым решением. В этом случае количество инвестиционных проектов, в которых будет заинтересована компания, определяет уровень дивидендов. Чтобы обеспечить компании доступ к привлекательным инвестиционным возможностям, ответственные сотрудники должны проанализировать соотношение между ценой долга и нераспределенной прибылью. Спорность данного вопроса о размере дивидендов подтверждается существованием трех различных подходов или школ мысли. Первая точка зрения заключается в том, что увеличение размера дивидендов повышает стоимость фирмы (цену акций). Во-вторых, считает, что увеличение выплаты дивидендов приведет к снижению стоимости фирмы (цены акций), а в-третьих, дивидендная политика не влияет на стоимость фирмы или цену акций. Последнее в своей теории утверждали Миллер и Модильяни. До настоящего времени консенсуса не достигнуто, и результаты неубедительны.

Методы. Оценка инвестиционной привлекательности компании происходила с учетом инструментов фундаментального и технического анализа финансовых инструментов. Изучение финансовой отчетности компании электроэнергетики, а также данных информационных и рейтинговых агентств и организаторов торгов позволили получить выводы относительно ключевых мероприятий совершенствования дивидендной политики.

Результаты. ПАО «Юнипро» является одним из крупнейших и наиболее эффективных предприятий в области производства тепловой генерации электроэнергии в России. Основной вид деятельности — производство и продажа электрической энергии и мощности и тепловой энергии. Компания была создана в марте 2005 года в результате реформы ПАО «ЕЭС России». В 2000-х годах контрольный пакет акций был приобретен Е.ON. 25 апреля 2023 года Президент Российской Федерации подписал указ № 302, согласно которому 83,73% акций ПАО «Юнипро», принадлежащих концерну Uniper SE, передаются во временное управление Федеральному агентству по управлению государственным имуществом (Росимущество).

Компания находится по адресу: 628406, Ханты-Мансийский Автономный Округ - Югра, г. Сургут, ул. Энергостроителей, д. 23 СООР. 34.

98% выручки «Юнипро» приходится на продажу произведенной электроэнергии и мощности. Небольшая часть доходов также поступает от продажи произведенного тепловой энергии. Региональная структура доходов примерно соответствует расположению и мощности электростанций.

Уставный капитал ПАО «Юнипро» составляет 25,2 млрд руб. В соответствии с Уставом размещено 63 048 706 145 целых и 44 925 042 874/49 130 625 974 дробных штуки обыкновенных именных бездокументарных акций с номинальной стоимостью 0,40 руб.

01 сентября 2014 года акции ПАО «Юнипро» были включены в котировальный список первого уровня Московской биржи.

Структуру акционерного капитала можно представить в виде следующей Таблице.

Таблица 1
Структура акционерного капитала ПАО «Юнипро»

Структура по типу лицевых счетов	Количество зарегистрированных лиц	% от УК
Юридические лица-владельцы	693	83,90
Физические лица-владельцы	300 219	1,37
Номинальные держатели	11	15,00
Доверительные управляющие	6	< 0,001
Акции по счетам совладения	575	0,01
Счет неустановленных лиц	1	0,01
Итого	301 505	100,00

«Юнипро» входит десятку крупнейших генерирующих компаний России по установленной мощности. По выручке по отрасли за 2022 год компания занимает 13 место из 3672 в России, и первое место из 49 в Ханты-Мансийском автономном округе – Югра. Основными регионами присутствия «Юнипро» являются Красноярский и Пермский край, Московская и Смоленская области, а также ХМАО-Югра.

Ближайшими конкурентами ПАО «Юнипро» являются: ПАО энергетики и электрификации «Мосэнерго» г. Москва; ПАО «Вторая генерирующая компания оптового рынка электроэнергии» Ставропольский край; ПАО «ТГК-1» г. Санкт-Петербург; АО

«Дальневосточная Генерирующая Компания» Хабаровский край; АО «КУЗБАССЭНЕРГО» Кемеровская область.

На рис.1 продемонстрирован рейтинг перечисленных предприятий в разрезе величины выручки и активов.



Рис.1 — Конкуренты ПАО «Юнипро»

Вся производственная деятельность любых предприятий анализируется через различные экономические показатели. Они являются важным инструментом оценки, планирования и управления деятельности предприятия. С их помощью можно увидеть слабые и сильные стороны функционирования предприятия. У каждого показателя есть свои нормативные значения, сильно превышение или, наоборот, не достижение которых, может говорить о тех или иных проблемах, на которые стоит обратить внимание и найти не только причины их возникновения, но и пути решения. В зависимости от вида деятельности предприятия нормативные значения показателей могут различаться.

Экономические показатели отражают информацию о перспективах развития хозяйствующего субъекта. На основе полученных значений можно отследить изменение финансового состояния и устойчивости как всего компании, так и отдельных его составляющих.

В основе всех экономических показателей деятельности предприятия лежат передовой характер технологического процесса, продолжительность производственного цикла и ритмичность производства, уровень организации производства и управления, микроэкономические и макроэкономические в условия хозяйственной деятельности, технико-экономический уровень производства в целом, степень кооперации, концентрации и специализации.

Источником информации для проведения финансово-экономического анализа традиционно будет выступать бухгалтерская отчетность предприятия, а именно: бухгалтерский баланс, и отчет о финансовых результатах.

Данные формы дают возможность рассчитать все основные финансовые показатели и коэффициенты. Чтобы провести полноценный анализ необходимо брать во внимание последние 5 лет функционирования предприятия.

В начале нашего анализа рассмотрим финансовые показатели, отражающие динамику доходов компании и ее итоговую прибыль (убыток).

Таблица 2

Отчет о доходах ПАО «Юнипро» согласно РСБУ

Показатели, млн. руб	Года				
	2018	2019	2020	2021	2022
Выручка	81 315	84 762	80 286	94 110	111 227
Себестоимость продаж	-60 149	-60 149	-60 508	72 430	77 159
Валовая прибыль (убыток)	21 166	24 612	19 779	21 680	34 068
Прибыль (убыток) до налогообложения	23 016	23 181	18 546	20 850	12 178
Чистая прибыль	18 873	18 729	15 040	16 521	9 864
ЕБИТДА	26 832	29 031	25 685	29 602	41 641
Рыночная капитализация	163 925	175 273	175 715	164 681	84 674
EPS	0,29	0,31	0,26	0,28	0,34

Для наглядности представим данные по фундаментальным показателям в виде диаграммы (рис. 2).

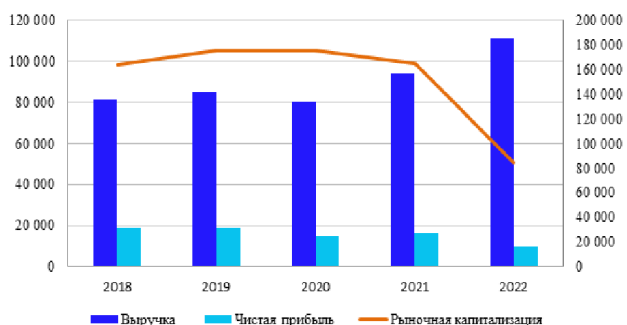


Рис.2. — Отчет о доходах ПАО «Юнипро»

По итогам 2022 года компания зафиксировала исторический рост выручки на 18,1% или на 17 117 млн. руб. по сравнению с 2021 годом. Согласно сообщению представителей Юнипро, увеличение выручки связано с получением платежей по ДПМ (программа договоров о предоставлении мощности) за третий энергоблок Березовской ГРЭС, увеличением потребления электроэнергии в России и снижением производства электроэнергии в Сибири. Этими же факторами и объясняется рост ЕБИТДА.

Стоит отметить, что ПАО «Юнипро» стало одним из победителей в рамках отбора на программу ДПМ с 2022 по 2026 год. Помимо модернизации текущих станций, с 2027 года ожидается появление отечественной парогазовой турбины, что может стать драйвером роста для компании и положительно повлиять на размер будущей выручки, рентабельности компании и других экономических показателей, в том числе и инвестиционной привлекательности.

При анализе стоит учесть, что компании, акции которых обращаются на Московской бирже (в том числе и ПАО «Юнипро»), отчитываются и по международным стандартам финансовой отчетности (МСФО) и по российским (РСБУ). Как правило, представленные финансовые результаты не совпадают.

Так же в блоке финансовых статей обращает на себя внимание увеличение процентных доходов на фоне роста процентных ставок и размера финансовых вложений компании. В результате чистая прибыль Юнипро составила 21,3 млрд руб., увеличившись в 2,5 раза, а ЕБИТДА увеличилась в 1,4 раза, до 41,6 млрд руб.

Рост показателей объясняется выходом Березовской ГРЭС на свои прежние мощности, после пожара на третьем энергоблоке электростанции в 2016 году. Компания продемонстрировала сильный рост выработки электроэнергии. Значительное увеличение прочих операционных доходов обусловлено получением компенсации от подрядчика в пользу компании в размере 422,6 млн руб., а также восстановлением резерва под ожидаемые кредитные убытки в размере 499,8 млн руб.

Валовая прибыль выросла на 57,1%, до 34 млрд руб. Чистый убыток по РСФО в компании объяснили проведением в I квартале 2022 г. обесценением активов в результате изменения среднесрочного прогноза макроэкономических показателей на фоне геополитической обстановки.

EPS представляет собой сумму прибыли, приходящуюся на одну обыкновенную акцию компании и подлежащую распределению среди держателей обыкновенных акций. Вслед за ростом прибыли увеличивается и данный показатель. Темп роста показателя по сравнению с предыдущим годом составляет 21,4%.

Текущая рыночная капитализация компании Юнипро составляет 84,6 млрд руб.

До 2020 года компания планомерно показывала и прибыль, и рост капитализации, соответствующие увеличению мирового спроса на энергоресурсы. Впервые на акции Юнипро прогноз на 2022 год серьезно изменился после общего ужесточения санкций 25 февраля 2022 года. Вторым — конкретные решения основного держателя акций 07.03.2022 года.

В 2021 году значения были выше, чем в прогнозе акций Юнипро в 2022 году. Такая динамика была вызвана решением главного инвестора перераспределить резервы, отказаться от части угольно-газовых проектов в пользу возобновляемых источников энергии. Сам по себе этот факт не мог бы повлиять на котировки, учитывая уже доказанную утопичность проектов, но ресурсы на запуск ветрогенераторов компания решила взять из выделенных на дивиденды сумм. Держатели, представив сокращение доходности, начали продавать пакеты, хотя и незначительно. Доля немецких инвестиций на тот момент осталась на уровне 83,73%.

Более серьезный удар нанесли объявленные после 24 февраля санкции. Сначала в целом индустрия электроэнергетики получила директиву избавляться от российских энергетических акций. Затем именно Uniper заявил о выходе с российского рынка, то есть о продаже своей части акций, объем которых составляет 3/4 от общего объема. Если бы эти решения остались в силе, котировки могли бы обрушиться еще сильнее. Но часть своих же политизированных заявлений представители компании начали уточнять. В частности, было объявлено, что о полной продаже и выходе компании с энергетического рынка речь не идет, — компания только собирается сократить вложения в разработки и развитие, все остальные ресурсы оставив на прежнем уровне до момента, когда обстановка станет более определенной.

В долгосрочной перспективе компания может быть интересной для инвесторов, поскольку: каждый год тарифа только дорожают, выработка электроэнергии растет и могут выплатить дивиденды.

Основные показатели по отчету о движении денежных средств, рассчитанные выше можно представить в виде рис. 3, где отражены все изменения в значениях на протяжении последних пяти лет в млрд.руб.



Рис. 3 — Отчет о движении денежных средств ПАО «Юнипро»

Денежные средства, поступающие от операционной (основной) деятельности имеют положительную динамику, темп роста по операционному денежному потоку составляет 4,2%. Темп роста остатка денежных средств — 4,6%.

Далее по ходу нашего анализа перейдем к обзору баланса ПАО «Юнипро» и рассмотрим более информативные показатели, представленные в таблице 3.

Таблица 3
Основные показатели бухгалтерского баланса

Показатели, млн. руб.	Года				
	2018	2019	2020	2021	2022
Всего активов	131 025	136 589	135 271	127 448	146 367
Всего обязательств	14 791	15 943	14 727	18 795	16 656
Собственный капитал	116 234	120 646	120 544	108 653	129 710

В расчет активов компании были включены внеоборотные активы и оборотные. По сравнению с 2021 годом величина активов ПАО «Юнипро» возросла на 14,8% и является рекордной.

При определении величины обязательств учитывались долгосрочные, краткосрочные кредиты и прочие обязательства. Сумма обязательства незначительно изменяется в течении исследуемого периода и к концу 2022 года компании удалось сократить их на 11,4%. Наглядная динамика указанных показателей представлена на рис. 4.

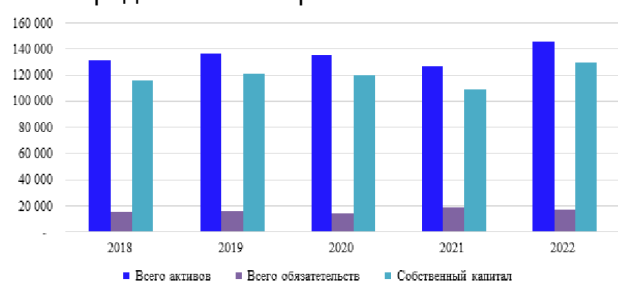


Рис. 4 — Динамика показателей бухгалтерского баланса

Так же в ходе данной работы для анализа финансово-хозяйственной деятельности исследуемого предприятия будут взяты во внимание такие основные экономические показатели как ликвидность, платежеспособность и рентабельность предприятия. Они являются основными характеристиками финансово-экономической деятельности любого предприятия в условиях нестабильной кризисной экономики. Рассмотрим более подробно каждый из них.

Для более удобного расчета показателей ликвидности была составлена таблица баланса предприятия в агрегированном виде, на основе которой в дальнейшем считались показатели (таблица 4).

Таблица 4
Баланс в агрегированном виде

Актив	Года				
	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.
1. Внеоборотные активы	117 950	126 807	132 128	140 776	117 982
2. Оборотные активы	21 467	19 531	14 980	15 033	42 020
В том числе:					
2.1 Запасы	7 975	7 975	7 975	7 975	7 975
2.2 Дебиторская задолженность и прочие активы	7 711	7 597	6 113	6 089	5 477
2.3 Денежные средства и краткосрочные фин. вложения	5 781	3 959	892	970	28 568
Баланс	138 869	146 337	147 109	155 809	160 002
	Пассив				
3. Капитал и резервы	139 417	128 483	129 595	130 629	140 563
4. Долгосрочные пассивы	123 671	8 083	8 545	12 197	9 543
5. Краткосрочные пассивы	7 646	9 771	8 959	12 983	9 895
В том числе:					
5.1 Заёмные средства	0	2 506	479	3 464	192
5.2 Кредиторская задолженность и прочие пассивы	7 646	7 265	8 480	9 519	9 703
Баланс	139	146	147	156	160

Получившиеся показатели для анализа ликвидности представлены в Таблице 5.

Таблица 5
Показатели ликвидности ПАО «Юнипро»

Показатели	Года				
	2018	2019	2020	2021	2022
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,76	0,41	0,10	0,07	2,89
Коэффициент критической ликвидности	1,76	1,18	0,78	0,54	3,44
Коэффициент текущей ликвидности	2,81	2,00	1,67	1,16	4,25

Ликвидность предприятия — это его способность своевременно и в полном объеме выполнять текущие (краткосрочные) обязательства, реализуя при этом текущие оборотные активы. Ликвидность является показателем финансовой стабильности предприятия.

Оценка ликвидности — необходимый этап при решении вопроса о том, насколько хорошо компания покрывает свои текущие долги за счет своих текущих активов и может ли она привлечь больше краткосрочных обязательств, не ухудшая ликвидность.

На рис. 5 отображена динамика получившихся показателей ликвидности.

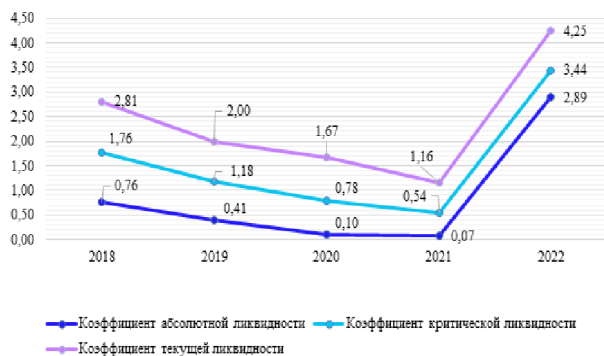


Рис. 5 — Динамика показателей ликвидности ПАО «Юнипро»

Коэффициент абсолютной ликвидности имеет регрессивный характер, однако в 2022 году значение коэффициента увеличилось в 38 раз за счет значительного увеличения денежных средства на балансе компании. Исходя из получившихся результатов расчета, можно сказать, что на дату составления баланса предприятие является ликвидным.

Среднее значение коэффициента критической (быстрой) ликвидности по отрасли равно 0,9. В 2020 и 2021 году значения коэффициента были ниже среднеотраслевого, однако к концу 2022 года данный показатель увеличился в 6 раз, что так же связано с увеличением денежных средств компании. Темп роста денежных средств выше темпа роста краткосрочных обязательств, что говорит о том, что при условии своевременных расчетов с дебиторами и при продаже в случае необходимости своих долгов, компания может погасить свои краткосрочные обязательства, используя свои финансовые вложения и наличные денежные средства.

Коэффициент текущей ликвидности 2021 году так же был ниже среднеотраслевого значения на 0,96. Соотношение краткосрочных обязательств и оборотных активов было хуже, чем у большинства других компаний сектора генерации электроэнергии. Это могло привести к банкротству в долгосрочной или среднесрочной перспективе. Однако в 2022 году компания смогла увеличить значение коэффициента в 3,7 раза.

Платежеспособность — способность организации погашения в срок и в полном объеме своих долговых обязательств. Иными словами это способность предприятия обслуживать текущие обязательства за счет своей основной деятельности. Способность регулярно и своевременно погашать долги в конечном итоге определяется наличием денежных средств, что в свою очередь зависит от того, насколько четко партнеры выполняют свои обязательства перед компанией. При определении плате-

жеспособности предприятия необходимо определить общую платежеспособность, коэффициент восстановления платежеспособности и платежеспособность по текущим обязательствам.

Данные, на основе которых производились необходимые расчеты, отражены в Таблице 6.

Таблица 6
Показатели для расчета коэффициентов платежеспособности

Показатели	Года				
	2018	2019	2020	2021	2022
1	2	3	4	5	6
Собственный капитал	139 417 291	128 483 496	129 595 114	130 628 723	160 001 707
Суммарные активы	138 868 755	146 337 442	147 108 646	155 808 923	160 001 707
Долгосрочная задолженность	0	0	0	0	0
Валовая прибыль	21 165 780	24 612 234	19 778 739	21 680 003	34 068 354
Коэффициент текущей ликвидности	2,81	2,00	1,67	1,16	4,25
Коэффициент общей платежеспособности	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

При анализе показателей платежеспособности будем опираться на Таблицу 7

Таблица 7
Показатели платежеспособности

Показатели	Года				
	2018	2019	2020	2021	2022
Коэффициент общей платежеспособности	1,00	0,88	0,88	0,84	0,88
Платежеспособность по текущим обязательствам	1,13	1,38	1,34	1,66	1,07
Коэффициент восстановления платежеспособности	1,19	0,80	0,75	0,45	2,90

Коэффициент общей платежеспособности, равный делению собственного капитала на суммарные активы, показывает, насколько активы компании финансируются за счет собственного капитала. В 2022 году 88% активов компании финансируются собственным капиталом. За исследуемые 5 лет критичные изменения в значении данного показателя не наблюдаются. По сравнению с 2021 годом значения показателя в 2022 году увеличилось на 4,7%.

Платежеспособность по текущим обязательствам снижается с каждым годом и в 2022 году и составила 1. Предприятие может считаться платежеспособным.

За время исследуемого периода значения коэффициента восстановления платежеспособности соответствовали норме лишь в 2018 и 2022 годах — их величина была больше 1. С 2019 по 2021 год величина ниже нормативного значения. Это говорит о том, что у предприятия отсутствовали резервы для улучшения платежеспособности в ближайшие полгода.

На рис. 6 представлено изменение показателей платежеспособности.

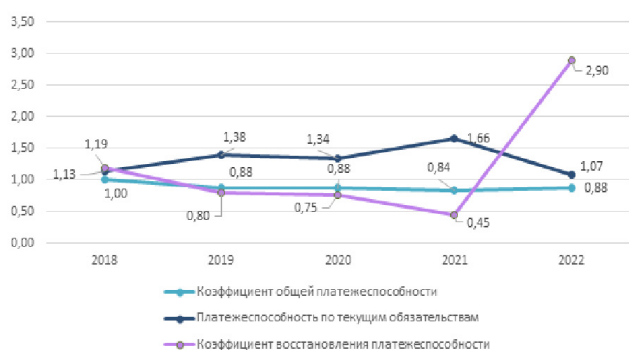


Рис. 6— Динамика показателей платежеспособности ПАО «Юнипро»

Такой экономический показатель как рентабельность является одними из самых важных индикаторов работы компании, показывая слабые места компании и позволяя своевременно принимать корректирующие меры во всех областях. Одно из первых на что смотрят инвесторы при анализе компании это уровень ее рентабельности. Так же этот показатель рассчитывается при оценке текущей прибыльности предприятия и при оценке конкурентоспособности предприятия.

Предприятие может эффективно и рентабельно функционировать при условии достаточного количества суммы выручки для погашения не только затрат на реализацию продукции, но и для образования прибыли.

При определении рентабельности ПАО «Юнипро» во внимание будут взяты такие виды рентабельности как: общая рентабельность, рентабельность активов, рентабельность продаж, рентабельность капитала, рентабельность продукции и рентабельность запасов. Данные о результате расчетов показателей рентабельности представлены в Таблице 8.

Таблица 8
Показатель рентабельности ПАО «Юнипро»

Показатели	Года				
	2018	2019	2020	2021	2022
Общая рентабельность	0,14	0,15	0,11	0,06	0,16
Рентабельность активов:					
рентабельность оборотных активов	0,78	0,92	0,80	0,55	0,75
рентабельность внеоборотных активов	0,15	0,15	0,11	0,06	0,16
Рентабельность продаж (ЧП)	0,20	0,22	0,17	0,09	0,19
Рентабельность продаж (ВП)	0,26	0,29	0,25	0,23	0,31
Рентабельность продаж	0,26	0,29	0,25	0,23	0,31
Рентабельность капитала:					
рентабельность собственного капитала	0,13	0,14	0,11	0,06	0,16
Рентабельность заемного капитала	-	7,52	28,72	2,38	110,77
Рентабельность продукции	0,35	0,41	0,33	0,30	0,44
Рентабельность запасов	0,69	0,60	0,49	0,36	0,96

В 2022 году наблюдается резкий рост всех показателей рентабельности предприятия, как и говорилось выше это связано с получением платежей по ДПМ за третий энергоблок Березовской ГРЭС и увеличением энергопотребления в России. На фоне слабости цен на электроэнергию на спот рынке с 2020 по 2021 год наблюдается просадка по всем показателям. Это результат низкого уровня производства на электростанциях компании, а также низких цен на электроэнергию. В результате пандемии в первом квартале 2020 года были необычно теплые и высокие уровни влаги, что привело к высокой нагрузке гидроэлектростанций.

По сравнению с 2021 годом показатель общей рентабельности исследуемого предприятия, увеличился в 2,6 раза. Это означает, что на каждый на каждый рубль производственных фондов в 2022 году приходится 16 рублей прибыли.

Рентабельность активов на 2022 год составляет 13%, что выше среднего значения показателя по отрасли на 5%. Получившееся значение говорит о том, что эффективность использования имущества предприятия в целом составляет 13%.

За счет значительного увеличения выручки в 2022 году по рентабельности продаж наблюдается увеличение показателя на 34% по сравнению с предыдущим годом.

Компания эффективно использует как заемные и собственные средства, о чем свидетельствуют значения рентабельности капитала. Рост данного показателя свидетельствует о росте прибыли, что наглядно видно в бухгалтерской отчетности предприятия.

Величина значения рентабельности продукции так же снизилась в 2020 и 2021 годах. Это говорит о том, что на предприятие произошло увеличение себестоимости продукции и снижение прибыли от реализации продуктов и услуг. Согласно бухгалтерской отчетности себестоимость продукции растет ежегодно, однако в эти года наблюдается снижение прибыли от продаж, что и способствовало снижению показателя. К концу 2022 года показатель равен 0,44, что на 48% выше чем в предыдущем. Таким образом, с каждого вложенного в производство и реализацию рубля предприятие получало 44 рубля прибыли.

По сравнению с 2021 годом рентабельность запасов в 2022 году увеличилась в 2,66 раза и составила 96%. Это связано со значительным увеличением чистой прибыли предприятия в 2022 году.

Динамика изменений показателей рентабельности за последние 5 лет отражена на рис. 7.

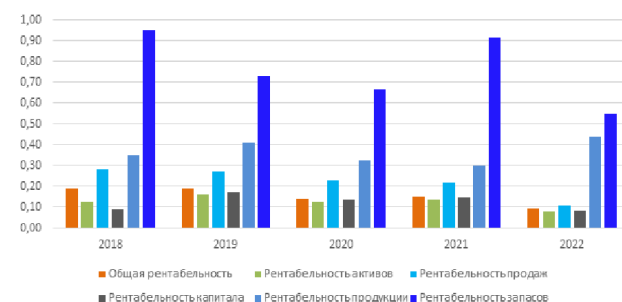


Рис. 7 — Динамика показателей рентабельности ПАО «Юнипро»

Так же для более полного анализа необходимо рассмотреть такие мультипликаторы как P/E, P/S и P/BV.

Параметр P/E показывает, за сколько рублей/долларов приобретается один рубль/доллар чистой прибыли компании. Показатель P/E отражает, за сколько лет компания себя окупает, и позволяет сравнивать бизнесы из разных отраслей. Рассчитывается как отношение капитализации компании к ее годовой прибыли.

Параметр P/S показывает насколько инвесторы оценивают каждый рубль/доллар продаж или доходов компании, оценивает компанию по объему продаж и дает представление о том, сколько инвестор платит за 1 рубль (доллар) ее выручки. Рассчитывается как отношение капитализации компании к ее годовой выручке.

P/BV показывает сколько рублей/долларов платят за 1 рубль/доллар собственного капитала. Рассчитывается как отношение капитализации компании к ее балансовой стоимости.

На рис. 8. изображены основные мультипликаторы и их изменения в течении исследуемого периода.

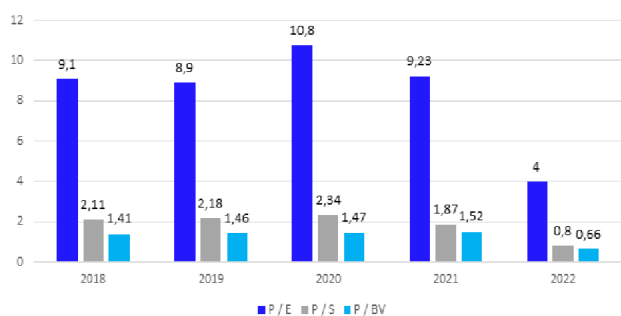


Рис. 8 — Динамика мультипликаторов ПАО «Юнипро»

В 2022 году наблюдается снижение всех показателей. В первую очередь это обусловлено снижением стоимости акций на фоне геополитических новостей и новостей о возможной продаже компании и переходе на российскую юрисдикцию. В это время цены акций были рекордно низкими за весь период торговли ценными бумагами Юнипро на фондовом рынке.

По результатам 2022 года можно сказать, что окупаемость акций ПАО «Юнипро» составляет 4 года, а за 1 рубль выручки инвестор будет платить 0,8 руб.

С 2018 по 2021 год мультипликатор P/BV, значит капитализация компании больше ее собственного капитала, и можно сказать, что за акции такой компании инвесторы доплачивают

В 2022 году P/BV < 1 (но > 0), это значит, что капитализация компании меньше ее собственного капитала и можно сказать, что акционеры покупают акции со скидкой.

Фундаментально компания находится в хорошей форме, деньги копятся на балансе, хотя пока и не распределяются. Чистая прибыль за 2022 г. была рекордной.

По итогам проведенного анализа можно сказать, что финансовое состояние ПАО «Юнипро» на 31.12.2022 лучше финансового состояния половины всех крупных предприятий, так же занимающихся производством электроэнергии тепловыми электростанциями, в том числе деятельность по обеспечению работоспособности электростанций.

Положение о дивидендной политике публичного акционерного общества «Юнипро», утвержденное решением Совета директоров ПАО «Юнипро» 01.03.2021, протокол № 299 от 04.03.2021, принято в целях обеспечения прозрачности процесса принятия решения о выплате (объявлении) дивидендов, определения размера дивидендов и порядка их выплаты в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации. В основе дивидендной политики ПАО «Юнипро» лежат соблюдение российского законодательства и поддержание оптимального баланса между интересами акционеров и потребностями развития компании. Это нацелено на то, чтобы компания была более привлекательной для инвесторов и более капиталоемкой.

Положение разработано в соответствии с требованиями действующего законодательства Российской Федерации, Устава Общества и с учетом рекомендаций Кодекса корпоративного управления, одобренного Советом директоров Банка России 21 марта 2014 года, а также лучших российских и международных практик в области корпоративного права.

Общество стремится обеспечить выплату дивидендов не реже двух раз в год. Общее собрание акционеров вправе принять решение о выплате дивидендов по результатам первого квартала, полугодия, девяти месяцев отчетного года и отчетного года в целом.

Решение о выплате дивидендов по результатам первого квартала, полугодия, девяти месяцев отчетного года принимается Общим собранием акционеров Общества в течение трех месяцев после окончания соответствующего периода. Решение о выплате дивидендов по результатам отчетного года принимается годовым Общим собранием акционеров, которое проводится не ранее чем через два месяца, но не позднее чем через шесть месяцев после окончания отчетного года.

Дивиденды выплачиваются деньгами или иным имуществом в соответствии с решением Общего собрания акционеров Общества. Выплата дивидендов в денежной форме осуществляется в безналичном порядке Обществом или по его поручению Регистратором, осуществляющим ведение реестра акционеров Общества, либо кредитной организацией в порядке и сроки, установленные действующим законодательством Российской Федерации.

Если владельцы акций не получат или не получат объявленные дивиденды (невостребованные дивиденды), общество осуществляет выплату таких дивидендов в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

Акции Юнипро котируются на Московской бирже и входят в базу для расчета таких индексов как Индекс Мосбржи и TR Russia 50.

На рис. 9 представлен график дивидендов ПАО «Юнипро». Он отображает визуально размер и доходность каждой выплаты дивидендов, которая уже была у компании. Сводная таблица со значениями размера дивидендов и доходностей, на основе которой построен график представлена в таблице 9.

Таблица 9
История дивидендов ПАО «Юнипро»

Период	Показатели		
	Дивиденд, руб.	Доходность, %	Средняя стоимость акции, тыс. руб.
июль 2014	0,3795	13,36%	2,84
декабрь 2014	0,3002	11,70%	2,565
июнь 2015	0,2776	9,41%	2,95
июнь 2016	0,1973	4,18%	2,749
декабрь 2016	0,1158	3,90%	2,971
июнь 2017	0,111	4,43%	2,507
декабрь 2017	0,111	4,19%	2,65
июнь 2018	0,111	3,82%	2,907
декабрь 2018	0,111	4,10%	2,71
июнь 2019	0,111	4,27%	2,6
декабрь 2019	0,111	4,02%	2,764
июнь 2020	0,111	3,96%	2,805
декабрь 2020	0,111	3,84%	2,892
июнь 2021	0,1269	4,34%	2,926
декабрь 2021	0,1903	6,95%	2,74

Основываясь на данных таблицы 9, построим диаграмму, отражающую динамику размера дивидендов и доходности по ним.

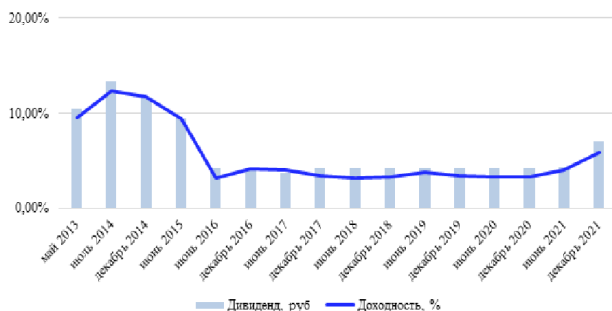


Рис. 9 — График дивидендов

На графике видно, что с 2017 по 2020 год включительно компания придерживалась единого размера дивидендов, равного 0,11 руб. за акцию, при этом доходность от дивидендов за этот период варьировалась от 3,82% до 4,43%.

Однако за 2022 год компания дивиденды не выплатит, а если быть точнее, она перенесла их с лета на конец года. Совет директоров компании рекомендовал на данный момент воздержаться от выплаты дивидендов. В связи с этой новостью стоимость акций в моменте упали на 5,6%. Что подтверждает взаимосвязь влияния дивидендной политики компании на ее инвестиционную привлекательность.

Можно предположить, что менеджмент компании планирует дальнейшее накопление денежных средств на балансе, но на какие цели они пойдут пока не известно. Компания может неопределенный срок держать их в подконтрольных государству банках до объявления новых инвестиционных проектов или принятия иного решения.

На данный момент с будущим компании Юнипро сохраняется неопределенность, на курс ее ценных бумаг могут влиять разные факторы – в том числе вероятность выплаты дивидендов.

Далее предлагаем рассмотреть динамику размера дивидендных выплат по годам и коэффициента дивидендных выплат и для наглядности представим ее в виде графика на рис. 11.

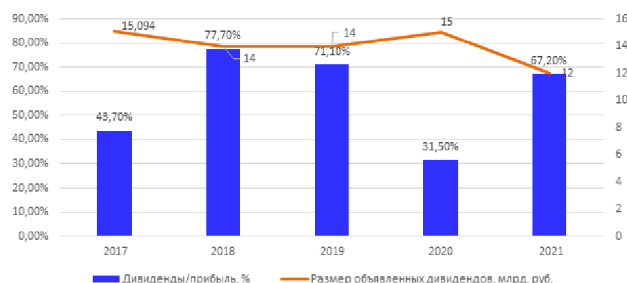


Рис. 10 — Размер дивидендных выплат по годам и коэффициент дивидендных выплат

Анализируя рисунок, отметим, что уровень дивидендных выплат за 2017-2021 года составляет не менее 30% от чистой прибыли компании.

По графику видно, не смотря на снижение чистой прибыли в кризисные года, дивидендные выплаты не снижались, а даже начали расти.

С помощью рис. 11 рассмотрим тесноту связи дивидендных выплат за одну акцию и стоимости ценных бумаг.

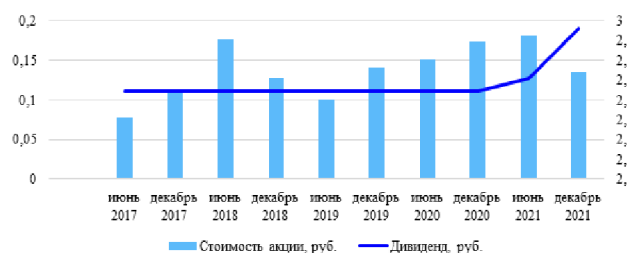


Рис. 11 — Теснота связи между дивидендными выплатами и стоимостью акций ПАО «Юнипро» с 2017 по 2021 год

На составленном графике видно, что с 2017 по 2021 год выплаты по дивидендам не менялись и составляли 0,111 руб. на одну акцию. И даже в непростых макроэкономических условиях ПАО «Юнипро» продолжает выплачивать дивиденды. Стабильно и своевременно выплачиваемые дивиденды на предприятии могут свидетельствовать о высоком уровне эффективности вложенных в предприятие средств.

С 2021 года компания придерживается новой дивидендной политики, предусматривающей увеличение уровень дивидендных выплат на 42% и составляет двадцать миллиардов рублей. Для инвесторов данное увеличение дивидендных выплат может быть положительным сигналом и свидетельствовать о высокой инвестиционной привлекательности компания.

В долгосрочной перспективе на стоимость акций может повлиять невозможность модернизации мощностей. Уже сейчас антироссийские санкции усложнили процесс закупки оборудования и технологий.

Некоторые инвесторы высказывают опасения, что с уходом немецкой головной компании качество управления может снизиться.

Драйверами роста в данной ситуации могут служить: возобновление выплаты дивидендов, благоприятная ценовая конъюнктура, восстановление контроля Uniper над активом, возобновление публикации промежуточной отчетности по МСФО.

В качестве рисков можно указать: снижение стандартов в области корпоративного управления; запуск инвестиционных проектов с низкой внутренней нормой доходности.

Позитивно на стоимость ценных бумаг повлияет:

- стабильная работа станций предприятия;
- дальнейший рост энергопотребления в России;
- рост товарооборота со странами Востока;
- потребность промышленности в новых мощностях.

Однако существуют и поводы для лишней осторожности. В декабре 2022 года отмечен резкий рост тарифов на электроэнергию. Электротранспорт, который мог бы подстегнуть рост потребления энергии, проблематично ввезти из-за санкций.

Можно сказать, что на данный момент уровень инвестиционной привлекательности ПАО «Юнипро» находится на среднем уровне, из-за неопределенности акционеров по поводу финансового будущего компании, перспективы дальнейшей выплаты дивидендов и как отразится на ней передача 83,73% акций во временное управление Росимуществу.

Заключение. Понятие «дивидендная политика» подразумевает особую политику публичного акционерного общества, содержащую определенный свод правил и предназначенную для распределения сумм дивидендов между собственниками акций конкретной компании. В ней должно указываться: общая сумма дивидендных выплат, форма выплаты дивидендов, вид отчетности, по которой рассчитываются дивидендные выплаты, внутренние ограничения на выплату дивидендов и т.д.

Современные подходы к формированию дивидендной политики компании рекомендуют придерживаться принципа открытости информации обо всех перечисленных выше аспектах. Для инвесторов важно иметь достаточно информации обо всех тонкостях условий выплаты дивидендов и порядка их выплаты. Имея ясное представление о принципах дивидендной политики конкретного публичного общества, акционеры могут принимать взвешенные инвестиционные решения.

Положение о дивидендной политике акционерного общества должно быть сформировано таким образом, чтобы, учитывая интересы всех сторон, максимизировать эффективность деятельности корпорации, обеспечив при этом максимизацию доходов для собственников бизнеса и создавая прочную финансовую основу для долгосрочного роста и развития бизнеса.

Дивидендная политика компаний является атрибутом ее успешной финансово-хозяйственной дея-

тельности, а также показателем устойчивости системы корпоративного управления. Показателем эффективности дивидендной политики является не только полученный размер на единицу акции, но и по гибкость и прозрачности процедуры расчета дивидендов при соблюдении баланса интересов компании и ее акционеров.

Инвестиции в компанию занимают далеко не последнее место в ее деятельности на пути ее развития. Привлечение новых средств позволяет компаниям более эффективно осуществлять свою деятельность, оптимизируя производство, использовать инновации, разрабатывать новые проекты и т.д.

Компании, имеющие ресурсы для развития и роста имеют значительное конкурентное преимущество, а также обладают более высокой инвестиционной привлекательностью для акционеров на фондовом рынке.

Помимо хороших финансовых показателей и имеющихся перспектив роста компании на ее инвестиционную привлекательность влияет грамотно составленная и подробно описанная дивидендная политика.

В процессе написания выпускной квалификационной работы на основе предприятия ПАО «Юнипро» изучены теоретические аспекты инвестиционной привлекательности и факторов, влияющих на нее, в том числе определенная в обществе дивидендная политика.

Проведенный нами анализ показал, что существует несколько теорий, согласно которым происходит определение размера дивидендов: теория независимости дивидендов; теория предпочтительности дивидендов; теория минимизации дивидендов; теория минимизации дивидендов; сигнальная теория дивидендов; теория соответствия дивидендной политики составу акционеров. Все перечисленные теории можно объединить в три общие методологии: консервативная, умеренная и агрессивная. Консервативный тип характеризуется фиксированными дивидендными выплатами и остаточным принципом выплаты дивидендов. При умеренном типе у акционеров имеются дополнительные дивиденды, помимо гарантированного минимального размера дивидендов. Агрессивный — стабильный уровень дивидендов и постоянное увеличение величины размера дивидендов.

Литература

1. Андреева Е.Д. Существующие подходы к оценке и измерению инвестиционной привлекательности организации — 2023 — [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschestvuyushchie-podhody-k-otsenke-i-izmereniyu-investitsionnoy-privlekatelnosti-organizatsii> (дата обращения: 14.01.2024)
2. Васильцова А.М., «Сравнительный анализ интерпретаций и методов оценки инвестиционной привлекательности», Электронный научно-практический журнал «Экономика и управление инновацион-

ными технологиями». — [Электронный ресурс] – Режим

доступа: <http://ekonomika.snauka.ru/2015/08/2935> (дата обращения: 17.01.2024)

3. Власенкова Е. А. Дивидендная политика организации в современных условиях и определяющие ее факторы / Современные тенденции развития науки и мирового сообщества в эпоху цифровизации // Издательство: Общество с ограниченной ответственностью "ИРОК— 2022. стр.: 368-374 — [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=49226239> (дата обращения: 17.01.2024)

4. Комарова В.В. Анисимова В.Ю. Современные тенденции формирования дивидендной политики российских компаний / Анализ состояния и перспективы развития экономики России // Издательство: Ивановский государственный энергетический университет им. В.И. Ленина (Иваново) —2022. — стр.: 183-185 — [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=48604507> (дата обращения: 05.01.2024)

5. Неяскина, Е.В. Экономический анализ деятельности организации учеб. пособие / Неяскина Е.В., О.В. Хлыстова. – 5-е изд. 2020. – 360 с. – [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=43959903> (дата обращения: 03.01.2024)

6. Сутурина, В. А. Влияние дивидендной политики на инвестиционную привлекательность компании / В. А. Сутурина. — Текст : непосредственный // Вопросы экономики и управления. — 2019. — № 4 (20). — С. 32-35. Сутурина, В. А. Влияние дивидендной политики на инвестиционную привлекательность компании / В. А. Сутурина. — Текст : непосредственный // Вопросы экономики и управления. — 2019. — № 4 (20). — С. 32-35. — [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://moluch.ru/th/5/archive/132/4279/> (дата обращения: 13.01.2024)

7. Тоноян Р.Г. Гусев А.А. Дивидендная политика компаний. Внешние и внутренние факторы, влияющие на выбор дивидендной политики / Электронный научный журнал «Вектор экономики» УДК 336.767 DOI 10.51691/2500-3666_2022_3_9 — 2022. — [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.vectoreconomy.ru/images/publications/2022/3/financeandcredit/Tonoyan_Gusev.pdf (дата обращения: 11.01.2024)

8. The Risk Management System as an Enhancement Factor for Investment Attractiveness of Russian Enterprises // MDPI – 2022 – 10(9), 179; <https://doi.org/10.3390/risks10090179>

9. Дивиденды и даты закрытия реестра // Инвестиционный портал «Investing.com» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.investing.com/> (дата обращения: 01.02.2024)

10. Официальный сайт Московской биржи [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.moex.com/ru> (дата обращения: 26.01.2024)

Improving the dividend policy of the enterprise in order to increase its investment attractiveness

Konovalova M.E., Zhironkin S.A., Abdoulganiev F.S., Soloviev A.A.
Samara State University of Economics, Kuzbass State Technical University named after T.F. Gorbachev, Kazan (Volga Region) Federal University
JEL classification: G20, G24, G28, H25, H30, H60, H72, H81, K22, K34

In the modern conditions of strict funding of enterprises and organizations, the issues of attracting investment resources seem extremely important, requiring not only practical implementation, but also scientific understanding. Traditionally, the investment attractiveness of corporations depends on many endogenous and exogenous factors and conditions. Implementation of an effective dividend policy is a necessary condition for the growth of investment attractiveness of enterprises, which determines the expansion of their capabilities to attract additional financial sources in the long term. The purpose of the article is to analyze the dividend policy of an enterprise in the electric power industry, identify its features and develop practical recommendations for improving the key instruments of the dividend payment mechanism. The study focuses on assessing the investment attractiveness of PJSC Unipol through an analysis of the main financial indicators of the enterprise, and draws conclusions about the company's development prospects. Taking into account the methods of fundamental analysis of companies that have placed their financial instruments on the stock market, an assessment of the investment attractiveness of the selected enterprise is given, the effectiveness of the dividend policy is assessed, and measures for its qualitative improvement are proposed.

Keywords: investment attractiveness, dividends, dividend policy, financial stability, profit, profitability.

References

1. Andreeva E.D. Existing approaches to assessing and measuring the investment attractiveness of an organization - 2023 - [Electronic resource] - Access mode: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschestvuyuschie-podhody-k-otsenke-i-izmereniyu-investitsionnoy-privlekatelnosti-organizatsii> (date of access: 01/14/2024)
2. Vasil'tsova A.M., "Comparative analysis of interpretations and methods for assessing investment attractiveness", Electronic scientific and practical journal "Economics and Management of Innovative Technologies". — [Electronic resource] — Access mode: <http://ekonomika.snauka.ru/2015/08/2935> (date of access: 17.01.2024)
3. Vlasenkova E. A. Dividend policy of the organization in modern conditions and the factors determining it / Modern trends in the development of science and the world community in the era of digitalization // Publisher: Limited Liability Company "IROK-2022. pp.: 368-374 — [Electronic resource] — Access mode: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=49226239> (date of access: 17.01.2024)
4. Komarova V.V. Anisimova V.Yu. Modern trends in the formation of the dividend policy of Russian companies / Analysis of the state and prospects for the development of the Russian economy // Publisher: Ivanovo State Power Engineering University named after V.I. Lenin (Ivanovo) —2022. — pp.: 183-185 — [Electronic resource] — Access mode: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=48604507> (date accessed: 01/05/2024)
5. Neyaskina, E.V. Economic analysis of the organization's activities textbook / Neyaskina E.V., O.V. Khlystova. - 5th ed. 2020. - 360 p. - [Electronic resource]: Access mode: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=43959903> (date accessed: 01/03/2024)
6. Suturina, V. A. The influence of dividend policy on the investment attractiveness of a company / V. A. Suturina. - Text: direct // Issues of Economics and Management. — 2019. — No. 4 (20). — P. 32-35. Suturina, V. A. The Impact of Dividend Policy on the Investment Attractiveness of a Company / V. A. Suturina. — Text: direct // Questions of Economics and Management. — 2019. — No. 4 (20). — P. 32-35. — [Electronic resource] — Access mode: <https://moluch.ru/th/5/archive/132/4279/> (date accessed: 13.01.2024)
7. Tonoyan R.G. Gusev A.A. Dividend Policy of Companies. External and Internal Factors Affecting the Choice of Dividend Policy / Electronic Scientific Journal "Vector of Economics" UDC 336.767 DOI 10.51691/2500-3666_2022_3_9 — 2022. — [Electronic resource] — Access mode: http://www.vectoreconomy.ru/images/publications/2022/3/financeandcredit/Tonoyan_Gusev.pdf (accessed: 11.01.2024)
8. The Risk Management System as an Enhancement Factor for Investment Attractiveness of Russian Enterprises // MDPI – 2022 – 10(9), 179; <https://doi.org/10.3390/risks10090179>
9. Dividends and register closing dates // Investment portal "Investing.com" [Electronic resource]. – Access mode: <https://ru.investing.com/> (date of access: 01.02.2024)
10. Official website of the Moscow Exchange [Electronic resource]. - Access mode: <https://www.moex.com/ru> (date of access: 26.01.2024)

Особенности формирования инвестиционных портфелей российских паевых инвестиционных фондов

Коновалова Мария Евгеньевна

доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой экономической теории, ФГАОУ ВО Самарский государственный экономический университет, mkonoval@mail.ru

Гайзатуллин Рамиль Ринатович

генеральный директор, ООО УК «АК БАРС КАПИТАЛ», ramil.gayzatullin@tatar.ru

Князева Елена Геннадьевна

доктор экономических наук, профессор, проректор по дополнительному образованию и профориентационной работе Уральского государственного экономического университета, keg55@list.ru

Клименко Михаил Николаевич

кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов, денежного обращения и кредита, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, 11111klim@rambler.ru

В условиях повышенного интереса к финансовым инвестициям в России, особенно из-за разнообразия финансовых инструментов и активной работы финансовых организаций, население становится все более заинтересованным в различных стратегиях инвестирования. Вместе с тем, Центральный банк принимает меры для защиты клиентов финансовых рынков и стимулирует их превращение в долгосрочных инвесторов. Однако многим клиентам не хватает необходимых знаний и навыков для реализации высококорисковых инвестиционных стратегий.

На сегодняшний момент была использована возможность совершенствовать систему инвестирования в паевые инвестиционные фонды путем создания индивидуальных инвестиционных счетов, однако, возникают трудности с плановым развитием рынка в России из-за введенных санкций от западных стран и ограничившие условия функционирования ПИФов.

В связи с чем возникли проблемы у управляющих компаний ПИФов, связанные с блокированием активов и расчетным депозитарием, в последствии чего управляющим компаниям было невозможно успешно управлять портфелями многих фондов.

Помимо этого, стоит отметить важное значение паевых инвестиционных фондов в период чрезвычайных ситуаций, оказывающих влияние на национальные интересы страны и экономическую безопасность, которые выступают финансовыми инструментами. Среди которых наиболее популярными на сегодняшний момент в период санкций и политической ситуации в мировом пространстве являются биржевые ПИФы, которые являются долгосрочными пассивными финансовыми инструментами инвестирования. Что обусловлено рядом преимуществ по сравнению с активным инвестированием, что проявляется в наиболее низкой комиссии и отсутствием временных затрат.

Ключевые слова: институты коллективного инвестирования, паевые инвестиционные фонды, инвестиционный портфель, оптимизация, доходность, риск, волатильность, курсовая стоимость ценной бумаги.

Введение. Некоторые из главных тем исследований в научной литературе по ПИФам включают анализ новых трендов и возможностей на рынке, оценку и контроль рисков, а также разработку стратегий для достижения стабильного и устойчивого роста инвестиций. Научная литература богата исследованиями, посвященными практике функционирования ПИФов, особенно в контексте новых геополитических условий, вызванных локдауном и санкциями. Эти исследования помогают управляющим компаниям адаптироваться к изменяющейся среде и достичь успешного развития коллективных инвестиций. Такие авторы как А.Е. Абрамов [9], Ф.Г. Алиева [10], С.А. Андрушин [11], Н.И. Берзон [13], Д.И. Быстрова [15], В.А. Галанов [19], С.Ш. Гасанова [20] и др. достаточно глубоко исследовали проблему функционирования паевых инвестиционных фондов как ключевого института системы коллективного инвестирования, однако, до конца не изученными остались вопросы формирования оптимального инвестиционного портфеля, позволяющего клиентам ПИФов получать гарантированный доход. Таким образом заявленная тематика исследования представляется актуальной и своевременной.

Цель исследования заключается в развитии теоретических и методологических положений теории коллективного инвестирования, в частности, выявлении особенности формирования инвестиционного портфеля российских паевых инвестиционных фондов, а также разработка практических рекомендаций по совершенствованию механизма управления ПИФами.

Материал и методы исследования. В процессе исследования применялись общенаучные методы познания, среди локальных методов можно отметить аналогию, синтез, дедукцию, индукцию, метод экспертных оценок. Использование данных методологических инструментов позволило авторам проанализировать современный рынок коллективного инвестирования и показать значение данного процесса в целях формирования пассивного дохода клиентов паевых инвестиционных фондов. Применение метода экспертных оценок выявило наиболее предпочтительные компании, покупка ценных бумаг которых способствует росту доходности портфеля при умеренном риске.

Результаты исследования и их обсуждение. Активное развитие рынка коллективных инвестиций обусловлены следующими факторами:

Низкий уровень финансовой грамотности населения является одной из причин, почему люди предпочитают пассивные варианты вложений, такие как

паевые фонды. Отсутствие знаний и опыта в области финансов может делать активное управление инвестициями сложным и рискованным процессом для инвесторов. В таких случаях, пассивные инвестиции становятся более привлекательными, поскольку они не требуют от инвестора активной работы или принятия решений.

Однако, существует также риск обмана со стороны некоторых управляющих компаний, особенно в связи с их связями с банками. Банки могут предлагать вложения в паевые фонды, которые могут не соответствовать потребностям и целям инвесторов, или применять обманные приемы для привлечения клиентов. Это может привести к потере средств и доверия со стороны инвесторов.

Для защиты интересов инвесторов необходимо повышение финансовой грамотности населения и строгий контроль со стороны регуляторов и надзорных органов.

Мисселлинг - это некорректные практики, когда профессионалы финансовых рынков продают одни финансовые продукты, выдающие их за другие. Сложная и непрозрачная система формирования инвестиционного портфеля и отчетности фондов вызывает недоверие розничных инвесторов к коллективным инвестициям [2]. Многие исследователи приходят к таким же выводам.

В.В. Литвин отмечает, что отсутствие информации о деятельности паевых фондов и их непрозрачность приводят к уменьшению числа потенциальных инвесторов и затрудняют конкуренцию между фондами.

Значительное увеличение притока средств в паевые инвестиционные фонды (ПИФы) произошло во втором квартале 2023 года. Почти половина этого прироста относится к индивидуальным паевым инвестиционным фондам (ИПИФы), которые достигли рекордных значений выдачи паев. Однако увеличение чистого притока средств наблюдается во всех сегментах рынка, и земельно-паевые инвестиционные фонды (ЗПИФы) по-прежнему являются основным источником капитала для инвестиционных фондов.

Количество инвесторов в ПИФы за квартал выросло почти на 500 тысяч человек, преимущественно благодаря розничным инвесторам, то есть пайщикам брокерских паевых инвестиционных фондов (БПИФы). Однако количество граждан-пайщиков ЗПИФов уменьшилось впервые за последние девять кварталов из-за закрытия фонда для розничных инвесторов. В то же время количество индивидуальных ЗПИФов для состоятельных клиентов увеличилось.

Во втором квартале 2023 года наблюдался рост чистого притока средств в розничные паевые инвестиционные фонды (ПИФы), что составляет 242,2 млрд.руб. и по сравнению с первым кварталом 2023 года показатели общего притока выше, в особенности это наблюдается в индивидуальных паевых инвестиционных фондах для квалифицированных инвесторов.

Рост численности биржевых паевых инвестиционных фондов на 4,3% произошел за счет роста численности пайщиков паевых инвестиционных фондов.

Однако число физических лиц-пайщиков в сегменте зарегистрированных паевых инвестиционных фондов (ЗПИФов) сократилось.

Несмотря на некоторые колебания, в целом рынок паевых инвестиционных фондов показывает стабильный рост и привлекает интерес инвесторов. Это связано с ростом располагаемых доходов и положительной доходностью фондов в контексте восстановления российского фондового рынка. Однако повышение ставок по банковским вкладам может привести к снижению числа пайщиков в будущем (рис.1).

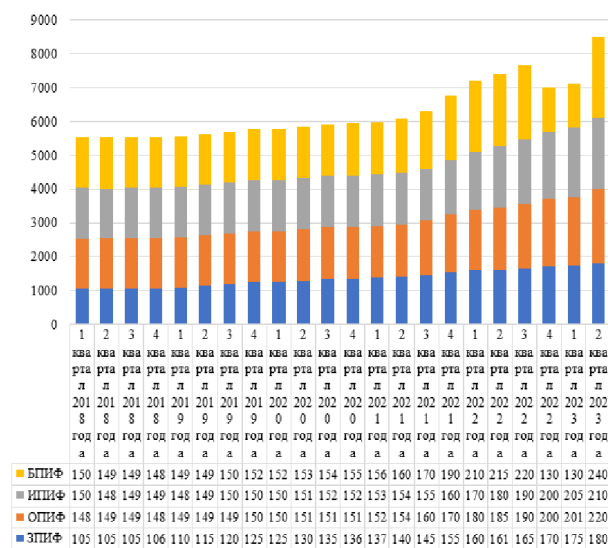


Рисунок 1 – Количество зарегистрированных ПИФ по типам за 2018-2023 гг., ед.

источник: составлено автором по: Алиева Ф.Г., Приходько Д.А. Паевые инвестиционные фонды в России: особенности функционирования и проблемы // В центре экономики. – 2021. – № 4. – с. 22–28.

Паевые инвестиционные фонды стали более привлекательными для розничных клиентов, так как предлагают высокую доходность на фоне восстановления российского фондового рынка. Кроме того, расширение линейки фондов, включая опифы с выплатой доходов, создало альтернативу банковским вкладам и привлекло дополнительные средства розничных клиентов.

Управляющие компании получили значительную часть своей выручки от управления паевыми инвестиционными фондами, что говорит о растущей популярности этого сегмента и эффективности такой модели бизнеса. Зарегистрированные паевые инвестиционные фонды и открытые паевые инвестиционные фонды составили основную часть доходов.

За 2023 года было выявлено, что 61% от общей выручки от основной деятельности у управляющих компаний приходилось на управление паевыми инвестиционными фондами, что практически составило их основной доход. Большая часть этих доходов, а именно половина, была заработана с использованием зарегистрированных инвестиционных

фондов, которые известны под названием ЗПИФ. Приблизительно треть, то есть 33%, поступила из открытых инвестиционных фондов, которые известны как ОПИФ [3].

Эти данные свидетельствуют о том, что розничные клиенты все больше прибегают к инвестированию в паевые инвестиционные фонды, чтобы получить высокую доходность и диверсифицировать свои инвестиции. Ключевым выводом из представленных данных является необходимость управляющим компаниям продолжить развитие и расширение своей линейки фондов (рис.2).

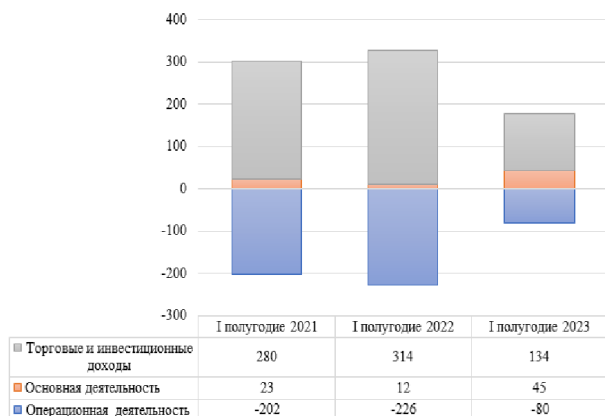


Рисунок 2. – Структура прибыли (до налогообложения) управляющих компаний, в за I полугодие 2021-2023 года, в %
 Источник: составлено автором по: Абрамов, А. Е., Радыгин, А. Д., Чернова, М. И. Эффективность управления портфелями паевых инвестиционных фондов акций и ее оценка // Экономическая политика. 2019. №4. С. 8–47.

В первом полугодии 2023 года доля доходов от паевых инвестиционных фондов (ПИФ) сократилась, в то время как доходы от других источников, таких как индивидуальное доверительное управление и управление пенсионными средствами, увеличились. Это объясняется ростом объемов рынка и изменением в спросе на финансовые активы населения.

Однако повышение ключевой ставки Банка России в третьем квартале 2023 года может негативно сказаться на притоке средств в розничные ПИФы, так как это приведет к увеличению ставок по банковским вкладам. Чтобы смягчить эту ситуацию, управляющим компаниям следует предложить фонды с стабильной доходностью, которые имеют определенные преимущества по сравнению с банковскими вкладами и могут предложить потенциально более высокую доходность [4].

Развитие рынка паевых инвестиционных фондов началось в 2020 году в результате притока розничных инвесторов. Фонды облигаций стали основным объектом интереса инвесторов, так как они представляют низкий уровень риска и приемлемую доходность. Расширение опыта инвестирования на финансовых рынках, активная работа банков по продажам услуг управляющих компаний и рост удаленных продаж финансовых инструментов также способствовали привлечению инвесторов в паевые инвестиционные фонды.

В 2021 году наблюдался значительный рост притока средств в ПИФы, связанный с увеличением числа физических и юридических лиц-инвесторов. Несмотря на рост ставок по депозитам, приток средств сохранялся. Это может свидетельствовать о структурных изменениях в спросе на финансовые активы населения. Закрытые ПИФы и розничные открытые ПИФы стали главными источниками притока средств (рис.3).

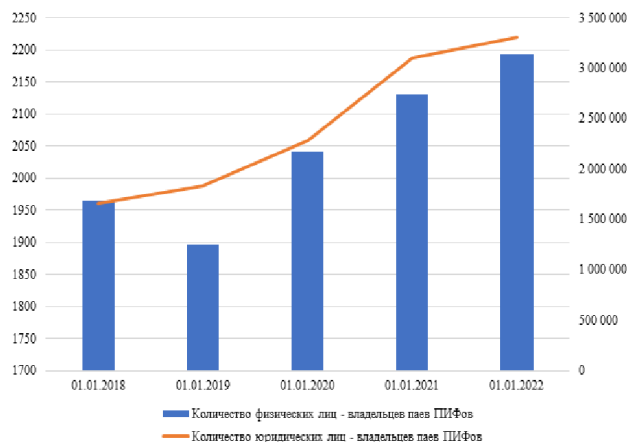


Рисунок 3 - Динамика численности физических и юридических лиц – владельцев ПИФов
 Источник: составлено автором по: Абрамов, А. Е., Радыгин, А. Д., Чернова, М. И. Эффективность управления портфелями паевых инвестиционных фондов акций и ее оценка // Экономическая политика. 2019. №4. С. 8–47.

В 2021 году наблюдался значительный рост притока средств в паевые инвестиционные фонды, который был связан с ростом числа физических и юридических лиц-инвесторов. Несмотря на рост ставок по депозитам, приток средств в фонды сохранялся, что говорит о структурных изменениях в спросе на финансовые активы населения. Закрытые ПИФы и розничные открытые ПИФы стали основными источниками привлечения средств.

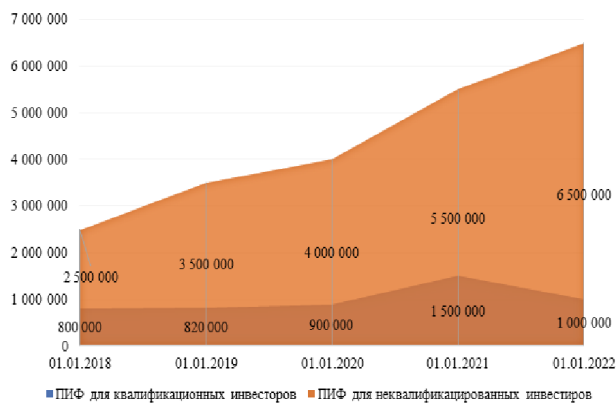


Рисунок 4 - Динамика стоимости чистых активов ПИФов в разрезе категорий ПИФов
 Источник: составлено автором по: Абрамов, А. Е., Радыгин, А. Д., Чернова, М. И. Эффективность управления портфелями паевых инвестиционных фондов акций и ее оценка // Экономическая политика. 2019. №4. С. 8–47.

В 2022 году стоимость активов паевых инвестиционных фондов значительно выросла, особенно в

сегменте закрытых ПИФов. Закрытые ПИФы, предлагающие вложения в недвижимость и снижающие порог входа, стали привлекательными для инвесторов. Также стоит отметить, что информация по 2022 году не полностью сравнима с предыдущими периодами из-за заморозки иностранных активов управляющих компаний, о чем свидетельствуют данные на рисунке 4.

В условиях быстрого развития цифровых технологий и возрастающей роли онлайн-сервисов, становится очевидным, что рынок инвестиций и финансовых услуг продолжает привлекать внимание всё большего числа инвесторов, особенно физических лиц. Пандемия COVID-19 значительно изменила модели поведения потребителей и поставщиков услуг, способствуя увеличению спроса на дистанционное обслуживание [5]. Большое количество людей обратило внимание на возможность получения пассивного дохода, не выходя из дома. Именно этот фактор стал одним из главных движущих сил роста графика чистых активов на рассматриваемом периоде.

Развитие системы быстрых платежей и маркетплейсов также сыграли ключевую роль в цифровизации рынка инвестиций. С направлением развития в этом ключевом направлении, инвесторам стало легче и удобнее осуществлять операции с финансовыми инструментами и получать доступ к различным инвестиционным возможностям. Конкуренция между финансовыми учреждениями активно стимулировала снижение ставок по депозитам, что, в свою очередь, привело к увеличению числа клиентов, выбирающих альтернативные инвестиционные инструменты, такие как паевые инвестиционные фонды (ПИФы).

Интересно отметить, что рост количества клиентов, пользующихся брокерским обслуживанием, и клиентов в доверительном управлении, указывает на то, что как опытные, так и неопытные инвесторы активно принимают участие в инвестиционном процессе. Это может быть связано с повышенным интересом к возможности диверсификации инвестиционного портфеля, защите активов от инфляции или просто желанием получить дополнительный доход [6].

Однако, несмотря на стремительный рост рынка ПИФов и растущее число инвесторов, стоит помнить, что вложения в такие финансовые инструменты не лишены рисков.

Таким образом, рынок паевых инвестиционных фондов продолжает свой рост и привлекает все больше физических лиц. Однако влияние факторов, таких как доходность фондов, опыт инвестирования и доступность альтернативных вложений, может существенно варьироваться и оказывать влияние на динамику притока и оттока средств в ПИФы. Инвесторам важно иметь информированность, образование и возможность проводить свою собственную исследовательскую работу перед принятием решений в инвестиционной сфере.

Использование индексных стратегий является значительной тенденцией в сфере частного инвестирования на российском фондовом рынке. Это

пассивный способ инвестирования, который позволяет инвестору не принимать активное участие в управлении инвестициями [7].

Биржевые паевые инвестиционные фонды являются основным средством для индексного инвестирования на российском рынке, так как они предлагают высокий уровень диверсификации и доходности, соответствующей конкретному индексу.

Фонды смешанных активов, предлагаемые управляющей компанией «Тинькофф Капитал», с базированием на индексах, разработанных компанией, привлекают внимание инвесторов. Они предлагают инвестировать в «вечные портфели», основанные на идее Гарри Брауна.

Стратегия «вечных портфелей» основана на идее создания диверсифицированного портфеля, который будет способен генерировать доходность в разных рыночных условиях. Эта стратегия предполагает распределение инвестиций между четырьмя основными классами активов: акциями, длинными облигациями, краткосрочными облигациями и золотом.

Акции включены в портфель для достижения роста капитала. Хотя акции могут быть волатильными и подвержены колебаниям рынка, в долгосрочной перспективе они, как правило, имеют потенциал для прибыльного роста.

Длинные облигации используются для защиты от инфляции и предоставления стабильного дохода [8]. Длинные облигации обычно имеют более высокий доход по сравнению с краткосрочными облигациями, но при этом сопряжены с большим риском изменения процентных ставок.

Краткосрочные облигации предназначены для обеспечения ликвидности и стабильности дохода. Они обычно имеют более низкую доходность по сравнению с длинными облигациями, но также характеризуются более низким уровнем риска.

Золото выступает в роли «страховки» от инфляции и геополитической нестабильности. Золото часто рассматривается как «безрисковый» актив и может быть использовано для снижения риска портфеля в периоды неопределенности.

Управление портфелем основывается на периодическом ребалансировании активов в соответствии с заранее заданными целевыми процентными соотношениями. Например, если акции значительно выросли в цене, они могут быть проданы и прибыль можно инвестировать в другие активы, чтобы вернуть портфель к желаемому распределению.

Стратегия «вечных портфелей» не является гарантией прибыльности и подвержена рыночным рискам. Однако она может предоставить инвестору хорошую долгосрочную доходность благодаря диверсификации и распределению инвестиций между различными классами активов.

Рисунок 5 демонстрирует доходность «вечных портфелей» за период с 2020 по 2022 годы.

Сравнительный анализ показателей «вечных портфелей» Тинькофф за период 2020 – 2022 годов позволил обозначить снижение показателей по всем стратегиям вечных портфелей в 2022 году по срав-

нению с 2020 годом, где показатели имели положительные значения, с 2021 годом, где несмотря на то, что показатели были снижены, но имели положительное значение.

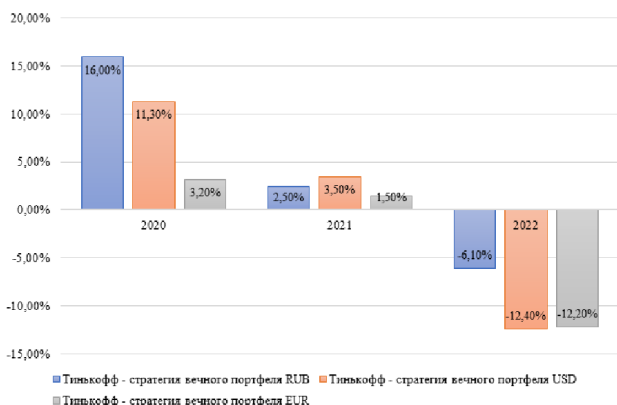


Рисунок 5 – Доходность «Вечных портфелей» Тинькофф за период 2020-2022 гг., в %

Источник: составлено автором по: Тинькофф Инвестиции. – URL: <https://www.tinkoff.ru/invest/>

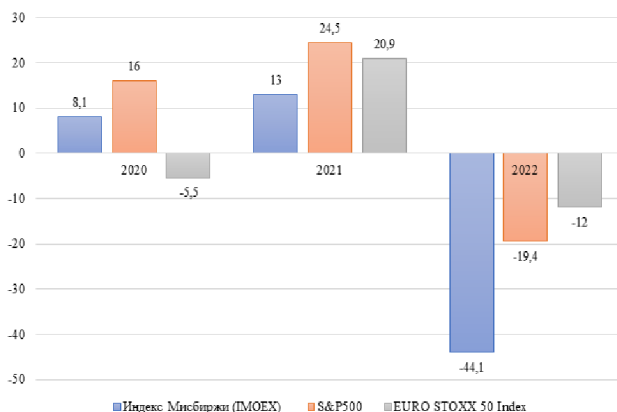


Рисунок 6 – Доходность рыночных индексов за 2020-2022 гг., в %

Источник: составлено автором по: Тинькофф Инвестиции. – URL: <https://www.tinkoff.ru/invest/>

Снижение показателей доходности «вечных портфелей» и рыночных индексов обусловлены с сокращением стоимости активов из-за геополитической остановки на фондовом рынке в России [9]. Фонды всё же демонстрировали более высокую доходность по сравнению с рыночными индексами, и это обусловлено их способностью устоять перед колебаниями рынка.

Тинькофф предлагает эффективные стратегии индексного инвестирования с оптимальным соотношением риск-доходность. Облигационные стратегии рассматриваются как наилучший выбор для неквалифицированных инвесторов, так как они обладают высокой надежностью и достаточной ликвидностью [10]. Они также предпочтительны для спекулянтов и активных инвесторов, которые предпочитают портфельную доходность.

Российские биржевые паевые инвестиционные фонды активно развиваются, но имеют недостатки, которые требуют комплексных решений для создания надежного и доходного инструмента коллектив-

ного инвестирования. Облигационные биржевые паевые инвестиционные фонды, благодаря своей низкой рискованности и достаточной доходности, являются предпочтительным выбором инвесторов, которым нужно безопасно разместить свой капитал. Они также привлекательны для инвесторов без достаточной квалификации, которые ищут доходности выше, чем у банковских вкладов.

Заключение

Проанализировав индексные стратегии облигационных паевых инвестиционных фондов (БПИФов), созданных в период с 2018 по 2020 годы на ПАО «Московская биржа» был сделан вывод, что не все фонды были включены в анализ, так как некоторые из них, состоящие из иностранных активов, не вернулись к торгам.

Рост рынка инвестиционных фондов в значительной степени был обусловлен рядом позитивных факторов: во-первых, снижение процентных ставок по вкладам в 2020 году по сравнению с предыдущими годами способствовало поиску инвесторами более доходных источников для размещения своих средств. Например, в августе 2020 года процентная ставка составляла 3,2%, а в декабре этого же года она выросла до 3,4% годовых. Это свидетельствует о смягчении денежно-кредитной политики РФ; во-вторых, правительство принимало меры поддержки стабилизации экономики в условиях пандемии Covid-19. Это также способствовало росту вложений в инвестиционные фонды; в-третьих, период самоизоляции и развитие цифровых технологий сильно повлияли на развитие дистанционных продаж и вложений в ПИФы. Инвесторы предпочитали проводить операции с финансовыми инструментами удаленно, что способствовало росту рынка инвестиционных фондов.

Паевые инвестиционные фонды предоставляют возможность инвестировать на фондовом рынке с минимальными инвестициями и при этом накапливать и сохранять капитал с прибылью. Они предлагают широкий выбор инвестиционных направлений для различных категорий инвесторов. Таким образом, паевые инвестиционные фонды выполняют важную экономическую функцию, позволяя населению размещать и увеличивать свои сбережения с помощью профессиональных управляющих.

Основными преимуществами паевых инвестиционных фондов являются: управление средствами, которое осуществляют профессионалы. Многие инвесторы не обладают достаточными знаниями и навыками, поэтому они передают управление своими капиталами профессионалам, которые на основе опыта принимают решения. Диверсификация портфеля. Вложение денег в паевые фонды позволяет инвесторам разнообразить свои средства, вкладывая их в различные финансовые инструменты. Большое портфолио снижает риск потери инвестиций. Снижение стоимости транзакций. Благодаря выполнению множества операций, ПИФы позволяют уменьшить затраты на покупку и продажу активов. Простая структура и доступность для инве-

сторов. Чтобы стать пайщиком, необходимо предоставить паспорт и код. Несмотря на все преимущества, у паевых инвестиционных фондов также есть некоторые недостатки, которые следует учитывать при принятии инвестиционных решений.

Литература

1. Гражданский кодекс Российской Федерации от 26.11.2001 года №146-ФЗ (часть третья) (статьи 1110 - 1224) (с изменениями на 24 июля 2023 года) (редакция, действующая с 4 августа 2023 года) // Собрание законодательства Российской Федерации, N 49, 03.12.2001, ст.4552
2. Федеральным законом от 29.11.2001 № 156-ФЗ «Об инвестиционных фондах» (с изменениями на 19 декабря 2023 года) (редакция, действующая с 1 февраля 2024 года) // Собрание законодательства Российской Федерации, N 49, 03.12.2001, ст.4562
3. Федеральный закон от 21 июля 2005 года № 115-ФЗ «О концессионных соглашениях» (с изменениями на 10 июля 2023 года) (редакция, действующая с 1 января 2024 года) // Собрание законодательства Российской Федерации, N 30 (ч.II), 25.07.2005, ст.3126
4. Федеральный закон от 29 апреля 2008 года № 57-ФЗ «О порядке осуществления иностранных инвестиций в хозяйственные общества, имеющие стратегическое значение для обеспечения обороны и безопасности государства» (с изменениями на 28 апреля 2023 года) // Собрание законодательства Российской Федерации, N 18, 05.05.2008, ст.1940
5. Федеральный закон от 28.11.2011 года №335-ФЗ «Об инвестиционном товариществе» (с изменениями на 2 июля 2021 года) // Собрание законодательства Российской Федерации, N 49 (ч.I), 05.12.2011, ст.7013.
6. Федеральный закон от 2 августа 2019 года № 259-ФЗ «О привлечении инвестиций с использованием инвестиционных платформ и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (с изменениями на 4 августа 2023 года) // Собрание законодательства Российской Федерации, N 31, 05.08.2019, ст.4418.
7. Федеральный закон от 22.04.1996 года №39-ФЗ «О рынке ценных бумаг (с изменениями на 25 декабря 2023 года) (редакция, действующая с 1 февраля 2024 года)» // Собрание законодательства Российской Федерации N 17, 22.04.96, ст.1918.
8. Постановления ФКЦБ РФ от 18.02.2004 № 04-5/ПС «О регулировании деятельности управляющих компаний акционерных инвестиционных фондов и паевых инвестиционных фондов» // Бюллетень нормативных актов федеральных органов исполнительной власти, N 19, 10.05.2004.
9. Абрамов А.Е. Факторное инвестирование в условиях повышенной волатильности финансовых рынков // Экономическое развитие России. 2022. Т. 29. № 2. С. 45-51.
10. Алиева Ф.Г., Приходько Д.А. Паевые инвестиционные фонды в России: особенности функционирования и проблемы // В центре экономики. – 2021. – № 4. – с. 22–28.
11. Андрушин, С. А. Экосистемные банки: формы, риски и методы регулирования / С. А. Андрушин, Р. А. Григорьев // Terra Economicus. 2021. – Т. 19, № 4. С. 51-65.
12. Безсмертная, Е. Р. Модификация трехфакторной модели Фамы-Френча и ее применение для оценки эффективности управления портфелями инвестиционных фондов России / Е. Р. Безсмертная, Е. А. Колганова // Финансы: теория и практика. 2023. Т. 27, № 2. С. 17-27.
13. Берзон Н.И. Оценка инвестиционной привлекательности фондовых рынков стран брикс // Финансы и бизнес. 2021. Т. 17. № 4. С. 18-31.
14. Берзон Н.И. Рынок ценных бумаг // Учебник / Сер. 58 Бакалавр. Академический курс. (5-е изд., пер. и доп) Москва, 2019.
15. Быстрова Д.И. Формирование и управление портфелем ценных бумаг на примере паевых инвестиционных фондов // Технологическое предпринимательство, коммерциализация результатов интеллектуальной деятельности и трансфер технологий. 2021. С. 71—77.
16. Варакин М.Ю. Современные тенденции развития мирового рынка альтернативных инвестиций // Экономика, предпринимательство и право. – 2023. – Том 13. – № 8. – С. 3179–3196.
17. Вильская Е.С. К вопросу о понятии «инвестиционные фонды» в Российской Федерации и законодательстве зарубежных стран / Е.С. Вильская // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. — 2020. — №5. — С. 149–153.
18. Воронцовский А. В. Моделирование влияния миграции фондовой биржи на объемы торгов на конкурирующих рынках / А. В. Воронцовский, Н. А. Бажанова // Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика. - 2023. - Т. 39, № 1. - С. 3-32.
19. Галанов В.А. Тренд на развитие социального инвестирования // Вестник Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. 2022. Т. 19. № 2 (122). С. 5-12
20. Гасанова, С. Ш. Правовое обеспечение деятельности паевых инвестиционных фондов. Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. №5-1(75). С.106–109.
21. Гафурова, Г. Т. Уроки санкций для устойчивого экономического будущего России / Г. Т. Гафурова, И. Н. Бондаренко // Russian Journal of Economics and Law. – 2022. – Т. 16, № 3. – С. 503-524
22. Гусейнова Д.М. Состояние деятельности паевых инвестиционных фондов в Российской Федерации / Д.М. Гусейнова // Современные тенденции в науке, технике и образовании: сб. науч. статей. — Смоленск, 2020. — С. 110–113

Features of the formation of investment portfolios of russian mutual funds
Konovalova M.E., Gaizatullin R. R., Knyazeva E.G., Klemenko M.N.
Samara State University of Economics, AK BARS CAPITAL Management
Company LLC, Ural State University of Economics
JEL classification: G20, G24, G28, H25, H30, H60, H72, H81, K22, K34

The stock market stands at the very heart of the global economic system. It plays a critical role by providing businesses with access to the necessary external finance, especially in an environment where the market economy is expanding and the need for capital is growing. Russian companies are actively looking for opportunities to obtain financing from abroad, relying on global resources in the stock market. An important factor influencing the increase in business value is the activity of the leading enterprises of the

national economy in the domestic and international stock markets as issuers of securities. The main attention in the issue strategy of these companies is focused on the initial share offering, on the success of which the future development of enterprise value management mechanisms largely depends. The relevance of the study is due to the fact that it is important for Russian companies to find an effective tool for attracting financial capital that will positively affect the change the market value of the business. In modern conditions, the study of how IPO affects the productivity of enterprises is becoming critically important, emphasizing the need for in-depth analysis of this topic. The purpose of the article is to analyze and evaluate the process of implementing the initial placement of securities of companies on the stock exchange, as well as to develop practical recommendations for improving the organization of this mechanism in order to obtain the largest amount of funding. The research used formal methods of scientific cognition, analysis, synthesis, induction and deduction, a comparative methodological approach, as well as statistical and mathematical methods for evaluating quantitative data. The authors of the article have thoroughly and systematically analyzed the works of domestic and foreign authors devoted to the consideration of IPO issues and the factors determining this process. In the course of the research, more than twenty scientific papers were critically rethought conclude that the issues under consideration are controversial, which causes ambiguity in the forecast estimates of the development of the system of initial placement of securities on the stock exchange. In the course of the research, the authors highlighted the features and advantages of placing the company's securities on the securities market, and also identified the limitations of this process due to the sanctions pressure on the domestic economy.

Keywords: securities market, stock market, initial public offering, IPO, institutional environment, synergetic effect, funding.

References

1. Civil Code of the Russian Federation of 26.11.2001 No. 146-FZ (Part Three) (Articles 1110 - 1224) (as amended on 24 July 2023) (as amended on 4 August 2023) // Collected Legislation of the Russian Federation, No. 49, 03.12.2001, Art. 4552
2. Federal Law of 29.11.2001 No. 156-FZ "On Investment Funds" (as amended on 19 December 2023) (as amended on 1 February 2024) // Collected Legislation of the Russian Federation, No. 49, 03.12.2001, Art. 4562
3. Federal Law of 21 July 2005 No. 115-FZ "On Concession Agreements" (as amended on July 10, 2023) (version effective from January 1, 2024) // Collection of Legislation of the Russian Federation, N 30 (Part II), July 25, 2005, Art. 3126
4. Federal Law of April 29, 2008 N 57-FZ "On the Procedure for Implementing Foreign Investments in Business Entities of Strategic Importance for Ensuring Defense and Security of the State" (as amended on April 28, 2023) // Collection of Legislation of the Russian Federation, N 18, May 5, 2008, Art. 1940
5. Federal Law of November 28, 2011 N 335-FZ "On Investment Partnership" (as amended on July 2, 2021) // Collection of Legislation of the Russian Federation, N 49 (Part I), 05.12.2011, Art. 7013.
6. Federal Law of August 2, 2019 No. 259-FZ "On Attracting Investments Using Investment Platforms and on Amendments to Certain Legislative Acts of the Russian Federation" (as amended on August 4, 2023) // Collected Legislation of the Russian Federation, No. 31, 05.08.2019, Art. 4418.
7. Federal Law of April 22, 1996 No. 39-FZ "On the Securities Market (as amended on December 25, 2023) (version effective from February 1, 2024)" // Collected Legislation of the Russian Federation No. 17, 22.04.96, Art. 1918.
8. Resolutions of the Federal Securities Commission of the Russian Federation of 18.02.2004 No. 04-5/PS "On regulation of the activities of management companies of joint-stock investment funds and mutual investment funds" // Bulletin of regulatory acts of federal executive bodies, No. 19, 10.05.2004.
9. Abramov A.E. Factor investing in the context of increased volatility of financial markets // Economic development of Russia. 2022. Vol. 29. No. 2. P. 45-51.
10. Alieva F.G., Prikhodko D.A. Mutual investment funds in Russia: features of functioning and problems // In the center of the economy. - 2021. - No. 4. - p. 22-28.
11. Andryushin, S. A. Ecosystem banks: forms, risks and regulation methods / S. A. Andryushin, R. A. Grigoriev // Terra Economicus. 2021. - Vol. 19, No. 4. Pp. 51-65.
12. Bezsmertnaya, E. R. Modification of the Fama-French three-factor model and its application to assessing the efficiency of portfolio management of Russian investment funds / E. R. Bezsmertnaya, E. A. Kolganova // Finance: Theory and Practice. 2023. Vol. 27, No. 2. Pp. 17-27.
13. Berzon N. I. Assessment of investment attractiveness of the stock markets of the BRICS countries // Finance and Business. 2021. Vol. 17. No. 4. Pp. 18-31.
14. Berzon N. I. Securities market // Textbook / Ser. 58 Bachelor. Academic course. (5th ed., trans. and add.) Moscow, 2019.
15. Bystrova D.I. Formation and management of a securities portfolio on the example of mutual investment funds // Technological entrepreneurship, commercialization of the results of intellectual activity and technology transfer. 2021. Pp. 71-77.
16. Varakin M.Yu. Modern trends in the development of the world market of alternative investments // Economy, entrepreneurship and law. - 2023. - Vol. 13. - No. 8. - Pp. 3179-3196.
17. Vilskaia E.S. On the issue of the concept of "investment funds" in the Russian Federation and the legislation of foreign countries / E.S. Vilskaia // Humanitarian, socio-economic and social sciences. - 2020. - No. 5. - Pp. 149-153.
18. Vorontsovsky A. V. Modeling the Impact of Stock Exchange Migration on Trading Volumes in Competing Markets / A. V. Vorontsovsky, N. A. Bazhanova // Bulletin of St. Petersburg University. Economics. - 2023. - Vol. 39, No. 1. - Pp. 3-32.
19. Galanov V. A. Trend in the Development of Social Investment // Bulletin of the Plekhanov Russian University of Economics. 2022. Vol. 19. No. 2 (122). Pp. 5-12
20. Gasanova, S. Sh. Legal Support for the Activities of Mutual Investment Funds. Economics and Business: Theory and Practice. 2021. No. 5-1 (75). Pp. 106-109.
21. Gafurova, G. T. Lessons of sanctions for a sustainable economic future for Russia / G. T. Gafurova, I. N. Bondarenko // Russian Journal of Economics and Law. - 2022. - Vol. 16, No. 3. - P. 503-524
22. Guseynova D. M. State of activity of mutual investment funds in the Russian Federation / D. M. Guseynova // Modern trends in science, technology and education: collection of scientific articles. - Smolensk, 2020. - P. 110-113

Риски инвестирования на рынке ценных бумаг

Матерова Елена Сергеевна

к.э.н., доцент, доцент кафедры экономической теории, ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет», nedlen63@yandex.ru

Булатова Эльвира Ильдаровна

к.э.н., доцент, ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет», bulatovaei@yandex.ru

Аблаев Ильдар Мансурович

д.э.н., профессор кафедры территориальной экономики, ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет», il-dar_ablaev@mail.ru

Шарафуллина Розалия Радмировна

к.э.н., доцент кафедры экономики и регионального развития Института экономики, управления и бизнеса, ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий», rozalia-23.05@yandex.ru

Цель работы: провести анализ рисков, связанных с инвестированием на рынке ценных бумаг.

Введение. На фондовом рынке, для успешного инвестирования, критически важно осознанно подходить к управлению рисками, разрабатывая эффективные тактики, следуя установленным правилам и применяя разнообразные методы.

Результаты исследования и их обсуждение. Основные цели управления рисками и их уникальные аспекты в контексте онлайн-торговли были изучены. Также была описана методика контроля рисков на рынке ценных бумаг. основополагающим аспектом процесса распознавания потенциальных угроз для бизнес-субъектов является анализ предельно допустимых уровней данных рисков. Страхование основывается на принципе формирования специализированного финансового резерва, который предназначен исключительно для компенсации убытков, возникающих в специфических, заблаговременно определенных ситуациях.

Выводы. Вероятность отклонения фактических финансовых показателей инвестиций от предварительных прогнозов определяет риск. В мире инвестиций не существует таких ценных бумаг, которые были бы полностью застрахованы от риска и в то же время гарантировали бы высокий и стабильный доход. Существует неразрывная связь между колебаниями риска и изменениями в доходности: повышение доходности ценных бумаг неизбежно влечет за собой увеличение связанных с ними рисков. В текущих рыночных условиях риск превосходит возможности получения прибыли. В сравнении с международными рынками, внутренние российские биржи и финансовые инструменты часто воспринимаются как недостаточно ценные, что приводит к их низкой ликвидности на торговых площадках.

Ключевые слова: диверсификация рисков, инвестиции, инвестиционный портфель, риски, рынок ценных бумаг, стратегия инвестирования, финансовые инструменты.

Введение

В сегодняшних реалиях, одним из самых результативных методов управления своими средствами является вложение средств в финансовые инструменты. Для управления финансами, стратегическое планирование и установление целей с целью повышения прибыльности оказывается критическим аспектом для всех категорий инвесторов, включая частных лиц, юридические структуры и организации с инвестиционным фокусом. Это обусловлено рядом основополагающих принципов. Прежде всего, прогресс в области технологий вместе с широким распространением интернета упрощает процесс для инвесторов в части доступа к информации, её анализа и выполнения операций на рынке непосредственно в онлайн-формате, используя для этого разработанные платформы для торговли и приложения для мобильных устройств. Из-за колебаний на глобальных финансовых рынках, а также из-за невысоких процентов по банковским вкладам, инвесторы склоняются к вложениям в финансовые активы в погоне за повышенной прибыльностью. Чтобы уменьшить вероятность убытков и увеличить шансы на получение дохода, инвесторы разнообразят состав своих инвестиций. Один из ключевых элементов – это усиление интереса к инвестированию среди людей. Благодаря доступу к обучающим программам и финансовым образовательным курсам, возрастает уровень понимания финансовых механизмов, что, в свою очередь, стимулирует большую активность в инвестировании и управлении собственными средствами.

Цель исследования: провести анализ рисков, связанных с инвестированием на рынке ценных бумаг.

Материал и методы исследования.

В рамках данного исследования использовались различные методы познания: метод анализа, методы индукции и дедукции, метод систематизации и др.

В ходе выполнения работы были реализованы следующие шаги для достижения установленной цели:

1. Проведен глубокий анализ теоретических основ управления рисками в контексте инвестиций в ценные бумаги.

2. Осуществлена детальная оценка различных рисков, связанных с инвестициями в финансовые инструменты на рынке ценных бумаг.

3. Выявлены основные направления в стратегиях инвесторов по управлению инвестиционным портфелем для снижения рисков на рынке ценных бумаг.

В работе использованы труды отечественных авторов по данной тематике: риски, связанные с инвестированием на рынке ценных бумаг в. Кроме того, для статистических данных за основу был взят информационно-аналитический материал Банка России по теме: Обзор ключевых показателей отдельных профессиональных участников рынка ценных бумаг. Анализ рисков, связанных с инвестированием на рынке ценных бумаг проводился по работам Л.И. Голубева [1], А.А. Забелин [2], М.Г.Родионов [6], И.И. Султангареев [7] и др.

Результаты исследования и их обсуждение.

Во многих сферах деятельности человека присутствует элемент риска. Этот термин обычно относится к вероятности возникновения убытков, которая проистекает из характеристик различных естественных событий и действий людей.

В контексте экономической науки, этот термин находит своё применение при анализе оснований, на которых базируется получение прибыли предпринимателями.

Инвестиционный риск обусловлен потенциалом распределения ожидаемого уровня прибыли и оценкой вероятности ее достижения. Чем длиннее срок вложения средств, тем выше шанс возникновения случайных обстоятельств, которые могут повлиять на изменение стандартного уровня прибыли. Хотя специфической системы классификации рисков не существует, можно выделить основные методы их анализа и категоризации, представленные в таблице 1.

Таблица 1
Классификация рисков, связанных с инвестированием на рынке ценных бумаг [8]

Наименование	Характеристика
1. Систематические риски	Влияние на стоимость ценных бумаг оказывают различные отрицательные аспекты, которые могут быть непосредственно или опосредованно связаны с текущим состоянием рынка, а также с особенностями и устройством области, где они циркулируют. Этот риск возникает вне контроля инвестора и предопределен внешними обстоятельствами.
- риск законодательных изменений	Всегда существует возможность значительных трансформаций в направлении развития общества, особенно когда на сцену выходят новые лидеры - будь то президент, парламентские силы, члены Думы или правительственные структуры.
- процентный риск	Инвесторы сталкиваются с угрозой потерь из-за изменений ставок по ценным бумагам на финансовом рынке.
- риск военных конфликтов	Конфликты в определенных регионах вызывают сбои в работе систематизированных торговых площадок, таких как биржи акций, нарушая их нормальное функционирование.
2. Несистематические риски	Ситуации, касающиеся определенного финансового инструмента, его владельца или организации, выпустившей его, относятся к категории этого вида риска.
3. Селективный риск	Качество подбора акций для вложений имеет прямое влияние.
4. Временной или риск периода инвестирования	Временной аспект играет ключевую роль в определении данного вида риска, который связан с колебанием стоимости выбранного актива в установленный временной промежуток.
5. Риск ликвидности	Это явление является одним из наиболее часто встречающихся на фондовом рынке. В сущности, оно возникает когда инвесторам становится сложно либо невозможно найти покупателей для их финансовых активов, заставляя их продавать эти активы с существенной потерей по сравнению с их первоначальной стоимостью из-за отсутствия или недостатка заинтересованных в покупке лиц.
6. Инфляционный или валютный риск	Вложения в активы, такие как акции, осуществляемые в национальной валюте, например, в рублях, подвержены угрозе уменьшения их рыночной стоимости вследствие падения курса этой валюты. Этот процесс олицетворяет собой определенный вид финансового риска, тесно связанный с колебаниями валютного курса.
7. Кредитный риск	Возможен сценарий, когда инвестор, используя заемные средства для покупки акций, сталкивается с риском убытков.
8. Операционный риск	Инвестирование в ценные бумаги через системы электронной торговли, такие как биржевые платформы, может привести к финансовым потерям для инвестора. Эти потери часто связаны с различными техническими проблемами, включая ошибки в выполнении торговых операций, задержки в расчетах и прочие сбои в системе.

Следовательно, существует широкий спектр и большое количество рисков, ассоциируемых с финансовыми инструментами. Однако, сложность, присущая этим рискам, в определенных условиях может служить инструментом для извлечения дохода.

В современности, одной из самых результативных методик для контроля над капиталом является вложение средств в финансовые активы. На данный момент наблюдается возрастающая динамика использования

инвесторами такого инструмента для повышения общей доходности как вложение финансовых ресурсов в активы фондового рынка – рисунок 1.

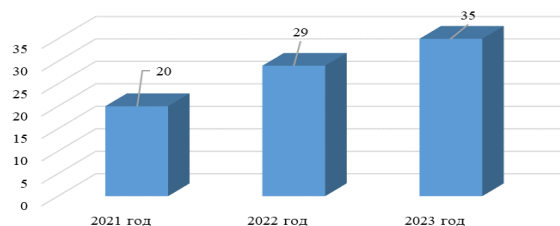


Рисунок 1. Рост численности клиентов брокерского обслуживания в России, млн.чел. [5]

В 2022 году фондовый рынок столкнулся с реализацией определенных рисков, которые ранее представлялись как маловероятные или незначительные. Сейчас эти факторы риска, которые вышли на первый план для инвесторов, обусловлены глубокими причинами и ожидается, что они будут влиять на рынок в течение длительного времени. Большинство рисков взаимосвязаны и обладают причинно-следственной связью:

1. Геополитика

Эскалация геополитического кризиса продолжает усиливаться, приводя к углублению разрыва между российской экономикой и мировыми рынками через введение взаимных санкций. В результате оттока иностранных инвестиций и падения ликвидности, российский рынок адаптировался к новым условиям, научившись опираться на внутренние источники финансирования и находить пути минимизации последствий санкционного давления. Продолжение этой угрозы может проявиться в виде резких, но кратковременных корректировок на рынке из-за беспокорства по поводу нового обострения конфликта, однако это вряд ли окажет значительное влияние на структурные аспекты российского рынка.

2. Рецессия в экономике

В мировой экономике наблюдается замедление роста, что во многом обусловлено продолжающимися геополитическими напряжениями. Это, в свою очередь, вызывает нестабильность на рынках сырья и усиливает опасения по поводу возможного наступления рецессии. Цены на нефть и газ продолжают находиться на уровне, который был самым низким за последние два года, отражая ожидания рынка о сокращении потребления энергоресурсов. В то же время, даже восстановление экономической активности в Китае после отмены ограничений, связанных с пандемией, не способно в полной мере уравновесить предстоящий дефицит между спросом и предложением на мировом рынке товаров.

3. Высокая инфляция и валютный курс.

В мировой экономике уровень инфляции продолжает быть значительным. В ответ на это, Центральные банки решили значительно увеличить процентные ставки, которые ранее были почти на нулевом уровне всего год назад. На данный момент, стоимость рубля оценивается ниже ее реального уровня. Возможно, в следующие несколько месяцев мы увидим тенденцию к его постепенному укреплению, поскольку он показывает признаки чрезмерной продажи.

4. Санкции.

Санкции продолжают воздействовать на специфические сектора и компании. Вложения следует

направлять не в активы, которые кажутся недооцененными и обладают перспективой увеличения стоимости, а в те, что уже показывают тенденции к повышению и восстановлению своих цен [2].

Для того, что нивелировать риски, связанные с инвестированием на рынке ценных бумаг, необходима стратегия управления портфелем финансовых активов в современных экономических условиях.

Инвестиционные активы различаются по уровню потенциальной доходности. В категории обыкновенных акций, например, существуют разнообразные подтипы, включая премиальные «голубые фишки», акции, ориентированные на рост и доход, а также спекулятивные акции, каждый из которых характеризуется уникальным поведением на рынке. В основе доходных акций лежит принцип меньшего риска, с прибылью, формирующейся главным образом через дивиденды. Напротив, акции, ориентированные на рост, несут в себе больший уровень риска, но и обещают высший уровень доходности благодаря увеличению их стоимости на рынке. Также, разнообразие в рисках и потенциальной доходности наблюдается среди разных категорий облигаций.

Рисунок 3 демонстрирует взаимосвязь между уровнем риска и потенциальной прибылью различных видов финансовых инструментов, подчеркивая, что возможная выгода возрастает с увеличением риска. Это не следует трактовать так, будто вложения в наиболее рискованные активы гарантированно принесут максимальную прибыль. В действительности, предполагается лишь, что потенциальная прибыль от таких активов может быть выше. Одной из причин, по которой доходность казначейских векселей рассматривается как безрисковая, является уверенность в том, что инвесторы получают ожидаемые доходы от этих ценных бумаг. Инвестирование в инструменты, чей риск минимален, позволяет получить доход, который считается безрисковым.



Рисунок 3. Соотношение риска и доходности для различных видов инвестиций [3]

Инвестирование направлено на увеличение стоимости активов через рост их продажной цены по сравнению с покупной или на заработок через получение дивидендов и процентов. В то время как некоторые финансовые инструменты, такие как сберегательные счета и депозитные сертификаты, ограничиваются лишь выплатой процентов по вложенным средствам, существуют и другие опции, вроде обыкновенных акций. Последние не только предоставляют возможность заработать на дивидендах, но и открывают перспективу увеличения начальной инвестиции благодаря росту стоимости актива.

Оценивание эффективности инвестиционного портфеля требует анализа доходности, которая помогает понять, увеличивается или уменьшается стоимость вложений.

Для определения суммарного результата от вложений применяется специализированная формула:

$$D = \frac{(KC - HC) + B}{C}$$

где D – доходность за период,
 KC – конечная стоимость,
 HC – начальная стоимость,
 B – выплаты,
 C – стоимость покупки актива

При проведении финансовых расчетов крайне важно не забывать о том, что к основным параметрам относятся не только комиссионные сборы, но и разница между ценами покупки и продажи, известная как спред.

Этот метод оценки легко применять и понять, однако его точность оставляет желать лучшего в контексте долговременных финансовых вложений, ввиду его невнимания к принципу будущей ценности денег. Идея, что денежная единица, имеющаяся сегодня, будет обладать большей ценностью впоследствии из-за возможности получения прибыли в будущем, лежит в основе понятия будущей стоимости денег [4].

Выше было затронуто уравнение, предназначенное для определения доходности портфеля инвестиций в течение конкретного временного отрезка, при условии отсутствия каких-либо вложений или выводов средств и других активов в этот период. Данный метод расчета оформлен таким образом, чтобы избежать трудностей в его освоении:

$$D = \frac{B_k - B_n}{B_n}$$

где D – доходность за период владения,
 B_k – баланс на конец периода,
 B_n – начальный баланс

К примеру, если взять ситуацию, где в начале года сумма ваших инвестиций была равна 100 тысячам рублей, то к окончанию этого же года она выросла и достигла отметки в 109 тысяч рублей, значит, инвестор получил доход в размере 9% годовых: $(109\,000 - 100\,000) / 100\,000$.

Для случаев, когда в течение года происходили операции по вводу или выводу средств из конкретного портфеля, применяется специальная формула для определения его доходности:

$$D_{HPR} = \frac{(KD + D + PD + ND)}{I + (C_v * \frac{M1}{12}) - (C_i * \frac{M2}{12})}$$

Где D_{HPR} – доходность за период владения,
 KD – купонный доход,
 D – дивиденды,
 PD – реализованный доход от прироста стоимости,
 ND – нереализованный доход,
 I – первоначальная сумма инвестиций,
 C_v – вновь внесенные средства,
 $M1$ – количество месяцев в портфеле,
 C_i – изъятые средства,
 $M2$ – количество месяцев после изъятия.

Рассмотрим ситуацию, когда начальная сумма, вложенная в инвестиционный пакет, равнялась 110 500 рублей. За год инвестор получил дивиденды на сумму 8600 рублей и доход от продаж в размере 12 000 рублей, однако столкнулся с неосуществленными потерями на сумму 6000 рублей.

В начале апреля произошло пополнение на сумму 10 000 рублей, тогда как к окончанию октября из счета изъяли 4000 рублей. Такой портфель за год принес доход в размере 12,44%.

$$HPR = [8600 + 12\ 000 - 6000] / [110\ 500 + 10\ 000 \times (9 / 12) - 4000 \times (2 / 12)] = 12,44\ %$$

Для анализа финансовой эффективности, можно сопоставить долю прибыли до налогообложения, которая равна 12,44%, с показателем ключевого индекса за тот же период времени.

Создание инвестиционного портфеля, включающего акции от 20 до 40 разнообразных фирм, способствует уменьшению индивидуальных рисков, связанных с инвестированием. Это, в свою очередь, должно уменьшить колебания доходов от инвестиций, поскольку определенные риски минимизируются. Использование стратегии долгосрочных инвестиций позволяет смягчить некоторые риски, хотя полностью устранить системные риски она не способна. В случае отсутствия достаточного времени для ожидания восстановления стоимости акций, инвесторам придется расставаться с активами по сниженной стоимости. В контрасте, обладая возможностью ждать увеличения цен, инвестор может реализовать акции в момент их максимальной стоимости.

Полностью защититься от рисков на рынке ценных бумаг невозможно. Более того, на определенный риск с акций приходится идти сознательно, потому что чем он выше, тем на более высокий уровень доходности можно рассчитывать.

Таким образом, понимание и эффективное управление рисками являются ключевыми аспектами успешного инвестирования в ценные бумаги. Разнообразии стратегий, грамотное формирование портфеля и постоянный мониторинг рынка помогают инвесторам достигать своих финансовых целей при минимизации потенциальных убытков.

Заключение. Инвестирование на фондовом рынке является одним из эффективных способов сохранения и приумножения капитала. Однако важным является определение уровня риска и доходности, которые инвестор готов принять на себя в процессе инвестирования. После установления целей инвестирования, определяются стратегии управления портфелем финансовых активов. Одним из ключевых преимуществ российской экономики является её способность к развитию и расширению, в частности в областях технологий, энергетического сектора и сфере потребительских продуктов. Необходимо принимать во внимание ряд ключевых аспектов, включая изменчивость цен на энергоносители, геополитическую нестабильность и неясности в области законодательства, которые могут оказать влияние на эффективность инвестиционных стратегий. Однако, благодаря глубокому анализу рынка, эффективному управлению рисками и ориентации на долгосрочную стратегию, инвесторы, работающие с портфелями, имеют шанс использовать возможности, предоставляемые динамично развивающимся рынком России, и, возможно, достичь значительной прибыли.

Литература

1. Голубева Л.И. Финансовые инструменты как инструментальный инвестирования в России // Научный аспект. 2023. № 11.

2. Забелин А. А. Управление инвестиционными рисками // Образование и право. 2023. № 11.

3. Закиров А.И. Особенности рынка ценных бумаг и финансовых инструментов // Инновационные подходы развития экономики: проблемы, тенденции, перспективы: Сборник трудов Международной студенческой научно-практической конференции, Орел, 23–24 мая 2023 года / Под общей редакцией Н.И. Прока. Орел: Орловский государственный аграрный университет имени Н.В. Парахина, 2023.

4. Куренкова А.В., Ивашечкина Л.Г. Риски, связанные с инвестированием в ценные бумаги // Актуальные вопросы общества, экономики и права: Сборник статей Международной научно-практической конференции, Пенза, 30 апреля 2024 года. – Пенза: Международный центр научного сотрудничества «Наука и Просвещение», 2024.

5. Обзор ключевых показателей брокеров. Информационно-аналитический материал. М, 2023.

6. Родионов М.Г. Анализ стратегий управления портфелем финансовых активов в современных экономических условиях // Вестник евразийской науки. 2023. №4.

7. Султангареев И.И. Портфельное инвестирование на финансовом рынке России в современных условиях // Экономика, менеджмент, сервис: современные проблемы и перспективы: Материалы V Всероссийской научно-практической конференции, Омск, 09–10 ноября 2023 года. Омск: Омский государственный технический университет, 2023.

8. Чернов М.И., Шишова Л.С. Анализ инвестиционных рисков в условиях неопределенности // Восточно-Европейский научный вестник. 2023. № 2.

Risks associated with investing in the securities market

Materova E.S., Bulatova E.I., Ablaev I.M., Sharafullina R.R.

Samara State University of Economics, Kazan (Volga Region) Federal University, Ufa University of Science and Technology

The purpose of the work: to analyze the risks associated with investing in the securities market.

Introduction. Risk management is a very important part of investing in the stock market, which needs to be approached intelligently, adhere to certain rules, develop tactics and use various techniques.

The results of the study and their discussion. The main tasks of risk management and its features in the field of online trading are considered. The risk management system in the stock market is presented.

Conclusions. Risk refers to the probability that the financial result of an investment will differ from the expected one. There are no ideal securities that are absolutely safe from the point of view of risk and bring a large stable income.

Keywords: risk diversification, investments, investment portfolio, risks, securities market, investment strategy, financial instruments.

References

1. Golubeva L.I. Financial instruments as an investment toolkit in Russia // Scientific aspect. 2023. No. 11.
2. Zabelin A.A. Investment risk management // Education and law. 2023. No. 11.
3. Zakirov A.I. Features of the securities and financial instruments market // Innovative approaches to economic development: problems, trends, prospects: Collection of papers of the International student scientific and practical conference, Orel, May 23–24, 2023 / Under the general editorship of N.I. Prok. Orel: Oryol State Agrarian University named after N.V. Parakhin, 2023.
4. Kurenkova A.V., Ivashechkina L.G. Risks Associated with Investing in Securities // Current Issues in Society, Economics and Law: Collection of Articles from the International Scientific and Practical Conference, Penza, April 30, 2024. – Penza: International Center for Scientific Cooperation "Science and Education", 2024.
5. Review of Key Indicators of Brokers. Information and Analytical Material. M, 2023.
6. Rodionov MG Analysis of Financial Asset Portfolio Management Strategies in Modern Economic Conditions // Bulletin of Eurasian Science. 2023. No. 4.
7. Sultangareev I.I. Portfolio Investment in the Russian Financial Market in Modern Conditions // Economy, Management, Service: Modern Problems and Prospects: Proceedings of the V All-Russian Scientific and Practical Conference, Omsk, November 9–10, 2023. Omsk: Omsk State Technical University, 2023.
8. Chernov M.I., Shishova L.S. Analysis of investment risks under uncertainty // East European Scientific Bulletin. 2023. No. 2.

Российский рынок IPO в современных кризисных условиях: риски и тенденции

Матерова Елена Сергеевна

к.э.н., доцент, доцент кафедры экономической теории, Самарский государственный экономический университет, nedlen63@yandex.ru

Курилова Анастасия Александровна

д.э.н., доцент, профессор института финансов, экономики и управления, Тольяттинский государственный университет, aakurilova@yandex.ru

Копылов Иван Владимирович

системный аналитик, ООО «Цифровой код», kopylov2018@my.com

Федоров Павел Георгиевич

кризис-менеджер, ООО «Новое время», fedorovp665gmail.com

В современном мире, как на международном уровне, так и в России, тесная связь наблюдается между ростом значимости финансирования через акции и расширением фондовых рынков. Первоначальные публичные предложения акций (IPO) становятся ключевым механизмом привлечения капитала, активно набирающим популярность и развитие. Хотя за пределами России этот метод уже долгое время успешно используется, внутри страны рынок IPO начал свое развитие сравнительно недавно, что делает его особенно интересным для детального анализа и изучения в будущем.

Возможности, которые открывает IPO, охватывают широкий спектр преимуществ, от расширения доступа к финансированию до повышения уровня узнаваемости и доверия на рынке. Это также включает в себя увеличение стоимости компании, предоставление возможностей для сотрудников стать акционерами и предлагает путь для инвесторов к выходу с прибылью. Такие преимущества могут способствовать не только укреплению финансового здоровья компании, но и стимулировать её развитие и рост, что в конечном счете приводит к увеличению доходов для инвесторов даже в период кризиса.

Ключевые слова: стоимость компании, первичное публичное размещение акций компаний, рынок IPO.

Введение

Фондовый рынок стоит в самом сердце глобальной экономической системы. Он играет критически важную роль, предоставляя предприятиям доступ к необходимым внешним финансам, особенно в условиях, когда рыночная экономика расширяется, и потребность в капитале растет. Российские компании активно ищут возможности для получения финансирования из-за рубежа, полагаясь на мировые ресурсы на фондовом рынке. Важным фактором, влияющим на повышение стоимости бизнеса, является активность ведущих предприятий национальной экономики на внутренних и международных фондовых рынках в качестве выпускающих ценные бумаги. Основное внимание в эмиссионной стратегии этих компаний приковано к первоначальному предложению акций, от успеха которого во многом зависит будущее развитие механизмов управления ценностью предприятий.

Актуальность исследования обусловлена тем, что для российских компаний в период кризиса важен поиск эффективного инструмента привлечения финансового капитала, который положительно повлияет на изменение рыночной стоимости бизнеса. В современных условиях, изучение вопроса о том, как IPO влияет на производительность предприятий, становится критически важным, подчеркивая необходимость глубокого анализа данной тематики.

В научной литературе представлены наработки анализа влияния IPO на эффективность деятельности компании, в том числе в условиях кризиса.

В работах российских ученых И. А. Бавинова, Д. В. Виншу, Л. В. Дорониной, Р. Л. Кочетова, Е. В. Лучкиной, М. А. Медведевой, В. А. Полилова, А. И. Ульяницкой и других рассматриваются вопросы содержания и особенностей первичного публичного размещения. Вопросы изучения факторов, влияющих на механизм реализации IPO, анализируют такие авторы, как Т. Р. Лукашенко, В. А. Малышевский, Н. С. Попруга и других. Вопросы выхода российских компаний на IPO рассматриваются в работах В. А. Беляев, С. Г. Главина, И. П. Курпас, Д.А. Мухин, Л.А. Павликов и других.

Однако в этих исследованиях, во-первых, не учитывалась специфика условий, в которых действуют российские компании, и, во-вторых, не уделялось достаточного внимания влиянию IPO на эффективность деятельности компании в условиях кризиса.

При обработке теоретического и цифрового материала использовались следующие методы: монографический, экономико-статистический и расчетно-конструктивный методы. Для обработки материалов применялись горизонтальный, вертикальный, сравнительный анализ и анализ относитель-

ных величин, анализ динамики экономических показателей работы компании; методы графического и табличного анализа.

Для проведения анализа были использованы разнообразные материалы: от официальных законодательных актов до статистических обзоров, а также содержательные выводы, извлеченные из научных работ и статей по экономике, макроэкономическим вопросам, финансовым рынкам и прочим сферам.

Основная часть

В последнее время Россия столкнулась с рядом вызовов, которые привели к формированию кризисной атмосферы. Все началось в 2020 году, когда страну охватила пандемия COVID-19. Следом за этим, экономическое положение усложнилось из-за международных санкций, введенных странами Запада. Кроме того, военные действия в Украине еще больше усугубило экономическую обстановку в стране.

С начала 2020 года, в частности с 21 января, торговые объемы на китайских фондовых площадках начали сокращаться, что было вызвано распространением коронавирусной инфекции. Это событие оказало заметное влияние на мировые финансовые рынки, в том числе на Британскую фондовую биржу и биржи Европы, где 27 января заметили снижение из-за увеличения числа случаев заболевания. К 20 февраля этого же года фондовые рынки пережили крупный обвал, сравнимый по масштабам с финансовым кризисом 2008 года, что обрело название «черный понедельник». Эта ситуация подчеркнула чрезвычайное воздействие здоровья общества на экономическую стабильность глобального масштаба. Недавно произошло событие, которое затронуло финансовые рынки Северной Америки и Европы, вызвав падение стоимости акций на 9%. Этот спад был частью более широкого негативного воздействия пандемии на мировую экономику и биржевые показатели. Однако, несмотря на общие трудности, пандемия также сыграла положительную роль в сфере IPO, упрощая процесс проведения рунд-шоу за счет их перехода в онлайн-формат, что привело к появлению новых рекордов на рынке. Пандемия вынудила отложить IPO, запланированные на весну, воспользовавшись при этом обильной финансовой поддержкой, предложенной центральными банками и правительствами различных стран для стимулирования экономической активности.

За последние годы в России наметился рост привлекаемых финансов, что является позитивным сигналом. Однако в 2017 году произошел заметный спад до отметки в 9 185 млрд. руб., что может быть обусловлено отсутствием удобных инструментов финансирования в стране. К тому же, мнение о ненадежности стратегий стартапов укрепилось среди ведущих участников рынка ценных бумаг.

После продолжительного затишья, начавшегося в 2018 году, российский рынок IPO бурно рос в 2020-2021 годах. Причины простые: тогда ликвидность была высокой, а ключевая ставка Центрального банка – низкой. Это порождало здоровый оптимизм

у эмитентов и повышенную лояльность к риску у инвесторов. В 2021 году мы наблюдали рекордно высокое количество IPO с момента 2013 года, что стало заметным не только в России, но и во всем мире. За таким подъемом стояли несколько ключевых факторов: обильная ликвидность на рынке, удерживающиеся на низком уровне процентные ставки от центральных банков, прирост числа новичков среди инвесторов, а также общий оптимизм и позитивные настроения в инвестиционной среде. В отличие от США, где каждый год на биржу выходят сотни компаний, российский IPO-рынок, несмотря на свои достойные результаты, демонстрирует ограниченную активность с 2 до 5 размещениями ежегодно.

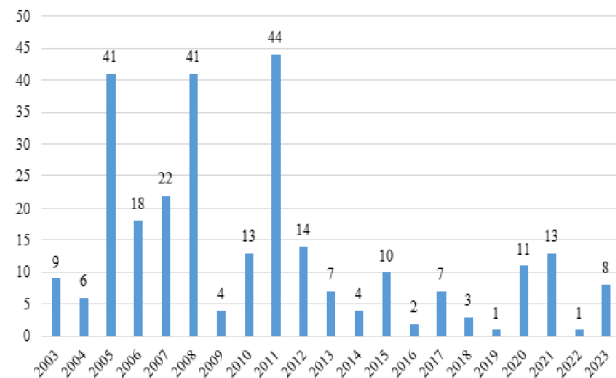


Рисунок 1 – Динамика количества IPO в России в 2003-2024 гг.

В преддверии глобального экономического спада, рынок был свидетелем бурного увеличения числа IPO. С 2004 по 2007 год российские корпорации активно входили на биржу, причем пик активности пришелся на 2007 год. Именно в этот период, благодаря успешному привлечению капитала через IPO в размере 36 миллиардов долларов, Россия вышла на первое место в Европе. В 2008 году мир был охвачен глобальным финансовым кризисом, что значительно усложнило процесс проведения IPO на рынке. Из-за этого сложного периода, в 2009 году, лишь 4 компании из России смогли осуществить IPO. В период 2010-х годов развитие рынка IPO в России столкнулось с серьезными препятствиями. Влияние нестабильной международной атмосферы, риски введения санкций и общая неуверенность в экономических перспективах были усугублены падением цен на нефть, что особенно чувствительно сказывалось на экономике страны. Вместе эти обстоятельства усиливали риски для инвесторов и мешали прогрессу на IPO рынке, особенно учитывая проблемы с доступом к международному финансированию и нестабильностью на геополитической арене.

В 2019 году российский рынок пополнился новым участником – компанией HeadHunter, отметившей собой первый за шесть лет выход российской технологической фирмы на IPO после того, как QIWI совершила аналогичный шаг в 2013 году. Также это было знаковым событием, поскольку за предыдущие два года ни одна отечественная компания не осуществляла подобное. Помещая свои акции на

торги в NASDAQ, фирма успешно привлекла финансирование в размере 220 миллионов долларов. Вопреки началу пандемии COVID-19 и падению цен на акции в первой половине 2020 года, несколько компаний, в том числе Самолет, Ozon и Совкомфлот, решили провести первичное публичное предложение.

В 2020 году пандемия оказала заметное влияние на рыночный скачок IPO, благодаря чему на бирже дебютировали крупные российские игроки, включая «Ozon», морского перевозчика «Совкомфлот», и строительную компанию «Самолет». В октябре 2020 года впервые за последние несколько лет на рынок Московской биржи с IPO вышло государственное предприятие не из IT-сектора, которым стало ПАО «Совкомфлот». По итогам проведенного IPO компания привлекла \$550 млн, разместив 17,2% своих бумаг (408,209 млн акций новой эмиссии) по 105 руб. за акцию. Государство сохранило за собой долю в размере более 80%. Размещение прошло по нижней границе, вся компания была оценена в \$2,7 млрд. Однако, в первый день торговой сессии цена акций упала более чем на 10% до 91,56 руб. В первые 30 минут торгов котировки акций снижались быстрыми темпами с 104,88 руб. до 91,56 руб., после чего произошло восстановление акций (увеличение на 6,4% до 97,45 руб. в последующие 10 минут) и повторный спад на высоких оборотах. В первый час торгов наблюдались высокие обороты, которые составили 42,2 % от дневного оборота или 439,8 млн. руб.

Выход компании «Совкомфлот» на Московскую биржу является первым крупнейшим российским IPO государственной компании после череды санкций. В целом успешное проведение размещения акций крупной российской компании с государственным участием по справедливым ценам можно охарактеризовать как положительное явление для всего российского рынка. Проведенный анализ позволяет выявить возможные пути повышения эффективности российских IPO.

В 2020 году, доходы, полученные компанией «Ozon», значительно возросли, достигнув отметки в 66,59 млрд. руб., что на 89,4% превышает показатели 2019 года. Помимо этого, наблюдалось уменьшение убытков с 13,03 млрд. руб. в 2019 году до 12,85 млрд. руб. в 2020 году. В результате введения карантинных ограничений, общественность активно освоила сферу интернет-шоппинга, что способствовало значительному росту доходов. Так, за полгода после начала карантина выручка определенной фирмы увеличилась более чем в полтора раза, достигнув 77,4 млрд. руб. Отмечая свой успех, 24 ноября 2020 года, онлайн-ритейлер «Ozon» реализовал свои акции на публичке, начиная с Московской биржи и продолжая на Nasdaq (американская биржа). В ходе IPO, интернет-магазин «Ozon» успешно разместил на рынке 42,45 млн. акций, что позволило компании привлечь финансирование на сумму 1,2 млрд. долларов США. На фоне этого события, стоимость акций компании в первый же день торгов выросла на 40%. В ходе IPO, «Современный коммерческий флот» успешно вывел на рынок

17,2% своих акций. Этот шаг вызвал значительный интерес среди инвесторов, покрывших 15% спроса, что стало беспрецедентным достижением для российских компаний, проводящих IPO. На момент завершения биржевой сессии стоимость компании «Совкомфлот» достигла отметки в 216,67 млрд. руб.

Во время пандемии группа «Самолет» вышла в плюс, увеличив продажи своей недвижимости до 41 млрд. руб., что на 21% превышает показатели 2019 года. Это стало возможным благодаря высокому интересу к покупке жилья, подогретому введением государственной программы льготного кредитования. К тому же, компания выставила на продажу 5,1% своих акций, благодаря чему удалось привлечь дополнительные 2,9 млрд. руб. Отметим, что в 2018 году, в связи с неблагоприятными условиями рынка, группа «Самолет» решила отсрочить свой дебют на фондовом рынке. В 2021 году, благодаря создавшимся удачным обстоятельствам для проведения IPO, наблюдается устойчивый поток компаний, стремящихся к биржевому листингу. К тому же, к последнему дню февраля количество индивидуальных инвесторов достигло отметки в 10 миллионов. Сегодня мы наблюдаем рост числа инвесторов по всему миру, включая нашу страну, благодаря укреплению позиций на фондовом рынке и увеличению количества компаний, решившихся на IPO. Например, в марте 2021 года, «Fix Price» успешно осуществила IPO, разместив приблизительно 15% своих акций на биржах в Москве и Лондоне.

В общем и целом, 2020 год представил серьезные трудности для большинства, но ситуация на рынках IPO в различных странах оказалась весьма благоприятной. Предполагается, что подъем интереса к IPO был спровоцирован мерами, принятыми Федеральной резервной системой, включая установление исключительно низких процентных ставок и возвращение к политике количественного смягчения.

В следствие улучшения экономического состояния после преодоления кризиса, вызванного пандемией COVID-19, в 2021 году рынок пополнился новыми игроками, среди которых были такие компании, как Fix Price, Светофор и Segezha. Однако, в 2022 году, в свете роста геополитической нестабильности, различные российские организации, которые рассчитывали на проведение IPO, были вынуждены отложить свои планы на неопределенный срок. В 2022 году на фондовом рынке произошло всего одно значимое событие - компания Whoosh, занимающаяся предоставлением в прокат самокатов, успешно осуществила IPO.

В условиях санкционного давления и определенной изолированности России от международного финансового рынка, актуальным становится привлечение финансирования внутри страны. Основными способами финансирования компаний на сегодняшний день являются: займы, банковские кредиты, венчурные инвестиции, облигационные размещения и выход на IPO.

В результате происшествий, случившихся в феврале 2022 года, российский фондовый рынок столкнулся с глубокими трансформациями. Одним из

ключевых испытаний для него стало масштабное отток иностранных капиталовложений. Для стимуляции рыночной ликвидности и повышения доступности финансирования для развития производства и экономики в целом, крайне важно привлечь внимание местных предприятий к участию на рынке акций. Ситуация на российском рынке ценных бумаг в настоящий момент осложнена из-за экономических ограничений, наложенных международным сообществом, что подчеркивает необходимость направления внутренних ресурсов на его восстановление и рост. Из-за определенных сложностей, многие компании, которые планировали осуществить первичное публичное предложение акций в 2022 году, вынуждены были перенести эти планы на неопределенное время. Однако, несмотря на нынешние трудности, российский рынок IPO продолжает обладать потенциалом для роста. Это связано с тем, что инвесторы, сталкиваясь с проблемами при попытке сохранить или вывести капитал за границу, начинают рассматривать возможность инвестирования в местные компании как способ защиты своих активов.

В период после начала СВО до недавнего времени, российский фондовый рынок был в процессе адаптации к новой реальности. На рынке IPO это отразилось практически полным отсутствием новых первичных публичных размещений, однако в последнее время данная тенденция начала резко меняться, причем появились и новые особенности. Так, раньше на IPO выходили, как правило, крупные компании с относительно высоким free float, привлекающие существенные средства. Сейчас начался тренд на выход более мелких компаний. Например, IPO ГК «Астра» стало крайне успешным, однако free float составил лишь 5%, а объем привлеченных средств – 35 млн. долл. Учитывая уже описанную низкую ликвидность, такая политика компании более чем целесообразна.

В течение первых трех кварталов 2021 года, после задержки своих стратегий из-за глобальной пандемии, многие компании активно стремились провести IPO. Впрочем, к 2022 году, из-за нестабильности экономики, обострения ситуации в Украине, а также возрастающих опасений о возможном мировом экономическом спаде, эти же компании стали отказываться от ранее намеченных планов по выходу на фондовый рынок.

На рынке России наблюдается значительное количество предприятий, которые рассматривают возможность проведения IPO. Уже были зафиксированы сообщения о их намерениях, и хотя многие из них начали предварительные подготовительные работы, эти процессы пришлось приостановить. Однако, стоит отметить, что заметное снижение активности на рынке IPO не является уникальным явлением, характерным исключительно для российского сектора. Влияние событий 2022 года критически отразилось на глобальной арене IPO. Но существует и ряд дополняющих негативных обстоятельств для российских компаний, которые подтверждают их большую предрасположенность к долговым инструментам привлечения капитала, среди которых:

- листинг долговых инструментов подразумевает более легкие условия, в отличие от более строгих критериев для долевых инструментов;

- эмитенты теперь сталкиваются с усиленными требованиями к раскрытию ключевых данных о своих текущих операциях и будущих стратегиях, а также о потенциальных рисках бизнес-деятельности. Кроме того, управленческий состав может подвергнуться строгим наказаниям в случае предоставления информации, которая окажется неполной или не соответствующей действительности;

- волатильность на рынке акций может значительно повлиять на стоимость акций, что, в свою очередь, может негативно сказаться на имидже компании. В случае, когда бизнес решит дополнить свои финансы за счет кредитных ресурсов, такое решение может быть воспринято кредитором как недобрительный аспект, что может привести к отказу в предоставлении кредита.

Из-за высокой стоимости долевого финансирования в России, в основном только крупные корпорации (так называемые "голубые фишки") прибегают к нему. В то же время, средние предприятия чаще выбирают финансирование путем выпуска долговых обязательств на фондовом рынке.

В 2022 году, после введения новых международных санкций, экономическое положение России значительно ухудшилось, что привело к приостановке запуска новых IPO. Однако, несмотря на это, компания Whoosh стала исключением, проведя свое IPO. К годовому итогу на российском рынке начали появляться признаки восстановления.

В 2023 году, на фоне экономического подъема и увеличения рыночной стоимости акций корпораций, различные компании начали анонсировать намерения выйти на IPO. В этом же году, ряд организаций успешно осуществили свои IPO, среди которых были Генетико, CarMoney, Астра, Южуралзолото, Совкомбанк, Мосгорломбард и Henderson.

В 2023 году российский рынок акций отметился значительным успехом, увеличив количество IPO до восьми на Московской бирже. Это резкое увеличение по сравнению с 2022 годом, когда на первичном публичном размещении акций заявился лишь один участник, компания по аренде электросамокатов Whoosh.

В сравнении с временем до 2022 года, российский рынок IPO претерпел значительные трансформации в 2023 году. Громкие имена сменились на нишевых игроков, средний объем сделок резко сократился, частные инвесторы стали основной движущей силой вместо крупных западных и локальных институциональных игроков. В 2021 г., когда объем IPO был на пике, российские компании привлекли, по нашим оценкам, 300 млрд руб. при медианном размещении 25 млрд руб. В 2023 г. шесть компаний привлекли 39 млрд руб. при медианном объеме сделки 5 млрд руб., и мы ожидаем размещения еще одного эмитента (МГКЛ). Средняя доходность для инвестора, который участвовал во всех IPO в 2023 г., составила 28% к 19 декабря 2023 г. (8% без учета IPO Генетико). Для сравнения, если бы инвестор по-

купал не акции на IPO, а индекс МосБиржи в дни размещений, то его доходность была бы нулевой (минус 3% без учета Генетико).

В начале 2024 года рынок IPO стремительно трансформируется, что связано с изменениями рынка, произошедшими в 2023 году. Рынок испытывает перенасыщение активными участниками, что рождает ситуацию, где количество согласованных сделок по покупке активов не достигает ожидаемого объема или даже сводится к нулю. В моменты начала продаж, компании склонны задавать за свои акции цены, которые могут казаться завышенными, но несмотря на это, рыночные силы готовы принять такую стоимость и совершать покупки. Для того чтобы компании привлекали капитал без процентов, им доступно три ключевых стратегии: выпуск акций через прямой листинг, объединение с SPAC-компаниями, а также проведение pre-IPO. Важно понимать уникальные особенности, преимущества и возможные риски каждого из этих подходов, чтобы определить, какой из них лучше всего подходит для удовлетворения нужд участников рынка акции.

В период с января по апрель 2024 года, продолжение наблюдаемого тренда выразилось в том, что компании Делимобиль, Диасофт и КЛВЗ Кристалл стали публичными. В то же время, несмотря на отсутствие конкретных дат, предприятия такие как ВкусВилл и Mercury Retail Group выражают намерения организовать IPO.

Выводы

Главной причиной структурных преобразований на рынке IPO стала геополитика, перестраивание экономики и торговой инфраструктуры, уход крупных западных и российских инвесторов с российского рынка капитала, а также ограниченный спрос со стороны оставшихся крупных институциональных игроков. Как и на рынке акций, где 80% оборота теперь приходится на физлиц, инициатива на рынке IPO перешла к частным инвесторам, и мы ожидаем, что такая ситуация сохранится в среднесрочной перспективе. Кроме того, пока не начался цикл повышения ключевой ставки (до июля 2023 г.), выгоднее было привлекать средства через заемный капитал, в том числе через облигации.

Анализ рынка IPO в России показывает, что акции, размещаемые в рамках IPO, включают высокорисковые и волатильные активы, и с учетом этого риска их отрицательная доходность или доходность ниже ожиданий являются, на наш взгляд, сильно отталкивающим фактором при принятии решения инвестором об участии в IPO в будущем.

Таблица 1
Динамика акций после IPO с 2017 г.

Наименование	Сектор	Цена размещения, руб.	Последняя цена, руб.	С момента размещения до настоящего времени, %
2017 год				
Детский мир	Потребление	85	63	-26%
Еп+	Металлургия	827	428	-48%

Глобалтрак ме-неджмент	Транспорт	132	305	+131%
Обувь России	Потребление	140	4,5	-97%
2018 год				
HeadHunter	IT	879	2942	+235%
2020 год				
Самолет	Недвижимость	950	3839	+304%
Совкомбанк	Транспорт	105	121	+15%
Озон	IT	2265	2616	+15%
Kismet Acquisition	IT	10	10	+5%
2021 год				
Ренессанс Страхование	Финансы	120	84	-30%
Segezha Group	Сырье	8	4	-50%
СПБ Биржа	Финансы	835	76	-91%
ЦИАН	IT	1140	556	-51%
EMC	Здравоохранение	927	745	-20%
Fix Price	Потребление	718	274	-62%
Softline	IT	8	-	-
Светофор	IT	70	24	-66%
2022 год				
Whoosh	IT	185	204	+10%
2023 год				
Genetico	Здравоохранение	18	41	+129%
Астра	IT	333	492	+48%
Henderson	Потребление	675	559	-17%
Евротранс	Нефть и газ	250	240	-4%
Южуралзолото	Металлургия	0,56	0,53	+2%
Совкомбанк	Финансы	11,5	12,9	+12%

После проведенного анализа определены следующие наиболее «болезненные» точки, которые не только тормозят его развитие, но и в определенной степени защищают сложившуюся систему управления собственностью от «финансовых новообразований» особенно в период кризиса:

1. Сегодня на ключевых российских фондовых рынках, включая Московскую и Санкт-Петербургскую биржи, не существует планов по введению отдельного раздела для IPO для малого и среднего бизнеса. Это контрастирует с глобальной практикой, где подобные механизмы активно функционируют, например, в Китае и Японии, и представлены на большинстве международных фондовых площадок;

2. Попытки некоторых компаний, таких как Совкомфлот, FixPrice и Mercury Retail, выйти на IPO не увенчались успехом из-за чрезмерного оптимизма и склонности к спекуляциям со стороны их руководства. Кроме того, обнаружилось, что эти компании часто игнорируют внешние угрозы и вызовы, а также нарушают основные принципы прозрачности и открытости информации. Эти факторы в совокупности существенно снижают эффективность процесса IPO, как показывает анализ неудачных попыток этих предприятий;

3. Венчурные предприятия редко выбирают российские фондовые рынки IPO. Они склоняются к сотрудничеству с зарубежными финансовыми инвесторами и предпочитают осуществлять свои акционерные предложения на глобально известных биржах. Это происходит несмотря на активные попытки

правительства привлечь их внимание посредством поддержки в виде льготных налогов и упрощенного регулирования;

4. С началом СВО в Украине, рынок акций России преобразился, где теперь предпочтение отдается розничным инвесторам. Сложившаяся ситуация привела к исключению из торгов инвесторов из стран, не поддерживающих Россию, что в свою очередь устранило западных институциональных участников рынка. Кроме того, из-за введенных против России санкций, местные инвесторы столкнулись с серьезными препятствиями для вложений в зарубежные активы;

5. Для того, чтобы стимулировать IPO, необходимы определенные условия. Среди них: усиление предсказуемости рыночных колебаний благодаря стабилизации геополитических условий и пример публичного размещения акций со стороны ведущих компаний. Достижения крупных игроков на рынке могут стимулировать интерес других компаний к расширению своего присутствия; проведение IPO на рынках Азии с последующей регистрацией акций на Московской бирже, включая те компании, которые переносят свою юридическую регистрацию; общий рост стоимости акций может играть ключевую роль в принятии решений о новых эмиссиях. В конечном счете, высокая рыночная оценка компаний позволяет привлекать больше финансирования через IPO.

Заключение

Таким образом, в России, рыночный сегмент акций и долей сталкивается с ограниченным развитием. Это во многом обусловлено строгими регулятивными требованиями, которые нацелены на выборочное включение высококачественных финансовых активов. Цель такого подхода - обеспечение стабильной ликвидности и укрепление репутации национального рынка ценных бумаг. Развитие и восстановление экономической сферы России может получить значительный импульс через активизацию и расширение IPO отечественных предприятий. Для любой фирмы, решившей выйти на фондовый рынок, этот шаг представляет собой критически важный момент для дальнейшего роста. Это не только способ привлечь финансирование и заинтересовать инвесторов как изнутри страны, так и с международной арены, но и возможность улучшить свой общественный образ. Стоит отметить, что явное преимущество и наиболее успешные результаты получили компании, которые связаны с инновационными и компьютерными технологиями: пандемия внесла свои коррективы в мир экономики и социальной сферы, реформировав свою структуру на информационно-удаленную. Поэтому гораздо большее преимущество получили те компании, которые активно развивают технологическую сферу. Экономический кризис является ограничением для выхода компаний на биржевой рынок, но он дает определенные возможности, поэтому нужно более ответственно подойти к этому шагу и быть готовым к любому развитию событий в кризисной ситуации.

Литература

1. IPO российский компаний: процесс выхода на рынок, состояние и проблемы / Э. Р. Горчакова, А. В. Лихвойнен, А. В. Филиппович [и др.] // Финансовая экономика. – 2021. – № 1. – С. 44-49.

2. Аулов, П. М. Оценка эффективности IPO российских компаний / П. М. Аулов, Т. В. Мокеева // Устойчивое развитие цифровой экономики, промышленности и инновационных систем: Сборник трудов научно-практической конференции с зарубежным участием, Санкт-Петербург, 20–21 ноября 2020 года / Под редакцией Д. Г. Родионова, А. В. Бабкина. – СПб.: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2020. – С. 343-345.

3. Бавинов, И. А. Выход на рынок IPO в период пандемии / И. А. Бавинов // Символ науки: международный научный журнал. – 2021. – № 5. – С. 57-59.

4. Беляев, В. А. Цикличность на рынке IPO: история и факторы возникновения / В. А. Беляев // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2021. – № 2. – С. 190-207.

5. Виншу, Д. В. Рынок акций в России: современное состояние и перспективы развития / Д. В. Виншу // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2023. – № 4. – С. 536-542.

6. Воронова, Д. К. Влияние пандемии COVID-19 на рынок IPO / Д. К. Воронова, Е. С. Ермоленко // Студенческий вестник. – 2022. – № 2. – С. 77-81

7. Главина, С. Г. Новые методы привлечения капитала для регионального развития / С. Г. Главина // Известия высших учебных заведений. Серия: Экономика, финансы и управление производством. – 2021. – № 2. – С. 79-85.

8. Дикарева, И. А. Перспективы выхода на IPO в условиях пандемии / И. А. Дикарева, А. Е. Тылик // Актуальные вопросы современной экономики. – 2021. – № 6. – С. 230-233.

9. Доронина, Л. В. Оценка перспектив развития рынка IPO / Л. В. Доронина // Modern Science. – 2020. – № 5-3. – С. 59-64.

Russian IPO market in the current crisis conditions: risks and trends

Materova E.S., Kurilova A.A., Kopylov I.V., Fedorov P.G.

Samara State University of Economics, Togliatti State University, Digital Code LLC, Novoye Vremya LLC

JEL classification: G20, G24, G28, H25, H30, H60, H72, H81, K22, K34

In the modern world, both internationally and in Russia, there is a close connection between the growing importance of equity financing and the expansion of stock markets. Initial public offerings (IPOs) are becoming a key mechanism for raising capital, actively gaining popularity and development. Although this method has been successfully used outside of Russia for a long time, the IPO market within the country has only recently begun to develop, which makes it particularly interesting for detailed analysis and future study.

The opportunities that an IPO opens up cover a wide range of benefits, from expanding access to financing to increasing recognition and trust in the market. It also includes increasing the value of the company, providing opportunities for employees to become shareholders, and offering investors a path to a profitable exit. Such benefits can contribute not only to strengthening the financial health of the company, but also stimulate its development and growth, which ultimately leads to increased income for investors even during a crisis.

Keywords: company value, initial public offering of company shares, IPO market.

References

1. IPO of Russian companies: the process of entering the market, status and problems / E. R. Gorchakova, A. V. Likhvoynen, A. V. Filippovich [et al.] // Financial Economics. - 2021. - No. 1. - P. 44-49.
2. Aulov, P. M. Assessing the effectiveness of IPO of Russian companies / P. M. Aulov, T. V. Mokeeva // Sustainable development of the digital economy, industry and innovation systems: Collection of papers of the scientific and

- practical conference with foreign participation, St. Petersburg, November 20-21, 2020 / Edited by D. G. Rodionov, A. V. Babkin. - SPb.: POLYTECH-PRESS, 2020. - P. 343-345.
3. Bavinov, I. A. Entering the IPO market during a pandemic / I. A. Bavinov // Symbol of Science: international scientific journal. - 2021. - No. 5. - P. 57-59.
 4. Belyaev, V. A. Cyclicity in the IPO market: history and factors of occurrence / V. A. Belyaev // Financial analytics: problems and solutions. - 2021. - No. 2. - P. 190-207.
 5. Vinshu, D. V. The stock market in Russia: current state and development prospects / D. V. Vinshu // Economy: yesterday, today, tomorrow. - 2023. - No. 4. - P. 536-542.
 6. Voronova, D. K. The impact of the COVID-19 pandemic on the IPO market / D. K. Voronova, E. S. Ermoolenko // Student Bulletin. - 2022. - No. 2. - P. 77-81.
 7. Glavina, S. G. New methods of raising capital for regional development / S. G. Glavina // News of higher educational institutions. Series: Economics, finance and production management. - 2021. - No. 2. - P. 79-85.
 8. Dikareva, I. A. Prospects for entering an IPO in a pandemic / I. A. Dikareva, A. E. Tylik // Current issues of modern economics. - 2021. - No. 6. - P. 230-233.
 9. Doronina, L. V. Assessment of the IPO market development prospects / L. V. Doronina // Modern Science. - 2020. - No. 5-3. - P. 59-64.

Исследование поведенческих факторов принятия финансовых решений в условиях повышенной ключевой ставки

Румянцева Анна Юрьевна

к.э.н., доцент, проректор по науке и международной деятельности, доцент кафедры международных финансов и бухгалтерского учета Санкт-Петербургского университета технологий управления и экономики, post_graduate@mail.ru

Тарутько Ольга Алексеевна

к.э.н., доцент, заместитель начальника отдела научных исследований, доцент кафедры международных финансов и бухгалтерского учета Санкт-Петербургского университета технологий управления и экономики, oleshka_enfield@mail.ru

Цель статьи заключается в разработке системы поведенческих факторов принятия финансовых решений с учетом принадлежности фактора к внутренней или внешней среде в разрезе онлайн и офлайн пространства. Достижение указанной цели определило необходимость анализа отечественных и зарубежных научных публикаций, связанных с исследованием процесса принятия решений и роли поведенческих факторов в этом процессе. В статье сформирована система поведенческих факторов принятия финансовых решений, рассмотрена динамика ключевой ставки, объемов банковских вкладов и значений максимальной процентной ставки по депозитам за период с 2014 г. по настоящее время. Влияние внешнеэкономической ситуации, политической обстановки, рост санкционного давления, ослабление курса национальной валюты Российской Федерации и ряд других причин определил политику Банка России в области ключевой ставки. В статье продемонстрировано влияние повышенной ключевой ставки и доходности банковских вкладов на принимаемые финансовые решения в области размещения временно свободных денежных средств во вклады. Основной результат исследования заключается в формировании системы поведенческих факторов принятия финансовых решений с выделением в их составе внешних и внутренних групп в разрезе онлайн и офлайн пространства. **Ключевые слова:** финансовые решения, поведенческие финансы, поведенческие факторы, ключевая ставка, банковские вклады, Банк России.

Введение

Термин «поведенческие финансы» прежде всего принято использовать применительно к продвижению товаров в сфере информационных технологий, аналитике работы поисковых систем. Однако, поведенческие факторы принятия финансовых решений могут быть рассмотрены и обособлены от ИТ-сферы или не ограничиваться ей. Так, в частности, в [1, 2] значение поведенческих финансов раскрывается в сфере работы фондового рынка. Связь поведенческих финансов с принятием финансовых решений, в том числе инвестиционного характера рассматривалась в [3, 4, 5]. В целом связь поведенческих финансов со сферой информационных технологий и современным фондовым рынком обусловлена в первую очередь тем фактом, что совершение тех или иных действий технического характера могут быть отслежены и впоследствии проанализированы автоматически, что колоссально упрощает поиск взаимосвязи между действиями и полученным результатом. Однако, на финансовые решения, которые принимаются в офлайн режиме, также оказывается влияние со стороны поведенческих факторов, при этом оценить их влияние существенно сложнее.

В данном исследовании под поведенческими факторами будет пониматься система характеристик, влияющих на принимаемые индивидуумом решения. По сути, поведенческие факторы принятия решений в любой сфере - это набор психологических характеристик индивидуума и выполняемых под их влиянием бессознательных действий (например, положение курсора мыши на экране во время изучения информации о товаре).

Система поведенческих факторов принятия финансовых решений

Учитывая темпы цифровой трансформации и перехода большинства сфер и продуктов в электронную среду, принятие финансовых решений с позиции выявления поведенческих факторов связано и с онлайн и с офлайн средой.

В [6] авторами предложена трехфакторная модель поведения инвестора, включающая в дополнение к рыночному фактору, фактор неожиданности доходов в краткосрочной перспективе, как невнимание и недостаточную реакцию, и фактор долгосрочной перспективы, подразумевающий использование информации в ответ на непрозрачное ценообразование. Система поведенческих факторов, в основу которой положена группировка в зависимости от принадлежности к одной из ключевых сфер деятельности, а именно разделение факторов на группы персональных, производственных и финансовых представлена в [7].

Однако в настоящей работе группировку предложено осуществлять с учетом принадлежности фактора в внутренней или внешней среде в разрезе онлайн и офлайн пространства. В работе Диденко В.Ю. [8] проведена компоновка индикаторов, основанная на анализе достижений психологии, социологии и экономики в области анализа поведенческих факторов принятия финансовых решений. Представленные индикаторы не имеют связи с корпоративных уровнем подходят только для физических лиц.

Факторная модель поведения индивида на финансовых рынках рассматривается в [9], а в [10] автор выделяет в качестве одного из ключевых факторов, влияющих на набор поведенческих факторов нейроэкономику. Вопросам исследования поведенческих факторов в онлайн среде посвящено достаточно много работ, как отечественных [11], так и зарубежных авторов [12, 13]. В [14] отмечено, что качество жизни обеспечивается, как благополучием общества в целом, так и на базе индивидуальной шкалы благополучия, а значение культурного личностного потенциала и финансовой культуры для принятия эффективных управленческих решений в области управления финансами подробно рассматривается в [15].

Проведя анализ различных источников, определив ряд недостатков существующих методик, составим систему поведенческих факторов принятия финансовых решений с учетом принадлежности фактора в внутренней или внешней среде в разрезе онлайн и офлайн пространства.

Таблица 1

Система поведенческих факторов принятия финансовых решений (составлено авторами)

Поведенческие факторы при принятии финансовых решений			
Офлайн		Онлайн	
Внутренние	Внешние	Внутренние (зависят от запроса пользователя)	Внешние (не зависят от запроса пользователя)
Страх получения отрицательного финансового результата, в том числе банкротства	Изменение конъюнктуры рынка	Время на сайте/продолжительность просмотра	Общий трафик
Боязнь привлечения заемного капитала	Изменения в налоговом законодательстве	Глубина просмотра	Целевой трафик
Уровень конкурентоспособности	Изменения в трудовом законодательстве	Показатель отказов	Переходы по сторонним ссылкам
Недостаточность уровня образования и компетентности, информационно-технической грамотности	Внешнеэкономические (макроэкономические) факторы	Совершение действий/взаимодействие	Влияние формы и перечня данных
Страх перед внедрением современных технологических достижений в производственный процесс	Политические факторы	Осуществление перехода по ссылке	Компьютерные симуляции
Страх перед удорожанием ресурсов	Удорожание ресурсов (в том числе стоимость привлечения заемного финансирования)	Повторное посещение	Посещаемость сайта

Страх перед потерей опытных сотрудников	Изменение ключевой ставки	Возвраты к поисковому запросу	Прямые заходы
Страх перед неопределенностью и порождаемыми ею рисками	Рост инфляции	Отмены действий	Возврат к поиску
Уровень ответственности и страх перед ней	Уровень финансовой грамотности	Отказ (Bounce rate)	Привлекательность ресурса и описания
Недоверие к осуществлению финансовых операций онлайн	Экологические факторы	Положение курсора мыши (тепловая карта)	Полнота информации, ее релевантность
Доверия потребителя	Инновационный потенциал и техническое развитие		Удобство использования ресурса
Перспективы осуществления деятельности и развития	Валютные факторы		Обновление контента
Качество жизни, благополучия, уровень счастья	Инвестиционный потенциал		Адаптация к мобильным устройствам
Уровень благосостояния	«Эффект толпы» (Информационный каскад)		Скорость загрузки
Уровень запаса терпения			Наличие/отсутствие накруток
Эвристические ошибки			Кликабельность
Культурный потенциал личности			

Помимо, указанных в таблице 1, факторов данная система может быть дополнена специфическими факторами, возникающими под влиянием тех или иных трендов. А также степень воздействия некоторых из них может отличаться в зависимости от событий, происходящих во внешней среде. Так, в последние годы санкционное давление, значительные колебания цен и регуляторные решения оказывают серьезное влияние на финансовые решения потребителей.

А в случаях, когда речь идет, например, о покупках на маркетплейсах или иных интернет-ресурсах, то онлайн и офлайн факторы будут «работать» вместе. Так при принятии финансового решения (например, в рамках инвестиционной деятельности, в части приобретения нового оборудования) значение будут иметь, как привлекательность сайта и описания товара, так и необходимость (или отсутствие таковой) привлечения заемного капитала, перспективы дальнейшей деятельности при приобретении такого оборудования и т.д.

Влияние повышенной ключевой ставки на принятие финансовых решений

Влияние внешнеэкономической ситуации, рост санкционного давления, ослабления курса национальной валюты Российской Федерации и ряд других причин определил политику Банка России в области ключевой ставки. Динамика ключевой ставки, максимальной процентной ставки по вкладам и объемов вкладов физических и юридических лиц за последнее десятилетие представлена на Рис.1

Максимальная процентная ставка приведена в соответствии с методикой ее подсчета ЦБ РФ (учет ставок осуществляется то 10 банкам, на чью долю приходится максимальный объем вкладов). По данным Рис.1 наглядно видно, что, объемы средств, привлекаемых банковской системой от физических

лиц, остался практически на том же уровне по сравнению с предыдущим годом, несмотря на высокий уровень ключевой ставки в 2015 г. Одновременно с этим наблюдается рост объемов вкладов от юридических лиц более чем на 50%. Данное обстоятельство определяется рядом причин, среди которых, низкий уровень накоплений населения и недостаточный уровень доверия к банковской системе для размещения накоплений во вклады. В целом объемы вкладов населения демонстрируют неуклонный рост за последнее десятилетие, тогда как объемы вкладов юридических лиц колеблются, в том числе во взаимосвязи с колебаниями значений ключевой ставки.



Рис. 1. Динамика ключевой ставки и объемов вкладов с 2014 по 2024 г. (на начало года) (составлено авторами по данным Банка России [16])

Увеличение ключевой ставки в 2023 г. положительно повлияло на объемы вкладов и рост в 2024 г. по отношению к 2023 г. составил более 22% для вкладов юридических лиц и более 24% для вкладов физических лиц. Тогда как в 2023 г. по отношению к 2022 г. рост составлял всего 5% и 17% соответственно. Вышеуказанные обстоятельства наглядно демонстрируют влияние внешнего фактора изменения ключевой ставки на принятие финансовых решений. Ключевая ставка, являясь внешним фактором, по сути, выступает в роли фактора для фактора, оказывая прямое влияние на внутренние поведенческие факторы, в частности уровень благосостояния, перспективы дальнейшей деятельности, желание максимизировать доход и др.

По данным делового портала TAdviser в 2023 г. наблюдается рост вкладов физических лиц на сумму свыше 10 млн. рублей на 30,2%, на сумму в диапазоне от 3 до 10 млн. руб. на 39,9%, на сумму от 1,4 до 3 млн. руб. на 29,2%, на сумму 1 до 1,4 млн. руб. на 18,7% и на вклады до 1 млн. руб. на 9,7%. Одновременно с этим, несмотря на рост объемов вкладов, по данным Агентства страхования вкладов, средняя сумма депозита физического лица в одном банке находится на уровне 324 тыс. рублей, что на 50 тыс. рублей больше, чем показатель прошлого года [17].

С начала 2023 г. закончилось действие льготы, освобождающее физические лица от уплаты налога с полученных процентных доходов и в 2024 г. вкладчикам предстоит оплатить налог за, полученный в 2023 г., процентный доход на условиях, определяемых статьей 214 Налогового кодекса. По данным

мониторинга застрахованных вкладов за 2023 г., который был представлен общественности в феврале 2024 г., доля вкладов на начало 2024 г. на сумму до 1 млн. руб. составляет 29,2%, а доля вкладов превышающих 10 млн. руб. на ту же дату составляет 30,1%. Вклады, размещенные суммы, попадающие в другие диапазоны, имеют меньший удельный вес. Распределение объема вкладов физических лиц по состоянию на 1 января 2024 г. представлено на Рис.2.

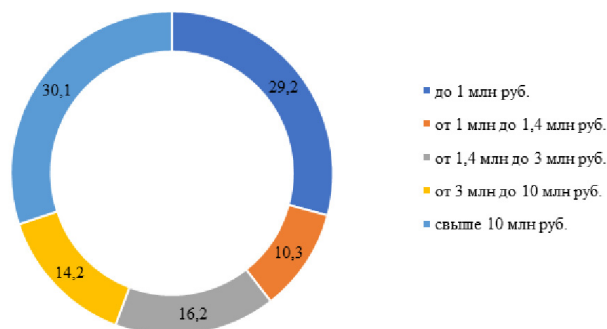


Рис. 2. Распределение объема вкладов физических лиц по диапазонам по состоянию на 1 января 2024 г. [17]

Учитывая методику определения налоговой базы по уплате налога с процентного дохода, гарантировано (при условии размещения вклада под процент не превышающий ключевую ставку) по итогам 2023 г. не будет осуществлена уплата налога только со вкладов, чья сумма не превышает 1 млн. руб. Вклады, размещенные на сумму превосходящую 1 млн. руб. также будут освобождены от уплаты, если сумма процентного дохода по ним не превысила 150000 руб. по итогам 2023 г. (так как максимальная ключевая ставка на первое число месяца по итогам 2023 г. составила 15%). Однако, учитывая уровень процентной ставки, проценты по вкладам находятся на весьма привлекательном для вкладчиков уровне. Согласно мониторингу застрахованных вкладов, 96,4% вкладчиков имеют вклады на сумму до 1 млн. руб., на чью долю в структуре приходится 29,2%. Оставшиеся 3,6% вкладчиков разместили 70,8% объемов вкладов и именно они, при прочих равных условиях, будут являться плательщиками данного налога.

Сумма вкладов физических лиц на начало 2024 г. составляет 44920859,171 млн. руб., таким образом более 30 трлн. рублей вкладов подлежат налогообложению по итогам 2023 г., что в итоге принесет бюджету более 4 трлн. руб. налоговых сборов. Вопросы менталитета российского гражданина и его правового нигилизма затрагивались исследователями неоднократно [18, 19]. Очевидно, что избежать уплаты по уже размещенным вкладам без штрафных санкций не представляется возможным. Однако, в будущем подобная налоговая политика способна оказать некоторое влияние и побудить не в полной мере законопослушных граждан перейти на стратегию сбережения средств «под подушкой». Несмотря на то, что налогом облагается только процентный доход, превышающий определенную сумму, с позиции поведенческих факторов, у ряда

вкладчиков может сложиться мнение о наличии дополнительных потерь собственных средств при размещении их во вкладах.

Заключение

Основным полученным в статье результатом является предложенная система поведенческих факторов принятия финансовых решений, в основу которой положено деление факторов на группы внутренних и внешних в разрезе онлайн и офлайн пространства. Также в статье проведен анализ динамики ключевой ставки и ряда показателей кредитных организаций. На основании сопоставления динамики уровня ключевой ставки, с динамикой максимальных процентных ставок и изменением объемов банковских вкладов за тот же период раскрыта суть влияния повышенной ключевой ставки на принимаемые финансовые решения.

Литература

1. Akin I., Akin M. Behavioral finance impacts on US stock market volatility: an analysis of market anomalies // Behavioural Public Policy, 2024. С. 1-25. <https://doi.org/10.1017/bpp.2024.13>
2. Wang H. Behavioral Finance: The impact of Investor Expectations on the Financial Markets // SHS Web of Conferences. – EDP Sciences, 2024. Т. 188. С. 01019. <https://doi.org/10.1051/shsconf/202418801019>
3. Silva P. et al. Cognitive biases in the investment decision process // Perspectives and Trends in Education and Technology: Selected Papers from ICITED 2022. – Singapore: Springer Nature Singapore, 2023. С. 185-197. https://doi.org/10.1007/978-981-19-6585-2_17
4. Rajasekar A. et al. Risk capacity and investment priority as moderators in the relationship between big-five personality factors and investment behavior: a conditional moderated moderated-mediation model // Quality & Quantity, 2023. Т. 57. №3. С. 2091-2123. <https://doi.org/10.1007/s11135-022-01429-2>
5. Owusu S. P., Laryea E. The impact of anchoring bias on investment decision-making: evidence from Ghana // Review of Behavioral Finance, 2023. Т. 15. №5. С. 729-749. <https://doi.org/10.1108/RBF-09-2020-0223>
6. Daniel K., Hirshleifer D., Sun L. Short-and long-horizon behavioral factors // The review of financial studies, 2020. Т. 33. №4. С. 1673-1736. <https://doi.org/10.1093/rfs/hhz069>
7. Румянцева А. Ю., Тарутько О. А. Влияние поведенческих факторов на принятие финансовых решений // Экономика и управление, 2023. Т. 29. №12. С. 1540-1546. <https://doi.org/10.35854/1998-1627-2023-12-1540-1546>
8. Диденко В. Ю. Учет поведенческой иррациональности финансовых решений в моделях финансового поведения населения при формировании денежно-кредитной политики // AlterEconomics, 2023. Т. 20. №1. С. 271-290. <https://doi.org/10.31063/AlterEconomics/2023.20-I.13>
9. Мнацаканян А. Г., Копытова Л. В. Проблемы «иррациональности» экономических индивидов в

теории поведенческих финансов // Балтийский морской форум: материалы X Международного Балтийского морского форума: в 7 т. Том 1., 2022. С. 378-382.

10. Мануйленко В. В. Функции поведенческих финансов в условиях нестабильности // Ключевые тенденции развития общественных финансов в новой экономической реальности : материалы международной научно-практической онлайн-конференции, 12 мая 2022 г. – Ростов-на-Дону: Издательско-полиграфический комплекс Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), 2022. С. 52-54

11. Никишин М. Б., Лошкарев Я. В. Поведенческие факторы как важная составляющая процесса поисковой оптимизации сайта // Инновационная наука, 2020. №12. С. 37-39.

12. Qin J. et al. User behavior retrieval for click-through rate prediction // Proceedings of the 43rd International ACM SIGIR Conference on Research and Development in Information Retrieval, 2020. С. 2347-2356. <https://doi.org/10.1145/3397271.3401440>

13. Xiao Y. et al. A click-through rate model of e-commerce based on user interest and temporal behavior // Expert Systems with Applications, 2022. Т. 207. С. 117896. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2022.117896>

14. Церкаевич, Л. В. Качество жизни общества как фактор риска устойчивости экономической системы // Россия и Санкт-Петербург: экономика и образование в XXI веке: Научная сессия профессорско-преподавательского состава, научных сотрудников и аспирантов по итогам НИР за 2016 год. Факультет экономики и финансов. Отделение национальной экономики, Санкт-Петербург, 01 апреля – 31 мая 2017 года. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2018. С. 58-63.

15. Колпикова, Е. В., Румянцева А.Ю. Роль финансовой культуры в управлении предприятием // Экономика и управление, 2012. №6(80). С. 69-73.

16. Ключевая ставка Банка России // Банк России. 2024. URL: https://www.cbr.ru/hd_base/keyrate/ (Дата обращения 22.06.2024).

17. Мониторинг застрахованных вкладов за 2023 год // Агентство по страхованию вкладов, 2024. URL: <https://www.asv.org.ru/agency/analytics> (Дата обращения 17.04.2024).

18. Богатова Е. В. Правовой нигилизм граждан в налоговых правоотношениях // Актуальные проблемы теории и истории правовой системы общества, 2018. №17. С. 122-126.

19. Маскаева С. В. Менталитет российского налогоплательщика как один из основных факторов уклонения от уплаты налогов в РФ // Экономика и социум, 2014. №2-3 (11). С. 287-290.

The study of behavioural factors of financial decision-making in conditions of an increased key rate

Rumyantseva A.Yu., Tarutko O.A.

St. Petersburg University of Management Technologies and Economics, St. Petersburg

JEL classification: G20, G24, G28, H25, H30, H60, H72, H81, K22, K34

The purpose of the article is to develop a system of behavioural factors for financial decision-making, taking into account the factor's belonging to the internal or external environment in the context of online and offline space. Achieving this goal has determined the need to analyse domestic and foreign scientific publications related to the study of the decision-making process and the role of behavioural factors in this process. The article forms a system of behavioural factors of financial decision-making, examines the dynamics of the key rate, the volume of bank deposits, and the values of the maximum interest rate on deposits for the period from 2014 to the present. The influence of the foreign economic situation, the political situation, the increase in sanction pressure, the weakening of the national currency of the Russian Federation and other reasons have determined the key rate policy of the Bank of Russia. The article demonstrates the impact of the increased key rate and bank deposit yields on financial decisions in the field of placing temporarily free cash in deposits. The main result of the study is the formation of a system of behavioural factors of financial decision-making with the allocation of external and internal groups in their composition in the context of online and offline space.

Keywords: financial decisions, behavioural finance, behavioural factors, key rate, bank deposit, Bank of Russia

References

1. Akin I., Akin M. Behavioral finance impacts on US stock market volatility: an analysis of market anomalies // *Behavioural Public Policy*, 2024. P. 1-25. <https://doi.org/10.1017/bpp.2024.13>
2. Wang H. Behavioral Finance: The impact of Investor Expectations on the Financial Markets // *SHS Web of Conferences*. – EDP Sciences, 2024. T. 188. P. 01019. <https://doi.org/10.1051/shsconf/202418801019>
3. Silva P. et al. Cognitive biases in the investment decision process // *Perspectives and Trends in Education and Technology: Selected Papers from ICITED 2022*. – Singapore: Springer Nature Singapore, 2023. P. 185-197. https://doi.org/10.1007/978-981-19-6585-2_17
4. Rajasekar A. et al. Risk capacity and investment priority as moderators in the relationship between big-five personality factors and investment behavior: a conditional moderated mediation model // *Quality & Quantity*, 2023. T. 57. №3. P. 2091-2123. <https://doi.org/10.1007/s11135-022-01429-2>
5. Owusu S. P., Laryea E. The impact of anchoring bias on investment decision-making: evidence from Ghana // *Review of Behavioral Finance*, 2023. T. 15. №5. P. 729-749. <https://doi.org/10.1108/RBF-09-2020-0223>
6. Daniel K., Hirshleifer D., Sun L. Short-and long-horizon behavioral factors // *The review of financial studies*, 2020. T. 33. №4. P. 1673-1736. <https://doi.org/10.1093/rfs/hhz069>
7. Rumyantseva A.Yu., Tarutko O.A. The influence of behavioral factors on financial decision making // *Economics and Management*, 2023. T. 29. №12. P. 1540-1546. <https://doi.org/10.35854/1998-1627-2023-12-1540-1546>
8. Didenko V. Yu. Irrational decision-making in behavioural finance models and the success of the national monetary policy // *AlterEconomics*, 2023. T. 20. №1. P. 271-290. <https://doi.org/10.31063/AlterEconomics/2023.20-1.13>
9. Mnatsakanyan A.G., Kopytova L.V. Problems of "irrationality" of economic individuals in the theory of behavioral finance // *Baltic Maritime Forum: Proceedings of the X International Baltic Maritime Forum: in 7 volumes. Volume 1.*, 2022. P. 378-382.
10. Manuilenko V. V. Functions of behavioral finance in conditions of instability // *Key trends in the development of public finance in the new economic reality: materials of the international scientific and practical online conference, May 12, 2022 - Rostov-on-Don: Publishing and printing complex of the Rostov State University of Economics (RINH)*, 2022. P. 52-54
11. Nikishin M. B., Loshkarev Ya. V. Behavioral factors as an important component of the process of search engine optimization of the site // *Innovative Science*, 2020. №12. P. 37-39.
12. Qin J. et al. User behavior retrieval for click-through rate prediction // *Proceedings of the 43rd International ACM SIGIR Conference on Research and Development in Information Retrieval*, 2020. P. 2347-2356. <https://doi.org/10.1145/3397271.3401440>
13. Xiao Y. et al. A click-through rate model of e-commerce based on user interest and temporal behavior // *Expert Systems with Applications*, 2022. T. 207. P. 117896. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2022.117896>
14. Tcerkasevich L.V. Quality of life of the company as a factor of the risk of sustainability of the economic system // *Russia and Saint Petersburg: Economy and Education in the 21st Century: Scientific session of the faculty, research fellows and postgraduate students on the results of research work for 2016. Faculty of Economics and Finance. Department of National Economy, Saint Petersburg, April 1 – May 31, 2017*. – Saint Petersburg: Saint Petersburg State University of Economics, 2018. P. 58-63.
15. Kolpikova, E. V., Rumyantseva A. Yu. The role played by financial culture in the management of enterprises // *Economics and Management*, 2012. №6(80). P. 69-73.
16. Key rate of the Bank of Russia // *Bank of Russia*. 2024. URL: https://www.cbr.ru/hd_base/keyrate/ (Date of access 22.06.2024).
17. Monitoring of insured deposits for 2023 // *Deposit Insurance Agency*, 2024. URL: <https://www.asv.org.ru/agency/analytics> (Date of access 17.04.2024).
18. Bogatova E.V. Legal nihilism of citizens in tax legal relations // *Current issues of theory and history of the legal system of society*, 2018. №17. P. 122-126.
19. Maskaeva S. V. Mentality of the Russian taxpayer as one of the main factors of tax evasion in the Russian Federation // *Economy and Society*, 2014. №2-3 (11). P. 287-290.

Рост эффективности сбора металлолома с помощью программы распознавания и оценки, являющейся результатом исследования рынка

Райченко Кирилл Александрович

директор по продукту, ООО «Зеленые технологии», ПАО НЛМК (Новолипецкий металлургический комбинат), kraychenko@gmail.com

Невровский Александр Викторович

менеджер продукта, ООО «Зеленые технологии», ПАО НЛМК (Новолипецкий металлургический комбинат), a.nevrovskiy@gmail.com

В данной статье описана проблема сдачи металлического лома физическими лицами в виду низкой информационной прозрачности отрасли металлолома. При формировании в 2024 году у физических лиц металлического лома в объеме 29 млн тонн, ими будет сдано только 12 млн тонн. Несформированное, тем самым, максимальное предложение лома на рынке по отношению к спросу со стороны ломопотребляющих металлургических заводов приведет к завышению цены и, как следствие, будет влиять на стоимость их готовой продукции. В качестве решения данной проблемы, авторами было предложено использование специального приложения для физических лиц, с помощью которого они могли бы легче определять стоимость как металлического лома вышедших из обращения бытовых приборов. Данное приложение было разработано группой студентов МФТИ под руководством авторов статьи.

Ключевые слова: цифровизация, ломообразование, ломозаготовка, ломосбор, цифровая трансформация отрасли металлолома, металлолом

Введение

Экономическое развитие страны неразрывно связано с цифровой трансформацией. Не в последнюю очередь это относится и к цифровым преобразованиям в промышленности. В работах [8], [9], [10] авторы наглядно показывают важность этого направления.

Важно также отметить, что приоритеты развития экономики замкнутого цикла, развития экологических инициатив и вторичной переработки сырья требуют преобразования механизмов функционирования в сегменте стратегического вторичного сырья – металлолома. Современные технологии, такие, как онлайн торговля, компьютерное зрение, самообучающиеся на больших данных модели, предиктивные расчеты ценовых индексов способствуют модернизации и могут быть использованы в решении задачи преобразования металлургической отрасли.

Рынок металлолома характеризуется следующими значащими факторами:

- сложная вертикаль сбора металлолома первичных собственников
- локальная агрегация по географическому принципу
- распределение по пунктам заготовки сырья в целях переработки и отправки железнодорожной логистикой до мест потребления сырья (заводы или экспорт).

Результатом этого являются не прозрачные внутренние процессы, кроме этого, цена за металлолом не фиксирована и может кратно различаться внутри годового периода в связи со спросом на сырье и балансом ломозаготовки и ломосбора. Кроме этого, в рынке присутствует много посредников, которые извлекают прибыль из «серой зоны» договоренностей участников, не принося ценности в продукт в виде его переработки или логистики.

Разработка цифровых решений в области упрощения сбора металлолома первичных собственников и создание наиболее короткого пути его реализации до конечного потребителя (металлургического завода) является актуальной для металлургов задачей. Такие компании как НЛМК, ММК, ОМК проявляют интерес к закупкам сырья через маркетплейс Vtorion [7].

В качестве конструктивной основы разработки программного обеспечения постановки и разрешения комплекса задач распознавания и оценки стоимости металлолома, аккумулируемого и представляемого физическими лицами предлагается платформа «Vtorion». Её разработкой, адаптацией, внедрением и сопровождением применения обеспе-

чивается формирование, функционирование и развитие первого в России экомаркетплейса агрегации сбора, представления и переработки вторичного сырья, специализирующегося в том числе на металлическом ломе. Традиционно, на соответствующей платформе оперировали исключительно юридические лица, что не позволяло полностью задействовать весь собираемый в стране лом. Открытие доступа на платформу физическим лицам решило эту задачу, так как на их долю приходится существенная часть ломосбора.

Жизненный цикл металлолома в сегменте обращения представляет собой путь от ломообразования до ломопотребления и его участники показаны на рисунке 1.



Рис.1 Траектория жизненного цикла обращения лома

Очевидно, что в качестве ломообразователя может выступать, как юридическое лицо, например предприятия с технологически обусловленным образованием отходов производства в виде металлолома или организации, эксплуатация которых также формирует определённый поток вторичных ресурсов, так и широкий спектр физических лиц, неизбежно образующих металлолом в процессе функционирования домохозяйств. Причем, проведенными исследованиями установлены существенно более сложные для агрегации и переработки состояния и позиционирование образуемого физическими лицами металлолома, обуславливающие значительно более высокие удельные затраты на его сбор и реализацию. Именно это обстоятельство делает не только существенно более затратным обращение металлолома, образуемого физическими лицами, но и оказывает соответствующее воздействие на экологическое состояние социально формируемых локаций его нахождения.

Заготовители вторичных ресурсов, целенаправленно занимающиеся агрегированием металлолома и его первичной реализацией традиционно ориентированы на устойчивое взаимодействие с юридическими лицами, гарантирующее предсказуемые материальные и финансовые потоки, что оставляет без необходимого внимания сегмент физических лиц. Особенностью переработчиков металлолома традиционно становятся объёмы обращения, технологически обеспечивающие его наиболее эффективное преобразование в реально востребованные потребителям фракции. В свою очередь их монопольными потребителями являются металлургические заводы, технологии производства выпускаемой продукции которых требуют использование определенной составляющей этого ресурса, обеспечивающей качественные её характеристики.

Согласно исследованиям, проведённым НСРО Руслон [1] объём металлолома, сдаваемого физическими лицами, составляет 50,7% в общей массе обращения этого ресурса, что в 2024 году составит примерно 12 млн. тонн. При этом ежегодное формирование этого ресурса физическими лицами, по

оценкам проведённого исследования может превысить 29 млн. тонн. Очевидно, что более половины этого образованного металлолома не будет собрано и сдано на переработку, а станет весомой добавкой к уже накопленным экологически вредным «хвостам» процессов производственного и бытового функционирования социума.

Вместе с тем, для металлургической отрасли, в которой собираемый и перерабатываемый металлолом используется в качестве технологически необходимого для выплавки стали сырья, это обостряет не только производственные, но и экономические проблемы так как отсутствие достаточного предложения со стороны ломосдатчиков делает покупаемый металлолом дороже, не говоря уже о затратах на его поиск и логистику. Сложившееся положение на рынке обращения этого сырья наглядно свидетельствует об отсутствии эффективного комплексного решения социально-экономически значимой задачи, разработке и реализации которого призвана активно содействовать, представляемая настоящей публикацией инновация.

Очевидно, что преодоление преград на пути физических лиц к сдаче металлолома, будет способствовать росту его предложения на рынке и, тем самым, влиять не только на снижение цены покупаемого металлургическими компаниями сырья, но и на экологическое состояние социально-экономических локаций.

Материалы и методы исследования

С целью выявления возможностей комплексного разрешения данных проблем, было исследовано состояние сложившегося участия физических лиц в обращении металлолома, в рамках которого проведены:

- оценка качества организации процедур обращения с целью изучения процесса сдачи металлолома физическими лицами от момента появления металлического мусора до момента избавления от него в разрезе отношения потребностей, убеждений и проблем. В его рамках было опрошено 24 респондента физических лиц, проживающих в и работающих в крупных городах, средний возраст которых составил 35 лет, в том числе: 13 респондентов-мужчин и 11 респондентов-женщин;
- количественный анализ потоков обращения сырья с целью определения выраженности в генеральной совокупности полученных на этапе качественного исследования данных. В данном исследовании приняло участие более 1000 респондентов, ориентировочно тех же социальных пропорций.

Результаты исследования

Качественное исследование показало, что не все респонденты рассматривают прием вторичных ресурсов, как потенциальное решение задачи по избавлению от металлического мусора. При этом выяснилось, что часть из опрошенных увозят металлолом на дачу или складывают в гараже, что приобретает формат своеобразного агрегирования. Также важным результатом стало то, что удалось установить наличие физических лиц, которые считают,

что: «...пункты приема металла платят копейки» (буквально) или изначально отказывают в приёмке старых бытовых приборов и другого сложно соединенного металлолома.

Анализ результатов количественного исследования показал, что:

- из состава опрошенных физических лиц практически ни разу не сдавали металлолом за последние 3 года 44,3% респондентов;

- у 55,3% в течение года образуется металлический мусор, весом в среднем до 100 кг и 88% из них сдавали или заказывали вывоз образованного металлического мусора.

В целом, распределение разнообразия способов утилизации образовавшихся вторичных металлических ресурсов представляется респондентами, как показано в таблице 1, следующим образом:

Таблица 1
Соотношение способов утилизации металлических ресурсов

Сегмент способа утилизации	Удельный вес сегмента
Пункт приема	18,2%
Выбросить в мусор	17,7%
Отдать безвозмездно	15,1%
Увезти в гараж	12,3%
Заказать вывоз	12%
Сдать в переработку	9,6%

Как видно из анализа позиций таблицы 1, выделяется сегмент пользователей, которые никогда не сдают металлолом несмотря на то, что он у них регулярно образуется. Как правило, они вывозят его на дачу или в гараж, где он продолжает накапливаться, не попадая в коммерческий оборот или выбрасывают, загрязняя окружающую среду. Это позволило сделать предположение о том, что предоставление физическим лицам специальной платформы, оснащаемой адаптированным инструментарием оценки имеющихся у них бытовых приборов с позиций их стоимости, как металлического лома, создаст новые стимулы, кардинально упрощающие процессы сдачи вторичных ресурсов.

Проведенный анализ показал, что в России пока нет не только соответствующего сервиса, но и других альтернативных инструментов распознавания и оценки вторичных ресурсов, действующих и совершенствующихся на основе современных цифровых технологий.

Практическая реализация результатов исследования

Проведенный анализ, представленные заключения и пробные решения позволили разработать и предложить рынку физических лиц специальное приложение, способное распознавать на фотографии и оценивать бытовые предметы, как металлический лом. Данная разработка была апробирована и реализована совместно с временным трудовым коллективом слушателей магистерской программы «Науки о данных» Московского физико-технического института.

Пользовательский путь физического лица, у которого происходит образование металлического

лома бытовых изделий, будет выглядеть следующим образом:

- пользователь собрал бытовой металлолом в одну кучу, например, на даче;
- Пользователь фотографирует собранный металлолом, используя специальное приложение;
- Приложение распознает бытовые предметы на фотографии;
- Приложение оценивает стоимость металлолома и сообщает ее пользователю;
- Пользователь принимает решение о сдаче металлолома;
- Приложение агрегирует процедуру сдачи.

В процессах апробации и адаптации работы пользовательского приложения по распознаванию металлолома и определению его стоимости, был выявлен ряд особенностей, основанных на выбранном алгоритме:

1. поиск оцениваемого объекта на фотографии;
2. оценка степени засора (процента вторсырья, не являющегося металлоломом);
3. оценка параметров объекта, позволяющих рассчитать массу;
4. определение стоимости по распознанному типу объекта и его массе

К таковым выявленным особенностям относятся следующие:

- идентификация конкретных объектов на фотографии (простой вариант);
- оценка кучи металлолома перемешанных объектов на фотографии (сложный вариант), так как на фото проекции кучи могут не идентифицироваться объекты расположены внутри нее;
- проблема оценки степени и размеров засоренности.

С целью учёта указанных особенностей и разрешения возникающих в связи с ними проблем разрабатываются альтернативные методы, позволяющие по спектру проекций определять размеры, идентифицировать и оценивать объект.

Алгоритм работы приложения по определению стоимости металлолома:

Шаг 1. Подготовка данных состояла в автоматическом извлечении изображений из Интернет, по ключевым словам, с помощью специально разработанного скрипта на языке Python. С этой целью были использованы открытые общедоступные наборы данных с размеченными изображениями различных объектов – ImageNet. Такие наборы данных используются в открытом доступе для обучения нейронных сетей.

На выходе проведенного этапа ручной разметки собранных изображений получилось 9 000 изображений, на которых было 10 объектов.

Шаг 2. Обнаружение и локализация объектов металлолома на входных изображениях с помощью архитектуры нейронных сетей YOLOv8.

Нейросеть YOLOv8 позволяет производить следующие операции [2]:

- Детекция – обнаружение объектов

- Сегментация – разделение изображения на области, каждая из которых относится к определенному объекту

- Классификация – определение, что именно находится на изображении

- Поиск ключевых точек тела – используется для определения позы человека. Например, анализа движения спортсменов с последующим улучшением техники. Или обнаружение падений (например, пожилых людей или работников на производстве), создание натуральных движений анимационных персонажей в фильмах и видеоиграх, анализ поведения клиентов магазинов с целью улучшения представленности товаров на полке.

- Трекинг объектов – позволяет отслеживать перемещение объектов. Например, определение оставленных без присмотра объектов, автоматическое отслеживание людей с целью предотвращения нежелательного поведения, управление и оптимизация потока движения транспортных средств.

Практическое применение нейронной сети YOLOv8 на промышленном предприятии показано в работе [3]. В ней приведен пример использования нейросети для определения того, носят ли люди на производстве каску и жилет.

Кроме этого, известны примеры, когда энтузиасты использовали нейронную сеть YOLOv8 для собственных проектов, например, перевода языка жестов в речь [4].

После обнаружения объекта важным этапом являлась классификация типа обнаруженного металлолома, которая решалась с помощью архитектуры EfficientNetV2L. Она хорошо себя зарекомендовала для решения такого рода задач. Например, эта нейросеть использовалась компанией ЦИАН при разработке функционала поиска похожих по фотографии квартир [5]. Также она применялась для оценки внимания водителей за рулем [6].

Произведя обучение приложения определять бытовые приборы на фотографии, разработчики смогли перейти ко второй части процесса – написанию алгоритма, который бы уже самостоятельно распознавал бытовой металлолом на фотографии. В качестве пользовательского интерфейса применялся Telegram бот, написанный на языке Python.

Общая схема работы приложения для определения пользователем стоимости металлолома показана на рисунке 2 следующим образом:

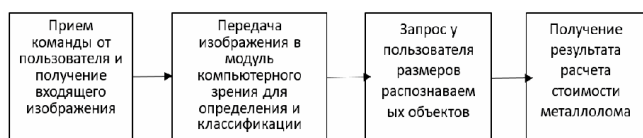


Рис. 2. Процедура работы Telegram бота

Разработанная и представленная на рисунке 2 процедура позволяет эффективно решать задачу автоматизации распознавания типа металлолома по изображению и определения его рыночной стоимости. Следующим шагом развития приложения станет интеграция в него карты пунктов приема, что

позволит пользователям не только определять стоимость своего лома, но и агрегировать процессы его сдачи. Перманентность процессов его эксплуатации и модернизации обеспечивает опережающее развитие представленного решения в реальных условиях его применения.

Экономический эффект приложения по распознаванию лома

Разработанное решение с июня 2024 года переведено в общедоступную эксплуатацию и применяется в том числе физическими лицами для распознавания видов ломов с целью оценки справедливой стоимости сырья. В ближайших планах пополнение номенклатурой видов металлолома и бытовой техники, возможное расширение на другие категории вторичного сырья такие, как цветной металлолом.

Возможный эффект от внедрения решения может быть измерен в разнице по закупочным ценам сырья у населения и у вторичных поставщиков. Средняя цена лома 3А на момент публикации составляет 25000 Р за тонну, в то время как в небольших объемах (до тонны) население преимущественно сдает лом бесплатно на условиях его вывоза. С учетом витрины предложений сырья от Vtorion такой лом будет удобно и выгодно собрать у многих собственников.

При весе забираемого металлолома от 200 кг, расстоянии до него и обратно менее 200 км и скидке от рыночной цены от 20%, заработок забирающего лом составит около 5000 рублей за день.

Выводы

Проведенное исследование физических лиц, потенциальных ломосдатчиков показало, что есть преграды, мешающие им стать активными участниками рынка ломозаготовки. Для преодоления этих преград было разработано специальное приложение по распознаванию и оценке бытовых приборов, как металлического лома.

Данное решение совместно с другими, используемыми на Vtorion, в том числе:

- Индекс цен;
- Предиктивная модель ценообразования;
- Электронные сделки и торги;
- Процедуры проверки контрагентов.

В комплексе должны стать основой для цифровой ломозаготовки, решая задачи прозрачности, сокращения посредников в сделках, не участвующих в формировании дополнительной полезности сырья, вовлечения всех уровней ломозаготовки, решения экологических проблем.

Литература

1. Металлофонд и образование лома у физических лиц в 2021 году. – Текст: электронный // Ассоциация НСПО «РУСЛОМ.КОМ». – 2021. – URL: <https://ruslom.com/assotsiatsiya-nsro-ruslom-kom-podgotovila-infografiku/> (дата обращения: 29.07.2024)
2. Работа с YOLOv8. Детекция, сегментация, трекинг объектов, а также подготовка собственного датасета и обучение. – Текст: электронный // Хабр.

– 2024. – URL: <https://habr.com/ru/articles/821971/> (дата обращения 29.07.2024)

3. Алексюк М.В., Терешкин Д.А., Ушанкова М.Ю., Шабуров А.А. «Применение нейронной сети YOLOv8 для детекции средств индивидуальной защиты на опасных предприятиях» // XXVII Международная конференция по мягким вычислениям и измерениям (SCM'2024) 22-24 мая, 2024, Санкт-Петербург, СПбГЭТУ «ЛЭТИ».

4. Энтузиаст создал умные очки с Raspberry Pi Zero 2 W, способные переводить язык жестов в речь. – Текст: электронный // Хабр. – 2024. – URL: <https://habr.com/ru/news/809921/> (дата обращения 29.07.2024)

5. Хочу жить в такой же: как мы научились искать квартиры по фотографиям. – Текст: электронный // Хабр. – 2021. – URL: <https://habr.com/ru/companies/cian/articles/592283/> (дата обращения 29.07.2024)

6. Определение внимания водителей за рулем — реализация прототипов. – Текст: электронный // Хабр. – 2023. – URL: <https://habr.com/ru/articles/726434/> (дата обращения 29.07.2024)

7. Первый год цифрового лома в России: интервью с руководителем Vtorion Кириллом Райченко. – Текст: электронный // Vtorion. – 2023. – URL: <https://vtorion.ru/blog/article/pervyj-god-cifrovogo-loma-v-rossii-intervyu-s-rukovoditelem-vtorion-kirillom-rajchenko/> (дата обращения 29.07.2024)

8. Галочкин А.Н. «Современные тенденции развития обрабатывающей промышленности в условиях цифровой трансформации экономики» // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2022. С. 37-43.

9. Левенцов В.А., Зайцева В.Д. «Факторы повышения эффективности производственных систем в контексте цифровой трансформации промышленности» // Экономика и предпринимательство. 2022. С. 1304-1307.

10. Чернова О.А., Даренин А.И. «Факторы повышения эффективности производственных систем в контексте цифровой трансформации промышленности» // Естественно-гуманитарные исследования. 2020. С. 222-226.

Increasing scrap metal collection efficiency with a market research-based identification and assessment program

Raichenko K.A., Nevrovsky A.V.

Green Technologies LLC

JEL classification: B00, D20, E22, E44, L23, L51, L52, M11, M20, M30, Z33

This article describes the problem of scrap metal delivery by individuals due to low information transparency of the scrap metal industry. When individuals have 29 million tons of scrap metal in 2024, they will only hand over 12 million tons. The thus unformed maximum supply of scrap on the market in relation to the demand from scrap-consuming metallurgical plants will lead to an overpricing and, as a result, will affect the cost of their finished products. As a solution to this problem, the authors proposed using a special application for individuals, with the help of which they could more easily determine the cost of both scrap metal and household appliances that have gone out of circulation. This application was developed by a group of MIPT students under the guidance of the authors of the article.

Keywords: digitalization, scrap generation, scrap procurement, scrap collection, digital transformation of the scrap metal industry, scrap metal

References

1. Metal fund and scrap formation among individuals in 2021. – Text: electronic // Association of NSRO "RUSLOM.COM". – 2021. – URL: <https://ruslom.com/assotsiatsiya-nsro-ruslom-kom-podgotovila-infografiku/> (date of access: 07/29/2024)
2. Working with YOLOV8. Detection, segmentation, tracking of objects, as well as preparation of own dataset and training. – Text: electronic // Хабр. – 2024. – URL: <https://habr.com/ru/articles/821971/> (date of access 07/29/2024)
3. Aleksyuk M.V., Tereshkin D.A., Ushankova M.Yu., Shaburov A.A. "Application of the YOLOv8 Neural Network for Detecting Personal Protective Equipment at Hazardous Facilities" // XXVII International Conference on Soft Computing and Measurements (SCM'2024) May 22-24, 2024, St. Petersburg, ETU "LETI".
4. An enthusiast has created smart glasses with Raspberry Pi Zero 2 W that can translate sign language into speech. - Text: electronic // Хабр. - 2024. - URL: <https://habr.com/ru/news/809921/> (date accessed 07/29/2024)
5. I want to live in the same one: how we learned to search for apartments by photographs. - Text: electronic // Хабр. – 2021. – URL: <https://habr.com/ru/companies/cian/articles/592283/> (date of access 07/29/2024)
6. Determining the attention of drivers while driving - implementation of prototypes. – Text: electronic // Хабр. – 2023. – URL: <https://habr.com/ru/articles/726434/> (date of access 07/29/2024)
7. The first year of digital scrap in Russia: an interview with the head of Vtorion Kirill Raichenko. – Text: electronic // Vtorion. – 2023. – URL: <https://vtorion.ru/blog/article/pervyj-god-cifrovogo-loma-v-rossii-intervyu-s-rukovoditelem-vtorion-kirillom-rajchenko/> (date of access 07/29/2024)
8. Galochkin A.N. "Modern trends in the development of the manufacturing industry in the context of the digital transformation of the economy" // Bulletin of the Altai Academy of Economics and Law. 2022. Pp. 37-43.
9. Leventsov V.A., Zaitseva V.D. "Factors of increasing the efficiency of production systems in the context of the digital transformation of industry" // Economy and entrepreneurship. 2022. Pp. 1304-1307.
10. Chernova O.A., Darenin A.I. "Factors of increasing the efficiency of production systems in the context of the digital transformation of industry" // Natural Sciences and Humanities. 2020. P. 222-226.