



ИД «Академия Естествознания»

ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Научный журнал

№ 8 2024

FUNDAMENTAL RESEARCH

Scientific journal

No. 8 2024



PH Academy of Natural History

Фундаментальные исследования

Научный журнал

Журнал издается с 2003 года.

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. Свидетельство – ПИ № ФС 77-63397.

«Фундаментальные исследования» – рецензируемый научный журнал, в котором публикуются статьи проблемного и научно-практического характера, научные обзоры.

Журнал включен в действующий Перечень рецензируемых научных изданий (ВАК РФ). К1.

В журнале публикуются статьи, обладающие научной новизной, представляющие собой результаты завершённых исследований, проблемного или научно-практического характера. Журнал ориентируется на ученых, преподавателей, экономистов. Авторы журнала уделяют особое внимание экономической эффективности рассматриваемых решений.

Основные разделы журнала – экономические науки.

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР

Ледванов Михаил Юрьевич, д.м.н., профессор

Технический редактор

Доронкина Е.Н.

ЗАМ. ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА

Бичурин Мирза Имамович, д.ф.-м.н., профессор

Корректор

Галенкина Е.С.,

ОТВЕТСТВЕННЫЙ СЕКРЕТАРЬ

Бизенкова Мария Николаевна, к.м.н.

Дудкина Н.А.

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

д.э.н., проф. *Алибеков Ш.И.* (Кизляр); к.э.н., доцент, *Беспалова В.В.* (Санкт-Петербург); д.э.н., проф. *Бурда А.Г.* (Краснодар); д.э.н., проф. *Василенко Н.В.* (Отрадное); д.э.н., доцент, *Гиззатова А.И.* (Уральск); д.э.н., проф. *Головина Т.А.* (Орел); д.э.н., доцент, *Довбий И.П.* (Челябинск); д.э.н., доцент, *Дорохина Е.Ю.* (Москва); д.э.н., проф. *Зарецкий А.Д.* (Краснодар); д.э.н., проф. *Зобова Л.Л.* (Кемерово); д.э.н., доцент, *Каранина Е.В.* (Киров); д.э.н., проф. *Киселев С.В.* (Казань); д.э.н., проф. *Климовец О.В.* (Краснодар); д.э.н., проф. *Князева Е.Г.* (Екатеринбург); д.э.н., проф. *Коваленко Е.Г.* (Саранск); д.э.н., доцент, *Корнев Г.Н.* (Иваново); д.э.н., проф. *Косякова И.В.* (Самара); д.э.н., проф. *Макринова Е.И.* (Белгород); д.э.н., проф. *Медовый А.Е.* (Пятигорск); д.э.н., проф. *Покрытан П.А.* (Москва); д.э.н., доцент, *Потышняк Е.Н.* (Харьков); д.э.н., проф. *Поспелов В.К.* (Москва); д.э.н., проф. *Роздольская И.В.* (Белгород); д.э.н., доцент, *Самарина В.П.* (Старый Оскол); д.э.н., проф. *Серебрякова Т.Ю.* (Чебоксары); д.э.н., проф. *Скуфьина Т.П.* (Апатиты); д.э.н., проф. *Титов В.А.* (Москва); д.э.н., доцент, *Федотова Г.В.* (Волгоград); д.э.н., проф. *Филькевич И.А.* (Москва); д.э.н., проф. *Халиков М.А.* (Москва); д.э.н., проф. *Цапулина Ф.Х.* (Чебоксары); д.э.н., проф. *Чиладзе Г.Б.* (Тбилиси); д.э.н., доцент, *Ювица Н.В.* (Астана); д.э.н., доцент, *Юрьева Л.В.* (Екатеринбург)

ISSN 1812-7339

Электронная версия: <http://fundamental-research.ru>

Правила для авторов: <http://fundamental-research.ru/ru/rules/index>

Двухлетний импакт-фактор РИНЦ = 1,674

Пятилетний импакт-фактор РИНЦ = 0,473

Периодичность

12 номеров в год

Учредитель, издатель и редакция

ООО ИД «Академия Естествознания»

Почтовый адрес

105037, г. Москва, а/я 47

Адрес редакции и издателя

440026, г. Пенза, ул. Лермонтова, 3

Типография

ООО «НИЦ Академия Естествознания»
410035, г. Саратов, ул. Мамонтовой, 5

E-mail

edition@rae.ru

Телефон

+7 (499) 705-72-30

Подписано в печать

30.08.2024

Дата выхода номера

30.09.2024

Формат

60х90 1/8

Усл. печ. л.

15,0

Тираж

1000 экз.

Заказ

ФИ 2024/8

Распространяется по свободной цене

Подписной индекс в электронном каталоге «Почта России»: ПА035

© ООО ИД «Академия Естествознания»

Fundamental research

Scientific journal

The journal has been published since 2003.

The journal is registered by the Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology and Mass Communications. **Certificate – PI No. FS 77-63397.**

"Basic Research" is a peer-reviewed scientific journal, which publishes articles of a problematic, scientific and practical nature and scientific reviews.

The journal is included in the current List of peer-reviewed scientific publications (**HCC RF**). **K1.**

The journal publishes articles of scientific novelty, which are the results of completed research, of a problematic or scientific-practical nature. The journal focuses on scientists, teachers, economists. The authors of the journal pay special attention to the economic efficiency of the considered solutions.

The main sections of the journal are economic sciences.

CHIEF EDITOR

Ledvanov Mikhail Yurievich, Dr. Sci. (Medical), Prof.

Technical editor

Doronkina E.N.

DEPUTY CHIEF EDITOR

Bichurin Mirza Imamovich, Dr. Sci. (Physical and Mathematical), Prof.

Corrector

Galenkina E.S.,

Dudkina N.A.

EXECUTIVE SECRETARY

Bizenkova Maria Nikolaevna, Cand. Sci. (Medical)

EDITORIAL BOARD

Dr. of Economics, Prof. **Alibekov Sh.I.** (Kizlyar); Cand. of Economics, Docent, **Bespalova V.V.** (Saint Petersburg); Dr. of Economics, Prof. **Burda A.G.** (Krasnodar); Dr. of Economics, Prof. **Vasilenko N.V.** (Otradnoye); Dr. of Economics, Docent, **Gizzatova A.I.** (Uralsk); Dr. of Economics, Prof. **Golovina T.A.** (Orel); Dr. of Economics, Docent, **Dovbiy I.P.** (Chelyabinsk); Dr. of Economics, Docent, **Dorokhina E.Yu.** (Moscow); Dr. of Economics, Prof. **Zaretsky A.D.** (Krasnodar); Dr. of Economics, Prof. **Zobova L.L.** (Kemerovo); Dr. of Economics, Docent, **Karanina E.V.** (Kirov); Dr. of Economics, Prof. **Kiselev S.V.** (Kazan); Dr. of Economics, Prof. **Klimovets O.V.** (Krasnodar); Dr. of Economics, Prof. **Knyazeva E.G.** (Ekaterinburg); Dr. of Economics, Prof. **Kovalenko E.G.** (Saransk); Dr. of Economics, Docent, **Kornev G.N.** (Ivanovo); Dr. of Economics, Prof. **Kosyakova I.V.** (Samara); Dr. of Economics, Prof. **Makrinova E.I.** (Belgorod); Dr. of Economics, Prof. **Medovyy A.E.** (Pyatigorsk); Dr. of Economics, Prof. **Pokrytan P.A.** (Moscow); Dr. of Economics, Docent, **Potyshnyak E.N.** (Khar'kov); Dr. of Economics, Prof. **Pospelov V.K.** (Moscow); Dr. of Economics, Prof. **Rozdolskaya I.V.** (Belgorod); Dr. of Economics, Docent, **Samarina V.P.** (Sary Oskol); Dr. of Economics, Prof. **Serebryakova T.Yu.** (Cheboksary); Dr. of Economics, Prof. **Skufina T.P.** (Apatity); Dr. of Economics, Prof. **Titov V.A.** (Moscow); Dr. of Economics, Docent, **Fedotova G.V.** (Volgograd); Dr. of Economics, Prof. **Filkevich I.A.** (Moscow); Dr. of Economics, Prof. **Khalikov M.A.** (Moscow); Dr. of Economics, Prof. **Tsapulina F.Kh.** (Cheboksary); Dr. of Economics, Prof. **Chiladze G.B.** (Tbilisi); Dr. of Economics, Docent, **Yuvitsa N.V.** (Astana); Dr. of Economics, Docent, **Yurieva L.V.** (Ekaterinburg)

ISSN 1812-7339

Electronic version: <http://fundamental-research.ru>

Rules for authors: <http://fundamental-research.ru/ru/rules/index>

Impact-factor RISQ (two-year) = 1,674

Impact-factor RISQ (five-year) = 0,473

Periodicity	12 issues per year		
Founder, publisher and editors	LLC PH Academy of Natural History		
Mailing address	105037, Moscow, p.o. box 47		
Editorial and publisher address	440026, Penza, st. Lermontov, 3		
Printing house	LLC SPC Academy of Natural History 410035, Saratov, st. Mamontova, 5		
E-mail	edition@rae.ru	Telephone	+7 (499) 705-72-30
Signed for print	30.08.2024	Number issue date	30.09.2024
Format	60x90 1/8	Conditionally printed sheets	15,0
Circulation	1000 copies	Order	ФИ 2024/8

Distribution at a free price

Subscription index in the Russian Post electronic catalog: PA035

© LLC PH Academy of Natural History

СОДЕРЖАНИЕ

Экономические науки (5.2.4 Финансы, 5.2.5 Мировая экономика)

СТАТЬИ

ПЕРСПЕКТИВЫ ЭКСПОРТА КИТАЙСКОЙ РЫБНОЙ ПРОДУКЦИИ В РОССИЮ: АНАЛИЗ НА ОСНОВЕ МОДЕЛИ ПОСТОЯННОЙ ДОЛИ РЫНКА (CMS)	
<i>Ван Жосюань</i>	8
«ЗЕЛЕННЫЕ» ФИНАНСОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ В УПРАВЛЕНИИ УСТОЙЧИВЫМ РАЗВИТИЕМ БИЗНЕСА	
<i>Кандрашина Е.А., Жабин А.П.</i>	15
ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ ОТМЫВАНИЮ ДЕНЕГ И ФИНАНСИРОВАНИЮ ТЕРРОРИЗМА КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА РОССИИ С ДРУЖЕСТВЕННЫМИ СТРАНАМИ ДАЛЬНЕГО ЗАРУБЕЖЬЯ	
<i>Королева Л.П., Бубнов В.А.</i>	22
АЛГОРИТМ ПРИНЯТИЯ ФИНАНСОВЫХ РИСКООУСТОЙЧИВЫХ РЕШЕНИЙ ПО УПРАВЛЕНИЮ СТРУКТУРОЙ КАПИТАЛА С УЧЕТОМ ВЛИЯНИЯ ВНЕШНИХ ФАКТОРОВ	
<i>Кунин В.А., Пешко С.И.</i>	28
ПРИМЕНЕНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА В СОЗДАНИИ И ПРОДВИЖЕНИИ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ	
<i>Леоненко Е.А.</i>	34
ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ФИНАНСИРОВАНИЯ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ КИТАЯ НА ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА	
<i>Лэй Хуа, Жутяева С.А.</i>	43
ЦИФРОВЫЕ ФИНАНСОВЫЕ АКТИВЫ КАК ОСОБЫЙ ВИД ФИНАНСОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ: ВОПРОСЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ, КЛАССИФИКАЦИИ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ	
<i>Попов А.Ю.</i>	49
ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКИХ МАРКЕТПЛЕЙСОВ	
<i>Румянцева А.Ю., Федоров В.А., Лазарева Н.А.</i>	55
ФИНАНСОВЫЙ МОНИТОРИНГ ДЕБИТОРСКОЙ И КРЕДИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЕЙ В КОМПАНИЯХ В УСЛОВИЯХ ПОВЫШЕННОЙ КЛЮЧЕВОЙ СТАВКИ	
<i>Синцова Е.А. Эмиров Н.Д.</i>	63
ФИНАНСОВЫЕ АСПЕКТЫ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ СЕМЬИ В СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ РЕАЛИЯХ	
<i>Сугарова И.В., Кулумбегова Л.В.</i>	69

Экономические науки (5.2.3 Региональная и отраслевая экономика)

СТАТЬИ

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ В СФЕРЕ ГАЗОСНАБЖЕНИЯ И ГАЗИФИКАЦИИ НА ПРИМЕРЕ ВЛАДИВОСТОКСКОГО ГОРОДСКОГО ОКРУГА	
<i>Волынчук А.Б., Волынчук Я.А.</i>	75
ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ПРИМОРСКОГО КРАЯ	
<i>Лебединская Ю.С., Пермитин Н.Н.</i>	83
МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ	
<i>Попова О.И., Сысоева Т.Л., Шихов И.А.</i>	93

Экономические науки (5.2.2 Математические, статистические и инструментальные методы в экономике)

СТАТЬИ

СИСТЕМНЫЙ АНАЛИЗ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РОССИИ	
<i>Зайчикова И.В.</i>	98
РОЗНИЧНЫЙ ТОВАРООБОРОТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: СТАТИСТИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ФАКТОРОВ РОСТА	
<i>Сысоева Е.А., Ипполитова В.С.</i>	105

Экономические науки (5.2.6 Менеджмент)

СТАТЬЯ

ОЦЕНКА ПОСЛЕДСТВИЙ ДИСТАНЦИОННОГО РЕЖИМА РАБОТЫ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ ВУЗОВ	
<i>Логинова Е.В., Хохолуш М.С., Кочергина Т.В., Тарасюк А.В.</i>	114

CONTENTS

Economic sciences (5.2.4 Finance, 5.2.5 World economy)

ARTICLES

PROSPECTS FOR CHINESE FISH PRODUCTS EXPORTS TO RUSSIA: ANALYSIS BASED ON CONSTANT MARKET SHARE (CMS) MODEL <i>Wang Ruoxuan</i>	8
GREEN FINANCIAL INSTRUMENTS IN SUSTAINABLE BUSINESS DEVELOPMENT MANAGEMENT <i>Kandrashina E.A., Zhabin A.P.</i>	15
COUNTERING MONEY LAUNDERING AND TERRORISM FINANCING AS A FACTOR OF ENSURING THE SECURITY OF FOREIGN ECONOMIC COOPERATION OF RUSSIA WITH FRIENDLY COUNTRIES OF THE FAR ABROAD <i>Koroleva L.P., Bubnov V.A.</i>	22
THE ALGORITHM FOR MAKING FINANCIAL RISK-TOLERANT DECISIONS ON CAPITAL STRUCTURE MANAGEMENT TAKING INTO ACCOUNT THE IMPACT OF EXTERNAL FACTORS <i>Kunin V.A., Peshko S.I.</i>	28
APPLICATION OF MARKETING COMPLEX TOOLS IN THE CREATION AND PROMOTION OF BANKING PRODUCTS AND SERVICES <i>Leonenko E.A.</i>	34
ASSESSMENT OF THE IMPACT OF CHINESE HIGHER EDUCATION RESEARCH FUNDING ON ECONOMIC GROWTH <i>Lei Hua, Zhutyaeva S.A.</i>	43
DIGITAL FINANCIAL ASSETS AS A SPECIAL TYPE OF FINANCIAL INSTRUMENTS: IDENTIFICATION, CLASSIFICATION AND TAXATION ISSUES <i>Popov A.Yu.</i>	49
FEATURES OF THE FINANCIAL ACTIVITY ASSESSING OF RUSSIAN MARKETPLACES <i>Rumyantseva A.Yu., Fedorov V.A., Lazareva N.A.</i>	55
FINANCIAL MONITORING OF ACCOUNTS RECEIVABLE AND ACCOUNTS PAYABLE IN COMPANIES UNDER CONDITIONS OF AN INCREASED KEY RATE <i>Sintsova E.A., Emirov N.D.</i>	63
FINANCIAL ASPECTS OF SOCIAL PROTECTION OF THE FAMILY IN MODERN RUSSIAN REALITIES <i>Sugarova I.V., Kulumbegova L.V.</i>	69

Economic sciences (5.2.3 Regional and sectoral economics)

ARTICLES

PROBLEMS AND PROSPECTS FOR THE IMPLEMENTATION OF STATE POLICY IN THE FIELD OF GAS SUPPLY AND GASIFICATION BY THE EXAMPLE OF VLADIVOSTOK CITY DISTRICT <i>Volynchuk A.B., Volynchuk Ya.A.</i>	75
THE MAIN TRENDS IN THE ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE PRIMORSKY KRAI <i>Lebedinskaya Yu.S., Permitin N.N.</i>	83
THE ONLINE PROMOTION MARKETING STRATEGY <i>Popova O.I., Sysoeva T.L., Shikhov I.A.</i>	93

Economic sciences (5.2.2 Mathematical, statistical and instrumental methods in economics)

ARTICLES

SYSTEM ANALYZING MORTGAGE LENDING IN RUSSIA <i>Zaychikova I.V.</i>	98
RETAIL TRADE TURNOVER OF THE RUSSIAN FEDERATION: STATISTICAL ASSESSMENT AND FORECASTING GROWTH FACTORS <i>Sysoeva E.A., Ippolitova V.S.</i>	105

Economic sciences (5.2.6 Management)

ARTICLE

ASSESSMENT OF THE CONSEQUENCES OF REMOTE WORK FOR UNIVERSITY TEACHING STAFF <i>Loginova E.V. Khokholush M.S., Kochergina T.V., Tarasyuk A.V.</i>	114
--	-----

СТАТЬИ

УДК 338.246.2:339.5
DOI 10.17513/fr.43653

ПЕРСПЕКТИВЫ ЭКСПОРТА КИТАЙСКОЙ РЫБНОЙ ПРОДУКЦИИ В РОССИЮ: АНАЛИЗ НА ОСНОВЕ МОДЕЛИ ПОСТОЯННОЙ ДОЛИ РЫНКА (CMS)

Ван Жосюань

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет», Санкт-Петербург,
e-mail: st081277@student.spbu.ru.

Автор рассматривает Китай в роли экспортера в российско-китайской торговле рыбной продукцией. Цель исследования заключается в выявлении перспектив экспорта китайской рыбной продукции в Россию. Для достижения данной цели в статье проведен анализ структурных характеристик и внутренних факторов и их влияния на экспорт китайской рыбной продукции в Россию с 2014 по 2021 гг. Основной методологией данной статьи является анализ внутренних факторов, влияющих на экспорт китайской рыбной продукции, с помощью метода постоянной доли рынка с точки зрения общей рыбной продукции и категоризированной рыбной продукции. К числу внутренних факторов относятся импортный спрос, конкурентоспособность рыбной продукции, а также степень соответствия спроса и предложения. Классификация рыбной продукции основана на Международной стандартной торговой классификации. Данные получены из Базы данных по статистике торговли товарами Организации Объединенных Наций. На основе анализа установлено, что важным фактором расширения китайского экспорта является рост потребления рыбной продукции в России. Дальнейшее расширение экспортных поставок на российский рынок тормозится снижением конкурентоспособности китайской рыбной продукции и несоответствием экспорта спросу на российском рынке.

Ключевые слова: рыбная продукция, российско-китайская торговля, рыбохозяйственный комплекс, экспорт, постоянная доля рынка, конкурентоспособность

PROSPECTS FOR CHINESE FISH PRODUCTS EXPORTS TO RUSSIA: ANALYSIS BASED ON CONSTANT MARKET SHARE (CMS) MODEL

Wang Ruoxuan

St. Petersburg State University, St. Petersburg, e-mail: st081277@student.spbu.ru.

The author examined China as the exporter in the Russian-Chinese trade in fish products. The purpose of the work is to reveal the prospect of Chinese fish products export to Russia. To achieve this purpose, the article analyses the structural characteristics and internal factors and their impacts on the export of China's fish products to Russia from 2014 to 2021. The methodology of this article is the analysis of internal factors which affect the export of Chinese fish products using the method of constant market share from the perspective of overall fish products and categorized fish products. These factors include import demand, the competitiveness of fish products, and the matching degree of supply and demand. The classification of fish products are based on the Standard international trade classification. The data are from the United Nations Commodity Trade Statistics Database. Based on analyses, it is found that the major factor of China's export growth is the increasing consumption of fish products in Russia. China's further expansion of exports to the Russian market is hampered by the declining competitiveness of their fish products and the mismatch of fish supply with the demand in the Russian market.

Keywords: fish products, Russia-China trade, constant market share, fishery complex, export, competitiveness

Введение

Исторически Россия была признана рыболовной державой – как в дореволюционный период, так и в период СССР. После распада СССР последствия приватизации и отсутствия долгосрочного планирования и методов распределения квот привели к сокращению российской водной биомассы, снижению объемов добычи и уменьшению инвестиций [1, с. 189]. Механизм долгосрочных квот на добычу рыбы, введенный в 2003 г. и документ под названием «Об утверждении Стратегии развития рыбохозяйственного комплекса Российской Федерации на период до 2020 г.», вступив-

ший в силу в 2009 г., позволили возродить рыбную отрасль России. Кризис на Украине и падение обменного курса рубля в 2014 г. оказали негативное влияние на рыбную отрасль России, в том числе на внешнюю торговлю этой продукцией. Учитывая реальность, в 2017 г. Росрыболовство разработало новую стратегию, которая в равной степени ориентирована на развитие рыболовства, аквакультуры и переработку и по своей сути нацелена на импортозамещение в рыбной отрасли страны. В 2015–2020 гг. производство аквакультуры в России увеличилось со 178 тыс. т до 328,6 тыс. т, а мощности по переработке – с 3,8 млн т до 4,25 млн т. Уровень самообеспеченности рыбной продук-

цией увеличивается с 72% в 2013 г. до 83% в 2016 г., а в 2022 г. данный показатель достиг 150% [2, 3].

И Китай, и Россия играют важную роль в мировой торговле рыбой и рыбной продукцией. Китай является крупнейшим в мире производителем, экспортером и переработчиком рыбной продукции. В 2022 г. общий объем производства в отрасли достиг 68,66 млн т, из которых большая часть – свыше 80% – приходилась на фермерские хозяйства, тогда как объем китайского рыбного экспорта достиг 23 млрд долл. США, увеличившись на 5% по сравнению с предыдущим годом. Экспорт из Китая включает как продукцию головоногих моллюсков, креветок, тилапии и двусторчатых моллюсков, так и переработанных сиговых рыб, таких как аляскинский минтай и треска.

Традиционно Россия импортировала большое количество европейской рыбной продукции из-за благоприятных условий торговли. После 2014 г. Россия ввела эмбарго на поставку сельскохозяйственной продукции из развитых стран, в том числе европейских, и сместила акцент в торговле в сторону Азии. Одним из бенефициаров стал Китай. Поскольку в 2022 г. Россия вновь ввела запрет на импорт рыбы и морепродуктов из недружественных стран (например, ЕС, США, Норвегии), существует возможность дальнейшего расширения китайского рыбного экспорта в Россию.

В исследованиях, изучающих рыболовство и торговлю рыбой в Китае, Аше определил, что 74,9% китайской рыбной торговли приходится на переработку и реэкспорт [4, с. 386]. Данная ситуация обострилась в начале 1990-х гг., когда либерализация внешней торговли в странах бывшего СССР способствовала наращиванию поставок необработанной рыбы китайским производителям [5, с. 1]. Ли проанализировал экспорт рыбы из Китая на основе гравитационной модели, и результаты показали, что Россия является рынком с большим потенциалом [6, с. 54]. Цай провела сравнительное исследование торговых преимуществ рыбной продукции пяти стран Северо-Восточной Азии и пришла к выводу, что китайский экспорт рыбной продукции является самым конкурентоспособным, а Россия по этой характеристике занимает второе место [7, с. 404]. Китайская рыбная продукция обладает относительным ценовым преимуществом из-за невысокой стоимости рабочей силы, что выступает важным фактором продвижения экспорта на российский рынок в последние годы [8, с. 41]. Ерохин отметил, что в торговле некоторыми группами товаров, в частности зерновыми и масличны-

ми культурами, рыбой и ракообразными, консервированными овощами и фруктами, сравнительные недостатки одной страны могут быть компенсированы сравнительными преимуществами другой [9, с. 136]. В настоящее время из-за эмбарго на поставку морепродуктов Россия постепенно переключает импорт с европейских стран на азиатские, среди которых Китай является вторым по величине поставщиком в Россию [10, с. 157]. Таким образом, китайская рыбная продукция имеет перспективы для расширения своей доли на российском рынке. Исследование конкурентоспособности китайской рыбной продукции на российском рынке имеет практическое значение.

Исследования, посвященные изучению российско-китайской торговли рыбной продукцией, в основном сфокусированы на импорте Китаем российской рыбной продукции, тогда как изучению факторов, влияющих на экспорт рыбной продукции из Китая в Россию, уделяется меньшее внимание.

Цель исследования заключается в выявлении перспектив экспорта китайской рыбной продукции в Россию.

Материал и методы исследования

В данной статье используется международная стандартная торговая классификация (SITC), согласно которой автор классифицирует рыбные продукты по четырем товарным группам: 034 – Рыба свежая (живая или снулая), охлажденная или замороженная, 035 – Рыба сушеная, соленая или в рассоле; копченая рыба (холодного или горячего копчения), рыбная мука и гранулы из рыбы, пригодные для потребления человеком, 036 – Ракообразные, моллюски и водные беспозвоночные, 037 – Рыба, ракообразные, моллюски и прочие водные беспозвоночные, приготовленные или консервированные [11, с. 6–7]. Данные получены из Базы данных ООН по статистике торговли товарами (UN COMTRADE) [12].

Постоянная доля рынка (Constant Market Share, CMS) – это модель, предложенная Г. Тышиньским (Tyszynski) в 1951 г. для количественной оценки влияния факторов на экспорт [13, с. 272–304]. Модель CMS рассматривает влияние внутренних факторов на экспорт – спроса со стороны страны-импортера, конкурентоспособности продукции из страны-экспортера и степени соответствия спроса и предложения. К достоинствам метода можно отнести то, что он позволяет определить, в какой степени меняется экспорт с ростом конкурентоспособности товаров страны-экспортера, в какой – в связи с тем, что страна поставляет товары на быстро или медленно растущие

рынки [14, с. 54]. В данной работе автор обращается к модели CMS, модифицированной Сунь в 2007 г. [15, с. 106–118]. В данной модели автор считает, что Китай и Россия рассматривают друг друга как единственный объект экспорта.

В модели CMS состоит из структурных эффектов (СЭ), конкурентных эффектов (КЭ) и перекрестных эффектов (ПЭ). Их значения представлены в таблице 1. Q и Q_i – общий импорт рыбных продуктов России и импорт конкретного продукта i соответственно; S – доля рыбной продукции из Китая в общем объеме импорта рыбных продуктов России; S_i – доля рыбной продукции i из Китая в общем объеме импорта рыбной продукции i Россией из всего мира; Δ – дельта.

$$\Delta Q = \sum_i S_i^0 \Delta Q_i + \sum_i Q_i^0 \Delta S + \sum_i \Delta S_i \Delta Q_i$$

(СЭ) (КЭ) (ПЭ)

Результаты исследования и их обсуждение

Объем российско-китайской торговли рыбной продукцией демонстрирует тенденцию к росту, но с существенными колебаниями. С 2011 по 2014 гг. китайский экспорт рыбы в Россию увеличивался. В 2015 г. экспорт китайской рыбной продукции в Россию существенно снизился, главным образом из-за экономического спада в России, но восстановился в 2016 г. С 2016 по 2019 гг. экспорт рыбных продуктов Китая в Россию держался на уровне более 400 млн долл. США. В 2020 г. из-за жестких карантинных

мер в Китае в период пандемии стоимость экспорта резко упала и начала восстанавливаться в 2021 г. (табл. 2).

В период 2016–2019 гг. российский экспорт рыбной продукции в Китай показал тенденцию к увеличению с годовым темпом роста около 17%. Рост произошел в основном благодаря падению обменного курса рубля и снижению Китаем импортных таможенных пошлин на рыбную продукцию. В 2020–2021 гг. наблюдалось достаточно большое снижение экспорта России из-за последствий пандемии.

Стоимость китайского импорта рыбной продукции из России стабильно превышает стоимость экспорта. Это объясняется тем, что, с одной стороны, Китай испытывает огромный спрос на рыбную продукцию, несмотря на то, что внутреннее производство обеспечивает внутреннее потребление. С другой стороны, Россия как крупнейшая морская держава в мире обладает большим преимуществом в виде многочисленных рыбных продуктов, таких как треска, тунец, краб и другие, которые удовлетворяют разнообразный спрос Китая. Поэтому дефицит торгового баланса Китая сохранится еще долгое время.

На рисунке показана структура китайского экспорта рыбной продукции в Россию. Приготовленная или консервированная рыба (СИТС 037) является основным продуктом, экспортируемым Китаем в Россию. Доля этого продукта составляла более половины экспорта рыбной продукции до 2018 г., а в дальнейшем его доля стала снижаться. Это свидетельствует о снижении конкурентоспособности китайской данной продукции на российском рынке.

Таблица 1

Значения эффекта модели CMS

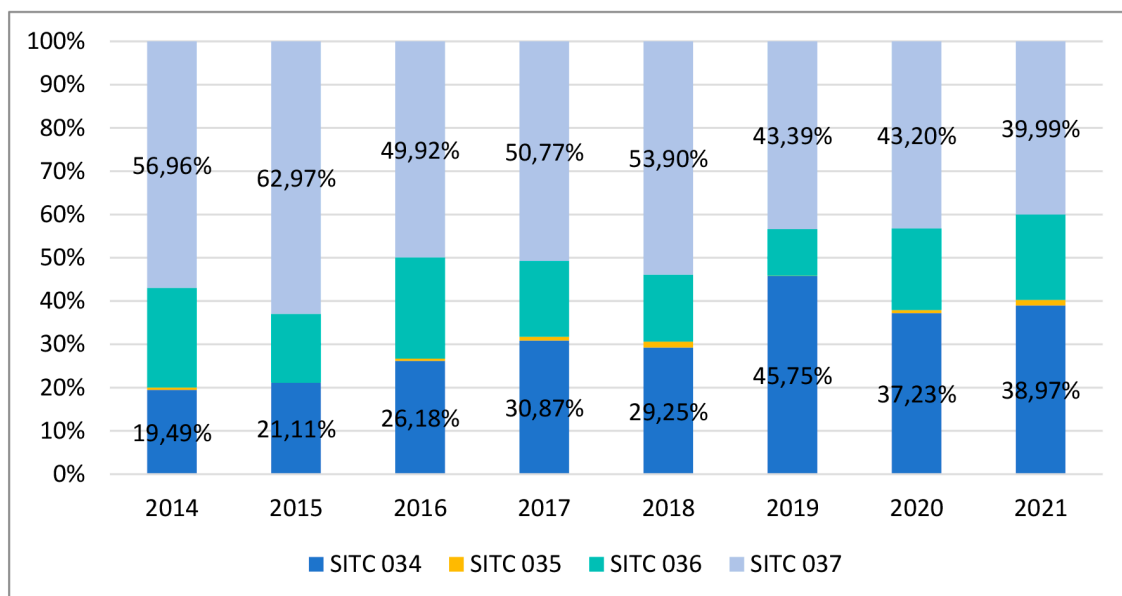
Структурный эффект (СЭ)	Изменение стоимости экспорта рыбной продукции из стран-экспортеров в связи с изменением рыночного спроса в странах-импортерах
Конкурентный эффект (КЭ)	Изменение стоимости экспорта рыбной продукции в связи с изменением конкурентоспособности рыбной продукции
Перекрестный эффект (ПЭ)	Изменение стоимости экспорта рыбной продукции в результате взаимодействия изменений конкурентоспособности рыбной продукции в странах-экспортерах и изменений импортного спроса в странах-импортерах, что позволяет оценить степень соответствия спроса и предложения на рынке

Таблица 2

Объем экспорта в российско-китайской торговле рыбой и рыбной продукцией (млн долл. США)

Год	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Экспорт из Китая	646,3	360,9	420,5	435,1	477,2	409,0	298,9	348,8
Экспорт из России	1266,3	1171,6	1361,7	1445,8	2112,1	2186,8	1840,7	1863,9

Источник: составлено автором по [12]



Структура экспорта китайской рыбной продукции в Россию
Источник: составлено автором по [12]

Таблица 3

Факторы роста китайского экспорта рыбных продуктов
в Россию в 2014–2021 гг. (млн долл.)

	2014–2015		2016–2018		2019–2021	
	Изменение	Вклад	Изменение	Вклад	Изменение	Вклад
Реальный рост экспорта	–285,4	100,00%	56,7	100,00%	–60,3	100,00%
СЭ	–278,7	97,65%	209,8	370,22%	73,2	–121,43%
КЭ	–11,1	3,89%	–99,6	–175,64%	–117,2	194,53%
ПЭ	4,4	–1,53%	–53,6	–94,59%	–16,2	26,90%

Таблица 4

Факторы роста китайского экспорта рыбных продуктов
в Россию по товарным группам в 2014–2021 гг. (в %)

Вклад	2014–2015			2016–2018			2019–2021		
	СЭ	КЭ	ПЭ	СЭ	КЭ	ПЭ	СЭ	КЭ	ПЭ
034	21,32	–164,50	–196,75	15,74	2,73	1,52	20,03	52,09	29,49
035	0,12	28,69	6,87	0,26	–3,04	–1,47	–0,01%	–3,63	0,70
036	30,50	137,59	199,28	11,85	39,53	18,55	37,25	1,29	5,79
037	48,06	98,22	90,61	72,15	60,78	81,40	42,74	50,25	64,01

Живая или охлажденная рыба (SITC 034) – это вторая по величине категория рыбных продуктов, экспортируемых из Китая в Россию, доля которой в структуре поставок растет – с 2019 г. ее доля составила 40%. Таким образом, китайский экспорт живой и охлажденной рыбы в Россию имеет большие перспективы.

Ракообразные и моллюски (SITC 036) занимают третье место среди рыбных продуктов, экспортируемых из Китая в Россию. Доля экспорта сушеной, соленой или копченой рыбы (SITC 035) в рыбных продуктах Китая относительно невелика.

Опираясь на статистические данные, автор проанализировал факторы, влияющие

на рост экспорта рыбной продукции из Китая в Россию и экспорта рыбной продукции по товарным группам. Результаты анализа представлены в таблицах 3, 4.

С точки зрения общего китайского экспорта рыбной продукции, структурный эффект является основным фактором роста экспорта в Россию, за ним следует конкурентный эффект. Перекрестный эффект играет незначительную роль в стимулировании экспорта китайской рыбной продукции. Другими словами, важным фактором расширения китайского экспорта является рост потребления рыбной продукции в России, в том числе за счет увеличения общего объема импорта этой продукции, а не высокая конкурентоспособность соответствующей продукции. На китайский экспорт рыбной продукции в Россию в рассматриваемый период в основном влияют два события – кризис на Украине в 2014 г. и пандемия, начавшаяся в 2020 г.

В 2014 г. экономика России пережила спад, вызванный внешними шоками. Падение обменного курса рубля и снижение покупательской способности отразились на российской торговле. Экспорт китайской рыбной продукции в Россию к 2016 г. сократился на 285,4 млн долл. США. Снижение экспорта было вызвано в основном структурными эффектами, что отражает сильную зависимость между российским спросом и китайским экспортом. Введенное Россией продовольственное эмбарго привело к значительному сокращению импорта сельскохозяйственной продукции из развитых стран. Как отмечает Борисов, в результате эмбарго доля российского импорта сельскохозяйственной продукции из других стран и стран – членов ЕАЭС увеличилась на 15 и 8% соответственно [16, с. 307]. Ожидается увеличение экспорта китайской рыбной продукции в Россию.

С 2016 г. российская экономика в основном преодолела рецессию и начала умеренный рост, а это означает, что спрос на рыбную продукцию на российском рынке в значительной степени восстановлен. Иными словами, можно рассматривать уровень торговли 2016–2018 гг. как нормальное состояние китайско-российской торговли. Вклад структурного эффекта составляет 370,22%, что означает, что в нормальных условиях, без учета конкурентного и перекрестного эффектов, за счет структурного эффекта экспорт Китая в 2018 г. должен быть в 3,7 раза выше экспорта в 2016 г. Причина, по которой фактический экспорт не достиг такого объема, кроется в негативном влиянии конкурентного и перекрестного эффектов на данном этапе. Кон-

курентоспособность китайской рыбной продукции и степень ее соответствия российскому рынку препятствовали экспорту в Россию.

В 2020 и 2021 гг. пандемия затронула мировую торговлю, в том числе российско-китайскую торговлю рыбной продукцией, поскольку были введены жесткие карантинные меры и нарушена цепочка поставок. Положительный вклад конкурентных эффектов и перекрестных эффектов на этом этапе объясняется значительным снижением структурных эффектов из-за запрета на импорт китайской рыбной продукции, введенного Россией по карантинным причинам.

Из классифицированной рыбной продукции большую роль в росте экспорта сыграли «Приготовленная или консервированная рыба» (SITC 037) и «Ракообразные и моллюски» (SITC 036). Все три эффекта обоих видов продукции способствовали росту экспорта в каждом периоде. «Рыба сушеная, соленая или в рассоле» (SITC 035) имеет небольшой объем экспорта и не вносит существенного вклада в рост экспорта, а ее вклад в структурный, конкурентный и перекрестный эффекты незначителен.

Конкурентоспособность китайской рыбной продукции в целом на российском рынке низкая и нестабильная. «Приготовленная или консервированная рыба» (SITC 037) является категорией с наиболее сильной и стабильной конкурентоспособностью на российском рынке. За ней следуют «Рыба свежая» (SITC 034). «Ракообразные и моллюски» (SITC 036) – это категория, которую Китай экспортирует на мировой рынок в большом количестве, но ее конкурентоспособность продолжает ослабевать. Причины недостаточной конкурентоспособности китайской рыбной продукции на российском рынке заключаются, во-первых, в схожести ресурсного обеспечения стран. В частности, российский Дальний Восток является основным районом в производстве рыбы и торговле с Китаем. Китайские рыболовецкие суда ежегодно получают квоты на вылов рыбы в исключительной экономической зоне (ИЭЗ) России. Это приводит к недостаточной дифференциации видов рыб и рыбной продукции в торговле между странами.

Во-вторых, по мере того как в последние годы в Китае исчезает демографический дивиденд, стоимость рабочей силы растет. В 2016 г. уровень заработной платы в рыбной отрасли составлял 1130 юаней, а в 2021 г. – 1938 юаней на человека. Производство и переработка рыбной продукции – трудоемкая отрасль, и рост стоимости

рабочей силы привел к тому, что китайская рыбная продукция потеряла свое ценовое преимущество в международной торговле. Это утверждение совпадает с теоремой Рыбчинского [17, с. 336–341]. В то же время рыбная продукция из таких стран, как Вьетнам и Таиланд, остается конкурентоспособной по цене.

В-третьих, пресноводные ресурсы, богатые трудовые ресурсы и политика страны создают сильное преимущество в сфере аквакультуры. В настоящее время Китай является единственной страной среди основных рыболовных стран мира, где производство продукции аквакультуры превышает объемы промысла. Например, тилапия (белая рыба) является типичным видом аквакультуры. Однако в российской культуре питания и структуре спроса предпочтение отдается морской рыбе и красной рыбе.

В-четвертых, стратегия развития рыбохозяйственного комплекса России позволила увеличить мощности по переработке рыбной продукции. В рамках стратегии переработка и аквакультура являются основными направлениями развития российского рыбохозяйственного комплекса. И в то же время Россия стремится вернуться на позиции второй по величине рыболовной державы мира [18, с. 36].

Изменения в структуре предложения китайской рыбной продукции не адаптируются к изменениям спроса на российском рынке. Во-первых, Россия не является важнейшим экспортным рынком для китайской рыбной продукции. Китайский рыбный экспорт характеризуется высокой концентрацией. Основными рынками для экспорта, за исключением США, являются азиатские страны или регионы, такие как Япония, Южная Корея, АСЕАН и Гонконг (Китай). Россия не является классическим важнейшим экспортным рынком для Китая, а представляет собой развивающийся рынок. С одной стороны, Китай недостаточно принимает во внимание рост доходов, рост спроса на рыбную продукцию в России, а также не учитывает вкусовые предпочтения российских потребителей. С другой стороны, Китай считает, что стратегия импортозамещения в рыбном хозяйстве помогает России достичь самообеспеченности рыбной продукцией. Китайские поставщики, на взгляд автора, недостаточно учитывают также рост осведомленности российских потребителей о безопасности продуктов питания и ее соответствии российским стандартам. Применительно к рыбе и рыбопродукции – это содержание тяжелых металлов и микробиологические показатели. Китаю необходимо усилить изучение российского рынка

и ужесточить контроль за соблюдением стандартов и обеспечением безопасности рыбной продукции.

Заключение

Метод CMS позволил установить, что важным фактором расширения китайского экспорта является рост потребления рыбной продукции в России, в том числе за счет увеличения общего объема импорта этой продукции.

Тенденция к снижению конкурентоспособности китайской рыбной продукции препятствует росту экспорта. Основными причинами низкой конкурентоспособности китайской рыбной продукции являются схожесть видов рыбных ресурсов, рост стоимости рабочей силы в Китае и успехи стратегии рыбохозяйственного комплекса России.

Китайский экспорт рыбной продукции не удовлетворяет спрос на российском рынке, что в дальнейшем повлияет на экспортный потенциал Китая на российском рынке. Это связано с тем, что китайские поставщики рассматривают Россию как страну с высокой степенью самообеспеченности рыбной продукцией и недостаточно осведомлены о предпочтениях российских потребителей и росте покупательной способности.

Список литературы

1. Агунович Ю.А., Шуликов А.О. Государственная политика в сфере рыболовства: этапы эволюции, проблемы реализации, перспективные направления развития // Природные ресурсы, их современное состояние, охрана, промысловое и техническое использование: Национальная (всероссийская) научно-практическая конференция. 2020. № XI. С. 188–193.
2. Росрыболовство. Итоги деятельности Федерального агентства по рыболовству в 2016 году и задачи на 2017 год. [Электронный ресурс]. URL: https://fish.gov.ru/wp-content/uploads/documents/files/Collegiya_2017_doklad.pdf. (дата обращения: 18.06.2024).
3. ТАСС. В России уровень самообеспечения рыбой превысил показатель доктрины продбезопасности. [Электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru/ekonomika/17324343> (дата обращения: 18.06.2024).
4. Asche F., Yang B., Gephart J.A., Smith M.D., Anderson J.L., Camp E.V., Garlock T.M., Love D.C., Oglend A., Straume H.-M. China's seafood imports – Not for domestic consumption? // Science. 2022. Vol. 375, Is. 6579. P. 386–388. DOI: 10.1126/science.abl4756.
5. Abbott J.K., Willard D., Xu J. Feeding the dragon: The evolution of China's fishery imports // Marine Policy. 2021. Vol. 133, Is. 104733. DOI: 10.1016/j.marpol.2021.104733.
6. Ли Я., Ван М., Хуан Ц. Факторы влияющие на экспорт водных продуктов Китая и их потенциальное измерение // Цзя гэ юэ кань. 2013. № 4. С. 50–55.
7. Цай Т. Сравнительное исследование торговых преимуществ рыбной продукции в пяти странах региона Северо-Восточной Азии // Журнал Шэньянского сельскохозяйственного университета. 2021. № 23 (4). С. 404–410.

8. Mu W. et al. Study on the Dynamic Evolution of the Trade Structure of Fish Products between China and Russia // *Agricultural & Forestry Economics and Management*. 2023. Vol. 6, Is. 2. P. 33-42. DOI: 10.23977/agrfem.2023.060205.
9. Ерохин В.Л. Российско-китайская торговля сельскохозяйственной продукцией: анализ сравнительных преимуществ // *Общество: политика, экономика, право*. 2023. № 12. С. 132-141.
10. Nilssen F. Chapter 5: Russia's Role in International Fish and Seafood Trade // *Russia's Role in the Contemporary International Agri-Food Trade System*. 2022. P. 139-164. DOI: 10.1007/978-3-030-77451-6_6.
11. Международная стандартная торговая классификация. [Электронный ресурс]. URL: https://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/SeriesM_34rev4r.pdf (дата обращения: 18.06.2024).
12. Comtrade U.N. United Nations commodity trade statistics database. [Электронный ресурс]. URL: <https://comtrade.un.org/data/> (дата обращения: 13.06.2024).
13. Tyszynski H. World trade in manufactured commodities, 1899-1950 1 // *The Manchester School*. 1951. Vol. 19, Is. 3. P. 272-304. DOI: 10.1111/j.1467-9957.1951.tb00012.x.
14. Черемушкина М.В. Анализ российского товарного экспорта методом постоянной доли рынка // *Торговая политика*. 2018. № 2 (14). С. 50-78.
15. Сун С. Исследование динамической структуры и роста международной торговли сельскохозяйственной продукцией. М.: Академия наук Китая, 2007. 344 с.
16. Borisov G.V., Popova L.V., Rasoulinezhad E. Modification of Russia's Trade Pattern under External Shocks in 2014 and Beyond // *Journal of Economic Integration*. 2020. Vol. 35, Is. 2. P. 296-325. DOI: 10.11130/jei.2020.35.2.296.
17. Rybczynski T.M. Factor endowment and relative commodity prices // *Economica*. 1955. Vol. 22, Is. 88. P. 336-341. DOI: 10.2307/2551188.
18. Волков Л.В. Новая стратегия-старые проблемы: развитие российского рыбохозяйственного комплекса // *Регионалистика*. 2018. Т. 5, № 2. С. 33-42.

УДК 336:338.2
DOI 10.17513/fr.43654

«ЗЕЛЕННЫЕ» ФИНАНСОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ В УПРАВЛЕНИИ УСТОЙЧИВЫМ РАЗВИТИЕМ БИЗНЕСА

Кандрашина Е.А., Жабин А.П.

ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет», Самара,
e-mail: el.ka2003@mail.ru, apzhabin@yandex.ru

В статье излагаются результаты исследования теории и практики использования «зеленых» инструментов финансового менеджмента для обеспечения устойчивого развития бизнеса. Цель публикации заключается в показе возможностей успешного ведения бизнеса не только в условиях традиционной экономической парадигмы, но и в условиях принятия дополнительных обязательств экологического и социального характера, вытекающих из концепции устойчивого развития, принятой Организацией Объединенных Наций. Программа исследования включила в себя анализ ключевых аспектов теории «зеленого» финансирования, а также практически реализуемых бизнес-моделей известных своей приверженностью к постоянному развитию и инновационным изменениям компаний. В процессе исследования были изучены нормативные документы, определяющие параметры устойчивого развития бизнес-организаций, практика принятия инвестиционных управленческих решений, финансовые и иные результаты этой практики, их обсуждение в научной литературе. Особое внимание было уделено соблюдению компаниями трех базовых принципов устойчивого развития: ответственному отношению к окружающей среде, высокой социальной ответственности и высокому качеству корпоративного управления. Результаты исследования позволяют утверждать, что «зеленое» финансирование становится существенной единицей модернизации с длительным горизонтом инвестирования, инструментарием с большой дюрацией и осознанным шагом к инновационным мерам по противодействию экологическим угрозам и социальным напряжениям. В заключительной части статьи даются рекомендации по дальнейшему развитию идеологии устойчивого развития, а также по расширению и совершенствованию практики использования «зеленых» финансовых инструментов в управлении бизнес-организациями.

Ключевые слова: устойчивое развитие, «зеленые» финансы, экологические инвестиции, стандартизация «зеленых» проектов, развитие экосистем

GREEN FINANCIAL INSTRUMENTS IN SUSTAINABLE BUSINESS DEVELOPMENT MANAGEMENT

Kandrashina E.A., Zhabin A.P.

Samara State University of Economics, Samara, e-mail: el.ka2003@mail.ru, apzhabin@yandex.ru

The article presents the results of a study of the theory and practice of using “green” financial management tools to ensure sustainable business development. The purpose of the publication is to show the possibilities of successful business not only in the context of the traditional economic paradigm, but also in the context of accepting additional environmental and social obligations arising from the concept of sustainable development adopted by the United Nations. The research program included an analysis of key aspects of the theory of “green” financing, as well as practically implementable business models, known for their commitment to continuous development and innovative changes. During the research, regulatory documents defining the parameters of sustainable development of business organizations, the practice of making investment management decisions, financial and other results of this practice, and their discussion in the scientific literature were studied. Particular attention was paid to the companies’ compliance with three basic principles of sustainable development: responsible attitude towards the environment, high social responsibility and high quality of corporate governance. The results of the study suggest that “green” financing is becoming an essential unit of modernization with a long investment horizon, tools with a long duration and a conscious step towards innovative measures to counter environmental threats and social tensions. The final part of the article provides recommendations for the further development of the ideology of sustainable development, as well as for expanding and improving the practice of using “green” financial instruments in the management of business organizations.

Keywords: sustainable development, green finance, environmental investments, standardization of green projects, ecosystem development

Введение

Триединая концепция устойчивого развития, принятая Организацией Объединенных Наций и поддержанная в 1994 г. Россией путем принятия Концепции перехода Российской Федерации к стратегии устойчивого развития, включает в себя применительно к бизнес-организациям три базовых принципа:

1) ответственное отношение к окружающей среде;

2) высокая социальная ответственность;
3) высокое качество корпоративного управления.

Для краткого обозначения эту триаду стали именовать принципами ESG (англ. E – environment; S – social; G – governance).

Переход бизнес-организаций к режиму функционирования в формате ESG представляет собой на первый взгляд понятную и достаточно простую задачу. Но практика показала, что бизнес должен претерпеть очень значительные и трудные изменения

в своей ориентации, механизмах принятия управленческих решений и в используемом инструментарии. Тем не менее, несмотря на эти трудности, стратегия ESG используется все большим числом предприятий. Глубина и массовость этого движения позволяют говорить о качественно новом явлении в развитии бизнеса – его экотрансформации.

Среди ключевых драйверов ESG-повестки ведения устойчивого бизнеса поднимаются вопросы изменения цепочек создания стоимости, развития ESG-регулируемого и составления нефинансовой отчетности по выбору ESG-рейтингов, определения приоритетных направлений экологического инвестирования [1]. С 2024 г. более 30% компаний привлекают зеленое финансирование в соответствии с выбранной таксономией, свыше 50% компаний используют таксономию социальных проектов [2]. Текущая геополитическая обстановка повлияла на пересмотр ESG-стратегий и сместила фокус в сторону национальных приоритетов развития бизнеса, что особенно конкретизировало вопросы выброса парниковых газов на территории РФ, структурировало цепочку поставок с учетом текущих ограничений, привело к заключению партнерств в области климатической повестки.

Можно считать, что процесс «озеленения» стратегий предприятий идет успешно [3]. Однако это не совсем так. Жизнь требует расширения его масштабов и качества.

Недостаточная масштабность выражается в том, что работа по созданию условий для внедрения принципов ESG сфокусирована в основном на крупные предприятия. Между тем тело российского бизнеса состоит не только из крупных предприятий. Его весомой частью являются также малые и средние предприятия. Потенциал их участия в «озеленении» экономики страны практически не учитывается при выстраивании «зеленой» политики государства.

Большим тормозом в масштабировании практик внедрения принципов ESG является также недостаточное осознание руководителями предприятий того, что финансовые ресурсы, вкладываемые в мероприятия экологической и социальной направленности и в совершенствование корпоративного управления, это по существу не затраты, а именно вложения, то есть инвестиции с большой дюрацией. Бизнес же, как правило, рассматривает в качестве приоритета не рост стоимости компаний в перспективе, а величину прибыли в текущем моменте.

Именно этим обстоятельством была предопределена **цель исследования** – углубление представлений бизнес-сообщества

и ученых, занимающихся исследованием современных тенденций развития экономики, о возможностях использования так называемых «зеленых» финансовых инструментов в решении вопросов инвестирования ESG-проектов и способствовании таким образом продолжению и дальнейшему развитию практической и исследовательской работы в этом направлении.

Материалы и методы исследования

В качестве материала были использованы открытые отчеты и документы госкорпорации ВЭБ.РФ, компании ФосАгро и ряда компаний, приверженных идеям устойчивого развития, материалы обсуждений темы с предпринимателями и ESG-инвесторами, программные и нормативные документы, отражающие политику российского государства в отношении «зеленой» повестки.

В ходе исследования были изучены также научные работы российских ученых: Ю.А. Данилова [1], Ю.Д. Соколовой [2], М.Е. Косова [4], К.В. Криничанского и Б.Б. Рубцова [5], Н.Н. Семеновой, И.А. Ивановой, О.И. Ереминой [6], Е.В. Чайкиной и В.П. Бауер [7], А.Л. Чупина, А.А.М.А. Рагас и Ж.С. Чупиной [8]. Дискурсивный анализ их взглядов и оценок значительно дополнил использованные авторами традиционные аналитические методы экономических исследований.

Результаты исследования и их обсуждение

Развитие рынка зеленого финансирования берет свое начало в 1968 г., когда генеральная ассамблея ООН приступила к исследованию экологических проблем. В 2007 г. осуществляется публикация отчета о негативном влиянии человека на изменение климата, также проводится выпуск облигаций климатической направленности. Так, в период с 2008 по 2012 г. общий совокупный объем эмиссии составляет 9 млрд долл. С 2013 г. начинается размещение первых корпоративных и муниципальных зеленых облигаций, а рост рынка увеличивается в три раза. В скором времени принимается Парижское соглашение об изменении климата и принимаются ключевые цели устойчивого развития, пролонгированные до 2030 г. В 2017 г. Ассоциация стран Восточной Азии публикует Стандарты зеленых облигаций, а с 2018 г. Ассоциация кредитного рынка фиксирует Принципы зеленых кредитов. Так формируются основные компоненты национальной системы зеленого финансирования и определяются механизмы, регулирующие таксономию и направления развития бизнеса [5].



Стандартизация зеленых проектов на основании ISO 14030-3:2022

Система устойчивого развития бизнеса строится вокруг решения социально-экономических проблем современности, вопросов изменения климата, создания принципов ответственного ведения бизнеса и специализированных финансовых инструментов, в основе которых лежат проекты в сфере экологии и изменения климата с использованием зеленых финансов (синие и белые облигации) [4]. Стандартизация проектов зеленого финансирования описывает факторы их ресурсной эффективности на основании ISO 14030-3:2022, среди которых следует отметить адаптацию доступных технологий к условиям изменения климата, сохранение и восстановление биоразнообразия, развитие экосистем [6]. Отразим основные приоритеты на рисунке.

Распределение зеленых проектов сводится к исследованию сферы обращения с отходами для предотвращения образования излишка, сохранению или повышению биоразнообразия путем восстановления экосистем, созданию экологической ДНК, мониторингу биоразнообразия, разработке зеленой энергетики через внедрение аль-

тернативных источников энергии, «SMART Grid» и интеллектуальных систем, обработке «биотеч» технологий, инноваций в упаковке и внедрение системы экологичного менеджмента, микромобильности и инноваций в топливе, социальных инициатив и инвестиций посредством вовлечения экологических инвестплатформ [7].

ESG-инвестирование существует в более широком спектре инвестиций, основанных на финансовой и социальной отдаче. С одной стороны, чисто финансовые инвестиции направлены на максимизацию акционерной и долговой стоимости за счет финансовой отдачи, основанной на абсолютных или скорректированных на риск показателях финансовой стоимости. В данном аспекте предполагается, что эффективность рынков капитала позволит эффективно распределять ресурсы между теми частями экономики, которые приносят максимальную выгоду, и вносит более широкий вклад в экономическое развитие. С другой стороны, ESG-инвестирование включает в себя оценку рисков, связанных с долгосрочными экологическими, социальными и управлен-

ческими проблемами и событиями. Кроме того, учитываются элементы позитивного поведения, связанные с ограничением вредных выбросов или иным образом защищающие окружающую среду, ответственное ведение бизнеса по социальным/рабочим вопросам и надлежащая практика корпоративного управления. Степень, в которой ESG-инвестиции включают социальное воздействие таким образом, что увеличивают финансовые риски (волатильность и ошибка отслеживания относительно индекса) или снижают ожидаемую финансовую доходность, говорит о том, в какой мере они соответствуют фондам социального воздействия [8].

За последнее десятилетие рост активов под управлением, включающих те или иные элементы анализа и принятия решений в области ESG, увеличился в геометрической прогрессии. Инвестиционные подходы ESG, как правило, имеют более шести различных форм, в зависимости от того, насколько управляющий активами стремится использовать систему ESG. Различные организации предлагают классификацию стратегий устойчивого инвестирования, среди которых ОЭСР, Глобальный альянс устойчивого инвестирования и Институт CFA. С одной стороны, наименьшая сложность заключается в категорическом исключении определенных компаний (например, по моральным соображениям), а с другой – в полной интеграции ESG в культуру инвестирования компании, чтобы она стала неотъемлемой частью инвестиционных процессов, управления и решений. Данные подходы не являются взаимоисключающими, и портфели могут одновременно применять несколько из них.

Так, зеленое финансирование становится существенной единицей модернизации с длительным горизонтом инвестирования, инструментарием с большой дюрацией и осознанным шагом к внедрению инноваций в мероприятия по противодействию экологическим угрозам, снижению ущерба от природных катаклизмов. Роль зеленых финансов обусловлена трансформацией идеологии, в которой описан переход на новую модель развития с внедрением технологий ускоренной амортизации основных фондов, поиском новых источников фондирования, обеспечением стратегического планирования и описанием системы управления экологическими рисками. Успешные зарубежные практики были имплементированы в механизмы идентификации и анализа рисков, задействованные в управлении эффективностью бизнеса, крупнейшие проекты исследованы для адаптации в систему

организации зеленого финансового рынка, а проектный подход широко интегрировался в инструменты кроссфункционального взаимодействия при создании условий и инфраструктуры зеленого финансирования.

В качестве примера успешного имплементирования принципов ESG можно привести практику российской компании ФосАгро. Компания является локомотивом в сфере экологической и социальной ответственности бизнеса и лидером в отрасли минеральных удобрений. С 2021 г. она участвует в рейтингах на соответствие ее деятельности целям устойчивого развития и занимает высокие рейтинговые позиции. Так, в рейтинге авторитетного международного рейтингового агентства CDP Climate Change ФосАгро имеет позицию В (по шкале, где А – самый высокий уровень, F – самый низкий уровень). Агентством CDP Water Security компании определена по такой же оценочной шкале рейтинговая позиция – С.

Компания стремится к органическому росту и развитию. По итогам 2023 г. ее выручка составила 440 млрд руб., себестоимость – 252 млрд руб. [9].

Стратегические цели направлены на снижение удельных выбросов загрязняющих веществ на 23 %, снижение удельных объемов сброса сточных вод на 28 %, снижение валовых выбросов парниковых газов на 15 %. В компании выстроена эффективная система экологического менеджмента, в рамках которой Комитет по стратегии и устойчивому развитию управляет комитетом по экологии и природопользованию АО «Апатит», службами экологического контроля и отделами главных энергетиков.

Компания имеет статус глобального производителя высококачественных фосфорных удобрений, обладает крупнейшими мощностями, уникальной ресурсной базой и ведущей позицией по показателям рентабельности среди лидеров отрасли с широким ассортиментом готовых решений для фермеров, демонстрирует разумное распределение капитала в высокоэффективные инвестиционные проекты. Активная программа открытой коммуникации позволяет повышать осведомленность инвесторов о потенциале Компании, расширять доступ к широкому спектру инструментов рынка капитала, поддерживать диалог с инвесторами для поиска новых идей, привлекать новый пул инвесторов с целью поддержания уровня ликвидности.

Производственная цепочка соответствует высоким стандартам производства и включает инновационные решения, подтверждающие эталонную экоэффективность удобрений Компании. Так, применя-

ются чистое технологическое сырье и материалы, используется вторичное сырье и энергоресурсы, замкнутый водооборот, на этапе упаковки используются упаковочные материалы, подлежащие повторной переработке, этап хранения включает отдельный процесс хранения и транспортировки с системой прослеживаемости, применение продукта допускается под контролем чистоты почв, что подтверждает сертификацию минеральных удобрений без содержания кадмия и токсичных веществ.

В качестве передового решения в области зеленого инвестирования Компания рассматривает усовершенствованную линейку удобрений с использованием зеленой химии, которая позволяет не утяжелять почву тяжелыми солями путем доработки продукта биологизированными составами. Масштабирование синтеза аналогов приведет к комплексной переработке сырья и решит проблемы по очистке жидких радиоактивных отходов. Как показывает практический опыт, данная технология позволит повысить усвояемость удобрений на 20 %, что значительно упрочит позиции Компании на рынке, обеспечит конкурентное преимущество по соблюдению требований экологической безопасности, снизит себестоимость синтезируемых веществ [3]. Активная программа открытой коммуникации позволяет повышать осведомленность инвесторов о потенциале компании, расширять доступ к широкому ассортименту инструментов рынка капитала, поддерживать диалог с инвесторами для поиска новых идей, привлекать новый пул инвесторов с целью поддержания уровня ликвидности.

Идеология устойчивого развития, которой следует ФосАгро, получает все более широкое распространение во многих странах мира. Можно ожидать, что она возымеет такую силу, что инвесторы, прежде всего инвестиционные фонды и банки вообще, перестанут инвестировать в компании, игнорирующие принципы устойчивого развития. Во всяком случае дело идет к этому. В 2020 г. международная консалтинговая компания EY провела опрос среди институциональных инвесторов – страховых и инвестиционных компаний, пенсионных и благотворительных фондов. 98 % опрошенных ответили, что при принятии решений об инвестировании они в обязательном порядке учитывают ESG-рейтинг компании [9].

В России практика зеленого финансирования пока еще менее распространена. Но этот процесс уже идет, в него включены как бизнес-организации, так и государственные структуры.

Отношение российского государства и бизнеса к принципам ESG выразилось, как выше уже было отмечено, принятием Концепции перехода Российской Федерации к стратегии устойчивого развития. Обеспечение практической реализации этой Концепции было возложено Правительством РФ в части координации работы на Минэкономразвития РФ. В качестве методологического центра была определена государственная корпорация развития «Внешэкономбанк РФ» (далее – ВЭБ).

ВЭБ, основываясь на исследованиях общемировой практики, разработал необходимые нормативные акты, закрепляющие таксономию и статус зеленых проектов, критерии их финансирования и перечень зеленых финансовых инструментов. В качестве зеленых инструментов были определены:

- долговые ценные бумаги;
- кредиты;
- займы;
- гарантии;
- поручительства.

Этот канонический перечень с теоретической и юридической точек зрения можно считать безупречным. Но на практике реально используемыми инструментами зеленого финансирования в России, как и во всем мире, выступают «озелененные» традиционные компоненты финансовой системы – зеленые облигации, зеленые кредиты, зеленые фонды. К ним примыкают государственные субсидии на реализацию зеленых проектов, налоговые льготы и стимулы и предоставление государственных гарантий.

Все эти инструменты в последние годы во все возрастающих масштабах применяются в деловой жизни России. Первой российской компанией, эмитировавшей зеленые облигации и разместившей их на международном рынке, стала РЖД. Это было в 2019 г. На этом размещении она сэкономила на фондировании 0,3 % – весьма значительные средства.

В 2022 г. зеленые биржевые облигации на сумму 50 млрд руб. разместил ВЭБ. В том же году он принял участие в 28 зеленых проектах общей стоимостью 1454,2 млрд руб. Его примеру последовали и другие финансовые организации, в частности Сбербанк, выдавший на льготных условиях крупный кредит инвестиционной компании АФК «Система». Процентная ставка в этом кредите была привязана к выполнению требований об экологической политике и ответственном инвестировании.

Число российских банков, которые готовы связывать предоставление кредита с соблюдением принципов устойчивого раз-

вития, быстро увеличивается. В настоящее время более трети крупных банков уже внедрились в кредитный процесс ESG-оценку компаний, еще 20% планируют это сделать в ближайшее время.

Следует заметить, что этот важный процедурный момент – оценка компаний и проектов с точки зрения их приверженности провозглашенным ООН принципам устойчивого развития – тоже является непростым делом. Мировая практика выработала в последние десятилетия эволюционным путем определенные формы и стандарты такой оценки. Оценка компаний производится путем их рейтингования на соответствие требованиям ESG, которую осуществляют независимые исследовательские агентства. Наиболее известными среди них являются Bloomberg, S&P Dow Jones Indices, JUST Capital, CDP Climate Change, CDP Water Security. Есть и множество других. Содержание и вес их заключений определяются авторитетом агентства и принятой в нем методологией оценки. Рейтинги основываются на публично раскрытых данных и предоставляются на тех или иных условиях заинтересованным организациям.

Предметом оценки могут быть также и сами зеленые проекты с точки зрения соответствия их содержанию предполагаемых к использованию финансовых инструментов. Оценки такого рода – верификация – должны осуществляться специализированными организациями, прошедшими соответствующую экспертизу.

В России такая оценочная деятельность находится на начальной стадии развития. Поэтому крупные и продвинутое в плане ESG российские компании нередко проходят процедуру верификации в западных агентствах. Сейчас по понятным причинам это становится весьма затруднительным. Тем не менее временные трудности не останавливают явно ощущаемого движения российской бизнес-практики в сторону устойчивого развития по принципам ESG.

Чем можно объяснить этот феномен? Является ли он продуктом возросшего уровня сознания и ценностной переориентации акторов современной экономической жизни или здесь действуют какие-то другие факторы?

Некоторые эксперты высказывают мнение, что следование идеологии устойчивого развития является результатом смены поколений [10]. Действительно, в экономическую жизнь России сейчас входят миллениалы (рожденные в 1980–1990 гг.). Ценности этого поколения отличаются от ценностей предыдущих поколений: для них бизнес и инвестиции – это не только источник до-

хода, но также и забота об экологии и о качестве социальной жизни вокруг них.

Этот фактор, бесспорно, действует. Но, по результатам наших исследований, есть и более значимый фактор. Это экономическая выгода от участия в благородном деле «озеленения» экономики и оздоровления социума.

Как показано выше, из-за давления инвесторов и банков компаниям невыгодно иметь низкий ESG-рейтинг. Низкий рейтинг, а тем более его отсутствие приведут к потерям гораздо более серьезным, чем сумма затрат на осуществление результативной экологической и социальной политики и на меры по совершенствованию корпоративного управления.

Заключение

Зеленые финансы и экологичное инвестирование становятся залогом успешного перехода к гибридной высокотехнологичной экоотрасли, где схема организации рынка опирается на ESG-инфраструктуру устойчивого развития бизнеса, в рамках которой верифицируются финансовые инструменты, проводится ESG-рейтингование компаний, формируются ESG-рэнкинги, составляются биржевые и аналитические индикаторы, стандартизируется деятельность и отчетность, где раскрывается информация с ключевыми показателями эффективности ESG. «Зеленое» финансирование становится существенной единицей модернизации с длительным горизонтом инвестирования, инструментарием с большой дюрацией и осознанным шагом к внедрению инноваций в мероприятия по противодействию экологическим и социальным угрозам, снижению ущерба от природных катаклизмов и социальных напряжений.

Идеология устойчивого развития, включающая в себя «зеленые» инструменты финансирования, получает в России все более широкое распространение. Принципиально важным моментом в этом процессе стало издание Указа Президента Российской Федерации от 07.05.2024 № 309 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года», в котором в составе семи национальных целей обозначены три цели, прямо относящиеся к теме данной статьи, а именно: устойчивая и динамичная экономика; экологическое благополучие; сохранение населения, укрепление здоровья и повышение благополучия людей, поддержка семьи. Безусловное достижение этих обозначенных в Указе целей и конкретизирующих их целевых показателей будет обеспечиваться широким комплексом мер на всех уровнях управления. Но, как пока-

зывает представленный в статье материал, решающим фактором успеха будет массовое включение в движение по пути устойчивого развития всех российских бизнес-организаций и, соответственно, самое широкое использование «зеленых» финансовых инструментов.

Список литературы

1. Данилов Ю.А. Формирование долгосрочного доверия в рамках устойчивых финансов // Экономическая политика. 2023. № 5 (18). С. 122–147.
2. Соколова Ю.Д. Эмпирический анализ влияния экономической деятельности на состояние окружающей среды: пример стран БРИКС // Вестник Института экономики Российской академии наук. 2024. № 1. С. 154–176.
3. «Зеленые» инновации. [Электронный ресурс]. URL: <https://invoicemedia.ru/zelyonye-innovaczii-chem-budet-torgovat-rossijskij-holding-fosagro/> (дата обращения: 29.04.2024).
4. Косов М.Е. Использование «зеленых» финансовых инструментов в инфраструктурных проектах // Аудиторские ведомости. 2024. № 1. С. 71–78. DOI: 10.24412/1727-8058-2024-1-71-78.
5. Криничанский К.В., Рубцов Б.Б. Регулирование финансового сектора в повестке реформ экономической политики // Финансы: теория и практика. 2022. № 26 (5). С. 6–21. DOI: 10.26794/2587-5671-2021-26-5-6-21.
6. Семенова Н.Н., Иванова И.А., Еремина О.И. «Зеленое» финансирование и ЕБС: возможность для устойчивого социально-экономического развития // Финансы: теория и практика. 2023. № 27 (5). С. 160–169. DOI: 10.26794/2587-5671-2023-27-5-160-169.
7. Чайкина Е.В., Бауэр В.П. Финансирование «зеленых» проектов: особенности, риски и инструменты // Финансы: теория и практика. 2023. № 27 (2). С. 172–182. DOI: 10.26794/2587-5671-2023-27-2-172-182.
8. Чупин А.Л., Рагас А.А.М.А., Чупина Ж.С. Исследование механизма внедрения инноваций в деятельность российских предприятий // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Экономика. 2024. № 1 (32). С. 187–198. DOI: 10.22363/2313-2329-2024-32-1-187-198.
9. Официальный сайт «Фосагро». [Электронный ресурс]. URL: <https://cdn.phosagro.ru/upload/iblock/fdb/537qxrwh0gxu3jainohon212015mykts.pdf> (дата обращения: 29.04.2024).
10. Как ESG меняет мир? [Электронный ресурс]. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/green/614b224f9a7947699655a435> (дата обращения: 01.05.2024).

УДК 336.025:339.56.055
DOI 10.17513/fr.43655

ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ ОТМЫВАНИЮ ДЕНЕГ И ФИНАНСИРОВАНИЮ ТЕРРОРИЗМА КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА РОССИИ С ДРУЖЕСТВЕННЫМИ СТРАНАМИ ДАЛЬНЕГО ЗАРУБЕЖЬЯ

¹Королева Л.П., ²Бубнов В.А.

¹ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»,
Москва, e-mail: lpkoroleva@fa.ru;

²ФГБОУ ВО «Байкальский государственный университет», Иркутск,
e-mail: bubnovva13@gmail.com

Целью исследования является выявление недостатков национальных систем противодействия отмыванию денег и финансированию терроризма в России и странах дальнего зарубежья, являющихся в условиях санкций ее ключевыми внешнеэкономическими партнерами, и обоснование предложений по повышению эффективности их взаимодействия в данной сфере. Исследование проведено на основе данных таможенной статистики, отчетов о взаимных оценках и о прогрессе Группы разработки финансовых мер борьбы с отмыванием денег и ее региональных групп. Используются общенаучные методы и методы экономического анализа. Анализ структуры торгового оборота России позволил определить ключевых партнеров среди дружественных стран дальнего зарубежья: Китай, Индия, Турция, Бразилия и Египет. Как показало исследование, Россия, Турция и Индия достигли значительного уровня эффективности систем противодействия. В Китае, Бразилии и Египте больше несоответствий стандартам, способствующих рискам отмывания доходов и финансированию терроризма. Определены недостатки, требующие совместных усилий стран для повышения эффективности противодействия. Предложено расширить сотрудничество стран в сфере противодействия отмыванию преступных доходов и финансированию терроризма на площадках БРИКС+. Устранение выявленных недостатков позволит обеспечить безопасность при расширении внешнеэкономического сотрудничества. Результаты исследования могут быть использованы для совершенствования международного взаимодействия России и стран БРИКС+.

Ключевые слова: финансовая безопасность, противодействие отмыванию денег, финансовый мониторинг, противодействие финансированию терроризма, рекомендации ФАТФ, внешнеторговая деятельность, международное взаимодействие

COUNTERING MONEY LAUNDERING AND TERRORISM FINANCING AS A FACTOR OF ENSURING THE SECURITY OF FOREIGN ECONOMIC COOPERATION OF RUSSIA WITH FRIENDLY COUNTRIES OF THE FAR ABROAD

¹Koroleva L.P., ²Bubnov V.A.

¹Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow,
e-mail: lpkoroleva@fa.ru;

²Baikal State University, Irkutsk, e-mail: bubnovva13@gmail.com

The purpose of the study is to identify the shortcomings of national systems for combating money laundering and the financing of terrorism in Russia and non-CIS countries, which are its key foreign economic partners, and to substantiate proposals for increasing the efficiency of their interaction in this area. The study was based on customs statistics, mutual evaluation reports and the progress of the Financial Action Task Force and its regional groups. General scientific methods and methods of economic analysis were used. An analysis of the structure of Russia's trade turnover made it possible to identify key partners among friendly foreign countries: China, India, Turkey, Brazil and Egypt. As the study showed, Russia, Türkiye and India have achieved a significant level of effectiveness of countermeasure systems. China, Brazil and Egypt have more non-compliance with standards that contribute to money laundering and terrorist financing risks. Deficiencies that require joint efforts of countries have been identified. It is proposed to expand cooperation between countries in the field of combating money laundering and the financing of terrorism on BRICS+ platforms. Eliminating the identified deficiencies will ensure security while expanding foreign economic cooperation. The results of the study can be used to improve international interaction between Russia and the BRICS+ countries.

Keywords: financial security, anti-money laundering, countering the financing of terrorism, financial monitoring, FATF recommendations, foreign trade activities, international cooperation

Введение

В условиях санкций со стороны западных стран существенно меняются внешнеэкономические отношения России. Растет торговое сотрудничество с «дружествен-

ными» странами дальнего зарубежья, среди которых как традиционные для России крупные партнеры, например Китай [1], так и расширяющие сотрудничество в последние годы Египет [2], Бразилия [3]. С уча-

стием бизнеса из этих стран выстраиваются новые траектории движения капитала, в том числе транзитные. Вместе с тем меняется и вектор подозрительной деятельности, маскируемой в растущем объеме товарно-денежных потоков. В связи с этим повышение эффективности противодействия отмыванию денег и финансированию терроризма (ПОД/ФТ) становится ключевым фактором обеспечения безопасности и расширения внешнеэкономического сотрудничества. Контрольно-надзорные органы и бизнес должны понимать существующие риски отмывания денег и финансирования терроризма (ОД/ФТ) при ведении деятельности с контрагентами из зарубежных стран.

Однако в научной литературе тема является недостаточно изученной. Единичные исследования направлены на выявление лучших практик для обмена опытом между Россией и зарубежными странами в сфере ПОД/ФТ [4]. Ряд исследований проведены по национальным системам ПОД/ФТ конкретных зарубежных страна: Китай [5, 6], Турция [7], Индия [8].

Цель исследования – выявить недостатки ПОД/ФТ в России и странах дальнего зарубежья – ключевых внешнеэкономических партнерах в условиях санкций и обосновать предложения по повышению эффективности их взаимодействия в данной сфере.

Материалы и методы исследования

Проведен сравнительный анализ эффективности национальных систем (НС) ПОД/ФТ стран на основе методологии взаимных оценок Группы разработки финансовых мер по борьбе с отмыванием денег – Financial Action Task Force (ФАТФ), используемой в рамках четвертого раунда.

Информационную основу исследования составили законы и нормативно-правовые акты стран в сфере ПОД/ФТ, данные офици-

альных сайтов подразделений финансовой разведки (ПФР) стран, а также отчеты о взаимных оценках и о прогрессе по странам в рамках четвертого раунда взаимных оценок. Использована официальная таможенная статистика до 2021 г. Данные за 2022–2023 гг. собраны из информационных сообщений ТАСС, заявлений лидеров стран в открытой прессе, сайтов статистических служб анализируемых стран.

Результаты исследования и их обсуждение

В 2021–2023 гг. существенно изменилась структура торгового оборота РФ по ключевым странам партнерам. Сократилась доля стран западного блока и выросла доля дружественно настроенных стран (табл. 1).

Как видно по данным табл. 1, несмотря на сокращение торгового оборота в 2020 г. в условиях противодействия пандемии COVID-19, с 2019 г. просматривается тренд на его расширение со всеми анализируемыми странами. В 2023 г. вместе с сокращением валового товарооборота России (на 16%) сократились и объемы торговли с Турцией (на 17%) и с Бразилией (на 14%). Ключевым партнером России остается Китай, обеспечивая треть товарооборота. Индия является лидером роста товарооборота в 2022–2023 гг., Бразилия занимает лидерство по товарообороту с Россией в Латинской Америке, а Египет – в Африке.

Расширение внешнеэкономического сотрудничества с данными странами сопряжено с ростом рисков ОД/ФТ, острота которых возрастает при низком уровне эффективности ПОД/ФТ в соответствии с отчетами о взаимных оценках ФАТФ. Степень технического соответствия стандартам ФАТФ позволяет судить об имплементации требований ФАТФ в национальное законодательство и практику финансового мониторинга.

Таблица 1

Торговый оборот РФ с дружественными странами, млрд долл.

Страны	2019 сумма	2020 сумма	2021		2022 сумма	2023		Темп роста, 2023/2021, %
			сумма	доля, %		сумма	доля, %	
Китай	111,5	104,1	140,7	17,9	190	240,11	33,8	170,6
Турция	26,1	21,0	33,0	4,2	68,6	57	8,0	172,6
Индия	11,2	9,3	13,6	1,7	36,2	65	9,2	479,5
Бразилия	4,6	4,0	7,5	1,0	9,8	8,4	1,2	112,2
Египет	6,3	4,5	4,8	0,6	6,1	7,2	1,0	150,9
Весь мир	668,8	568,8	785,0	100	847,8	710,1	100	90,5

Источник: Федеральная таможенная служба России. Итоги внешней торговли с основными странами. [Электронный ресурс]. URL: <https://customs.gov.ru/folder/511> (дата обращения: 1.06.2024).

Таблица 2

Оценка технического соответствия НС ПОД/ФТ стандартам ФАТФ

Страна, год взаимных оценок	Частично соответствуют	Не соответствуют
Россия, 2023	P 12, P15, P16	–
Китай, 2022	P6, P7, P12, P24, P35	P22, P23, P25, P28
Турция, 2023	P15	–
Индия, 2024	н. д.	н. д.
Бразилия, 2023	P5, P6, P8, P15, P19, P22, P23, P24, P25, P28, P32	–
Египет, 2024	P3, P24, P28, P36	–

Обозначения: P3 – Преступление отмывания денег, P5 – Преступление ФТ, P6 – Целевые финансовые санкции, относящиеся к терроризму и ФТ, P7 – Целевые финансовые санкции, относящиеся к распространению ОМУ, P8 – Некоммерческие организации, P12 – Публичные должностные лица, P15 – Новые технологии, P16 – Электронные переводы средств, P19 – Страны с более высоким риском, P22 – УНФПП – надлежащая проверка клиентов, P23 – УНФПП – иные меры, P24 – Прозрачность и бенефициарные собственники юридических лиц, P25 – Прозрачность и бенефициарные собственники юридических образований, P28 – Регулирование и надзор за УНФПП, P32 – Курьеры наличных, P35 – Санкции, P36 – Международные инструменты.

Источник: составлено по данным отчетов стран о взаимных оценках и о прогрессе. FATF. Consolidated assessment ratings. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.fatf-gafi.org/content/fatf-gafi/en/publications/Mutualevaluations/Assessment-ratings.html> (дата обращения: 01.06.2024).

Низкие оценки свидетельствуют о наличии уязвимостей в системе, которые усиливают риски ОД/ФТ. В связи с этим ограничим исследование только анализом рекомендаций, по которым странами получены оценки «частичное соответствие» и «несоответствие» (табл. 2).

Во всех анализируемых странах ПФР организованы по административному типу в системе финансовых органов исполнительной власти. Они в полной мере выполняют функции национального центра для сбора и анализа данных, имеют все необходимые полномочия. Различия заключаются в их функциональной подчиненности: в Китае, Бразилии и Египте ПФР встроено в структуру Центрального банка, в Турции и в Индии – в структуру министерства финансов. В России самая высокая степень операционной независимости: ПФР обеспечивается подчинением Президенту РФ и надзором со стороны Генеральной прокуратуры РФ.

Небольшое количество рекомендаций, получивших оценки «частично соответствует» и «не соответствует», явно свидетельствуют о большом объеме проведенной странами работы по совершенствованию НС ПОД/ФТ в рамках четвертого раунда взаимных оценок. Самый высокий уровень технического соответствия в 2023 г. продемонстрировала Турция, получившая умеренные замечания только по одной рекомендации 15 «Новые технологии». Учитывая, что в нее были внесены изменения в 2023 г., касающиеся цифровых активов, некоторые недоработки вполне объяснимы.

По заявлению ФАТФ, к 2024 г. Индии также удалось существенно увеличить техническое соответствие требованиям в части понимания рисков ОД/ФТ, международного сотрудничества, доступа к базовой информации и сведениям о бенефициарах, ведения расследований, конфискации и мер по борьбе с финансированием распространения оружия массового уничтожения (ФРОМУ). Однако необходимо улучшить превентивные меры и надзор в нефинансовых секторах, устранить задержки, связанные с завершением судебных разбирательств по ОД/ФТ, и обеспечить риск-ориентированный подход к противодействию использованию некоммерческих организаций для финансирования терроризма.

Российская НС ПОД/ФТ всего по трем рекомендациям имеет оценку «частичное соответствие». В 2023 г. была пересмотрена и понижена оценка по рекомендации 15 в силу отсутствия законодательного регулирования и сформированной инфраструктуры для обращения цифровых валют. Сохраняется замечание по формированию национального перечня публичных должностных лиц (ПДЛ) по утверждению Президента РФ, а не по значимости выполняемых ими функций и уровню должности. Отсутствуют усиленные меры в отношении операций (сделок) лиц из близкого окружения ПДЛ и по полисам страхования жизни (рекомендация 12). Не все требования рекомендации 16 применимы к международным электронным и банковским переводам.

Существенной уязвимостью НС ПОД/ФТ Египта признается частичное соответствие рекомендации 3. В законодательстве прямо не предусмотрена криминализация организованной преступной группы и право на изъятие дохода без осуждения. Отсутствуют четкие критерии бенефициаров и требования к их идентификации при косвенном владении (24 рекомендация). При этом налагаемые штрафы недостаточно велики. Есть уязвимости в процедурах лицензирования и регистрации казино и других установленных нефинансовых предприятий и профессий (УНФПП). Не все категории УНФПП подлежат надзору в соответствии с риск-ориентированным подходом (рекомендация 28). Не все позиции международных конвенций имплементированы в национальные законы (рекомендация 36).

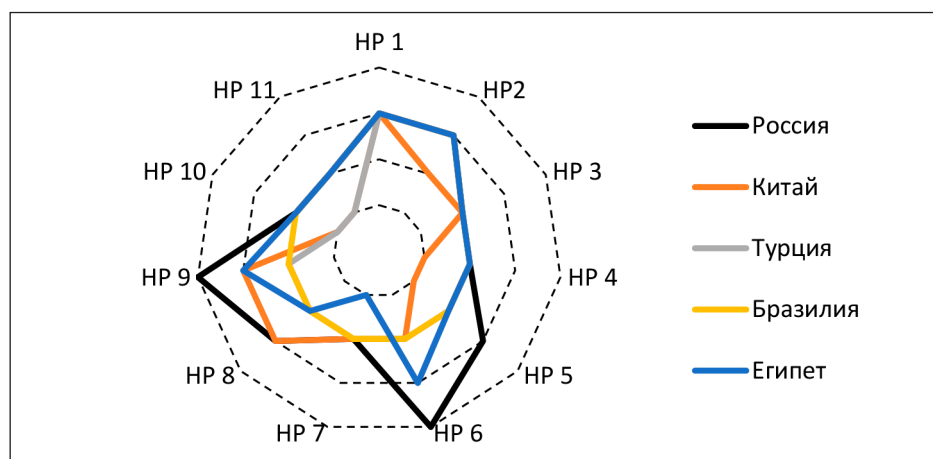
Сложнее ситуация с техническим соответствием стандартам ФАТФ НС ПОД/ФТ в Бразилии. В стране используется узкий подход к определению терроризма для криминализации преступлений его финансирования (рекомендация 5). Присутствуют недостатки в механизме реабилитации, исключения лиц из санкционных перечней и отсутствуют санкции за предоставление им средств (рекомендация 6). Применение целевых финансовых санкций (ЦФС) в превентивных целях ограничено, так как зависит от наличия активов и уголовного разбирательства внутри страны. Не используется в полном объеме риск-ориентированный подход к деятельности некоммерческих организаций (рекомендация 8). Недостаточно четко определены требования по проведению углубленного контроля в отношении контрагентов и клиентов из стран с более высоким риском (рекомендация 19). Имеются недостатки в надлежащей проверке клиентов УНФПП (юристы, трасты), в прочих мерах (риелторы, нотариусы, бухгалтеры) (рекомендации 22 и 23). Юристы и провайдеры трастовых и корпоративных услуг не контролируются, а сектор УНФПП не полностью включен в надзор. В законодательстве нет четких требований к надзору за УНФПП с учетом рисков ОД/ФТ (рекомендация 28). Отсутствует требование к юридическим лицам по хранению информации о бенефициарных владельцах и их местонахождении, о доверительных собственниках трастов. Недостаточно эффективны механизмы ее обновления. Отсутствуют сдерживающие и пропорциональные санкции за несоблюдение требований по рекомендациям 24 и 25. Различающиеся правила декларирования наличных средств и ценностей при их перевозке физическими и юридическими лицами создают уязвимо-

сти для применения «курьеров» наличности. Информация не всегда доступна ПФР, а координация между национальными органами власти в целях внедрения рекомендации 32 затруднена.

Менее всего соответствует стандартам ФАТФ НС ПОД/ФТ Китая. К 2022 г. Китай внес изменения в законодательство, направленные на совершенствование процедур ЦФС в рамках рекомендаций 6 и 7. Однако не была доработана правовая основа для незамедлительного их применения и для запрета организациям предоставлять денежные средства подсанкционным лицам. Присутствует фрагментация надзора за применением ЦФС за ФРОМУ в связи с ограниченными полномочиями Национального Банка Китая (НБК). Отсутствуют требования по надлежащей проверке клиентов с применением риск-ориентированного подхода в отношении иностранных ПДЛ, обязательства по установлению источника благосостояния и постоянного мониторинга деловых отношений с иностранными ПДЛ, а также не применяется ряд мер к отечественным ПДЛ. В Китае, так же как в России, не установлены требования по выявлению ПДЛ при заключении договоров страхования жизни (рекомендация 12).

По рекомендации 24 должные меры не применимы к владельцам акций на предъявителя, номинальным акционерам и директорам (рекомендация 24). Отсутствуют требования к гражданским и иным трастам по идентификации бенефициаров (рекомендация 25), а также санкции за их нарушение. Для повышения прозрачности с 1 ноября 2024 г. в Китае вступает в силу новое законодательство о регистрации бенефициаров. Четыре категории субъектов хозяйствования будут обязаны передавать информацию о своих бенефициарах в специально созданную систему регистрации, из которой она будет доступна НБК [9].

Самый существенный недостаток НС ПОД/ФТ Китая касается сектора УНФПП, в котором поднадзорными являются только трастовые компании и субъекты торговли драгоценными металлами и камнями (ДМДК). Другие УНФПП не отнесены к субъектам частного сектора и не несут соответствующих обязанностей в соответствии с рекомендациями 22 и 23. Соответственно, практически отсутствует система надзора и регулирования за их деятельностью по 28 рекомендации. В Китае действуют достаточно сдерживающие санкции за правонарушения и преступления в сфере ПОД/ФТ, но существуют недостатки по их применению в отношении УНФПП (35 рекомендация).



Сравнение уровня эффективности НС ПОД/ФТ стран:
 Непосредственный результат (НР): НР 1 – риск, политика, взаимодействие; НР 2 – международное сотрудничество; НР 3 – надзор; НР 4 – превентивные меры; НР 5 – юридические лица и образования; НР 6 – финансовая разведка; НР 7 – расследование и уголовное преследование за ОД; НР 8 – конфискация; НР 9 – расследование и уголовное преследование за ФТ; НР 10 – превентивные меры и финансовые санкции за ФТ; НР 11 – финансовые санкции за ФРОМУ

Источник: составлено по данным отчетов стран о взаимных оценках и о прогрессе. FATF. Consolidated assessment ratings. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.fatf-gafi.org/content/fatf-gafi/en/publications/Mutualevaluations/Assessment-ratings.html> (дата обращения: 01.06.2024)

Оценка технического соответствия предоставляет экспертам возможность заочно ознакомиться с действующими в странах институтах и мерах. Однако их внедрение еще не гарантирует получение ожидаемых результатов. Поэтому оценка уровня эффективности НС ПОД/ФТ является основной задачей выездной работы экспертов ФАТФ. Она демонстрирует прикладные результаты ее функционирования в условиях особенностей национальной экономики и правовой системы каждой страны. Сравним уровень эффективности НС ПОД/ФТ в анализируемых странах (рисунок).

Оценка уровня эффективности НС ПОД/ФТ демонстрирует прикладные результаты ее функционирования в условиях особенностей национальной экономики и правовой системы каждой страны. Наиболее эффективные результаты страны демонстрируют в области политики, координации и сотрудничества. В области противодействия размещению преступных доходов и сбору доходов для ФТ/ФРОМУ большинство умеренных оценок эффективности. Проседают до низкого уровня только оценки Китая в результате наличия несоответствий по рекомендациям для сектора УНФПП и прозрачности юридических лиц и образований. В области выявления и пресечения угроз низкий уровень эффективности сохраняется при противодействии ФТ/ФРОМУ в Китае и в Бразилии в связи с существенными не-

достатками по применению ЦФС. Хотя в целом по странам, расследования и уголовное преследование за ФТ (непосредственный результат 9) получили от умеренных до высоких (в России) оценок эффективности. Низкая эффективность по расследованию преступлений отмывания доходов в Египте подтверждается малым их количеством в сравнении с количеством предикатных преступлений, отсутствием параллельных финансовых расследований. За самоотмывание, преобладающее в Египте, осуждения практически не выносятся. Примирительные процедуры по факту уклонения от уплаты налогов как предикатного преступления препятствуют расследованию ОД.

По результатам взаимных оценок принимается решение об интенсивности дальнейших процедур мониторинга за состоянием НС ПОД/ФТ/ФРОМУ каждой страны. По итогам четвертого раунда оценок в отношении России, Турции, Индии применяются наиболее легкие процедуры регулярного мониторинга, предполагающего проведение самооценки. Китай, Бразилия и Египет находятся под усиленным мониторингом.

Стратегически важной является согласованная и единая позиция стран в вопросах противодействия терроризму, экстремизму, РОМУ и финансированию данных деяний, а также организованной преступности и отмыванию денег на площадках ООН. С 1988 г. ООН реализует Глобальную

программу борьбы с отмытием денег, доходов, полученных преступным путем, и финансированием терроризма (GPRML), которая предполагает оказание всесторонней помощи странам в создании и укреплении их потенциала в сфере ПОД/ФТ/ФРОМУ. Учитывая изолирование России в ряде международных организаций по ПОД/ФТ/ФРОМУ, ООН – практически единственная возможность равноправно участвовать в глобальном международном диалоге, заявлять и отстаивать взаимовыгодные позиции. В связи с этим важно добиваться консенсуса со странами-партнерами в принципиально важных вопросах для повышения эффективности и снижения политизированности диалога в сфере ПОД/ФТ/ФРОМУ, важнейшей для обеспечения безопасности мировой финансовой системы.

Для обеспечения безопасности внешнеэкономической деятельности стран необходимо расширить взаимодействие в области ПОД/ФТ. Площадкой для этого может стать союз БРИКС+, в который входят Россия, Бразилия, Китай, Индия и Египет. Турция в 2024 г. заявила о готовности присоединиться к нему. На базе БРИКС+ действует Совет по вопросам ПОД/ФТ, в рамках которого обсуждаются проблемы и согласуются позиции стран, но он не предназначен для активных совместных действий. Предлагается: создание на базе БРИКС+ рабочей группы экспертов для содействия прогрессу в устранении недостатков НС ПОД/ФТ; развитие партнерских отношений Национального Банка развития БРИКС и национальных банков стран по обеспечению финансовой безопасности; повышение статуса и расширение мандата Совета руководителей ПФР стран СНГ за счет включения в него руководителей ПФР стран БРИКС. Необходимыми условиями эффективного взаимодействия стран являются разработка и использование информационных систем, а также разработка международного индекса для объективной оценки страновых рисков и усилий в сфере ПОД/ФТ/ФРОМУ.

Заключение

Обобщая результаты проведенного сравнения, можно выделить ряд наиболее существенных недостатков, присутствующих сразу в нескольких из анализируемых стран:

- недостаточно проработанный механизм применения целевых финансовых санкций (Китай, Бразилия);
- недостаточное использование риск-ориентированного подхода в противодействии вовлечению некоммерческих организаций в финансирование терроризма (Индия, Бразилия);

- недостатки в идентификации ПДЛ и их близкого окружения (Россия, Китай);
- отсутствие эффективных мер противодействия ОД/ФТ с использованием виртуальных активов (Россия, Турция, Бразилия);
- неполный охват УНФПП обязанностями в качестве субъектов частного сектора и отсутствие должного надзора и регулирования их деятельности (Китай, Бразилия, Египет);
- недостаточная прозрачность юридических лиц, юридических образований и их бенефициарных владельцев (Китай, Бразилия, Египет);
- недостаточно сдерживающие санкции или их неприменение к ряду категорий лиц, или при совершении определенных деяний (в той или иной мере во всех странах).

В силу данных недостатков снижается эффективность НС ПОД/ФТ стран. Самые высокие оценки уровня эффективности получила Россия, самые низкие – Китай.

Для обеспечения безопасности внешнеэкономического сотрудничества стран необходимо объединить усилия в сфере ПОД/ФТ/ФРОМУ на площадке БРИКС+.

Список литературы

1. Шерин Е.А. Внешнеторговое сотрудничество Китая и сибирских регионов // *Мировая экономика и международные отношения*. 2024. Т. 68, № 5. С. 81–90. DOI: 10.20542/0131-2227-2024-68-5-81-90.
2. Ибрагимов И.Э. Египет и ЕАЭС: новый формат экономического сотрудничества // *Россия и новые государства Евразии*. 2022. № 3 (56). С. 105–119. DOI: 10.20542/2073-4786-2022-3-105-119.
3. Чиркин С.А. Россия – Бразилия: утверждение стратегического партнерства // *Российский экономический журнал*. 2021. № 4. С. 94–110. DOI: 10.33983/0130-9757-2021-4-94-110.
4. Ильин А.В. Профили эффективности систем ПОД/ФТ азиатских стран: сравнительный анализ и выводы для России // *Вестник Академии знаний*. 2022. № 53 (6). С. 100–104.
5. Никитенко И.В., Исаченко Е.А. Противодействие легализации (отмыванию) незаконных доходов в КНР: уголовно-правовой аспект // *Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: История и право*. 2023. Т. 13, № 3. С. 118–130. DOI: 10.21869/2223-1501-2023-13-3-118-130.
6. Морозов В.Г. Китайский опыт борьбы с легализацией доходов, полученных преступным путем // *Экономика и бизнес: теория и практика*. 2019. № 4–2. С. 136–140. DOI: 10.24411/2411-0450-2019-10544.
7. Королева Л.П., Евсеева Ю.И., Безруков Е.В. Россия и Турция на пути к прогрессу национальных систем противодействия отмыванию денег и финансированию терроризма // *Национальная безопасность*. 2024. № 3. С. 1–16. DOI: 10.7256/2454-0668.2024.3.70955.
8. Гисматуллина А.К. Международный опыт борьбы с агрессивными методами налогового планирования путем указания на отмывание денег на примере Российской Федерации и Республики Индия // *Международное уголовное право и международная юстиция*. 2024. № 1. С. 11–14. DOI: 10.18572/2071-1190-2024-1-11-14.
9. Приказ Государственного управления по надзору за рынком и Администрации Народного банка Китая [2024] № 3 «Меры по управлению информацией о бенефициарных владельцах». [Электронный ресурс]. URL: <http://www.pbc.gov.cn/tiaofasi/144941/144957/5342579/index.html> (дата обращения: 01.06.2024).

УДК 336.66
DOI 10.17513/fr.43656

АЛГОРИТМ ПРИНЯТИЯ ФИНАНСОВЫХ РИСКООУСТОЙЧИВЫХ РЕШЕНИЙ ПО УПРАВЛЕНИЮ СТРУКТУРОЙ КАПИТАЛА С УЧЕТОМ ВЛИЯНИЯ ВНЕШНИХ ФАКТОРОВ

Кунин В.А., Пешко С.И.

ЧОУ ВО «Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики»,
Санкт-Петербург, e-mail: v.kunin50@yandex.ru, st.peshko.sp@gmail.com

Целью исследования является разработка алгоритма принятия финансовых рискоустойчивых решений по управлению структурой капитала, учитывающих влияние внешних факторов на финансовые результаты компании. Методологической основой исследования послужили общенаучные методы исследования, включая анализ и синтез. Теоретической основой исследования являются научные труды отечественных и зарубежных ученых, исследовавших влияние внешних факторов на финансовые результаты и структуру капитала компаний. В рамках исследования проведен комплексный анализ влияния внешних факторов на финансовые результаты компаний, что позволило предложить алгоритм по управлению структурой капитала на основе аналитических оценок этого влияния с целью снижения риска потери финансовой устойчивости. Предложенный в статье алгоритм позволит компаниям формализовать отслеживание предельного уровня заемных средств и оперативно оценивать необходимость изменения структуры капитала для снижения риска потери финансовой устойчивости. Этот алгоритм может быть применен в разных отраслях, что позволяет компаниям быстро адаптировать свою структуру капитала в ответ на неблагоприятные внешние факторы, снижая тем самым риск финансовой нестабильности. Одним из ограничений исследования является зависимость результатов от доступности и качества внешних данных, что может влиять на точность предложенных аналитических методов.

Ключевые слова: структура капитала, финансовые рискоустойчивые решения, плечо финансового рычага, неопределенность, финансовые результаты, финансовая устойчивость, финансовый риск-менеджмент

THE ALGORITHM FOR MAKING FINANCIAL RISK-TOLERANT DECISIONS ON CAPITAL STRUCTURE MANAGEMENT TAKING INTO ACCOUNT THE IMPACT OF EXTERNAL FACTORS

Kunin V.A., Peshko S.I.

Saint Petersburg University of Management Technologies and Economics, Saint Petersburg,
e-mail: v.kunin50@yandex.ru, st.peshko.sp@gmail.com

The aim of this study is to develop an algorithm for financial risk-tolerant decision making of managing capital structure, taking into account the influence of external factors on a company's financial results. The methodological foundation of this study is based on general scientific research methods, including analysis and synthesis. The theoretical foundation is drawn from the scientific works of both domestic and international researchers who have explored the impact of external factors on financial results and companies' capital structure. A comprehensive analysis of the impact of external factors on companies' financial results was conducted, enabling the proposal of capital structure management algorithm based on analytical assessments of these external influences, with the objective of decreasing the risk of financial instability. The proposed algorithm will enable companies to formalize the process of assess optimal leverage levels and swiftly identify the need to adjust capital structure to minimize the risk of financial instability. This algorithm can be applied across various industries, allowing companies to quickly adapt their capital structure in response to adverse external conditions, thereby reducing the risk of financial instability. One of limitations of the study is the dependency of results on the availability and quality of external data, which may affect the accuracy of the proposed analytical methods.

Keywords: capital structure, financial risk-tolerant decisions, debt-to-equity ratio, uncertainty, financial results, financial stability, financial risk-management

Введение

В условиях неопределенности, обусловленной внешними факторами и повышенными частными рисками, обеспечение устойчивого развития компаний в существенной степени зависит от принимаемых инвестиционных и финансовых решений, которые должны обладать рискоустойчивостью, ориентированной на повышение финансовых результатов корпорации при не-

допущении реализации риска потери финансовой устойчивости [1].

Управление структурой капитала – это один из ключевых аспектов достижения гармонизации уровней финансовой устойчивости и рискоустойчивости компании. Об этом также говорит большое количество публикаций на данную тему, но несмотря на повышенное внимание со стороны исследователей к менеджменту структуры капитала, вопрос учета внешних факторов остается

открытым и недостаточно проработанным. В частности, ряд публикаций предлагают оценивать влияние внешних факторов на финансовые результаты компаний на основе корреляционно-регрессионного анализа, но не приводят дальнейших алгоритмов по управлению структурой капитала в зависимости от выявленных факторов.

Теоретические исследования отечественных и зарубежных ученых подчеркивают важность внешних факторов, в частности макроэкономических. Тем не менее многообразие этих факторов и их динамическая природа затрудняют процесс принятия инвестиционных и финансовых устойчивых решений в связи с отсутствием проработанных алгоритмов, базирующихся на основе оценок данных факторов.

В этой связи возникла необходимость разработки научно обоснованного алгоритма принятия решений, направленных на управление структурой капитала с учетом внешних факторов, что позволит снизить риск потери финансовой устойчивости компании.

Целью исследования является разработка алгоритма принятия финансовых устойчивых решений по управлению структурой капитала, учитывающих влияние внешних факторов на финансовые результаты компании. Такой алгоритм должен обеспечивать высокую адаптивность стратегий управления капиталом.

При проведении исследования были рассмотрены и проанализированы существующие теоретические подходы к управлению структурой капитала, приводятся аналитические оценки внешних факторов и их влияния на финансовые результаты, а также даются практические рекомендации по применению предложенного алгоритма в компаниях реального сектора экономики.

Проблематика управления структурой капитала в различных условиях является одним из актуальных вопросов финансового менеджмента. Данному вопросу посвящено большое количество публикаций отечественных и зарубежных исследователей. В частности, в [2] применяется подход, основанный на математическом моделировании и теории оптимизации, по оптимизации структуры капитала с точки зрения стоимости привлеченного капитала и его влияния на ценность компании.

Результатом исследования [3] является вывод, что структура капитала не оказывает влияния на прибыльность компании, но оказывает прямое влияние на оценку стоимости компании. В то же время авторы статьи [4] приходят к обратному выво-

ду о наличии обратной зависимости между плечом финансового рычага и рентабельностью собственного капитала, что отражается в отрицательном влиянии роста плеча финансового рычага на рентабельность компании. При этом отметим, что изменение соотношения заемных и собственных средств не может не оказывать влияния на чистую прибыль компании и на соответствующие показатели рентабельности, что соответствует смыслу эффекта финансового рычага.

В статье [5] проводится обширный анализ литературы, посвященный влиянию структуры капитала на оценку стоимости компании. Автор данного исследования приходит к выводу, что в современной экономической литературе нет согласованной позиции относительно влияния стоимости капитала на стоимость компании, в связи с чем данный вопрос остается дискуссионным. В работе [6] проводится сравнительный анализ двух моделей управления структурой капитала – модель Модильяни – Миллера (ММ) и модель Брюсова – Филатовой – Орехова (БФО), где исследователи приходят к выводу, что модель БФО может применяться вне зависимости от возраста компании, в то время как модель ММ может применяться только для компаний с неограниченным сроком функционирования.

В статье [7] авторы на примере одной компании выявили влияние эффекта финансового левериджа и внешних факторов (процентная ставка, валютный курс и уровень инфляции) на финансовые результаты данной компании. При этом они не оценивали влияние внешних факторов на финансовый риск (который определяется в вышеупомянутом исследовании как влияние процентных расходов на чистую прибыль). Следует отметить, что данное исследование производилось на примере одной компании, в связи с чем, вероятно, и не было выявлено такое влияние. В исследовании [8] на примере отдельных секторов также выявлено обратное влияние финансового левериджа на финансовые результаты компаний. Данное положение также подтверждается в исследовании [9], где исследователи выявили влияние отдельных внешних факторов (таких как процентная ставка и уровень инфляции) на финансовые результаты.

В публикации [10] авторы отметили влияние макроэкономических факторов (уровень инфляции, рост ВВП, уровень развития фондовых рынков) на структуру капитала корпораций (что наиболее сильно проявляется во время и после кризиса).

При этом в рассмотренных исследованиях не приводятся алгоритмы управления структурой капитала под воздействием внешних факторов и не проводится прогнозирование финансовых результатов при изменении этих факторов, что особенно важно при формировании эффективной системы управления финансовыми рисками [11].

Влияние отдельных внешних факторов на выручку компаний может производиться на основе корреляционно-регрессионного анализа, что отражено в статье [12]. Учет внешних факторов при анализе и оценке приемлемой структуры капитала, которая будет обеспечивать достаточный уровень финансовой устойчивости при сохранении финансовой рентабельности.

Материалы и методы исследования

Методология базируется на диалектическом системном подходе, применении общенаучных и эмпирических методов (в частности, дедукции, индукции, синтеза и логического анализа) с использованием теоретического аппарата анализа влияния финансовых рискоустойчивых решений на финансовые риски и финансовых рисков на финансовые результаты компании. При этом особое внимание уделено исследованиям по управлению риском потери финансовой устойчивости.

Проведен анализ актуальных исследований отечественных и зарубежных авторов, посвященных управлению структурой капитала и влиянию внешних факторов на нее и финансовые результаты компаний. Выявленные методы и модели послужили основой для разработки нового алгоритма управления.

Использование данных методов и научных подходов позволило разработать алгоритм, который способствует повышению финансовой устойчивости компаний за счет адаптивного управления структурой капитала в условиях внешних воздействий.

Результаты исследования и их обсуждение

Как показано выше, в условиях изменения внешних факторов меняются также финансовые и экономические показатели компании. В частности, изменение внешних факторов оказывает влияние на изменение выручки, что приводит к изменению операционной прибыли (*EBIT* – *earnings before interests and taxes*). Изменение *EBIT* оказывает влияние на изменение экономической рентабельности *ROA*, определяемое отношением *EBIT* к средней совокупной

стоимости активов за период. Под влиянием изменения *ROA* меняется эффект финансового рычага (*DFL*), определяемым по следующей общеизвестной формуле:

$$DFL = (1 - t) \cdot (ROA_B - r_D) \cdot \frac{D}{E}, \quad (1)$$

где *t* – ставка налога на прибыль, *ROA_B* – рентабельность активов (экономическая рентабельность) в условиях отсутствия активации внешних факторов, *r_D* – средневзвешенная стоимость заемного капитала, *D* – заемные средства, *E* – собственный капитал.

Здесь и ниже под активацией внешних факторов будем понимать их изменение, значимо влияющее на дифференциал финансового рычага и, как следствие, на эффект финансового рычага. Такое влияние можно представить в виде рис. 1.

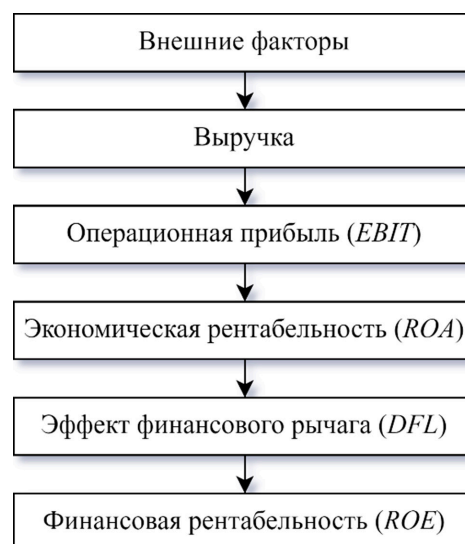


Рис. 1. Влияние внешних факторов на эффект финансового рычага и финансовую рентабельность
Источник: составлено авторами

Изменение *ROA*, определяемое как разность между прогнозируемым и базовым показателями экономической рентабельности, отражает искомое влияние внешних факторов на данный показатель, что может быть записано следующим образом:

$$\Delta ROA = \widehat{ROA} - ROA_B, \quad (2)$$

где $\widehat{ROA}$ и *ROA_B* – значение экономической рентабельности в условиях активации и отсутствия активации внешних факторов соответственно.

При нулевом сальдо прочих доходов и расходов прогнозное значение $\widehat{ROA}$ можно оценить по формуле

$$\widehat{ROA} = \frac{\widehat{EBIT}}{\bar{A}} = \frac{\widehat{PS}}{\bar{A}}, \quad (3)$$

где $\widehat{EBIT}$ – прогнозируемая прибыль до вычета процентов и налогов (операционная прибыль) в условиях активации внешних рисков, которая при условии нулевого саль-

до прочих доходов и расходов соответствует показателю $\widehat{PS}$ (*Profit from Sales*) – прогнозируемая прибыль от продаж в условиях активации внешних факторов), $\bar{A}$ – средняя совокупная сумма активов за период.

Влияние ΔROA на DFL может быть определено по формуле

$$\Delta DFL = (1 - t) \cdot \frac{D}{E} \cdot \Delta ROA. \quad (4)$$

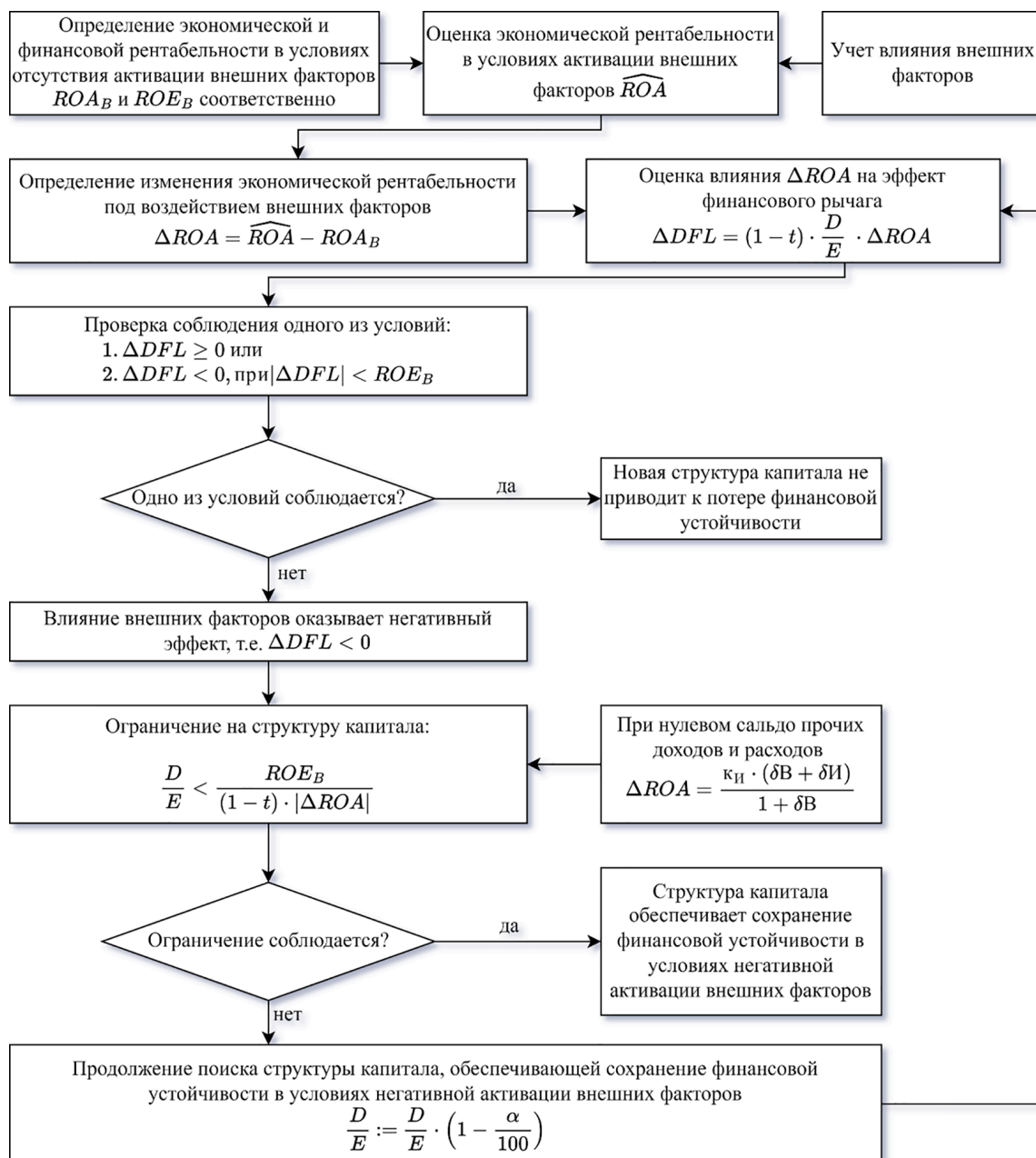


Рис. 2. Структурная схема алгоритма принятия финансовых рискоустойчивых решений по управлению структурой капитала в условиях воздействия внешних факторов
Источник: составлено авторами

Соответственно, привлечение заемного финансирования не приводит к потере финансовой устойчивости либо при отрицательной величине ΔDFL , либо если абсолютная величина отрицательного будет меньше рентабельности собственного капитала до активации внешних факторов ROE_B . Данное условие также может быть записано следующим образом:

$$\begin{cases} \Delta DFL \geq 0 \\ \text{или} \\ \Delta DFL < 0, \text{ но } |\Delta DFL| < ROE_B \end{cases}, \quad (5)$$

где ΔDFL – прогнозное значение изменения эффекта финансового рычага в условии активации внешних факторов, ROE_B – финансовая рентабельность компании в условии отсутствия активации внешних факторов.

При негативном влиянии внешних факторов, то есть при $\Delta DFL < 0$, условие (5) можно записать в виде

$$\left| (1-t) \cdot \frac{D}{E} \cdot \Delta ROA \right| < ROE_A. \quad (6)$$

Из (6) следует ограничение на структуру капитала, обеспечивающее сохранение финансовой устойчивости при негативной активации внешних факторов, которое имеет вид

$$\frac{D}{E} < \frac{ROE_A}{(1-t) \cdot |\Delta ROA|}. \quad (7)$$

При этом, как следует из результатов [11], при нулевом сальдо прочих доходов и расходов абсолютное изменение экономической рентабельности определяется по формуле

$$\Delta ROA = \frac{\kappa_H \cdot (\delta B + \delta II)}{(1 + \delta B)}, \quad (8)$$

где δB , δII – относительные изменения выручки и общих издержек под воздействием активации внешних факторов; κ_H – коэффициент объема общих издержек, определяемый отношением величины общих издержек к выручке.

Алгоритм определения структуры капитала представлен графически на рис. 2. Этот алгоритм является итеративным, что предполагает при необходимости итеративную корректировку структуры капитала по формуле

$$\frac{D}{E} := \frac{D}{E} \cdot \left(1 - \frac{\alpha}{100} \right), \quad (9)$$

где α – задаваемый процент корректировки структуры капитала на каждом шаге итеративной процедуры.

Возможны две основные ситуации практического применения условия (7) при управлении структурой капитала. В ситуации 1 компания уже привлекла заемный капитал, и условие (7) позволяет проверить, сможет ли компания сохранить финансовую устойчивость при возможной негативной активации внешних факторов. Если условие (7) не выполняется, то необходимо выработать и реализовать комплекс мер по снижению зависимости от заемного капитала. В частности, следует перейти к политике минимизации дивидендных выплат и ввести дополнительные ограничения на дальнейшее привлечение заемных средств. В ситуации 2 компания еще не привлекла дополнительный заемный капитал и оценивает приемлемую структуру капитала. В этой ситуации показатель ROA_B следует интерпретировать как значение экономической рентабельности до привлечения дополнительного заемного капитала и определять по формуле (7) максимально приемлемую величину заемного капитала, позволяющего сохранить финансовую устойчивость при возможной негативной активации внешних факторов, обеспечив тем самым принятие рискоустойчивого финансового решения.

Заключение

Принятие финансовых рискоустойчивых решений по алгоритму, представленному в данном исследовании, позволит компаниям реального сектора экономики формализовать политику разработки решений в области управления структурой капитала, а также своевременно корректировать структуру капитала в зависимости от прогнозных оценок влияния внешних факторов на финансовые результаты компаний.

В рамках настоящей публикации была достигнута поставленная цель, результатом чего является алгоритм управления структурой капитала путем принятия финансовых рискоустойчивых решений, обеспечивающих сохранение финансовой устойчивости при негативной активации внешних факторов и, в частности, при ухудшении рыночной конъюнктуры.

Список литературы

1. Kunin V.A., Peshko S.I. Concept of Taking Risk-Tolerant Financial Decisions Under Elevated Uncertainty // Finance, Economics, and Industry for Sustainable Development: Proceedings of the 3rd International Scientific Conference on Sustainable Development (St. Petersburg, 21 October 2022). Cham, Switzerland: Springer Nature Switzerland AG, 2023. P. 245–260. DOI: 10.1007/978-3-031-30498-9.

2. Kontuš E., Šorić K., Šarlija N. Capital structure optimization: a model of optimal capital structure from the aspect of capital cost

and corporate value // *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*. 2023. Vol. 36, Is. 2. DOI: 10.1080/1331677X.2022.2147565.

3. Hirdinis M. Capital structure and firm size on firm value moderated by profitability // *International Journal of Economics and Business Administration*. 2019. Vol. 7, Is. 1. P. 174–191. DOI: 10.35808/ijeba/204.

4. Prekazi Y., Bajrami R., Hoxha A. The impact of capital structure on financial performance // *International Journal of Applied Economics, Finance and Accounting*. 2023. Vol. 17, Is. 1. P. 1–6. DOI: 10.33094/ijaefa.v17i1.1002.

5. Kruk S. Impact of Capital Structure on Corporate Value – Review of Literature // *Journal of Risk and Financial Management*. 2021. Vol. 14, Is. 4. DOI: 10.3390/jrfm14040155.

6. Brusov P., Filatova T. Capital Structure Theory: Past, Present, Future // *Mathematics*. MDPI. 2023. Vol. 11, Is. 3. URL: <https://www.mdpi.com/2227-7390/11/3/616> (date of access: 20.07.2024). DOI: 10.3390/math11030616.

7. Tiblola J., Riduwan B.A. Effect of leverage, internal factors and external factors on financial risk and financial performance company // *EPH – International Journal of Business & Management Science*. 2018. Vol. 4, Is. 2. P. 12–20. DOI: 10.53555/ejbm.v4i2.67.

8. Shaferi I., Wahyudi S., Mawardi W., Hidayat R., Puspitasari I. The manufacture and service companies differ leverage impact to financial performance // *International Journal of Financial Research*. 2020. Vol. 11, Is. 2. P. 281–286. DOI: 10.5430/ijfr.v11n2p281.

9. Buniarto E.A. External factors, leverage, and banks' performance: Does risk matter? // *Sebelas Maret Business Review*. 2023. Vol. 8, Is. 1. P. 50. DOI: 10.20961/smb.v8i1.73313.

10. Metel'skaya V.V. Correlation-and-regression analysis of the influence of macroeconomic factors on capital structure of Russian corporations under crisis conditions // *Journal of Innovation and Entrepreneurship*. 2021. Vol. 10, Is. 1. DOI: 10.1186/s13731-021-00160-w.

11. Пешко С.И. Модель формирования системы управления финансовыми рисками и ее концептуальные принципы // *Экономика и предпринимательство*. 2023. № 10 (159). С. 1332–1336. DOI: 10.34925/EIP.2023.159.10.273.

12. Кунин В.А., Пешко С.И. Прогнозирование финансовых рисков снижения показателей прибыли и рентабельности компаний индустрии ритейла на основе корреляционно-регрессионного анализа макроэкономических факторов // *Экономика и управление*. 2023. Т. 29, № 6. С. 690–708. DOI: 10.35854/1998-1627-2023-6-690-708.

УДК 336.71:330.341
DOI 10.17513/fr.43657

ПРИМЕНЕНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА В СОЗДАНИИ И ПРОДВИЖЕНИИ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ

Леоненко Е.А.

*ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет
имени Н.П. Огарёва», Саранск, e-mail: djon7778883@yandex.ru*

Для того чтобы создавать и продвигать свои услуги и товары, российские банки используют различные маркетинговые инструменты: рекламу, связи с общественностью, прямой маркетинг, кросс-продажи, digital маркетинг и др. В данной статье проведена диагностика маркетинговой коммуникационной политики одного из крупнейших субъектов российской банковской системы, АО «Россельхозбанк», который занимает 4 место по объему активов и 2 место по развитости филиальной сети в стране. Цель исследования состоит в диагностике и оценке эффективности маркетинговой коммуникационной политики одного из крупнейших субъектов российской банковской системы – АО «Россельхозбанк». Методологическую основу исследования составили методы системного анализа, метод сравнительного анализа, методы научной абстракции, методы экспертных оценок, анализа и синтеза, статистические методы и др. Для продвижения своего портфеля продуктов банк активно использует весь комплекс маркетинговых коммуникаций, однако банк серьезно отстает от основных конкурентов, узнаваемость банка до сих пор активно ассоциирует его с агропромышленным комплексом. В связи с этим в исследовании определены ключевые проблемные зоны, которые существуют в коммуникационной политике банка, для выработки решений и рекомендаций по их совершенствованию.

Ключевые слова: маркетинговые инструменты, ATL-маркетинг, BTL-маркетинг, digital маркетинг, связи с общественностью, маркетинговая среда, имидж, репутация, эффективность, кросс-продажи, коммерческий банк

APPLICATION OF MARKETING COMPLEX TOOLS IN THE CREATION AND PROMOTION OF BANKING PRODUCTS AND SERVICES

Leonenko E.A.

*National Research Mordovian State University named after N.P. Ogarev, Saransk,
e-mail: djon7778883@yandex.ru*

In order to create and promote their services and products, Russian banks use various marketing tools: advertising, public relations, direct marketing, cross-selling, digital marketing, etc. This article diagnoses the marketing communication policy of one of the largest subjects of the Russian banking system, JSC Rosselkhozbank, which ranks 4th place in terms of assets and 2nd place in terms of development of the branch network in the country. The purpose of the study is to diagnose and evaluate the effectiveness of the marketing communication policy of one of the largest subjects of the Russian banking system, JSC Rosselkhozbank. The methodological basis of the study was the methods of system analysis, the method of comparative analysis, methods of scientific abstraction, methods of expert assessments, analysis and synthesis, statistical methods, etc. To promote its product portfolio, the bank actively uses the entire range of marketing communications, however, the bank seriously lags behind its main competitors; the bank's recognition still actively associates it with the agro-industrial complex. In this regard, the study identified key problem areas that exist in the bank's communication policy to develop solutions and recommendations for their improvement.

Keywords: marketing tools, ATL marketing, BTL marketing, digital marketing, marketing environment, public relations, image, reputation, efficiency, cross-selling, commercial bank

Введение

Рынок банковских услуг является наиболее подвижным и востребованным, что порождает высокую конкуренцию. Для того чтобы коммерческий банк оставался конкурентоспособным банком, необходимо создавать и продвигать новые продукты. Для создания и продвижения банковских продуктов используются современные маркетинговые инструменты.

В настоящее время современные коммерческие банки в рамках своей политики

создают и продвигают новые банковские продукты ежегодно. Для того чтобы создавать и продвигать свои услуги и товары, российские банки используют различные маркетинговые инструменты [1].

Несмотря на современные реалии, в которых существует РФ, экономика, пусть и с особым креном на государственные расходы (связанные с ВПК), растет темпами выше мировых (рост ВВП в 2023 г. 3,6%, за 4 мес. 2024 г. 5,1%). Одним из самых рентабельных секторов остается банковская система. В 2023 г. банки заработали

3,3 трлн руб. прибыли. Конкуренция между существующими игроками на банковском рынке серьезно возрастает. В этих условиях сильно возрастает и роль маркетинга, в частности комплекса маркетинговых коммуникаций или интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК).

Если рассмотреть опыт зарубежных банков, то они использовали те методы и способы, которые были выгодны в большей степени для самого кредитного учреждения, и не принимали во внимание желания и предпочтения клиентов. Но в связи с высокой конкуренцией в банковском секторе кредитные учреждения зарубежных стран вынуждены были изменить свою стратегию и политику использования маркетинговых инструментов при продвижении банковских продуктов. Ключевой целью продвижения банковских продуктов в иностранных банках становится использование таких маркетинговых инструментов, которые в полной мере удовлетворяли бы потребности потребителей банковских услуг [2].

Зарубежная практика коммерческих банков при продвижении продуктов с использованием маркетингового инструментария представлена в табл. 1.

В качестве примера можно рассмотреть деятельность Tesco Bank [3], который один из первых внедрил в свою деятельность клиентоориентированный подход в рамках использования маркетинговых инструментов при продвижении банковских продуктов (услуг). Tesco Bank начал свое существование как дочерняя компания крупной британской торговой сети Tesco. Данная компания имела множество постоянных, лояльных клиентов (их численность превышала 10 млн чел.), все потребители товаров и услуг Tesco были привержены бренду, имели безграничное доверие к компании. Вследствие чего образованный банк Tesco Bank имел колоссальный успех среди потребителей. В настоящее время Tesco Bank основным инструментом продвижения своей продукции считает фирменный сайт, который позволяет клиентам проводить сравнительные исследования банковских товаров и услуг Tesco Bank с другими крупными кредитными учреждениями [4].

Tesco Bank заинтересован не столько в продвижении новых банковских товаров и услуг, сколько в поддержании спроса на имеющуюся продукцию среди постоянных клиентов, которые высоко ценят бренд банка.

Таблица 1

Зарубежная практика продвижения продуктов
с использованием маркетингового инструментария в коммерческих банках

Банковские учреждения	Маркетинговый инструмент	
	Новый продукт	Старый продукт
ING Direct, First Direct	Новый продукт реализуется в комплексе со старым продуктом	Веб-сайты, мобильный банкинг, реклама
Tesco Bank	Внедрение веб-сайта, который дает возможность сравнения продукции банка с основными конкурентами	Использование системы лояльности совместно с сетью супермаркетов, реклама
Metro Bank	Предоставление услуг персонального менеджера, условия обслуживания как у привилегированных клиентов	Реклама, пиар, веб сайт, онлайн-банкинг
ING Direct	Открытие банков-кофеен, реклама, пиар	Открытие банков-кофеен, реклама, пиар
Coast Capital (США)	Использование сервисов Apple	Использование сервисов Apple, рекламные обращения
Commonwealth Bank (Австралия)	Формирование специализированного сайта для сбора информации относительно предпочтений клиентов в новых товарах и услугах.	Отзывы и предложения относительно имеющихся продуктов на специализированном сайте, наружная реклама, рассылка, геймификация
Santander (Швеция)	Применение минимальных процентных ставок от 1 до 3 %	Платформа Aida, которая представляет собой виртуальный сервис, нацеленный на дистанционное обслуживание клиентов банка, программа Tink
Bankinter (Америка)	Интернет-банкинг, прямые продажи	Видеоконсультанты, интернет-банкинг
DNB (Норвегия)	Видеоролики, посыл «банк для неудачников»	Видеоролики, интернет-банкинг, рекламные обращения
AllyBank (Америка)	Демонстрация в ролике игры с детьми	Интернет-банкинг, прямые продажи, социальные сети, чат-боты

Таблица 2

Преимущества и недостатки ATL-, BTL- и TTL-маркетинга в банковской сфере

Факторы	ATL	BTL	TTL
Масштабность	Высокая	Средняя	Высокая
Возможность переиспользования	Высокая	Низкая	Высокая
Цена	Высокая	Низкая	Зависит от масштаба
Обратная связь: возможность отследить отношение к продукту банка и использовать данные для улучшения	Нет	Высокая	Высокая
Креативность	Низкая	Высокая	Высокая
Эффективность	Низкая	Высокая	Высокая
Размер банка и его филиальной сети	Крупный	Малый и средний	Любой
Возможность продвигать продукты, реклама которых запрещена	Нет	Да, если речь о нерекламных методах	Да, но только в BTL-сегменте

Разработка и внедрение новых банковских товаров и услуг в Tesco Bank в большей степени связаны не столько с необходимостью ввода в оборот продукта, сколько в поддержании заинтересованности и привлечении новых потребителей услуг.

Разделение коммуникационных инструментов маркетинга на ATL и BTL впервые появилось в 1954 г. благодаря Procter&Gamble. Менеджеры компании в основной смете указывали только затраты на прямое продвижение в СМИ, после чего рисовали черту, а ниже от руки вписывали бюджет на работу промоутеров, конкурсы и другие узконаправленные рекламные активности.

Сегодня маркетинговые инструменты делят уже не на две, а даже на три группы:

- ATL (above the line, «над чертой») – явная реклама и на широкую аудиторию;
- BTL (below the line, «под чертой») – непряная реклама и на узкую аудиторию;
- TTL (through the line, «сквозь черту») – неоднозначная, то есть реклама, которую нельзя с уверенностью отнести ни к ATL, ни к BTL. TTL-маркетинг как бы объединяет методы ATL и BTL, по сути является прообразом интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Особенности данных методов, их преимущества и недостатки применительно к банковской сфере представлены в табл. 2.

Цель данного исследования состоит в том, чтобы провести диагностику маркетинговой коммуникационной политики одного из крупнейших субъектов российской банковской системы – АО «Россельхозбанк», который занимает 4 место по объему активов и 2 место по развитости филиальной сети в стране.

АО «Россельхозбанк» имеет широчайшую линейку продуктов, которые не сводятся к оказанию услуг только для сферы АПК. Для продвижения своего портфеля продуктов банк активно использует весь комплекс маркетинговых коммуникаций, как ATL, так и BTL-инструментария. Однако банк серьезно отстает от основных конкурентов, узнаваемость банка до сих пор активно ассоциирует его с АПК. В связи с этим есть необходимость определить ключевые проблемные зоны, которые существуют в коммуникационной политике банка, которые в дальнейшем могут быть положены в основу выработки решений и рекомендаций по их совершенствованию.

Материалы и методы исследования

Материалом для подготовки статьи послужили работы зарубежных и отечественных ученых в области комплекса маркетинговых коммуникаций, формирования интегрированных маркетинговых коммуникаций с применением ATL и BTL-инструментария.

Методологическую основу исследования составили методы системного анализа, метод сравнительного анализа, методы научной абстракции, методы экспертных оценок (метод Дельфи, мнения аналитических агентств, отдельных экспертов и аналитиков), анализа и синтеза, статистические методы, экономико-математические методы исследования [5].

Степень разработанности проблемы

Для изучения теоретических аспектов использования маркетинговых инструментов для создания и продвижения продуктов коммерческого банка использовались труды российских ученых, которые рассматрива-

ли также и проблемы использования маркетингового инструментария.

Теоретические основы формирования маркетинговых инструментов при продвижении и создании продукции рассматриваются в работах таких авторов, как Белоножкина Е.А., Дремова Е.С., Жданкин Н.А., Земцова Ю.А., Иванова Ю.А., Казанская Е.А., Карпова С.В., Колчина Н.О., Кудряшев В.С., Купчинская Ю.А., Макаров М.Д., Митина М.А., Назаревич С.А. и др.

Отдельные аспекты использования маркетинговых инструментов продвижения и создания банковских продуктов и анализ их использования на практике представлены такими авторами, как Шевченко Д.Е., Цветков И.А., Царев А.В., Флигинских Т.Н., Федорова Ю.А., Федорова М.А., Токарев Б.Е., Теплякова Н.С., Сысолятин А.В., Спружевникова М.К., Сериков С.Г., Свиридов И.А., Родин Д.Я., Резник И., Просалова В.С., Пономарева М.А., Понкратова А.П. и др.

Несмотря на то, что использование маркетинговых инструментов для создания и продвижения продуктов банка широко рассмотрено множеством различных ученых, проблемы так и остаются нерешенными и требуют серьезного изучения.

Результаты исследования и их обсуждение

В качестве объекта исследования применения инструментов ATL- и VTL-маркетинга в создании и продвижении банковских продуктов и услуг был выбран АО «Россельхозбанк».

АО «Россельхозбанк» имеет сеть в 78 филиалов и 1536 дополнительных офисов. Банк занимает четвертое место в банковской системе России по объему активов, входит в тройку лидеров рейтинга надежности

крупнейших российских банков. АО «Россельхозбанк» занимает второе место в России по размеру филиальной сети. Свыше 1600 отделений работают во всех регионах страны, в том числе более половины – в малых городах и сельских населенных пунктах. Представительства Банка открыты в Белоруссии, Казахстане, Таджикистане и Азербайджане.

Основные показатели, характеризующие деятельность АО «Россельхозбанк», представлены в табл. 3 [6].

Основными факторами увеличения роста активов за рассматриваемый период были кредиты и авансы юридическим и физическим лицам, а также комиссионные доходы. Активы АО «Россельхозбанк» в 2020 г. увеличились на 1357142 млн руб. относительно 2016 г. и составили 3819671 млн руб. У АО «Россельхозбанк» уменьшился в анализируемом периоде убыток с 53465 млн руб. до прибыли в размере 1220 млн руб. Главным фактором уменьшения убытка стало увеличение клиентского потока за счет спада экономического кризиса.

Как отмечалось выше, для продвижения своей продукции банк использует различные маркетинговые инструменты. На рис. 1 представлены маркетинговые инструменты, которые применяются в АО «Россельхозбанк» для продвижения новой и имеющейся продукции. Итак, из рис. 1 видно, что в АО «Россельхозбанк» используют различные маркетинговые инструменты. Но, так как банк является весьма крупным и занимает лидирующие позиции на рынке банковских услуг, то данных инструментов недостаточно, нужно в АО «Россельхозбанк» использовать современные методы и инструменты продвижения [7].

Таблица 3

Основные показатели, характеризующие деятельность АО «Россельхозбанк» в 2016–2020 гг., в млн руб.

Показатель	2016 год	2017 год	2018 год	2019 год	2020 год	Отклон. 2020 г. / 2016 г., в млн руб.
Активы банка	2 462 529	2 889 019	3 338 448	3 217 927	3 819 671	+1 357 142
Денежные средства	326 033	586 437	150 180	60 130	66 419	-259 614
Кредиты и авансы клиентам	1 617 937	1 765 750	2 527 057	2 667 309	3 171 287	+1 553 350
Комиссионные доходы	16 184	22 897	24 854	24 031	26 929	+10 745
Комиссионные расходы	1 742	2 707	3 063	2 739	3 357	+1 615
Чистая прибыль (убыток)	-53 465	-22 218	2 194	4 265	1 220	+54 685

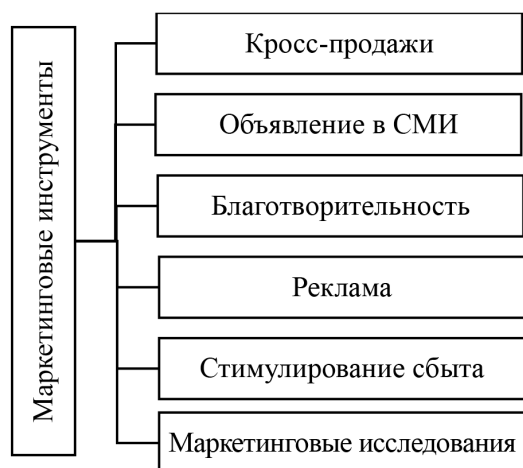


Рис. 1. Маркетинговые инструменты, применяемые в АО «Россельхозбанк» для создания и продвижения продукции

Использование любых маркетинговых инструментов в Мордовском РФ АО «Россельхозбанк» с целью создания и продвижения банковских услуг должны быть для банка эффективны. Эффективность использования маркетинговых инструментов в первую очередь должна приносить банку прибыль, отклик у клиентов и т.д.

Эффективность использования маркетинговых инструментов с целью создания и продвижения банковского продукта будет проводиться в следующих направлениях:

- 1) мониторинг официального сайта банка, а именно частота посещения клиентов как эффект от рекламирования продукции;
- 2) объем продаж от реализации новых товаров и услуг банка в разрезе расходов на их создание и продвижение;
- 3) анализ притока клиентов;

4) сравнительный анализ использования маркетинговых инструментов.

В первую очередь проведем анализ выручки и расходов на создание и продвижение продукции в Мордовском РФ АО «Россельхозбанк» в 2022 г. В табл. 4 представлен анализ выручки, расходов и эффективности для Мордовского РФ АО «Россельхозбанк» от реализации банковских продуктов и услуг (для оценки применялись комплекс экспертных методов и метод сценариев).

Итак, из данных, представленных в таблице 4, видно, что продукт «Свое родное» принес банку выручку в размере 5341,6 тыс. руб., затраты составили 2894,2 тыс. руб., эффективность создания и продвижения продукта составила 184 %. Затраты на создание и продвижение нового продукта «Ипотека с государственной поддержкой» в 2022 г. составили 1227,5 тыс. руб., выручка по данной программе в АО Мордовском РФ «Россельхозбанк» составила 2148,3 тыс. руб., эффективность составила 175 %.

Внедрение и продвижение дебетовой карты в АО «Россельхозбанк» составило 2284,3 тыс. руб., выручка от данного продукта в банке составила 1974,1 тыс. руб., эффект от данного продукта для банка составил 0,86 руб., что говорит о неэффективности данного продукта. Разработка и продвижение платежного кольца PayRing принесла Мордовскому РФ АО «Россельхозбанк» затраты в размере 1867,8 тыс. руб., выручка от реализации кольца составила 3088,3 тыс. руб., то есть эффект составил 1,65 руб. Реализация продукта «Свое фермерство» принесла банку АО «Россельхозбанк» выручку в размере 6948,2 тыс. руб., затраты на создание и продвижение данного продукта составила 4478,3 тыс. руб., то есть эффект для банка составил 1,55 руб.

Таблица 4

Эффективность создания и продвижения банковских продуктов и услуг в Мордовском РФ АО «Россельхозбанк» в 2022 г.

Банковский продукт	Выручка, тыс. руб.	Затраты, тыс. руб.	Эффект, руб.	Эффективность, %
Фермерские продукты «Свое родное»	5 341,6	2894,2	1,84	184
Ипотека с господдержкой	2 148,3	1225,7	1,75	175
Дебетовая карта «Амурский тигр»	1974,1	2284,3	0,86	86
Экосистема «Свое фермерство»	6948,2	4478,3	1,55	155
Экосистема «За городом»	2647,8	2 769,9	0,95	95
Сельская ипотека	1656,0	1123,7	1,47	147
Кредитная карта «Своя»	2335,5	1453,0	1,61	161

Таблица 5

Изменение количества клиентов Мордовского РФ АО «Россельхозбанк» в результате использования маркетинговых инструментов с целью создания и продвижения банковских продуктов в 2018–2022 гг., чел.

Клиент	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год	Отклонения 2022 г. / 2018 г.
Частные лица	2450	2600	2850	3300	3540	+1090
Фермеры	610	625	718	754	993	+383
Малый бизнес и ИП	263	222	218	260	258	-5
Средний бизнес	54	59,1	52,2	61,0	48	-6
Корпорации	11	12	14	13	13	+2
VIP-клиенты	8	8	8	8	8	–
Итого	3396	3527	3860	4396	4860	+1464

Затраты на создание и продвижение экосистемы «За городом» в АО «Россельхозбанк» составили 2769,9 тыс. руб., выручка от продукции для банка составила 2647,8 тыс. руб., эффективность для банка составила 95 %, то есть продукт на данном этапе неэффективен. Выручка от создания и продвижения продукта «Сельская ипотека» в АО «Россельхозбанк» составила 1656 тыс. руб., затраты на создание и продвижение продукта составили 1123,7 тыс. руб., эффект для банка составил 1,47 руб.

Итак, можно отметить, что дебетовая карта «Амурский тигр» и экосистема «За городом» не принесли Мордовскому РФ АО «Россельхозбанк» ожидаемой прибыли, то есть затраты на их создание и продвижение были выше, чем прибыль от их реализации. Данный факт может быть связан с тем, что система «За городом» пока предлагает минимальные программы для экскурсий, а дебетовая карта «Амурский тигр» слишком дорогая в обслуживании.

Результаты эффективности использования маркетинговых инструментов с целью создания и продвижения продуктов в Мордовском РФ АО «Россельхозбанк» посредством анализа прироста численности клиентов в банк представлены в виде табл. 5.

Таким образом, на основе данных, представленных в табл. 5, можно сделать следующие выводы:

- количество клиентов – частных лиц за 2018–2022 гг. возросло на 1090 чел. Данное увеличение говорит о том, что использование Мордовским РФ АО «Россельхозбанк» маркетинговых инструментов для создания и продвижения продукции для частных лиц является весьма эффективным;

- количество фермеров, использовавших услуги Мордовского РФ АО «Россельхозбанк», увеличилось в 2022 г. относитель-

но 2018 г. на 383 чел. и составило на конец 2022 г. 993 чел.;

- количество представителей малого бизнеса и ИП, воспользовавшихся продуктами и услугами Мордовского РФ АО «Россельхозбанк», в 2022 г. составило 258 чел., что на 5 чел. меньше, чем в 2018 г. Отток клиентов данного сегмента из АО «Россельхозбанк» может быть связан с недостаточным продвижением банковских продуктов для данной категории клиентов, а также с тем, что новые продукты для малого бизнеса и ИП в банке создаются довольно редко, как правило, из года в год продукт остается прежним или с минимальными корректировками;

- количество клиентов среднего бизнеса, которые пользуются услугами Мордовского РФ АО «Россельхозбанк», сократилось за последние 5 лет на 6 чел. Данный факт снижения, как и в категории малого бизнеса и ИП, связан с недостаточным продвижением продукции и минимальными корректировками имеющихся продуктов (практически не создаются новые продукты и услуги);

- количество корпораций, которые пользуются услугами Мордовского РФ АО «Россельхозбанк», в 2018–2022 гг. возросло на 2 корпорации. Данное увеличение связано с ростом новых предложений для данной категории товаров и удачно выбранными инструментами продвижения продукции банка;

- количество VIP-клиентов в Мордовском РФ АО «Россельхозбанк» возросло в 2019 г. относительно 2018 г., но в 2020 году отмечался отток данных клиентов, и в 2022 г. уровень клиентов данной категории соответствовал уровню 2018 г. Отток из Мордовского РФ АО «Россельхозбанк» клиентов данной категории может быть связан с тем, что банк перестал предлагать своим привилегированным клиентам интересные и выгодные предложения.

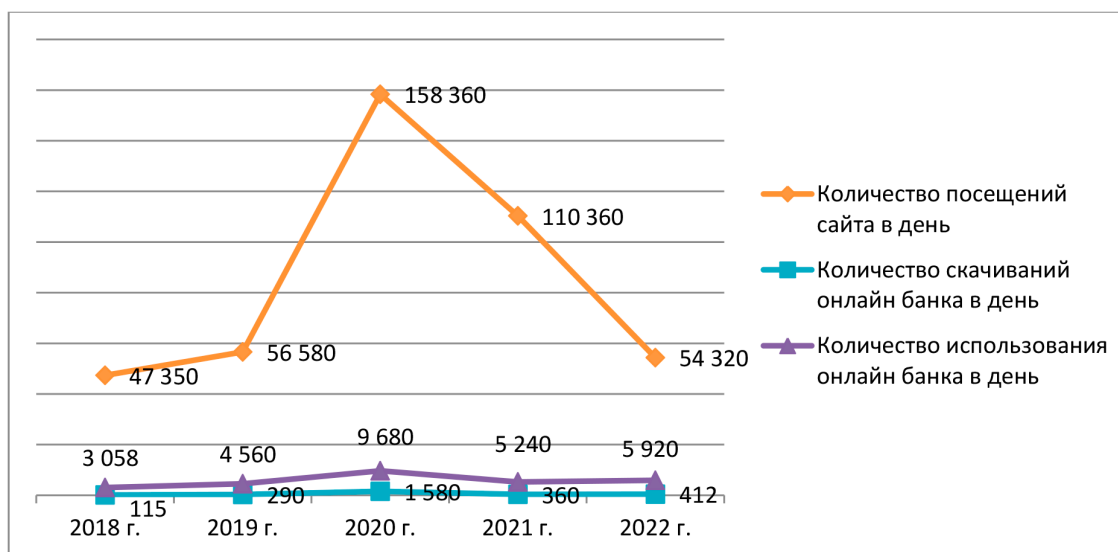


Рис. 2. Динамика посещения сайта и скачивания приложения АО «Россельхозбанк» за 2018–2022 гг.

Среди всего инструментария коммуникационной политики АО «Россельхозбанк» использует следующие инструменты digital-маркетинга: коллтрекинг, email-маркетинг, SMM, контекстную рекламу, SEO, сайт банка. Основной акцент digital-маркетинга направлен на работу с сайтом банка и его продвижение. Поэтому в качестве четвертого метода анализа эффективности использования маркетинговых инструментов для создания и продвижения продукции АО «Россельхозбанк» был использован метод мониторинга официального сайта банка (рис. 2).

Исходя из рис. 2, можно заметить неоднозначную динамику как показателя посещения фирменного сайта АО «Россельхозбанк», так и количество скачиваний приложения для мобильного банка и количество использования онлайн-банка.

С 2018 по 2020 г. показатель посещения фирменного сайта возрос с 47350 до 158360, с 2019 по 2022 г. сокращение до 54320. Это свидетельствует о том, что клиентов привлечено несколько меньше по сравнению с 2018–2020 гг.; так, недостаточно широко раскрыта на сайте банка информация относительно новых продуктов и услуг.

Стоит также обратить внимание на то, что на официальном сайте АО «Россельхозбанк» информация о продуктах предоставлена не в полном объеме, что затрудняет потенциальных клиентов в выборе продукции.

Среднее количество скачиваний приложения АО «Россельхозбанк» имело та-

кие же изменения, как и по пункту выше. Кроме того, необходимо обратить внимание, наибольшее число скачиваний в сутки приходится на 2020 г., когда был введен локдаун по коронавирусной инфекции. Количество использования онлайн-банка в 2020 г. было самым высоким, после 2020 г. данный показатель стал снижаться.

На основе проведенного исследования можно утверждать о снижении эффективности использования маркетинговых инструментов для создания и продвижения продукции АО «Россельхозбанк» в 2022 г. относительно прошлых лет.

Далее необходимо провести оценку эффективности каждого маркетингового инструмента по созданию и продвижению продукции Мордовского РФ АО «Россельхозбанк». Учитывая множественность факторов, влияющих на результаты деятельности банка в конкретный период времени (макроэкономическая политика государства в виде реализации масштабных льготных программ кредитования; политики ЦБ; уровня конкуренции на банковском рынке (отзывы лицензий у банков); а также эффективности других составляющих комплекса маркетинга, таких как продуктовая политика, ценовая политика и др.) для объективности расчетов применялся метод экспертных оценок (метод Дельфи, в качестве экспертов выступали 4 внутренних эксперта банка и двое внешних), а также метод сценариев (в частности, использовались экспертные матрицы взаимодействия). Данные анализа представлены в табл. 6.

Таблица 6

Оценка эффективности использования маркетинговых инструментов
в Мордовском РФ АО «Россельхозбанк»
для создания и продвижения продуктов банка в 2022 г.

Инструмент	Затраты, тыс. руб.	Увеличение числа клиентов, чел.	Доход, тыс. руб.	Эффект, руб.	Эффективность, %
Телереклама	1250,0	318,0	1487,3	1,21	121
Наружная реклама	845,2	220,0	1058,3	1,32	132
Интернет-реклама	258,3	341,0	397,4	1,52	152
Выставки	1180,5	287,0	1947,3	1,61	161
Работа со СМИ	247,3	56,0	293,0	1,26	126
Стимулирование сбыта	387,9	242,0	510,6	1,33	133
Итого	4169,2	1464,0	5693,9	1,41	141

Таблица 7

Показатели эффективности маркетинговых инструментов в создании и продвижении
продуктов АО «Россельхозбанк» и его основных конкурентов за 2022 г.

Элемент сравнения	Россельхозбанк	Сбербанк	Газпромбанк	ВТБ	Альфа-Банк
Эффективность каналов продвижения	3	5	5	4	2
Исследовательская деятельность	3	5	4	4	2
Востребованность новых продуктов	3	5	4	4	2
Объем продаж по всем продуктам	3	5	4	4	4
Лояльность клиентов банка	4	5	4	4	1
Узнаваемость бренда	4	5	5	5	2
Рекламирование новой продукции	4	5	5	4	1
Событийные мероприятия	4	5	4	5	1
Средняя оценка	3,5	5	4,38	4,25	1,88

Итак, из представленных в табл. 6 сведений можно сделать вывод, что наиболее эффективным маркетинговым инструментом по созданию и продвижению новой продукции в Мордовском РФ АО «Россельхозбанк» являются выставки. Затраты на данные мероприятия в 2022 г. составили 1180,5 тыс. руб., доход составил 1947,3 тыс. руб., то есть экономический эффект составляет 1,61 руб., эффективность 161 %.

Наименее эффективным инструментом являются телереклама (экономический эффект составил в 2022 г. 1,21 руб.) и работа со СМИ.

Общая экономическая эффективность от использования маркетинговых инструментов для создания и продвижения новой продукции в Мордовском РФ АО «Россельхозбанк» составила 141 %. Данные расчеты говорят о том, что в целом выбранные инструменты в Мордовском РФ АО «Россельхозбанк» эффективны.

Кроме того, в качестве метода исследования эффективности использования мар-

кетинговых инструментов с целью создания и продвижения продукции АО «Россельхозбанк» используется сравнительная характеристика использования маркетинговых инструментов среди основных конкурентов банка [8].

Данное исследование подразумевает сопоставление оценочных характеристик АО «Россельхозбанк» с ближайшими конкурентами. В качестве основных конкурентов АО «Россельхозбанк» выбраны: ПАО «Сбербанк», ВТБ Банк, АО «Газпромбанк», АО «Альфа-Банк». Исследование было проведено на основе доступных объективных данных с использованием ресурсов региональной маркетинговой группы ООО «РейтПлюс», которая совместно с институтом экономики МГУ им. Н.П. Огарёва проводила исследование качества маркетинговой и рекламной политики коммерческих банков, представленных в Республике Мордовия. Всего было опрошено 350 респондентов, из которых более 40 представляли данные коммерческие банки. По ре-

зультатам данного исследования была произведена экспертная оценка основных направлений, характеризующих комплекс маркетинговых коммуникаций представленных банков (в качестве экспертов также выступали 4 представителя АО «Россельхозбанк», 1 ПАО «Сбербанк» и 1 эксперт АО «Газпромбанк»). Результаты исследования обобщены в табл. 7.

На основе проведенного исследования видно, что по использованию маркетинговых инструментов Мордовский РФ АО «Россельхозбанк» занимает среднее положение. Так, ПАО «Сбербанк» наиболее эффективно из всех использует маркетинговый инструментарий. Далее идет «Газпромбанк» и «ВТБ24». Худшая оценка у Альфа-банк. Наиболее сильные позиции у Мордовского РФ АО «Россельхозбанк» выделены по следующим позициям: событийные мероприятия, рекламирование новой продукции, узнаваемость бренда, лояльность клиентов.

К сожалению, коммерческие банки публикуют данные по прибыли в целом по всей структуре, отдельных данных по филиальной сети в доступе нет, это коммерческая тайна. И в целом проводить анализ и оценку эффективности маркетинговой деятельности, опираясь на изменения прибыли, было бы некорректно, потому что расходы банка и его филиалов разные, в них входят множество компонентов (аренда офисов, зарплата, количество персонала и др.), и очень часто бывает так, что маркетинговые инструменты эффективны, приносят доход, а банки и их филиалы убыточны (платежи по облигациям, расходы предыдущих периодов и др.).

Заключение

В качестве основных инструментов, применяемых в Мордовском РФ АО «Россельхозбанк» для создания и продвижения продукции, можно назвать: рекламу, спонсорство, благотворительность, телерекламу, участие в фестивалях, выставках и др. Ключевыми недостатками данных методов можно назвать то, что в банке отмечается ограниченность маркетинговых исследова-

ний, недостаточное количество их проведения, недостаточная ориентированность на продвижение инновационной продукции в интернет-пространстве.

Созданием и продвижением продукции в Мордовском РФ АО «Россельхозбанк» занимается отдел маркетинга, во главе которого находится начальник отдела маркетинга. В состав отдела входят следующие специалисты: по маркетинговым исследованиям и сбору информации; по рекламе и сбыту; по стимулированию продаж. Все перечисленные выше специалисты выполняют свои функции и обязанности в области создания и продвижения продукции.

Проведенная оценка эффективности использования маркетинговых инструментов в Мордовском РФ АО «Россельхозбанк» с целью создания и продвижения банковских продуктов и услуг показала, что в целом данная деятельность находится на удовлетворительном уровне.

Список литературы

1. Автушенков О.М. Основные подходы к определению продвижения банковских товаров и услуг // *Russian Journal of Education and Psychology*. 2022. № 12. С. 56–61.
2. Бахметьева Е.С. Инструментарий коммуникативной политики стимулирования и продвижения услуг банка // *Управление экономическими системами*. 2021. № 3. С. 78–83.
3. Белоцерковская Н.В. Банковский маркетинг: подходы, виды, содержание и внедрение // *Вестник Оренбургского государственного университета*. 2021. № 3. С. 89–92.
4. Викулов В.С. Маркетинговая деятельность кредитных организаций // *Менеджмент в России и за рубежом*. 2020. № 1. С. 12–16.
5. Леоненко Е.А. Корпоративная социальная ответственность (CSR), устойчивое развитие (SD) и ESG как маркеры социального развития государства и бизнеса // *Вестник Алтайской академии экономики и права*. 2023. № 11 (2). С. 230–240.
6. Годовой бухгалтерский отчет АО «Россельхозбанк», 2022. 30 с.
7. Казанская Е.А. Продвижение продукции в банковской сфере // *Современная экономика*. 2020. № 15 (119). С. 297–301.
8. Мальцева Ю.Ю. Сопротивление внедрению инновационных проектов в организациях // *Научные исследования и разработки. Российский журнал управления проектами*. 2019. № 3. URL: <https://naukaru.ru/ru/nauka/article/30765/view> (дата обращения: 25.06.2024). DOI: 10.12737/2587-6279-2019-8-3.

УДК 338(510)
DOI 10.17513/fr.43658

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ФИНАНСИРОВАНИЯ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ КИТАЯ НА ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

Лэй Хуа, Жутяева С.А.

ФГБОУ ВО «Петербургский государственный университет путей сообщения
Императора Александра I», Санкт-Петербург,
e-mail: leihua0428@126.com, zhutjaeva@rambler.ru

Цель исследования заключается в установлении зависимости экономического роста Китая от различных групп факторов, а именно инновационного высшего образования, с применением метода регрессионного анализа. Развитие высшего образования в Китае оказывает значимое влияние на страну, что не только способствует научно-техническим инновациям страны, экономическому развитию, социальной стабильности и гармоничному развитию, но также обеспечивает поддержку позиции и влияния страны в международной конкуренции. В статье описано влияние высшего образования для развитых и развивающихся стран. Проанализированы показатель валовой коэффициент охвата высшим образованием, индикаторы инновационного высшего образования в Китае. Результаты исследования показали зависимость внутреннего валового продукта (ВВП) Китая на душу населения от таких факторов, как научно-исследовательский персонал высшего образования, количество научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР), проектов высшего образования, расходы на научно-исследовательские проекты высшего образования, количество научных работ, опубликованных в зарубежных периодических изданиях высшего образования, количество научно-исследовательских учреждений высшего образования. Выборка проводилась за 17 лет, в период с 2005 по 2022 г. Из предложенной модели можно сделать вывод, что рост двух факторов, а именно научно-исследовательский персонал высшего образования и количество научных работ, опубликованных в зарубежных периодических изданиях высшего образования, отрицательно влияют на увеличение ВВП на душу населения, а все остальные – положительно.

Ключевые слова: регрессионный анализ, валовый внутренний продукт, расходы на образование, охват высшим образованием, научные проекты

ASSESSMENT OF THE IMPACT OF CHINESE HIGHER EDUCATION RESEARCH FUNDING ON ECONOMIC GROWTH

Lei Hua, Zhutyaeva S.A.

Emperor Alexander I Petersburg State Transport University, Saint Petersburg,
e-mail: leihua0428@126.com, zhutjaeva@rambler.ru

The purpose of the work is to establish the dependence of China's economic growth on various groups of factors, namely innovative higher education, using the regression analysis method. The development of higher education in China has a significant impact on the country, which not only contributes to the country's scientific and technological innovations, economic development, social stability and harmonious development, but also provides support for the country's position and influence in international competition. The article describes the impact of higher education for developed and developing countries. The article analyzes the gross enrollment ratio of higher education and the indicators of innovative higher education in China. The results of the study showed the dependence of China's gross domestic product (GDP) per capita on such factors as higher education research personnel, the number of higher education research and development work (R & D) projects, higher education research project expenditures, the number of scientific papers published in foreign higher education periodicals, and the number of higher education research institutions. The sample was conducted for 17 years from 2005 to 2022. From the proposed model, it can be concluded that the growth of two factors, namely higher education research personnel and the number of scientific papers published in foreign higher education periodicals, negatively affect the increase in GDP per capita, and all the others have a positive effect.

Keywords: regression analysis, gross domestic product, education expenditures, higher education enrollment, scientific projects

Введение

С философской точки зрения человек является не только силой, которая действительно осмысленно владеет природой, но и субъектом материального производства, которое является определяющим фактором социальных производительных сил.

Философ движения Просвещения Жан-Жак Руссо также признавал, что природа сформировала физических людей, задача образования – сформировать духовную личность [1]. Это показывает, что экономика страны может определяться материальными ценностями, которые она создает и использует, однако именно представители образования

способны создавать духовные ценности, а также структурировать основную рабочую силу для всего производственного процесса. Развитие каждой страны в значительной степени зависит от того, насколько квалифицированными будут человеческие ресурсы, которые в основном накапливаются в результате соответствующей образовательной и профессиональной деятельности, особенно всеобщего охвата высшим образованием [2, 3].

По мнению организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), государственные расходы на образование положительно влияют на экономический рост, особенно в странах с высоким уровнем доходов. Высшее образование положительно влияет на ВВП, но популяризация высшего образования может иметь отрицательный эффект. Распространенность высшего образования объясняет до 10% роста ВВП, но дальнейшее увеличение доли населения с высшим образованием может привести к переизбытку квалифицированных специалистов на рынке труда [4, 3].

Высшие учебные заведения Китая подготовили большое количество талантливых специалистов высокого уровня, которые играют важную роль в научных исследованиях, образовании, производстве и других областях, способствуя развитию национальной науки и технологических инноваций. При этом высшие учебные заведения сотрудничают с предприятиями и оказывают интеллектуальную поддержку их технологическим инновациям и промышленному развитию [5]. Высокообразованные таланты играют важную роль в международных обменах и сотрудничестве, они представляют имидж и голос страны. Развитие высшего образования в Китае оказывает значимое влияние на страну, что не только способствует научно-техническим инновациям страны, экономическому развитию, социальной стабильности и гармоничному развитию, но также обеспечивает поддержку позиции и влияния страны в международной конкуренции [6, 7].

Цель исследования – установить зависимость экономического роста Китая от различных групп факторов, а именно финансирования научных исследований, с применением метода регрессионного анализа.

Материалы и методы исследования

Установление зависимости экономического роста от различных групп факторов позволяет обозначить ключевые факторы, влияющие на экономический рост страны. Инструментом для установления таких зависимостей является регрессионный анализ [8].

Регрессионный анализ – это простой и статистический метод понимания и количественной оценки взаимосвязи между двумя или более переменными. Сбор данных, предварительная обработка данных и выбор регрессионной модели являются важнейшими этапами регрессионного анализа. Регрессионный анализ можно выполнять с помощью разнообразного программного обеспечения, Microsoft Excel является самым популярным инструментом.

Для выявления зависимости ВВП на душу населения Китая (юани) от следующих факторов:

- научно-исследовательский персонал высшего образования (чел.);
- количество НИОКР проектов высшего образования (ед.);
- расходы на научно-исследовательские проекты высшего образования (100 тыс. юаней);
- количество научных работ, опубликованных в зарубежных периодических изданиях высшего образования;
- количество научно-исследовательских учреждений высшего образования (ед.).

В табл. 1 представлена выборка данных за период с 2005 по 2022 г.

Прежде чем выполнить множественную регрессию, полезно создать диаграмму рассеяния данных, чтобы убедиться, что действительно существует зависимость между показателем ВВП на душу населения и указанными выше факторами. Данные представлены на рис. 1.

По расположению точек на каждом корреляционном поле выдвигаем гипотезу о существовании линейной связи между переменными X_i и Y . На рис. 1 видно, что между переменными существует зависимость, чтобы количественно оценить взаимосвязь между этими переменными, построим регрессионную пятифакторную модель, с помощью которой установим взаимосвязь между ВВП на душу населения и факторами.

Результаты исследования и их обсуждение

Построим модель множественной регрессии (табл. 2), устанавливающую взаимосвязь между ВВП и группой факторов X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 .

Из модели множественной регрессии выявили, что государственное финансирование научных исследований оказывает положительное и значительное влияние на экономический рост. Проанализируем динамику и распределение расходов на научно-исследовательские проекты высшего образования, результаты наглядно представлены на рис. 2.

Таблица 1

Индикаторы инновационного высшего образования Китая [9, 10]

Годы	ВВП на душу населения, юани*	Научно-исследовательский персонал высшего образования, чел.	Количество НИОКР проектов высшего образования, ед.	Расходы на научно-исследовательские проекты высшего образования, 100 тыс. юаней	Количество научных работ, опубликованных в зарубежных периодических изданиях высшего образования, ед.	Количество научно-исследовательских учреждений высшего образования, ед.
2005	14368	387000	280327	193450	69857	3936
2006	16738	421000	365294	287020	90722	4154
2007	20494	448000	375425	258240	108727	4502
2008	24100	478000	429096	323230	134058	5159
2009	26180	509000	476708	363500	156750	6082
2010	30808	593600	547717	467000	182247	7833
2011	36277	631700	604107	535340	218301	8630
2012	39771	677800	657027	607270	226097	9225
2013	43497	715100	711010	662700	249637	9842
2014	46912	763000	766731	701800	278599	10632
2015	49922	838800	841520	765640	313698	11732
2016	53783	851800	894279	777220	355483	13062
2017	59592	913600	966780	876990	390235	14971
2018	65534	984300	1076903	988800	459492	16280
2019	70078	1233200	1188769	1153970	542557	18379
2020	71828	1273900	1288633	1202220	595080	19988
2021	81370	1408000	1436251	1343600	683991	22859
2022	85310	1519000	1539845	1441300	797869	24745

*Данные о ВВП на душу населения размещены в текущих ценах.

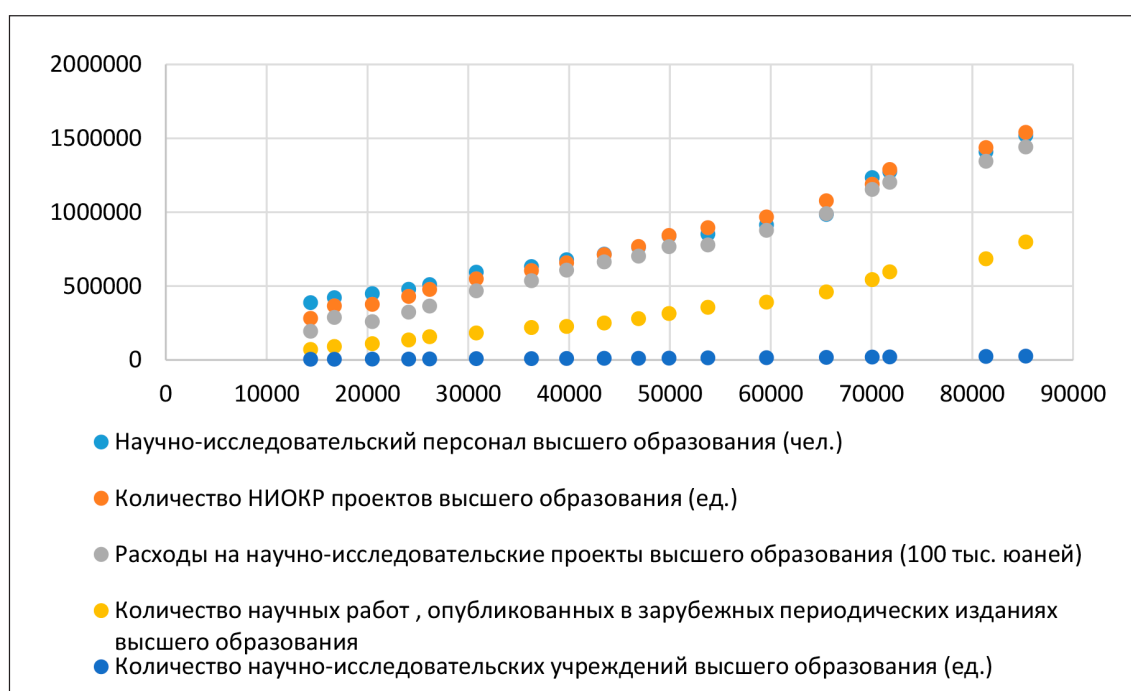


Рис. 1. Влияние факторов на ВВП на душу населения Китая с 2005 по 2022 г.

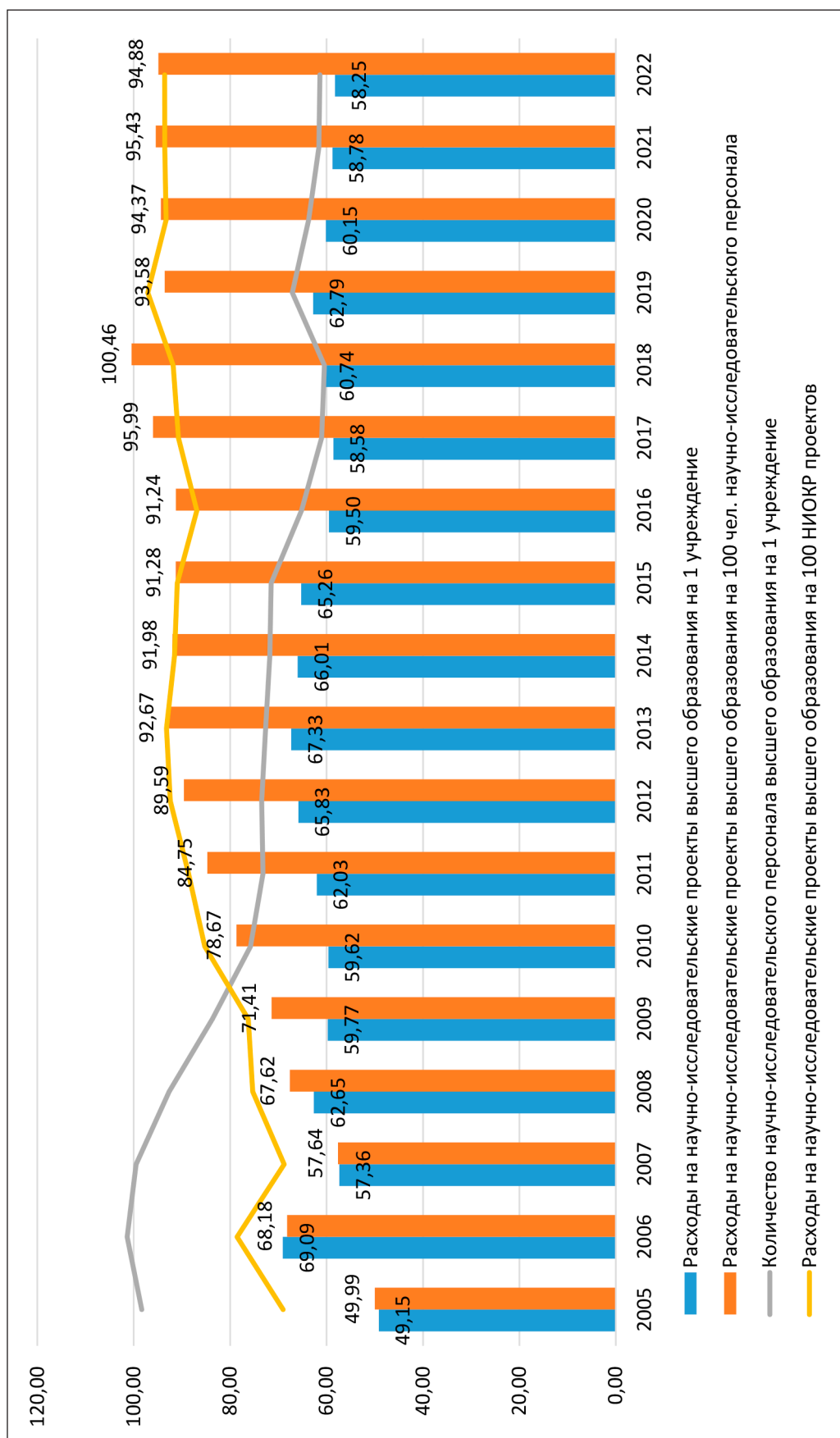


Рис. 2. Расходы на научно-исследовательские проекты высшего образования, 100 тыс. юаней [11]

Таблица 2

Модель множественной регрессии

Регрессионная статистика								
Множественный R	0,99791264							
R-квадрат	0,99582964							
Нормированный R-квадрат	0,99393402							
Стандартная ошибка	1668,26388							
Наблюдения	17							
Дисперсионный анализ								
	df	SS	MS	F	Значимость F			
Регрессия	5	7310272378	1462054476	525,33225	1,06715E-12			
Остаток	11	30614147,99	2783104,362					
Итого	16	7340886526						
	Коэффициенты	Стандартная ошибка	t-стати- стика	P- Значение	Нижние 95 %	Верхние 95 %	Нижние 95,0 %	Верхние 95,0 %
Y-пересечение	-250,391	6924,40	-0,036	0,972	-15490,8	14990,1	-15490,8	14990,1
X ₁	-0,028	0,020	-1,428	0,181	-0,072	0,015	-0,072	0,015
X ₂	0,071	0,033	2,134	0,056	-0,002	0,144	-0,002	0,144
X ₃	0,026	0,024	1,070	0,307	-0,028	0,080	-0,028	0,080
X ₄	-0,053	0,033	-1,608	0,136	-0,125	0,019	-0,125	0,019
X ₅	0,958	1,558	0,615	0,551	-2,470	4,386	-2,470	4,386

Уравнение множественной регрессии имеет вид

$$Y_i = -250,391 - 0,028 \cdot X_1 + 0,071 \cdot X_2 + 0,026 \cdot X_3 - 0,053 \cdot X_4 + 0,958 \cdot X_5,$$

где Y_i – предсказанный объем ВВП на душу населения в i -м году;

X_1 – научно-исследовательский персонал высшего образования (чел.);

X_2 – количество НИОКР проектов высшего образования (ед.);

X_3 – расходы на научно-исследовательские проекты высшего образования (100 тыс. юаней);

X_4 – количество научных работ, опубликованных в зарубежных периодических изданиях высшего образования;

X_5 – количество научно-исследовательских учреждений высшего образования (ед.).

Коэффициент R-квадрат показывает, насколько хорошо модель или линия регрессии «соответствует» данным. Он показывает долю дисперсии в зависимой переменной (Y), объясняемую независимой переменной (X). Для построенной модели множественной линейной регрессии коэффициент $R^2 = 0,99$ показывает, что связь между независимыми и зависимыми переменными является статистически значимой.

По данным рис. 2 видно, что расходы на научно-исследовательские проекты высшего образования на одно учреждение за последние три года снижаются на 3–5 % и в 2022 г. составили 5,825 млн юаней. При этом увеличиваются расходы на 100 чел. научно-исследовательского персонала, в 2022 г. они составили 9,488 млн юаней, или 94,88 тыс. юаней на одного человека. Одновременно стоит отметить, что сокращается количество научного персонала в одном учреждении и увеличиваются расходы на один проект.

Заключение

Таким образом, из данной модели можно сделать вывод, что рост двух факторов, а именно научно-исследовательский персонал высшего образования и количество научных работ, опубликованных в зарубежных периодических изданиях высшего образования, отрицательно влияет на увеличение ВВП на душу населения, а все остальные – положительно. Можно

предположить, что если увеличить расходы на научно-исследовательские проекты высшего образования на 100 000 тыс. юаней, а остальные факторы останутся неизменными, то ВВП на душу населения увеличится на 6840,054 юаней (или на 8 %) от прошлого года. При этом, если увеличится численность научно-исследовательского персонала на 100 000 чел., примерно на столько увеличилось количество в 2022 г., то рост ВВП на душу населения возрастет только на 4102,3 юаня (или на 4 %). Поэтому можно предложить более взвешенно относиться к увеличению численности научных работников, следует тщательно делать отбор в пользу качественных талантов.

Высшее образование связано с широким спектром преимуществ как для отдельных лиц, так и для общества, образование способствует повышению производительности и экономическому росту. Человеческий капитал лежит в основе создания инноваций, а более образованная рабочая сила способствует появлению инновационных идей, ведущих к большему количеству и лучшим рабочим местам. Инвестиции в образование дают правительствам позитивную общественную отдачу на каждом уровне образования. Образованные граждане зарабатывают больше, платят более высокие налоги в течение жизни и обходятся своим правительствам дешевле с точки зрения социальных прав и благосостояния. Результаты данного исследования выявили статистически значимую корреляцию между расширением финансирования высшего образования и экономическим ростом Китая в выбранном временном диапазоне.

Список литературы

1. Новиков С.В. Современное состояние и тенденции развития российской системы высшего образования // Экономика, предпринимательство и право. 2023. Т. 13, № 9. С. 3589–3604. DOI: 10.18334/epp.13.9.118723.
2. Федорова Л.А., Бутрова Е.В. Оценка влияния последствий пандемии COVID-19 на систему профессионального образования как основу социального развития человеческого капитала // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2021. № 4–1. С. 126–132. URL: <https://vaael.ru/ru/article/view?id=1657> (дата обращения: 04.06.2024).
3. Кушников Е.И., Хаджинов Л.В. Некоторые аспекты оценки влияния образования на экономический рост // Вопросы инновационной экономики. 2022. Т. 12, № 1. С. 535–550. DOI: 10.18334/vines.12.1.114061.
4. Индикаторы инновационной деятельности: 2024: статистический сборник / В.В. Власова, Гохберг Л.М., Грачева Г.А. и др. М.: ИСИЭЗ ВШЭ, 2024. 260 с.
5. Новиков С.В., Плахин А.Е. Исследование влияния сферы высшего образования на выпуск отраслей национальной экономики // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2022. № 10–1. С. 112–124.
6. Zhou G., Luo S. Higher Education Input, Technological Innovation, and Economic Growth in China // Sustainability. 2018. № 10. 2615. URL: <https://www.mdpi.com/2071-1050/10/8/2615> (дата обращения: 20.06.2024). DOI: 10.3390/su10082615.
7. Zhuang T., Liu B. Sustaining Higher Education Quality by Building an Educational Innovation Ecosystem in China – Policies, Implementations and Effects // Sustainability. 2022. №14. 7568. URL: <https://www.mdpi.com/2071-1050/14/13/7568> (дата обращения: 20.06.2024). DOI: 10.3390/su14137568.
8. Тарасова Т.А. Регрессионный анализ зависимости роста ВВП от факторов инновационной экономики // Концепт. 2017. № 12. С. 143–149. URL: <http://e-koncept.ru/2017/174025.htm> (дата обращения: 22.06.2024).
9. Наука и технологии: официальный сайт / Национальное бюро статистики Китая URL: <https://data.stats.gov.cn/english/easyquery.htm?cn=C01> (дата обращения: 20.06.2024).
10. Shi X., Luo Q., Zhang Y. Research on the Efficiency of China's Higher Education System Based on the Three-Stage DEA Model // Open Journal of Social Sciences. 2024. № 12. P. 483–497. DOI: 10.4236/jss.2024.125027.
11. Аналитическая информация и факты: официальный сайт / Статистика URL: <https://www.statista.com/statistics/1113954/china-tertiary-education-college-university-enrollment-rate/> (дата обращения: 24.06.2024).

УДК 336.22:330.322
DOI 10.17513/fr.43659

ЦИФРОВЫЕ ФИНАНСОВЫЕ АКТИВЫ КАК ОСОБЫЙ ВИД ФИНАНСОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ: ВОПРОСЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ, КЛАССИФИКАЦИИ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ

Попов А.Ю.

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет», Екатеринбург,
e-mail: prepodpopov@yandex.ru

Всеобщая цифровизация экономики определила необходимость введения в практику особого вида финансовых инструментов – цифровых финансовых активов, использование которых становится повсеместным. В настоящей статье поставлена цель раскрытия вопросов идентификации, классификации и налогообложения операций с цифровыми финансовыми активами. Исследование выполнено по материалам действующего законодательства Российской Федерации, публикаций российских и зарубежных исследователей и иных информационных ресурсов. В ходе исследования применялись традиционные и специальные методы, включая обзор, анализ, классификацию, экстраполяцию, обобщение и иные методы. В работе проведен обзор нормативно-правовой базы, регулирующей обращение цифровых финансовых активов, обозначена необходимость ее развития. Проанализирована дефиниция цифровых финансовых активов в соответствии с нормами законодательства. Раскрыты вопросы классификации данных объектов по различным основаниям с иллюстрацией соответствующих видов на примерах. Отмечено отсутствие некоторых видов цифровых активов в обращении в России в связи с недоработками нормативного регулирования. Разобраны вопросы осуществления основных видов операций с цифровыми финансовыми активами с обозначением особенностей их налогообложения. Отмечено, что владение указанными активами не порождает обязанности по уплате имущественных налогов. Раскрыты особенности определения положительного результата сделки (прибыли) от операций с цифровыми активами у физического лица, который облагается налогом на доходы физических лиц в специальном порядке, а у юридических лиц – налогом на прибыль. При этом в связи с недостаточностью практики налогообложения операций обозначены направления последующих научных исследований в плане уточнения и совершенствования методики формирования налогооблагаемых показателей. В заключение отмечена необходимость дальнейшей проработки вопросов идентификации, классификации и налогообложения операций с данными финансовыми инструментами в связи с большими перспективами их использования.

Ключевые слова: цифровые финансовые активы, финансовые инструменты, токены, налог на доходы физических лиц, налог на прибыль, результат сделки

DIGITAL FINANCIAL ASSETS AS A SPECIAL TYPE OF FINANCIAL INSTRUMENTS: IDENTIFICATION, CLASSIFICATION AND TAXATION ISSUES

Popov A.Yu.

Ural State University of Economics, Yekaterinburg, e-mail: prepodpopov@yandex.ru

The universal digitalization of the economy has determined the need to put into practice a special type of financial instruments – digital financial assets, the use of which is becoming widespread. The purpose of this article is to disclose the issues of identification, classification and taxation of transactions with digital financial assets. The research was carried out based on the materials of the current legislation of the Russian Federation, publications of Russian and foreign researchers and other information resources. During the research, traditional and special methods were used, including review, analysis, classification, extrapolation, generalization and other methods. The paper provides an overview of the regulatory framework governing the circulation of digital financial assets and identifies the need for its development. The definition of digital financial assets in accordance with the norms of legislation is analyzed. The issues of classification of these objects on various grounds are disclosed, with an illustration of the corresponding types using examples. The absence of some types of digital assets in circulation in Russia due to regulatory shortcomings was noted. The issues of carrying out the main types of transactions with digital financial assets with the designation of the peculiarities of their taxation are analyzed. It is noted that the possession of these assets does not give rise to the obligation to pay property taxes. The features of determining the positive results of a transaction (profit) from transactions with digital assets for an individual who is taxed on personal income in a special manner, and for legal entities – income tax is disclosed. At the same time, due to the insufficiency of the practice of taxation of transactions, the directions of subsequent scientific research in terms of clarifying and improving the methodology for the formation of taxable indicators are outlined. In conclusion, the need for further elaboration of the issues of identification, classification and taxation of transactions with these financial instruments is noted in connection with the great prospects for their use.

Keywords: digital financial assets, financial instruments, tokens, personal income tax, income tax, transaction result

В эпоху всеобщей цифровизации экономические субъекты все больше сталкиваются с необходимостью использования цифровых финансовых активов (далее ЦФА). Данный вид активов является относительно новым в гражданском обороте,

соответственно, практика их использования на данный момент еще только складывается. Как отмечает докт. экон. наук, профессор О.В. Лосева, «необходимость четкой идентификации новых видов активов – цифровых – вытекает из введения отдельных видов таких активов в гражданский оборот, следовательно, требуются исследования, которые, во-первых, определили бы более четкое понимание этой категории, во-вторых, проанализировали бы существующий режим правового регулирования цифровых активов в Российской Федерации и тенденции его развития в отношении вновь возникающих на рынке цифровых объектов и, в-третьих, сформулировали бы четкие критерии отнесения цифровых объектов к той или иной категории цифровых активов для последующей их стоимостной оценки» [1]. Особую важность вопросы использования данных финансовых инструментов приобрели в текущем году в связи с предоставлением возможности их использования в качестве платежного средства при осуществлении международных расчетов в связи с блокировкой традиционных вариантов согласно санкциям коллективного Запада. Ряд отечественных исследователей в научных работах обращались к правовой сущности цифровых финансовых активов, в частности Л.В. Санникова [2], А.А. Татоян [3], А.И. Гончаров [4] и др. Вопросы идентификации и признания цифровых финансовых активов разбирали И.М. Пожарицкая [5], А.В. Бодяко [6], А.В. Маниулов [7] и др. Заслуживают внимания и зарубежные наработки по указанной проблеме, в частности А. Тойгар [8], М.Т. Хендерсон [9], Л. Маккарти [10] и др. При этом анализ современных источников обозначил недостаточность раскрытия вопросов классификации данных видов финансовых инструментов, а кроме того, реформирование налогового законодательства требует актуализации вопросов налогообложения операций с ЦФА, что подтверждает важность и своевременность разбираемых в настоящей статье вопросов.

Цель исследования – критически рассмотреть и сформулировать авторскую позицию по вопросам идентификации и классификации цифровых финансовых активов, разобрать особенности осуществления операций с ними с обозначением их налоговых последствий в соответствии с нормами действующего законодательства. Данная цель потребовала решения ряда задач, к которым отнесены: 1) разбор системы нормативно-правового регулирования обращения ЦФА активов в Российской Федерации; 2) освещение проблематики дефиниции циф-

ровых активов и вопросов классификации данных видов финансовых инструментов; 3) раскрытие особенностей осуществления операций с ЦФА; 4) приведение методики налогообложения операций с цифровыми финансовыми активами.

Материалы и методы исследования

Настоящее исследование проводилось на основе материалов действующего законодательства, а также публикаций результатов отечественных и зарубежных исследований, статистических данных, материалов интернет-ресурсов, данных инвестиционных платформ и информационных систем. При проведении исследования использовались традиционные и специальные методы. К традиционным методам отнесено проведение обзора нормативной базы и литературных источников, приведение классификации цифровых активов и типологизация операций с ними. Методы определения результатов операций и их налоговых последствий сформулированы на основе логических принципов, экстраполяции, абстрагирования и с использованием иных специальных методик.

Результаты исследования и их обсуждение

Для рассмотрения вопросов осуществления операций с цифровыми активами необходимо обратиться к вопросам их нормативного регулирования и анализа дефиниции цифровых активов. На сегодняшний день система нормативного регулирования данных видов активов еще только формируется, при этом к числу принятых и применяемых актов относятся: 1) Гражданский кодекс РФ, ст. 141.1 которого определяет цифровые права в качестве объектов гражданских и содержит отсылку к специальному закону, осуществляющему их регулирование; 2) Федеральный закон от 31 июля 2020 г. № 259-ФЗ «О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», который приводит определение цифровых финансовых активов и цифровой валюты, прописывает особенности их выпуска, учета и обращения. На момент подготовки настоящей статьи законодатели обсуждают проект Федерального закона о внесении изменений в ГК РФ, который должен расширить сферу применения цифровых технологий и экстраполировать операции с цифровыми финансовыми активами. Также к числу субъектов регулирования ЦФА относится Банк России, одним из проектов которого является повсеместное внедрение цифрового рубля.

Классификация цифровых финансовых активов

Классификационный признак	Виды ЦФА согласно основанию классификации	Примеры соответствующих видов ЦФА
Тип базового актива	ЦФА, представляющие собой права на материальные активы	ЦФА, удостоверяющие права на недвижимость, ценные бумаги
	ЦФА как самостоятельные объекты гражданских прав	Токены, предоставляющие право на получение доли прибыли от реализованного проекта
Способ выпуска	ЦФА, выпускаемые на специализированных платформах для торговли	ЦФА, выпущенные, например, на платформах Atomyze, «Мастерчейн», МТС Инвестиции и др.
	ЦФА, эмитируемые в рамках сделок секьюритизации	Обеспеченные цифровые облигации, иные ЦФА, обеспеченные залогом прав требований
Наличие обеспечения ЦФА	ЦФА, обеспеченные реальными активами	Токены, обеспеченные залогом недвижимости. Токены, обеспеченные акциями или долями в уставном капитале
	Необеспеченные ЦФА	Токены без обеспечения
Возможности обращения	ЦФА, предназначенные только для первичного размещения среди ограниченного круга инвесторов	Размещаемые в частном порядке токены среди аккредитованных инвесторов
	ЦФА, свободно обращающиеся на рынке	На момент подготовки исследования в РФ отсутствуют биржи, на которых свободно обращаются ЦФА, поскольку законодательство о ЦФА еще находится в стадии формирования и развития
Степень централизации	Централизованные ЦФА, управляемые и выпущенные одним эмитентом	Выпущенные компанией «ЭкоЛайн» на платформе СберИнвестиции токены EcoL, представляющие собой долю в проекте по созданию сети пунктов раздельного сбора отходов
	Децентрализованные ЦФА, основанные на технологии блокчейн	Выпускаемые, на платформе Ethereum токены, допустимые для финансирования разработки игры или приложения. Любой пользователь платформы может приобрести эти токены за криптовалюту Ether, также выпускаемую платформой, и использовать их для оплаты услуг или товаров внутри проекта. При этом выпуск и обращение данных токенов регулируются правилами платформы Ethereum
Срок существования	Долгосрочные ЦФА	ЦФА, обращающиеся в течение периода более одного года
	Краткосрочные ЦФА	ЦФА, обращающиеся в течение периода менее одного года
Цель выпуска	Инвестиционные ЦФА	• Токены, предназначенные для получения прибыли от роста стоимости актива
	Утилитарные ЦФА	• ЦФА, предоставляющие определенные права и услуги их владельцам: токены с правами на скидки или бонусы от партнеров проекта
Вид рынка	Торгуемые на бирже ЦФА	• Токены, торгуемые на фондовой бирже (отсутствуют на данный момент в РФ)
	Внебиржевые ЦФА	Токены, передаваемые (продаваемые) напрямую между участниками сделки
Юрисдикция	ЦФА, регулируемые российским законодательством	ЦФА, удостоверяющие права на ОФЗ, драгоценные металлы и т.п.
	Нерегулируемые ЦФА	• Все иные ЦФА, не регулируемые российским законодательством

Определение дефиниции ЦФА приводится в законе № 259-ФЗ, согласно которому «цифровыми финансовыми активами признаются цифровые права, включающие де-

нежные требования, возможность осуществления прав по эмиссионным ценным бумагам, права участия в капитале непубличного акционерного общества, право требовать

передачи эмиссионных ценных бумаг, которые предусмотрены решением о выпуске цифровых финансовых активов в порядке, установленном Законом, выпуск, учет и обращение которых возможны только путем внесения (изменения) записей в информационную систему на основе распределенного реестра, а также в иные информационные системы» [11]. Приведенное определение позволяет однозначно трактовать цифровой финансовый актив в качестве финансового инструмента в значении, приведенном в МСФО (IAS) 32 «Финансовые инструменты: представление», поскольку данный актив формируется путем так или иначе заключаемого договора, «в результате которого возникает финансовый актив у одной организации и финансовое обязательство или долевого инструмента – у другой» [12]. При дальнейшем разборе соответствия цифрового финансового актива критериям финансового инструмента можно четко видеть, что основная особенность заключается не в специфической природе актива, а в форме заключения договора (цифровой) и в порядке регистрации вытекающих из цифрового актива прав (внесения данных в соответствующую информационную систему).

Для разбора вопросов осуществления операций с цифровыми активами необходима научно обоснованная их классификация. К данным вопросам обращались ряд исследователей, в частности А.В. Тетюшин [13], К.А. Кошелев [14] и др. На основе их точек зрения в ходе проведения исследования автором предлагается расширенная, доработанная классификация цифровых финансовых активов, представленная в таблице.

Также в практике могут применяться и так называемые гибридные ЦФА, включающие в себя непосредственно ЦФА и утилитарные цифровые права (УЦП). Последние предоставляют держателю права требования передачи товаров, иных активов, включая интеллектуальные права, выполнения работ или оказания услуги. При этом владельцы данного инструмента могут получить доход в виде роста стоимости указанного инструмента либо получить заявленное ЦФА имущество, либо результат.

Вышеприведенная классификация не является исчерпывающей. В соответствии с поставленными задачами могут быть разработаны и иные классификационные признаки и подходы к классификации, что следует отнести к дальнейшим направлениям научных исследований.

Поскольку цифровые финансовые активы представляют собой определенный специфический вид гражданских прав, предприятиям и физическим лицам доступен ши-

рокий спектр операций с ними, к которым относится выпуск, приобретение, продажа, обмен, залог, учет ЦФА (регистрация и хранение информации о владельцах и количестве цифровых финансовых активов), хранение, трейдинг, передача по наследству, дарение и др. В настоящей работе основополагающим является тезис, что главной целью осуществления операций с ЦФА является получение прибыли, соответственно, из рассмотрения исключены передача по наследству, дарение и т.п. Также в настоящем исследовании акцент сделан на операции с ЦФА, осуществляемые приобретателями и держателями указанных объектов, а операции, связанные с выпуском, осуществляемые эмитентами, и операции, связанные с учетом ЦФА операторами информационных систем, будут рассмотрены в отдельных научных работах. У соответствующих операций возникают определенные налоговые последствия.

Необходимо отметить, что владение цифровыми активами организациями и физическими лицами не порождает обязанностей исчисления и уплаты налога на имущество, поскольку указанные активы не являются объектом налогообложения согласно главам 30 и 32 НК РФ.

Физические лица при осуществлении деятельности с ЦФА признаются плательщиками налога на доходы физических лиц в соответствии с главой 23 НК РФ. Особенности налогообложения доходов физических лиц от операций с ЦФА предусмотрены ст. 214.11. Доходами от операций с ЦФА являются: 1) выплаты, не связанные с выкупом указанных активов, включая доли прибыли, проценты, дивиденды и тому подобные доходы; 2) выплаты, связанные с выкупом и иными формами отчуждения ЦФА, в частности продаж, обменом и т.п. Доходы в виде выплат, не связанных с выкупом, признаются в размере фактически полученных сумм, а в случае получения выплат имуществом либо имущественными правами – в размере рыночной стоимости полученного имущества / прав. При получении дохода в результате выкупа, продажи, либо иной формы отчуждения ЦФА доходы признаются на основе цены, указанной сторонами сделки, однако при бартерных сделках для целей налогообложения необходимо определить рыночную стоимость с учетом особенностей, предусмотренных вышеуказанной статьей. Указанная рыночная стоимость определяется по данным оператора информационной системы либо инвестиционной платформы, осуществляющей учет указанного ЦФА с учетом колебания цены в течение операционного дня.

Полученные от операций с ЦФА доходы налогоплательщик вправе уменьшить на фактически произведенные и документально подтвержденные расходы, связанные с приобретением, хранением, отчуждением, выкупом цифровых финансовых активов. В состав указанных расходов включаются: 1) стоимость приобретения выбывающих ЦФА, причем при выбытии нескольких одинаковых ЦФА указанная стоимость исчисляется по способу ФИФО; 2) расходы по оплате услуг операторов информационных систем, обмена ЦФА либо инвестиционных платформ; 3) иные расходы, напрямую относящиеся к сделкам по приобретению, хранению, отчуждению и выкупу ЦФА, включая суммы налогов, уплаченные в связи с приобретением.

Разница полученных доходов и произведенных расходов по операциям с ЦФА формирует результат от сделки, который включается в налоговую базу по НДФЛ. Причем убытки, полученные по операциям с ЦФА, учитываются в особом порядке и при выполнении некоторых условий могут покрываться доходами от операций с иными активами. Согласно ст. 226.2 НК РФ, операторы информационных систем, обмена ЦФА и инвестиционных платформ признаются налоговыми агентами, которые обязаны сформировать в соответствующей системе результат от сделки и удержать НДФЛ с получателя доходов и перечислить его в бюджет в установленный статьей срок. При этом имеет место ряд исключений, когда у оператора отсутствуют необходимые данные для исчисления налога, соответственно, обязанность по его исчислению и уплате возникает непосредственно у физического лица, осуществляющего операции.

В отношении юридических лиц налогообложение операций с ЦФА предусматривает намного больший спектр особенностей, которые являются предметом дальнейших научных исследований и будут раскрыты в отдельных публикациях автора, однако основные тезисы будут обозначены в данной работе.

Согласно пп. 38 п. 2 ст. 149 Налогового кодекса, операции по реализации и иной передаче ЦФА освобождаются от налогообложения НДС, а иные операции с ЦФА, связанные в том числе с их выкупом не признаются объектом налогообложения согласно ст. 146.

Налогообложение прибыли от операций с ЦФА осуществляется согласно ст. 282.2, которая приводит аналогию с исчислением результата от операций с необращающимися ценными бумагами и необращающимися производными финансовыми инструмен-

тами в соответствии со ст. 304. Основной подход предусматривает включение в состав доходов от реализации продажной (выкупной) стоимости реализуемого/передаваемого ЦФА и стоимости его приобретения в состав расходов. При этом остальные расходы, непосредственно не связанные с операциями с ЦФА, признаются косвенными и учитываются в общем порядке.

Налоговые ставки по операциям с ЦФА и для физических и для юридических лиц установлены НК преимущественно без учета льгот и снижения. При этом необходимо отметить, что ряд статей, введенных в НК в связи с налогообложением ЦФА, являются новыми и практика проведения налоговых проверок операций с указанными активами еще только складывается.

Заключение

Таким образом, результаты проведенного исследования доказывают актуальность вопросов идентификации, классификации и налогообложения операций с цифровыми финансовыми активами. Данные объекты прочно вошли в гражданский оборот, при этом система нормативно-правового регулирования ЦФА находится в стадии уточнений и дополнений. В работе предложена расширенная классификация ЦФА по различным основаниям с приведением примеров соответствующих активов, которая может дополняться в зависимости от целей управления. При осуществлении сделок с ЦФА физическими и юридическими лицами у обоих возникают соответствующие налоговые последствия, в частности у физических лиц возникает обязанность уплаты НДФЛ с положительного результата сделки с ЦФА, а у организаций возникает налоговая база по налогу на прибыль, которая формируется с учетом особенностей, предусмотренных главой 25 НК РФ. Поскольку практика налогообложения указанных операций только складывается, к дальнейшим направлениям научных исследований следует отнести разработку и уточнение методики налогообложения данных активов в целях большей прозрачности формирования налоговой базы и пополнения бюджета Российской Федерации.

Список литературы

1. Лосева О.В. Цифровые активы: экономический, юридический и технологический контексты // Имущественные отношения в Российской Федерации. 2021. № 11 (242). С. 42–51. DOI: 10.24412/2072-4098-2021-11-42-51.
2. Санникова Л.В., Харитонов Ю.С. Правовая сущность новых цифровых активов // Закон. 2018. № 9. С. 86–95.
3. Татоян А.А. Экономико-правовая природа цифровых финансовых активов // Образование и право. 2022. № 1. С. 107–111. DOI: 10.24412/2076-1503-2022-1-107-111.

4. Гончаров А.И., Садков В.А. Правовая природа цифровых финансовых активов по законодательству Российской Федерации // Legal Concept. 2023. Т. 22, № 2. С. 82–90. DOI: 10.15688/lc.jvolsu.2023.2.11.
5. Пожарицкая И.М. Проблемы идентификации и признания цифровых финансовых активов в учете // Учет. Анализ. Аудит. 2018. Т. 5, № 6. С. 61–66. DOI: 10.26794/2408-9303-2018-5-6-61-66.
6. Бодяко А.В., Пономарева С.В., Рогуненко Т.М. Идентификация цифровых прав в качестве объекта учета и контроля // Учет. Анализ. Аудит. 2021. Т. 8, № 5. С. 4–27. DOI: 10.26794/2408-9303-2021-8-5-14-27.
7. Мануилов А.В. Проблемы идентификации и оценки криптовалюты при внесении в конкурсную массу должника // Имущественные отношения в Российской Федерации. 2018. № 11 (206). С. 34–45.
8. Toygar A., Rohm Jr C.E., Zhu J. A new asset type: digital assets // Journal of International Technology and Information Management. 2013. Vol. 4, Is. 22. P. 7. DOI: 10.58729/1941-6679.1024.
9. Henderson M.T., Raskin M. A regulatory classification of digital assets: toward an operational Howey test for cryptocurrencies, ICOs, and other digital assets // Colum. Bus. L. Rev. 2019. P. 443.
10. McCarthy L. Digital assets and intestacy // BUJ Sci. & Tech. L. 2015. Is. 21. P. 384.
11. Федеральный закон от 31.07.2020 № 259-ФЗ «О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (последняя редакция) [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_358753/ (дата обращения: 24.07.2024).
12. Приказ Минфина России от 28 декабря 2015 г. № 217н «О введении Международных стандартов финансовой отчетности и Разъяснений Международных стандартов финансовой отчетности в действие на территории Российской Федерации и о признании утратившими силу некоторых приказов (отдельных положений приказов) Министерства финансов Российской Федерации» [Электронный ресурс]. URL: <https://base.garant.ru/71322838/> (дата обращения: 24.06.2024).
13. Тетюшин А.В. Классификация цифровых финансовых активов и их идентификация в финансовой отчетности // Аудиторские ведомости. 2022. № 1. С. 24–29. DOI: 10.24411/1727-8058-2022-1-24-29.
14. Кошелев К.А. Классификация и регулирование рынка цифровых финансовых активов: международный и отечественный опыт // Финансовый менеджмент. 2021. № 2. С. 81–93.

УДК 336.228:330.3
DOI 10.17513/fr.43660

ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКИХ МАРКЕТПЛЕЙСОВ

Румянцева А.Ю., Федоров В.А., Лазарева Н.А.

*Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики,
Санкт-Петербург, e-mail: post_graduate@mail.ru*

Актуальность темы исследования обусловлена первостепенной значимостью деятельности современных маркетплейсов по упрощению жизни людей в части совершения ими покупок без выхода из дома. В свою очередь, эффективность работы самих маркетплейсов определяется тем, насколько рационально их руководство способно управлять имеющимися финансовыми ресурсами для поддержания положительного финансового результата и недопущения наступления состояния неплатежеспособности или банкротства. Цель статьи заключается в разработке рекомендаций по применению программных продуктов для анализа финансовой деятельности в сфере маркетплейсов. В рамках работы предлагается проанализировать наиболее распространенные методы и подходы к оценке результатов финансовой деятельности наиболее популярных маркетплейсов российского рынка онлайн-коммерции. Особое значение при этом, имеет выделение ключевых тенденций и динамики развития финансового положения таких лидеров рынка, как ООО «ДНС Ритейл» (DNS), ООО «Вайлдберриз», ООО «Интернет решения» (OZON), ООО «Яндекс.Маркет» и ООО «СММ-Ритейл» (СберМегаМаркет). Предлагается оценить достигнутые финансовые результаты названных конкурентов, проанализировать динамику развития, оценить выручку, себестоимость, валовую доходность и чистую прибыль в разрезе по годам. В статье представлен анализ методов и подходов к оценке результатов финансовой деятельности, а также анализ ключевых индикаторов наиболее известных российских маркетплейсов, дана общая оценка их финансового положения на рынке онлайн-коммерции, выработаны рекомендации по применению программных продуктов для анализа финансовой деятельности в сфере маркетплейсов.

Ключевые слова: финансовый результат, маркетплейс, финансовое состояние, финансовые ресурсы, рекомендации

FEATURES OF THE FINANCIAL ACTIVITY ASSESSING OF RUSSIAN MARKETPLACES

Rumyantseva A.Yu., Fedorov V.A., Lazareva N.A.

*St. Petersburg university of management technologies and economics,
St. Petersburg, e-mail: post_graduate@mail.ru*

The relevance of the research topic is due to the primary importance of the activities of modern marketplaces in simplifying people's lives in terms of making purchases without leaving home. In turn, the efficiency of the marketplaces themselves is determined by how rationally their management is able to manage available financial resources to maintain a positive financial result and prevent insolvency or bankruptcy. The purpose of the article is to develop a recommendation for the use of software products for analyzing financial activities in the field of marketplaces. As part of the work, it is proposed to analyze the most common methods and approaches to assessing the financial performance of the most popular marketplaces in the Russian online commerce market. Of particular importance, at the same time, is the identification of key trends and dynamics of the development of the financial position of such market leaders as DNS Retail LLC (DNS), Wildberries LLC, Internet Solutions LLC (OZON), Yandex.Market LLC and SMM-Retail LLC (SberMegaMarket). It is proposed to evaluate the achieved financial results of the named competitors, analyze the dynamics of development, estimate revenue, cost price, gross profitability and net profit by years. The article presents an analysis of methods and approaches to assessing the results of financial activities, as well as an analysis of key indicators of the most famous Russian marketplaces, gives a general assessment of their financial position in the online commerce market, and develops recommendations for the use of software products for analyzing financial activities in the field of marketplaces.

Keywords: financial result, marketplace, financial condition, financial resources, recommendations

Введение

Понятие «маркетплейс» происходит от английского слова marketplace, в котором market означает рынок, торговля, а place определяется как место, площадь, площадка. Соответственно, можно было бы вести речь о любом месте, где происходит рыночный обмен. В свою очередь, понятие маркетплейса вошло в бизнес-оборот как место рыночного онлайн/интернет обмена. Существует мнение, что маркетплейс пред-

ставляет собой удаленный формат продаж, максимально удобный для потребителя как в части доступа к широкому ассортименту товаров, так и в части экономии времени и расходов. В зарубежной литературе маркетплейс часто определяется в качестве площадки глобального информационного интернет-пространства, на которой представлены самые разнообразные бренды и продавцы с различными товарами и услугами, осуществляющие функции купли-продажи [1, с. 987].

Российский маркетплейсовый рынок становится с каждым годом все более и более популярным, с 2010 г. по 2023 г. произошел существенный рост его стоимостных объемов. К 2023 г. рынок увеличился на 2 370 млрд руб., или в 17 раз, и составил в 2023 г. 2 515 млрд руб. [2]. Также с 2010 г. по 2023 г. произошел существенный рост натуральных объемов российского маркетплейсового рынка. К 2023 г. рынок увеличился на 1,947 млрд заказов и составил в 2023 г. порядка 2,066 млрд заказов. Речь идет именно о количестве оформляемых заказов, а не о товарах в штуках, следовательно, один заказ может включать в себя сразу несколько товаров [3].

Обращает на себя внимание тот факт, что в связи с опытом пандемии коронавирусной инфекции многие граждане столкнулись с проблемой приобретения товаров и услуг, не выходя из дома. В научной среде неоднократно отмечается, насколько важны маркетплейсы для решения названной и других проблем [4, с. 8], для развития электронной коммерции [5, с. 5], а также изучаются вопросы влияния различных факторов на финансовую стратегию и финансовые показатели компаний различных сфер [6, 7]. Субъекты маркетплейсового рынка имеют значение не только для покупателей, но и для страны в целом, поскольку многомиллиардные выручки данных направлений бизнеса приносят существенный доход отечественной бюджетной системе. В связи с вышесказанным становится очевидной значимость анализа финансовых показателей работы рассматриваемых субъектов предпринимательской деятельности. Ведь, действительно, от того, насколько оперативно, правильно с расчетной точки зрения будет проведен анализ финансовых показателей деятельности маркетплейса, зависят его финансовая стабильность, принимаемые решения по разработке дальнейшей стратегии развития и управления денежными ресурсами.

Цель исследования заключается в разработке рекомендаций по применению программных продуктов для анализа финансовой деятельности в сфере маркетплейсов.

Материал и методы исследования

Материалами исследования выступают финансовые результаты работы популярных российских маркетплейсов, в частности ежегодная финансовая отчетность ООО «ДНС Ритейл» (DNS), ООО «Вайлด์берриз», ООО «Интернет решения» (OZON), ООО «Яндекс.Маркет» и ООО «СММ-Ритейл» (СберМегаМаркет).

Методы исследования: теоретические (описание, обобщение, синтез, абстрагиро-

вание, идеализация, дедукция, индукция, систематизация); эмпирические (статистическое исследование, мониторинг, изучение отчетной документации); практические (анализ, оценка, сравнение, графическая и табличная интерпретация, фиксация, финансовая диагностика).

Результаты исследования и их обсуждение

В современных реалиях активного развития рынка маркетплейса появляются исследования, в которых особое внимание уделяется оценке финансовых показателей работы таких субъектов бизнеса. В частности, М.А. Мамедов исследует финансовое положение лидеров онлайн-коммерции через призму финансового показателя GMV (Gross Merchandise Value), включающего выручку, общую стоимость реализованных за период товаров, без учета возвратов, обмена и скидок. Он также указывает, что по итогам 2021 года GMV СберМегаМаркета увеличился в 3,40 раза [8, с. 12].

А.И. Плотников, исследуя финансовые результаты деятельности российских маркетплейсов, использует показатель динамики оборота розничной торговли в процентах к среднемесячному значению. В его диссертационной работе говорится о том, что наибольший рост показателя в 2018–2020 гг. в процентах к среднемесячному значению 2017 г. продемонстрировали именно маркетплейсы (платформы онлайн-торговли), где представлен наиболее широкий и разнообразный ассортимент товаров в сравнении с другими представителями российского бизнеса [9, с. 44]. В работе В.Ю. Энглези финансовые результаты работы маркетплейсов рассматриваются через призму объемов продаж или выручки [10, с. 35]. Д.В. Махноносов в своем исследовании ключевыми показателями, отражающими финансовые результаты деятельности российских маркетплейсов, считает долю рынка в процентном соотношении, стоимостной оборот торговли в год, а также показатель чистой прибыли [11, с. 80].

Иными словами, анализ финансовых результатов деятельности маркетплейса предполагает проведение оценки финансового состояния, итогов работы за определенный промежуток времени по отношению к доходности. Такая оценка включает в себя сбор, обработку и оценку информации о денежных потоках с целью определения эффективности и устойчивости ведения бизнеса в текущих реалиях и в перспективе на будущее.

Помимо прочего, финансовый анализ маркетплейса может включать в себя сле-

дующие отдельные методы оценки или же их совокупность:

– анализ финансовой отчетности (оценка финансовых показателей и показателей эффективности маркетплейса на основе данных его финансовых отчетов);

– анализ финансовых показателей (оценка и сравнение различных показателей, таких как рентабельность, ликвидность, платежеспособность, финансовая устойчивость и иные, что позволяет определить финансовое положение и перспективы наступления вероятности банкротства маркетплейса в будущем) [12];

– анализ финансовых рисков и возможностей (оценка возможных финансовых рисков, например кредитного риска, рыночного риска, риска ликвидности, операционного риска и иных; анализ финансовых возможностей включает в себя определение потенциальных источников финансирования, инвестиционных возможностей и других источников финансовых ресурсов маркетплейса);

– прогнозирование и планирование (финансовый анализ также включает прогнозирование и планирование показателей и результатов маркетплейса на основе имеющейся информации, что помогает руководству маркетплейса принимать обоснованные финансовые решения и планировать деятельность в области рационального распоряжения денежными средствами);

– проведение сравнительного анализа (сравнение показателей в разрезе различных периодов, различных организаций-конкурентов или в целом со среднестатистическими данными по отрасли и пр.);

– проведение статистического анализа (применение статистических методов для изучения связи между финансовыми показателями и другими факторами, такими как объем продаж, рыночные тенденции

и изменения в экономической, политической, технологической, социальной, экологической сферах и пр.);

– факторный анализ (основан на анализе факторов, влияющих на финансовое состояние предприятия, таких как инфляция, экономический рост, обменные курсы и пр.);

– динамический анализ (оценивает изменения финансовых показателей в течение нескольких периодов, что позволяет выявить тенденции и предсказать будущие изменения);

– чувствительный анализ (процесс изменения финансовых показателей в зависимости от изменений в параметрах, таких как объем продаж, заемные проценты и прочее, что помогает определить факторы, наиболее влияющие на финансовое состояние предприятия).

Существуют и другие методы оценки финансовых результатов, при этом представленный список является наиболее распространенным в практике деятельности современных субъектов бизнеса. Структура отечественного рынка маркетплейсов представлена на рисунке 1.

Из данного рисунка видно, что лидерами российского маркетплейсового рынка на сегодняшний день являются: ООО «ДНС Ритейл» (DNS) с выручкой 748,24 млрд руб. за 2023 г., что составляет 29,75% от всего объема рынка; ООО «Вайлдберриз» с выручкой 442,70 млрд руб. за 2023 г., что составляет 17,60% от всего объема рынка; ООО «Интернет решения» (OZON) с выручкой 421,86 млрд руб. за 2023 г. (16,77% от всего объема рынка); ООО «Яндекс.Маркет» с выручкой 118,20 млрд руб. за 2023 г. (4,70% от всего объема рынка); ООО «СММ-Ритейл» (СберМегаМаркет) с выручкой 1,21 млрд руб. за 2023 г. (0,05% от всего объема рынка).



Рис. 1. Структура доли рынка маркетплейсов в России в 2023 году
Источник: составлено автором по данным [13]

Таблица 1

Динамика основных финансовых показателей
популярных российских маркетплейсов за 2019–2023 гг., млрд руб.

Наименование		2019	2020	2021	2022	2023
ООО «Вайлдберриз»	Выручка, млрд руб.	116,95	169,77	224,94	317,21	442,70
	Себестоимость, млрд руб.	72,14	103,36	101,20	127,66	178,16
	Валовая прибыль, млрд руб.	44,81	66,41	123,74	189,55	264,54
ООО «Яндекс.Маркет»	Выручка, млрд руб.	19,41	31,54	48,57	76,26	118,20
	Себестоимость, млрд руб.	21,15	34,18	52,64	74,68	115,75
	Валовая прибыль, млрд руб.	–1,74	–2,64	–4,07	1,58	2,45
ООО «Интернет решения» (OZON)	Выручка, млрд руб.	62,78	112,14	178,20	261,37	421,86
	Себестоимость, млрд руб.	51,13	79,84	138,40	113,33	182,92
	Валовая прибыль, млрд руб.	11,65	32,30	39,80	148,04	238,94
ООО «СММ-Ритейл» (СберМега Маркет)	Выручка, млрд руб.	0,01	0,02	0,02	0,24	1,21
	Себестоимость, млрд руб.	0,01	0,02	0,02	0,72	3,58
	Валовая прибыль, млрд руб.	0,00	0,00	0,00	–0,47	–2,37
ООО «ДНС Ритейл» (DNS)	Выручка, млрд руб.	309,21	427,63	562,24	597,05	748,24
	Себестоимость, млрд руб.	249,25	334,85	456,53	463,27	580,58
	Валовая прибыль, млрд руб.	59,96	92,78	105,71	133,78	167,66

Источник: составлено автором по данным [13].

Динамика основных финансовых показателей популярных российских маркетплейсов за последние пять лет представлена в таблице 1.

Из таблицы 1 наглядно видно, что абсолютным лидером рынка по доходности является ООО «Вайлдберриз» с валовой прибылью в 264,54 млрд руб. в 2023 г. Рядом с ООО «Вайлдберриз» располагаются ООО «Интернет решения» (OZON) и ООО «ДНС Ритейл» (DNS).

В частности, выручка ООО «Вайлдберриз» увеличилась за последние пять лет на 325,75 млрд руб., или в целых 4 раза, и составила по итогам 2023 года порядка 442,70 млрд руб. При этом более высокие темпы роста доходности в сравнении с темпами роста себестоимости привели как к положительной валовой прибыли, так и к высокому значению данного показателя. Валовая прибыль данного маркетплейса выросла с 2019 г. по 2023 г. на 219,73 млрд руб., или в 6 раз, и составила в 2023 г. 264,54 млрд руб.

Выручка ООО «Яндекс.Маркет» увеличилась за последние пять лет на 98,79 млрд руб., или в 6 раз, и составила по итогам 2023 года 118,20 млрд руб. Более высокие темпы роста доходности в сравнении с темпами роста себестоимости привели к положительной динамике валовой прибыли. Валовая прибыль данного маркетплейса выросла с 2019 г. по 2023 г.

на 4,19 млрд руб., или в 3 раза, и составила в 2023 г. 2,45 млрд руб.

Продажи OZON в стоимостном выражении увеличились за последние пять лет на 359,08 млрд руб., или в целых 7 раз, и составили по итогам 2023 года порядка 421,86 млрд руб. Более высокие темпы роста доходности в сравнении с темпами роста себестоимости привели как к положительной динамике валовой прибыли, так и к высокому значению данного показателя. Валовая прибыль данного маркетплейса выросла с 2019 г. по 2023 г. на 227,29 млрд руб., или в 21 раз, и составила в 2023 г. 238,94 млрд руб.

Менее благоприятно обстоят дела с результатами финансовой деятельности СберМегаМаркет. Данный маркетплейс имеет самые низкие значения по выручке в сравнении со своими конкурентами. Выручка СберМегаМаркет увеличилась за последние пять лет на 1,20 млрд руб. и составила по итогам 2023 года порядка 1,21 млрд руб. При этом более высокие темпы роста себестоимости в сравнении с темпами роста выручки привели как к отрицательной динамике валовой прибыли, так и к отрицательному значению данного показателя. Валовая прибыль данного маркетплейса снизилась с 2019 г. по 2023 г. на 2,37 млрд руб. и составила в 2023 г. минусовое значение с показателем в –2,37 млрд руб.

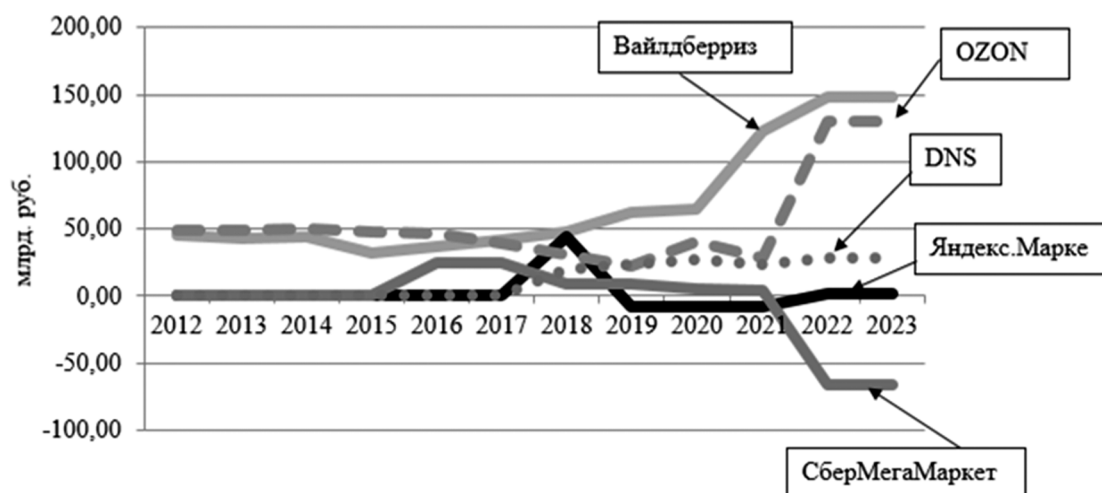


Рис. 2. Динамика валовой рентабельности популярных российских маркетплейсов за 2012–2023 гг., %
Источник: составлено автором по данным [13]

Продажи DNS в стоимостном выражении увеличились за последние пять лет на 439,03 млрд руб., или на 141,98% (в 2 раза), и составили по итогам 2023 года 748,24 млрд руб. Более высокие темпы роста доходности в сравнении с темпами роста себестоимости привели как к положительной динамике валовой прибыли, так и к высокому значению данного показателя. Валовая прибыль маркетплейса выросла с 2019 г. по 2023 г. на 107,70 млрд руб., или на 179,61% (в 3 раза), и составила в 2023 г. 167,66 млрд руб.

Финансовое положение ООО «Яндекс.Маркет» и ООО «СММ-Ритейл» (СберМегаМаркет) можно назвать шатким и нестабильным, поскольку в некоторые периоды последних пяти лет у данных маркетплейсов было убыточное финансовое положение, что также демонстрируют показатели рентабельности, представленные на рисунке 2.

Из рисунка 2 видно, что ООО «Вайлдберриз», ООО «Интернет решения» (OZON) и ООО «ДНС Ритейл» (DNS) имеют высокие положительные показатели рентабельности, например с 1 руб. затрат в год компания ООО «Вайлдберриз» получает 1,48 руб. выручки (до уплаты всех налогов) (2023 г.). Данный факт может свидетельствовать о достаточно успешной выбранной политике управления финансами в данном маркетплейсе.

ООО «Яндекс.Маркет» и ООО «СММ-Ритейл» (СберМегаМаркет) имеют отрицательные тенденции рентабельности. Например, ООО «СММ-Ритейл» с 1 руб. затрат в год получает 0,66 руб. убытка (до уплаты всех

налогов) (2023 г.). Данный факт свидетельствует о неэффективной выбранной политике управления финансами в маркетплейсе.

Проведение подробного финансового анализа таких многомиллиардных финансовых оборотов, как у маркетплейсов, требует большого количества ресурсов (трудовых, временных, цифровых и пр.). В связи с этим актуализируется переход на использование цифровых инструментов для анализа финансовых результатов работы маркетплейсов [14]. Рассмотрим наиболее интересные решения в области применения программных продуктов.

MPSTATS позволяет пользователям составлять подробный отчет в области продаж, включающий как полученную выручку, так и упущенные возможности ее формирования, отслеживать изменения в карточках товаров, формировать сводку товаров, осуществлять мониторинг финансовых операций на площадке, формировать различные аналитические выгрузки.

Moneyplace оснащен такими функциями, как контроль оборота маркетплейса, анализ складских запасов и цен, мониторинг финансовых показателей с дополнением их прогнозными показателями прибыли на основе будущих продаж, составление трендов и статистики по конкурентам.

Функционал e-Comet позволяет пользователю проводить глубокий анализ деятельности с продолжительным тестовым периодом, включающий оценку эффективности расходов на рекламу, анализ логистических процессов на складах, контроль финансовых показателей.

Сервис «Маяк» связан с внутренними аналитическими процедурами и не позволяет составлять отчеты по анализу внешней предпринимательской среды. В большей степени данный программный продукт ориентирован на анализ финансовых показателей, а также контроль рекламы и склада.

Sell Monitor позволяет просматривать, фильтровать, сортировать статистические данные по выручке, юнит-экономике и отзывам клиентов. Раздел «Юнит-экономика» позволяет осуществлять расчеты доходности в разрезе клиентов, категорий товаров, конкретных видов товара или даже единицы товарной продукции.

SalesFinder дает возможность находить сравнительно свободные ниши для планирования вывода новых товаров на рынок, анализируя рейтинги товаров, конкуренцию и потенциально достигаемый уровень доходности. Также данный программный продукт отражает динамику ключевых показателей деятельности, позволяя отслеживать реакцию покупателей на внедряемые изменения цены, SEO-ключей и пр.

Shopstat, устанавливаемое как расширение для браузера, предоставляет пользователю доступ к достаточно подробной статистической информации, имеет достаточно поверхностную аналитику.

MarketGuru – профессиональный аналитический сервис для браузеров, деятельность которого полезна при выводе новых товаров, позволяющий анализировать упущенную выгоду, сезонность трендов и другие показатели, характеризующие эффективность деятельности маркетплейса.

Анализируя представленную выше информацию, логично говорить о том, что функционал программных продуктов характеризуется большим или меньшим разнообразием возможностей. Присвоив каждой функции 1 балл, можно сравнить качество данных программ для целесообразности их использования субъектами маркетплейсового бизнеса, что представлено в таблице 2.

Из представленных в таблице 2 данных видно, что наиболее привлекательным программным продуктом по результатам присвоения баллов является MPSTATS, обладающий широким функционалом для проведения финансового анализа маркетплейсовых платформ. Однако в настоящее время данный продукт поддерживает только несколько платформ, на базе которых осуществляют деятельность рассматриваемые маркетплейсы. В связи с этим внимания также заслуживает альтернативный программный продукт, а именно Moneyplace.

Таблица 2

Сравнение функционала программных продуктов, предназначенных для исследования финансовых результатов деятельности маркетплейсов (в баллах)

Наименование	MPSTATS	Moneyplace	e-Comet	«Маяк»	Бот от Shopstat	MarketGuru	SalesFinder	Sell Monitor
Цена средняя, тыс. руб./год	500	686	69	78	0	338	103	66
Поддерживаемые маркетплейсы	OZ, Wb	Wb, Яндекс Маркет, Lamoda, OZON, Aliexpress	Wb	OZ, Wb	OZ, Wb	OZ, Wb	OZ, Wb	Яндекс Маркет, OZ, Wb
Подробный отчет по продажам с итоговой и упущенной выручкой	1	0	0	0	0	0	0	0
Расчет поставок и производства	1	0	0	0	0	0	1	0
Сводка по всем товарам магазина	1	1	1	0	1	1	1	1
Графики с гипотезами, продажами товаров и отзывами	1	1	1	0	0	1	0	0
Контроль всех финансовый операций и складов	1	1	1	1	0	0	1	0
Подробные внешние аналитики	1	1	1	1	0	1	1	0
Подробные внутренние аналитики	1	1	1	0	0	1	1	0
Итого	7	5	5	2	1	4	5	1

Источник: составлено автором.

Заметим также, что предложенные и проанализированные программные продукты представляют собой, прежде всего, инструмент широкой аналитики, рыночного и экономического анализа деятельности, а не финансового. В программных продуктах заложена функция финансового анализа, но это лишь часть функционала данных продуктов.

В связи с этим целесообразным также представляется рассмотрение оценки финансовой деятельности российских маркетплейсов с использованием специальных программных продуктов финансового анализа, наиболее популярными из которых являются следующие российские решения:

- «Аудит Экспресс», представляющий собой профессиональный программный продукт, направленный на анализ финансового состояния и результатов деятельности маркетплейсов, обрабатывающий стандартные финансовые отчеты компаний;

- «ФинЭкАнализ», предназначенный для проведения аналитических процедур, связанных с экономической деятельностью и финансовым состоянием маркетплейсов;

- «Финансовый анализ+оценка бизнеса 2.0.2», ориентированный на быстрый сбор и переработку информации, а также на создание финансовых документов и отчетности, способный проводить анализ больших объемов данных и рассчитывать финансовые коэффициенты;

- «Мастер финансов: анализ» – применяется для анализа показателей рентабельности и ликвидности деятельности, в том числе подходит для финансов маркетплейсов;

- «Финансовый анализ: ПРОФ» – предоставляет пользователю возможность оценки текущих финансовых данных и на их основе – составления прогноза финансовой (бухгалтерской) отчетности за указанный период, а при необходимости – получения данных о финансовом состоянии в будущем и достижения требуемых значений финансовых показателей;

- «Баланс-2: Финансовый анализ» – дает пользователю возможность проведения финансового анализа и анализа вероятности проведения налоговых проверок;

- «Финансовый анализ 8.0.431» – дает пользователю возможность получить оценку финансовых коэффициентов в структуре и динамике за определенный промежуток времени, определить вероятность банкротства, сравнить финансовые показатели между собой и с конкурентами отрасли;

- «ПланФакт» – предназначен для выявления проблем в финансовой отчетности, поиска пробелов и решений для приведения финансовых коэффициентов в норму;

- «Ваш финансовый аналитик» – представляет собой российский продукт для анализа текущей финансовой отчетности и достигнутых экономических показателей, включая оценку финансовой устойчивости маркетплейса;

- «Финансовый анализ баланса v3.1» – предназначен для анализа бухгалтерского баланса и позволяет осуществлять расчет более 50 коэффициентов и показателей, также в функционале программы предусмотрена возможность построения графиков, сравнительных таблиц и пр.;

- и другие программные продукты.

Заключение

На основе проведенного анализа публикаций последних лет по изучению основных методов и подходов, применяемых при исследовании финансовых результатов деятельности популярных российских маркетплейсов, выявлено, что важнейшими среди них являются: использование показателя GMV, оценка выручки, объемов продаж, прибыли, анализ финансовой отчетности, финансовых показателей, анализ финансовых рисков и возможностей, прогнозирование и планирование, проведение сравнительного анализа, проведение статистического анализа, факторный анализ, динамический анализ, сенситивный анализ.

Проведена оценка финансовых результатов деятельности лидеров отечественного рынка маркетплейсов, динамики их развития. Анализ финансовых результатов показал, что абсолютным лидером рынка является ООО «Вайлдберриз» с валовой прибылью в 264,54 млрд руб. в 2023 г. На втором месте после ООО «Вайлдберриз» находятся ООО «Интернет решения» (OZON) и ООО «ДНС Ритейл» (DNS). Финансовое состояние ООО «Яндекс.Маркет» и ООО «СММ-Ритейл» (СберМегаМаркет) не является достаточно стабильным, поскольку в определенные периоды на протяжении последних пяти лет у данных маркетплейсов было убыточное финансовое положение, происходило снижение валовой и чистой прибыли.

Дана оценка финансового положения исследуемых компаний на рынке онлайн-коммерции в текущем году. Результаты показали, что наибольшую долю рынка занимает ООО «ДНС Ритейл» (29,75%), на втором месте располагается ООО «Вайлдберриз» (17,60%).

Разработаны рекомендации по применению программных продуктов для анализа финансовой деятельности предприятий в сфере маркетплейсов. Полагаем, что наиболее привлекательным по всем критериям

является программный продукт MPSTATS, обладающий широким функционалом для проведения финансового анализа.

Список литературы

1. Wei Y., Dong Y. Product distribution strategy in response to the platform retailer's marketplace introduction // *European Journal of Operational Research*. 2022. Т. 303, № 2. Р. 986-996. DOI: 10.1016/j.ejor.2022.03.021.
2. Тарасова Е.Е., Матузенко Е.В., Глазунова О.А. Маркетплейсы как онлайн-платформы развития интернет-торговли в России // *Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права*. 2022. № 4 (95). С. 100-112.
3. Бобрушева В.В., Антонова Е.Г. Рынок маркетплейсов: состояние и тенденции // *Управление социально-экономическими системами*. 2023. № 1. С. 4-12.
4. Твердохлебова М.Д., Никишкин В.В. Роль маркетплейсов на рынке розничных торговых услуг // *Практический маркетинг*. 2019. № 6. С. 3-8.
5. Буянов А.С. Роль маркетплейсов в развитии электронной торговли // *Человеческий прогресс*. 2022. № 3. С. 5. DOI: 10.34709/IM.183.5.
6. Rumyantseva A., Tarutko O. Impact of the ESG principles on the corporate financial strategy // *Challenges and Solutions in the Digital Economy and Finance: Proceedings of the 5th International Scientific Conference on Digital Economy and Finances*, St. Petersburg 2022. Cham: Springer International Publishing, 2022. P. 309-318. DOI: 10.1007/978-3-031-14410-3_32.
7. Rumyantseva A., Tarutko O. Sustainable Development Financing as a Factor Affecting on Operational Efficiency of the Company // *Finance, Economics, and Industry for Sustainable Development: Proceedings of the 3rd International Scientific Conference on Sustainable Development*, St. Petersburg, 21 октября 2022 года. Cham, Switzerland: Springer Nature Switzerland AG, 2023. P. 47-56. DOI: 10.1007/978-3-031-30498-9_6.
8. Мамедов М.А. Трансформация деятельности крупнейших российских коммерческих банков в цифровые экосистемы // *Теоретическая и прикладная экономика*. 2022. № 3. С. 1-23.
9. Плотноков А.И., Горовой А.А. Обоснование выбора эффективных инструментов продвижения услуг интернет-торговли // *Российский экономический интернет-журнал*. 2019. № 4. С. 44.
10. Энглези В.Ю. Моделирование влияния цифровизации на развитие предприятий сервиса и торговли // *Прикладные экономические исследования*. 2023. № 3. С. 31-39.
11. Махносов Д.В. Интеграционные вызовы развития электронной торговли в интернет-среде // *Инновационная экономика: информация, аналитика, прогнозы*. 2023. № 3. С. 92-97.
12. Баранова С.В. Современные информационные технологии в системе анализа и оценки результативности деятельности бизнес-структур // *Актуальные проблемы развития вертикальной интеграции системы образования, науки и бизнеса: экономические, правовые и социальные аспекты: материалы IV Международной научно-практической конференции*. Том 3. Воронеж: Воронежский центр научно-технической информации, 2015. С. 100-105.
13. Бувеч А.П. Маркетплейсы как ключевое звено современных каналов сбыта // *Экономика, предпринимательство и право*. 2024. № 6. С. 2875-2884.
14. Шаврина Ю.О., Егорова Е.Н., Кузнецова Д.А. Развитие диагностики финансовой устойчивости коммерческих предприятий // *Вестник Алтайской академии экономики и права*. 2022. № 2-1. С. 114.

УДК 336.58
DOI 10.17513/fr.43661

ФИНАНСОВЫЙ МОНИТОРИНГ ДЕБИТОРСКОЙ И КРЕДИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЕЙ В КОМПАНИЯХ В УСЛОВИЯХ ПОВЫШЕННОЙ КЛЮЧЕВОЙ СТАВКИ

^{1,2}Синцова Е.А. ¹Эмиров Н.Д.

¹Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики, Санкт-Петербург;

²Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербург,
e-mail: sintsova_elena@hotmail.com, emir288@front.ru

Изменения ключевой ставки проводятся для контроля денежно-кредитных процессов в экономике. В связи с несколькими периодами повышения ключевой ставки в России в последние десятилетия исследователи уделяют этому достаточно большое внимание. Финансовый мониторинг должен быть направлен на установление двусторонней связи между оптимальным сочетанием дебиторской и кредиторской задолженностей. Целью работы является исследование взаимосвязи ключевой ставки Банка России, размера кредиторской и дебиторской задолженности, на основании которых возможны выделение двух взаимодействующих элементов и построение модели простого компенсационного гомеостата финансового мониторинга в существующих условиях. Задачи исследования: провести анализ литературных источников, разработать модель простого компенсационного гомеостата финансового мониторинга дебиторской и кредиторской задолженности, проанализировать взаимосвязь ключевой ставки, дебиторской и кредиторской задолженности в компаниях по годам и сделать выводы. В работе использовались методы анализа и синтеза, статистические методы обработки информации, а также модель простого компенсационного гомеостата. По результатам исследования был сделан вывод об отсутствии связи между изменением, с одной стороны, ключевой ставки Банка России а с другой – кредиторской и дебиторской задолженности компаний. Выявлено, что независимо от ключевой ставки растут суммы показателей кредиторской и дебиторской задолженностей в компаниях РФ.

Ключевые слова: дебиторская задолженность, ключевая ставка, кредиторская задолженность, связь, простой компенсационный гомеостат, система, финансовый мониторинг

FINANCIAL MONITORING OF ACCOUNTS RECEIVABLE AND ACCOUNTS PAYABLE IN COMPANIES UNDER CONDITIONS OF AN INCREASED KEY RATE

^{1,2}Sintsova E.A., ¹Emirov N.D.

¹St. Petersburg University of Management Technologies and Economics, St. Petersburg;

²St. Petersburg State University of Economics, St. Petersburg,
e-mail: sintsova_elena@hotmail.com, emir288@front.ru

Changes in the key rate are carried out to control monetary processes in the economy. Due to several periods of key rate increases in Russia in recent decades, researchers have been paying quite a lot of attention to this. The purpose of the study is to analyze the relationship between the key rate of the Bank of Russia and the amount of accounts payable and receivables, on the basis of which it is possible to identify two interacting elements and build a model of a simple compensatory homeostat of financial monitoring in existing conditions. Research objectives: to analyze literary sources, to develop a model of a simple compensatory homeostat for financial monitoring of accounts receivable and accounts payable, to analyze the relationship of the key rate, accounts receivable and accounts payable in companies by years and draw conclusions. The work used methods of analysis and synthesis, statistical methods of information processing, as well as a model of a simple compensatory homeostat. Financial monitoring should be aimed at establishing a two-way relationship between the optimal combination of accounts receivable and accounts payable. At the same time, it is worth noting that the larger the size of the company, the more complex the system turns out to be. It was revealed that, regardless of the key rate, the indicators of accounts payable and receivables are growing, while the growth rates for both types of debts are in similar ranges.

Keywords: accounts receivable, key rate, accounts payable, simple compensatory homeostat, communication, system, financial monitoring

Введение

Ключевая ставка является процентной ставкой, устанавливаемой Центральным банком для расчетов с финансовыми организациями, в том числе с коммерческими банками. При установлении процентной

ставки по кредитам банки основываются на значении ключевой ставки Банка России. При этом банковские процентные ставки по кредитам всегда выше ключевой ставки. Это заложено в принципы работы банковской системы для того, чтобы банки могли заработать финансовый результат. При этом

ставки по депозитам обычно ниже, чем ключевая ставка. Следовательно, вывод, что высокая ключевая ставка приводит к дорогим кредитам. Изменения ключевой ставки проводятся для контроля денежно-кредитных процессов в экономике.

В связи с несколькими периодами повышения ключевой ставки в России в последние десятилетия исследователи уделяют этому достаточно большое внимание. Изученные работы можно разделить по двум направлениям.

В первую очередь исследуется вопрос влияния ключевой ставки на области экономики.

А.И. Проскуряков, А.Л. Лавлинская делают вывод, что, несмотря на то, что повышение ключевой ставки Центральным банком Российской Федерации сдерживает инфляцию, но в то же время оно порождает ряд потенциальных проблем и вызовов [1].

Е.М. Рогова, Д.В. Новичков анализируют влияние изменения ключевой ставки Банка России на поведение цен акций на уровне секторов экономики и отдельных компаний. В их работе сделан вывод о том, что ключевая ставка влияет на принятие индивидуальных решений как физическими, так и юридическими лицами [2].

Я.Д. Фейзуллина, Л.Н. Мулендеева отмечают, что правильная последовательность решений, которые направлены на инструменты денежно-кредитной политики, важна: в условиях повышенной ключевой ставки происходят стабилизация финансового рынка и снижение темпов инфляции, формируется увеличение спроса в экономике, восстанавливается производство [3].

Н.И. Быканова, Д.А. Полунин, С.В. Гарнец, М.А. Второва проводят анализ показателей региональной инфляции и ключевой ставки ЦБ РФ, делают вывод об их взаимосвязи, а также прогнозируют динамику инфляции в регионе в случае сохранения ключевой ставки [4].

С.А. Жутяева, Е.А. Синцова, М.И. Попова проводят оценку влияния ключевой ставки на налоговую нагрузку в Российской Федерации [5].

И.А. Заярная, М.А. Федорова изучают риски, которые связаны с изменением ключевой ставки. Исследователи выделяют финансовый риск, а также ряд других рисков, на которые оказывает влияние повышенная ключевая ставка, и делают вывод о необходимости учета тенденций изменения ключевой ставки для снижения рисков и принятия взвешенных инвестиционных решений [6].

Второе направление, по которому можно сгруппировать изученные работы, — это

исследования возможностей финансового мониторинга в деятельности компаний.

Э.А. Халикова, О.Г. Кантор, Ш.Т. Эргашева, Н.З. Гусейнова отмечают необходимость мониторинга и управления финансовыми потоками, которые основываются на интегрировании ключевых функций финансового менеджмента с использованием базы данных и инструментария визуализации и аналитики [7].

Е.Е. Кабанова отмечает, что необходимо применять различные многофакторные модели оценки финансовой состоятельности компаний, особенно в условиях сегодняшней нестабильности [8].

Исследование является продолжением работ авторов по финансовому мониторингу [9, 10].

Для работы компаниям требуются финансовые ресурсы — собственные или заемные. Низкая ключевая ставка увеличивает потребительский спрос, так как кредиты становятся дешевле.

Организации оказываются в критической ситуации, когда возникает риск неплатежеспособности. Компании очень активно используют отсрочку платежа или товарный кредит. При этом известно, что резкое увеличение ключевой ставки может оказать серьезное влияние на деятельность коммерческих организаций и населения. Проблема поиска источников финансирования для компаний становится особенно актуальной в период повышения ключевой ставки. В такой ситуации следует искать альтернативы получения или оптимизации финансовых ресурсов.

На рисунке 1 представлены проблемы и следствия повышения ключевой ставки, выделены пять основных проблем, с которыми сталкиваются различные организации и домохозяйства в условиях повышения ключевой ставки. Коммерческие предприятия испытывают массу трудностей в результате повышения ключевой ставки. Компании в первую очередь должны особое внимание уделять адаптации стратегии своего развития под возможное удержание или ужесточение политики Банка России.

Необходимость оптимизации соотношения заемных и собственных средств компаний возникает при любом уровне ключевой ставки, в то же время высокий уровень ключевой ставки приводит к уменьшению общей суммы капитала и развитию компании за счет уменьшения величины заемных средств. Гипотеза исследования заключается в том, что размер ключевой ставки Банка России не оказывает влияния на общий размер кредиторской и дебиторской задолженности компаний в РФ.



Рис. 1. Проблемы и следствия в экономике в случае повышения ключевой ставки
Источник: составлено авторами

Целью исследования является исследование взаимосвязи ключевой ставки Банка России, размера кредиторской и дебиторской задолженности, на основании которых возможны выделение двух взаимодействующих элементов и построение модели простого компенсационного гомеостата финансового мониторинга в существующих условиях.

Ограничение исследования заключается в том, что в работе рассматривалась только часть финансового мониторинга ресурсов организации, касающаяся собственных и заемных средств, находящихся в кредиторской и дебиторской задолженностях.

Материалы и методы исследования

В работе использовались методы анализа и синтеза, статистические методы обработки информации, а также модель простого компенсационного гомеостата. Гомеостатическая методология направлена на изучение

управления внутри системы через структурные элементы этой системы при их активном взаимодействии друг с другом.

Модель компенсационного гомеостата основывается на противоречиях, которые возникают в системе между двумя составляющими, в этом случае система находится в равновесии. На входе система получает какой-то ресурс, после этого преобразует его в продукт, при этом элементы в системе взаимосвязаны. Но элементы системы оказывают разное влияние друг на друга в зависимости от типа обратной связи. В рамках исследования автором использована простая модель компенсационного гомеостата (рис. 2).

Модель компенсационного гомеостата применяется для изучения в различных областях знаний, например А.В. Васильева применяла ее в педагогике [12], А.С. Махмудова – в юриспруденции [13], Е.П. Петрашень – в дизайне среды [14].

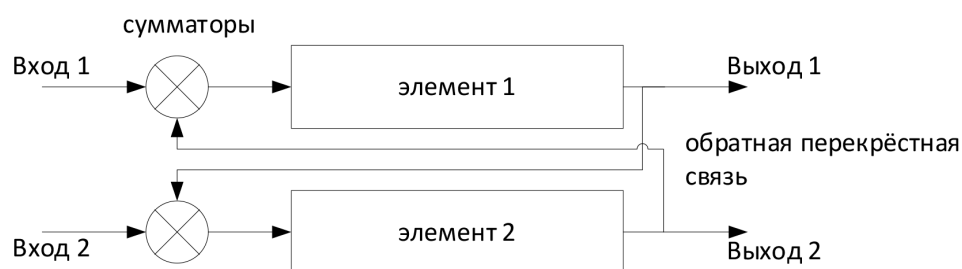


Рис. 2. Базовая модель простого компенсационного гомеостата [11, с. 127]

Результаты исследования и их обсуждение

На основании базовой модели простого компенсационного гомеостата была разработана модель простого компенсационного гомеостата финансового мониторинга дебиторской и кредиторской задолженности (рис. 3).

Рассмотрим предлагаемую модель более подробно: компания использует заемные и собственные средства для работы,

при этом после производства продукции или оказания услуг компания получает либо денежные средства, либо долги сторонних организаций, которые отражаются в разделе «Дебиторская задолженность», при этом для дальнейшей работы требуются финансовые ресурсы, что может сказаться на повышении кредиторской задолженности компании, так как будет расти уровень заимствований. Типы обратной связи в простой модели компенсационного гомеостата представлены в таблице 1.

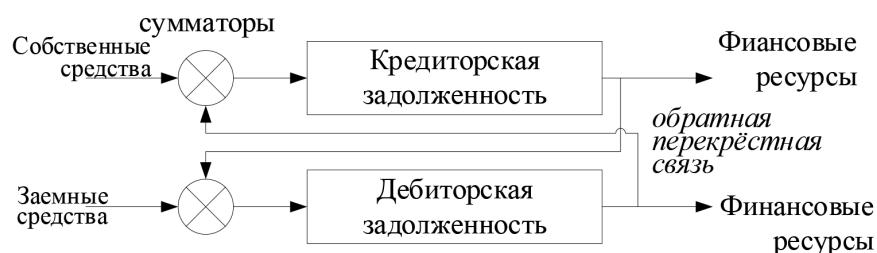


Рис. 3. Базовая модель простого компенсационного гомеостата
Источник: составлено авторами

Таблица 1

Типы обратной связи в модели

№	Тип обратной связи	Интерпретация
1	+ –	В компании увеличивается кредиторская задолженность, появляются денежные средства для производства продукции, товаров, работ, услуг. При этом условия продажи продукции или оплаты услуг таковы, что нарастает дебиторская задолженность. В данном типе связи возникает риск увеличения дебиторской задолженности
2	– +	В компании увеличивается кредиторская задолженность. При этом условия продажи продукции или оплаты услуг таковы, что нарастает дебиторская задолженность. В данном типе связи возникает риск увеличения дебиторской задолженности
3	++	Компания в рамках финансового мониторинга работает над уменьшением кредиторской и дебиторской задолженности
4	--	Компания в рамках финансового мониторинга не работает над уменьшением кредиторской и дебиторской задолженности

Источник: составлено авторами.

Таблица 2

Динамика ключевой ставки, кредиторской и дебиторской задолженности по годам

Год	Средний показатель ключевой ставки, %	Максимальное значение ставки за год, %	Минимальное значение ставки за год, %	Кредиторская задолженность, млрд руб.		Дебиторская задолженность, млрд руб.	
				всего	в том числе задолженность поставщикам и подрядчикам	всего	в том числе задолженность покупателей и заказчиков
2013	7,00	8,5	5,5	27 532	14 974	26 264	13 420
2014	7,97	17	5,5	33 174	16 745	31 014	16 074
2015	12,48	17	5,5	38 925	18 045	35 736	17 259
2016	10,56	11	10	42 280	19 857	37 053	18 388
2017	9,10	10	7,75	44 481	20 654	40 258	19 295
2018	7,41	7,75	7,25	49 229	23 570	46 669	22 801
2019	7,31	7,75	6,25	52 615	24 694	50 507	23 437
2020	5,03	6,25	4,25	64 073	28 771	61 156	26 600
2021	5,77	8,5	4,25	76 122	32 413	73 809	32 321
2022	10,55	20	7,5	89 192	33 637	86 329	36 616
2023	10,01	16	7,5	109 470	41 104	104 770	43 586

Источник: составлено авторами по данным Федеральной службы государственной статистики <https://rosstat.gov.ru/folder/154634?print=1>, Банка России https://cbr.ru/hd_base/KeyRate/

Таблица 3

Анализ ключевой ставки, кредиторской и дебиторской задолженности по годам

Год	Изменение ключевой ставки к предыдущему году	Темп прироста, %	Разница между показателями кредиторской и дебиторской задолженностью, млрд руб.	Кредиторская задолженность		Дебиторская задолженность	
				Изменение к предыдущему году, млрд руб.	Темп прироста, %	Изменение к предыдущему году, млрд руб.	Темп прироста, %
2013	–	–	1 268	–	–	–	–
2014	0,97	14%	2 160	5 642	20%	4 750	18%
2015	4,51	57%	3 189	5 751	17%	4 722	15%
2016	–1,91	–15%	5 227	3 355	9%	1 317	4%
2017	–1,46	–14%	4 223	2 201	5%	3 205	9%
2018	–1,69	–19%	2 560	4 748	11%	6 411	16%
2019	–0,10	–1%	2 108	3 386	7%	3 838	8%
2021	–2,28	–31%	2 917	11 458	22%	10 649	21%
2022	0,75	15%	2 313	12 049	19%	12 653	21%
2023	4,77	83%	2 863	13 070	17%	12 520	17%

Источник: рассчитано автором по данным таблицы 1

Таким образом, компании по данным таблицы 1 могут сделать вывод, что в рамках ведения финансового мониторинга необходимо стремиться к двусторонней связи между оптимальным сочетанием дебиторской и кредиторской задолженности.

Рассмотрим влияние ключевой ставки на представленную систему модели простого компенсационного гомеостата.

Банк России ввел ключевую ставку осенью 2013 года. Динамика ключевой ставки,

средней по году, представлена в таблице 2. В 2013 году ставка составляла 5,5% годовых. Исторический минимум ключевой ставки ЦБ – 4,25% годовых – был зафиксирован летом 2020 – весной 2021 года. Низкая ключевая ставка в период пандемии коронавируса была нужна для того, чтобы простимулировать экономику, так как многим компаниям не хватало финансовых средств для эффективной работы. Максимальное значение ключевой ставки ЦБ – 20% годовых – было

установлено в марте-апреле 2022 года. С ее помощью тогда удалось сдержать разгонявшуюся инфляцию.

В таблице 3 представлены расчетные цепные показатели изменения данных кредиторской и дебиторской задолженности, а также темпы прироста по представленным показателям.

Расчет базисных показателей кредиторской и дебиторской задолженности от 2013 года к 2023 году не представляет существенного интереса, потому что наглядно виден рост показателей от года к году. Однако следует отметить, что объем кредиторской, а также дебиторской задолженности вырос с 2013 года до 2023 года почти в четыре раза, что в целом может свидетельствовать о высокой деловой активности компаний.

Основываясь на данных таблицы 2, можно сделать вывод, что в среднем разница между показателями кредиторской и дебиторской задолженности составляла 2 000 млрд руб., наибольший разрыв был в 2016 году и составлял 5 220 млрд руб., а наименьший – в 2013 году, в год введения ключевой ставки. Темпы прироста кредиторской и дебиторской задолженности колеблются в диапазоне от 4% до 22%. При этом наблюдается тенденция к увеличению кредиторской и дебиторской задолженности компании, на которую опосредованно влияет размер ключевой ставки банка России.

Выводы

В работе были решены задачи:

- проведен анализ литературных источников;
- разработана модель простого компенсационного гомеостата финансового мониторинга дебиторской и кредиторской задолженности;
- проанализирована динамика ключевой ставки, дебиторской и кредиторской задолженности в компаниях РФ по годам.

Метод простого компенсационного гомеостата позволил выявить взаимосвязи между кредиторской и дебиторской задолженностями в рамках проведения финансового мониторинга в компании. На основании данных, представленных в таблицах 2, 3, была проанализирована динамика ключевой ставки, кредиторской и дебиторской задолженности компаний. По результатам исследования можно сделать вывод, что никакой связи между изменением, с одной стороны, ключевой ставки Банка России, а с другой – кредиторской и дебиторской задолженности компаний, не наблюдается. Выдвинутая гипотеза исследования подтвердилась. Выявлено, что независимо от ключевой ставки растут показатели кредиторской и деби-

торской задолженностей, при этом темпы роста по обоим видам задолженностей находятся в диапазонах от 5% до 22%. Более детальное исследование с применением регрессионного анализа зависимости показателей может быть применено в дальнейшем для установления более точного влияния факторов на показатели компании.

Список литературы

1. Проскуряков А.И., Лавлинская А.Л. Перспективы экономики России в финансовом секторе в свете повышения ключевой ставки Центрального банка России // Финансовый вестник. 2024. № 1(64). С. 79-86.
2. Рогова Е.М., Новичков Д.В. Анализ реакции акций компаний различных отраслей на изменение ключевой ставки Банка России // Финансы и бизнес. 2020. Т. 16, № 2. С. 65-79. DOI: 10.31085/1814-4802-2020-16-2-65-79.
3. Фейзуллина Я.Д. Ключевая ставка как инструмент стабилизации экономики России в условиях санкций // Наука XXI века: актуальные направления развития. 2022. № 2-2. С. 8-12. DOI: 10.46554/ScienceXXI-2022.10-2-2-pp.8.
4. Быканова Н.И., Полунин Д.А., Гарнец С.В., Второва М.А. Влияние ключевой ставки Банка России на уровень инфляции в Белгородской области в условиях карантинных ограничений // Финансовый бизнес. 2021. № 5 (215). С. 22-25.
5. Жутяева С.А., Синцова Е.А., Попова М.И. Оценка влияния ключевой ставки на налоговую нагрузку в Российской Федерации // Фундаментальные исследования. 2024. № 5. С. 28-33. DOI: 10.17513/fr.43609.
6. Заярная И.А., Федорова М.А. Роль влияния ключевой ставки на финансовые риски // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2024. № 1. С. 80-83. DOI: 10.17513/vaael.3214.
7. Халикова Э.А., Кантор О.Г., Эргашева Ш.Т., Гусейнова Н.З. Мониторинг ключевых показателей как инструмент эффективного управления финансовыми потоками в компании // Евразийский юридический журнал. 2022. № 8 (171). С. 475-476.
8. Кабанова Е.Е. Оценка финансовой состоятельности компаний в современных условиях как ключевой элемент антикризисного управления // Вестник евразийской науки. 2024. Т. 16, № 1. URL: <https://esj.today/PDF/13ECVN124.pdf> (дата обращения: 15.05.2024).
9. Синцова Е.А. Порядок следования целей в финансовом мониторинге: история и современность // Экономика и управление. 2022. Т. 28, № 7. С. 713-722. DOI: 10.35854/1998-1627-2022-7-713-722.
10. Синцова Е.А. Финансовый мониторинг, внутренний контроль и аудит как системы проверки финансов организации // Фундаментальные исследования. 2024. № 1. С. 44-49. DOI: 10.17513/fr.43555.
11. Боуш Г.Д., Разумов В.И. Методология научного исследования (в кандидатских и докторских диссертациях): учебник. М.: ИНФРА-М, 2020. 227 с. DOI: 10.12737/991914.
12. Васильева А.В. Исследование взаимодействия между компонентами интерактивного обучения (на примере русского языка как иностранного) // Преподаватель XXI век. 2022. № 2-1. С. 197-214. DOI: 10.31862/2073-9613-2022-2-197-214.
13. Махмудова А.С. Гомеостатическое моделирование диагностики и управления нормотворческой деятельности как элемента правового обеспечения пищевой безопасности // Теория государства и права. 2021. № 1 (21). С. 103-120. DOI: 10.47905/MATGIP.2021.21.1.008.
14. Петрашень Е.П. Формирование модели креативной образовательной среды методами «черный ящик» и «компенсационный гомеостат» // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. Секция: Науки об образовании. 2022. № 203. С. 228-240. DOI: 10.33910/1992-6464-2022-203-228-240.

УДК 336.233.2
DOI 10.17513/fr.43662

ФИНАНСОВЫЕ АСПЕКТЫ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ СЕМЬИ В СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ РЕАЛИЯХ

^{1,2}Сугарова И.В., ¹Кулумбегова Л.В.

¹ФГБОУ ВО «Северо-Осетинский государственный университет имени К.Л. Хетагурова»,
Владикавказ, e-mail: sugaririna@yandex.ru, lanakulumbegova@yandex.ru;

²ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»,
Владикавказский филиал, Владикавказ

Актуальность темы научной статьи обусловлена необходимостью совершенствования финансовой политики в области социальной защиты семьи. Одним из наиболее ярких трендов проводимой финансовой политики является усиление поддержки семей. Цель – исследование состояния, тенденций социальной защиты семьи, финансовых основ ее осуществления, определение перспектив развития. В статье проведен анализ существующих государственных мер финансовой поддержки семей и выявлены причины некоторых тенденций, в том числе финансовых, в указанной области. В частности, приведена динамика расходов Социального фонда РФ на обеспечение по отдельным видам пособий, рассмотрены особенности оснований их предоставления и возможные пути совершенствования законодательного регулирования. Отдельный акцент сделан на количественных показателях использования материнского капитала, факторах, обуславливающих их изменения, и воздействии на жилищный рынок. Отмечается всеобщий характер социальной защиты семьи, широкий спектр видов обеспечения и рост возможностей проактивного получения мер финансовой поддержки. Проанализированы научные труды отечественных ученых; отчеты, доклады, статистические данные министерств и ведомств, нормы действующего законодательства. Использованы следующие методы исследования: анализ, систематизация, индукция, дедукция, сравнение. В результате авторами сформулированы выводы относительно состояния социальной защиты семьи, ее проблемных аспектов и перспективных направлений ее развития.

Ключевые слова: финансовое обеспечение, социальная защита, семья, пособие, ипотека, материнский капитал

FINANCIAL ASPECTS OF SOCIAL PROTECTION OF THE FAMILY IN MODERN RUSSIAN REALITIES

^{1,2}Sugarova I.V., ¹Kulumbegova L.V.

¹North Ossetian State University named after K.L. Khetagurov, Vladikavkaz,
e-mail: sugaririna@yandex.ru, lanakulumbegova@yandex.ru;

²Financial University under the Government of the Russian Federation,
Vladikavkaz branch, Vladikavkaz

The relevance of the topic of the scientific article is due to the need to improve financial policy in the field of social protection of the family. One of the most striking trends in the financial policy is to strengthen support for families. The goal is to study the state, trends in social protection of the family, the financial basis for its implementation, and to determine development prospects. The article analyzes the existing state measures of financial support for families and identifies the causes of some trends, including financial ones, in this area. In particular, the dynamics of the expenses of the Social Fund of the Russian Federation for the provision of certain types of benefits is given, the specifics of the grounds for their provision and possible ways to improve legislative regulation are considered. Special emphasis is placed on the quantitative indicators of the use of maternity capital, the factors that determine their changes and the impact on the housing market. The universal nature of social protection of the family, a wide range of types of provision and the growth of opportunities for proactively receiving financial support measures are noted. The scientific works of domestic scientists; reports, papers, statistical data of ministries and departments, the norms of the current legislation are analyzed. The following research methods were used: analysis, systematization, induction, deduction, comparison. As a result, the authors formulated conclusions regarding the state of social protection of the family, its problematic aspects and promising directions of its development.

Keywords: financial security, social protection, family, allowance, mortgage, maternity capital

Введение

Объявление Года семьи и популяризация государственной политики в указанной области стало драйвером не только расширения спектра мер социальной поддержки данной группы обеспечиваемых лиц, но и роста актуальности исследования финансовых аспектов социальной защиты семьи. Как центральная составляющая

ценностной системы граждан РФ, семья нуждается в особом внимании органов государственной власти при формировании и реализации социальной и финансовой политики. Материальная поддержка семьи реализуется благодаря множеству программ, направленных на рост благосостояния, создание комфортных условий для приобретения жилья, строительство детской инфраструктуры и многое другое.

Цель исследования – анализ и оценка социальной защиты семьи как направления реализации социально-экономической политики и определение перспективных направлений ее развития в современных реалиях.

Материалы и методы исследования

Исследование выполнено с использованием материалов (в том числе докладов) Министерства труда и социальной защиты, Счетной палаты РФ, Федеральной службы государственной статистики, были проанализированы труды отечественных ученых и нормы действующего законодательства. Методологическую основу составляют методы системного и структурного анализа, индукция, дедукция, сравнение.

Результаты исследования и их обсуждение

Внесением изменений в Конституцию в 2020 г. законодатель обозначил важность данного аспекта реализуемой социально-экономической политики путем закрепления приоритета семейного воспитания и детей [1]. Кроме того, конкретизировано распределение компетенции относительно защиты семьи между федеральным центром и регионами: она внесена в круг совместно регулируемых вопросов. Закрепление данных положений во многом способствует укреплению института семьи.

Сегодня закреплено множество мер поддержки семей. Социальная защита проявляется и на этапе ожидания рождения первен-

ца. Предоставляя возможность получения различных денежных выплат, государство старается сохранить материальное благополучие семей и защитить от возможных негативных явлений, связанных с социальными рисками, имеющими различную этиологию. Соответственно, существует ряд многоаспектных мер государственной поддержки, которые носят долговременный, кратковременный и единовременный характер.

Социальная защита семьи в материальном (денежном) аспекте включает в себя различные пособия. В юридической литературе зачастую существует смешение различных видов денежных выплат. Так, пособия, в отличие от пенсий, выполняют задачу по охране благополучия на более короткий период (что обусловлено характером основания их предоставления – разновидностью социального риска).

В спектр видов социального обеспечения семьи входит пособие по беременности и родам, предоставляемое женщинам, ожидающим рождения ребенка. Ее величина не зависит от трудового стажа. При этом на нее тоже распространяется принцип дифференциации в зависимости от трудового вклада: в основе расчета ее величины (для работающих женщин) – размер среднего заработка.

Объем средств, направляемых Социальным фондом на обеспечение данной разновидностью пособий, постоянно возрастает (рис. 1). На 1 апреля 2024 г. по этой статье было израсходовано более 37 млрд руб.

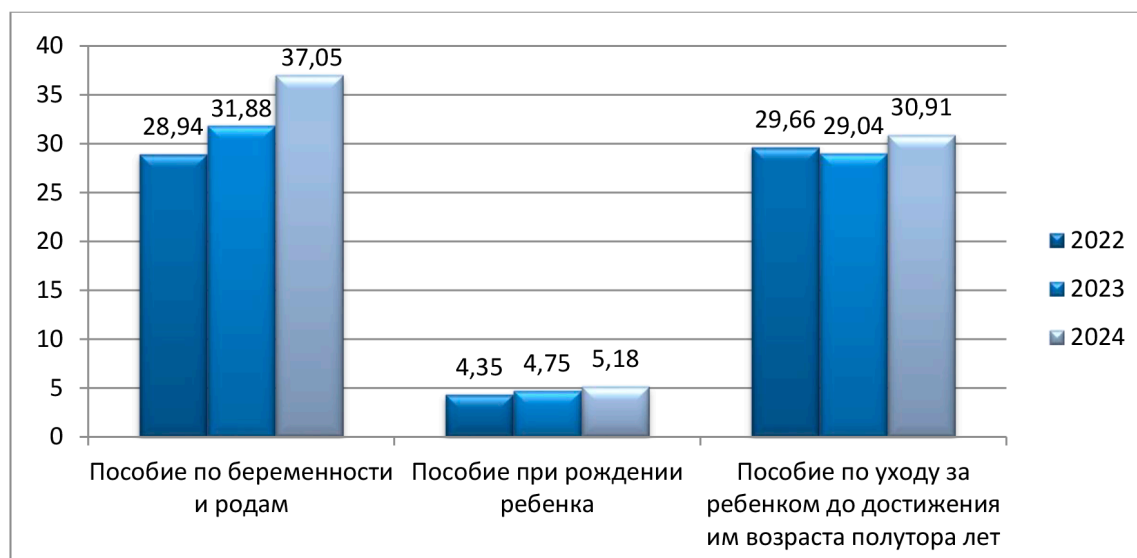


Рис. 1. Динамика расходов Социального фонда на обеспечение по отдельным видам пособий с января по март соответствующего года, млрд руб.
Источник: составлено авторами на основе [2]

По сравнению с 2022 г. величина расходов на выплату пособий по беременности и родам возросла на 28,02% (8,110 млрд руб.). В качестве детерминант формирования подобной динамики расходов можно выделить изменение размера выплачиваемого пособия, в частности индексацию, рост величины среднего заработка, стипендий, денежного довольствия. За исследуемый период размер пособия для женщин, уволенных в связи с определенными обстоятельствами, был проиндексирован трижды и возрос с 767,72 руб. до 922,65 руб. (с 2024 г.).

На сложившуюся динамику расходов оказывала влияние не только ежегодная индексация, но и возросшее количество случаев временной нетрудоспособности по беременности и родам. За январь – март 2024 г. их стало на 737 случаев больше, чем за аналогичный период 2023 г. [2].

За первый квартал 2023 г. было выплачено пособий при рождении ребенка на сумму более 5 млрд руб. По данному виду обеспечения тоже наблюдается положительная возрастающая динамика. Но основной вклад в существующий рост внесла индексация, поскольку прирост количества выплаченных пособий за 2023 г. незначительный – на 0,5% больше (или на 956 ед.).

Получателем денежной выплаты является один из родителей, и ее величина не зависит от ранее получаемого уровня дохода и продолжительности стажа. По сравнению с динамикой расходов на выплату пособий по беременности и родам, рост по пособиям при рождении ребенка замедленный. Так, за 2022 и 2023 гг. ежегодный прирост составлял 9,2 и 8,98% соответственно [2]. Данные информационно-аналитического портала «Реестр ЗАГС» свидетельствуют о существенном приросте количества зарегистрированных заявлений о рождении: в 2022 г. – 1,48 млн ед., в 2023 г. – 1,92 млн ед., а за первое полугодие 2024 г. – 1,033 млн ед. [3].

Ежемесячные пособия по уходу за ребенком предназначены для более широкого круга лиц: в него включаются не только мать и отец, но и иные лица, состав (диапазон) которых дифференцируется в зависимости от категорий, к которым относятся родители, оснований увольнения, сферы профессиональной (трудовой) деятельности и других параметров. На данной разновидности денежных выплат также отразилась тенденция, направленная на поддержку молодых родителей: в 2022 г. перечень получателей расширился лицами, обучающимися по очной форме [4].

Социальная защита семьи не ограничивается исключительно материальной фор-

мой. Забота о социальном благополучии связана также с гарантией прав и законных интересов группы лиц, связанных близким родством (или приравненным к нему правовым состоянием). Несмотря на то, что диапазон лиц, которым предоставляется отпуск по уходу за ребенком и соответствующие пособия, достаточно широк и не ограничивается родителями, необходимо обеспечить равенство социальных прав каждого. Действующее законодательство предусматривает, что период ухода за ребенком засчитывается в страховой стаж (необходимый для получения страховой пенсии) только родителя [5]. В связи с этим существует необходимость в расширении спектра лиц, в страховой стаж которых засчитывается указанный период с целью обеспечения равенства в указанной области.

Подобные несовершенства правового регулирования обусловлены отсутствием единого кодифицированного акта (или системы нормативных актов), в котором систематизированы разновидности социального обеспечения, основания и условия их предоставления, содержатся основополагающие принципы и определения различных категорий.

По итогам I квартала 2024 г. возрос объем расходов на ежемесячное пособие по уходу за ребенком на 1,9 млрд руб., что обусловлено ростом количества получателей выплаты, максимальных и минимальных лимитов величины пособия и индексацией.

С целью расширения охвата лиц, которые имеют право на получение денежных выплат и обеспечения равного доступа к социальным благам, которые предоставляются государством, в систему социального обеспечения динамично внедряются механизмы, позволяющие гражданам становиться участниками правоотношений в области социальной защиты без непосредственного обращения в уполномоченные органы.

Юридические факты, которые служат основанием возникновения правоотношений по социальному обеспечению семьи, многообразны, но центральным правообразующим событием является рождение ребенка. С рождением ребенка законодатель связывает потенциальные социальные риски, связанные с трудовыми возможностями и растущими расходами. Данное обстоятельство и необходимость внедрения дополнительных форм социальной защиты семьи (ввиду недостаточности пособий) послужили драйверами разработки и реализации программы «Материнский капитал», которая стала составляющей демографической политики. Финансовая нагрузка при этом ложится на федеральный

бюджет (несмотря на то, что выплачиваются средства Фондом пенсионного и социального страхования). Из федерального бюджета перевод осуществляется ежеквартально по соответствующей заявке, в которой отражается количество обращений, направления использования средств и необходимая сумма.

Расширяется круг видов социального обеспечения, на которых распространяется проактивный (беззаявительный) формат. Тенденция по переходу инициативы возникновения правоотношений в области социального обеспечения от граждан к уполномоченным государственным органам способствует повышению эффективности (увеличению охвата субъектов, которые имеют право на социальные блага) проводимой социально-экономической политики. Данная тенденция не обошла стороной и материнский капитал: как правило, у родителей не возникает необходимости в обращении в соответствующие государственные организации. Вся информация, необходимая для выдачи государственного сертификата, направляется органами ЗАГС.

В большинстве случаев семьи направляют средства для улучшения жилищных условий (рис. 2). По итогам 2023 г. по данному направлению распорядились средствами более 678 тыс. чел., что в абсолютном измерении является наибольшим значением. Но доля в общей структуре постоянно снижается: с 97,41% в 2011 г. до 45,79% в 2023 г. [6]. Это направление использо-

вания материнского (семейного) капитала предлагалось населению с момента введения данной программы.

Сопоставление стоимости жилья и величины материнского капитала позволит выявить причины сокращения популярности использования материнского капитала для улучшения жилищных условий. Для проведения расчетов будет использована динамика размера материнского капитала за второго ребенка с 2024 г.

С 2014 г. сократилось количество квадратных метров, которые могут быть приобретены за средства семейного капитала на первичном рынке с 8,8 м² до 5,53 м² (рис. 3). Сокращение показателя связано с постоянным удорожанием жилья на вторичном рынке. При этом рост размера материнского капитала (ежегодный с 2020 г.) не позволил сохранить актуальность данного направления (улучшение жилищных условий) на прежнем уровне. Безусловно, ситуация в субъектах РФ существенно дифференцируется ввиду наличия различий конъюнктуры на региональных рынках жилья и демографической динамики.

Вторым направлением по популярности в 2023 г. является ежемесячная выплата в связи с рождением (усыновлением) второго ребенка – 27,71% семей. В некоторых субъектах показатель значительно превышает среднероссийский. По итогам 2023 г. в Республике Крым доля данного направления составила 50,08%, в г. Севастополь – 45,42%, в Камчатском крае – 44,52% [6].

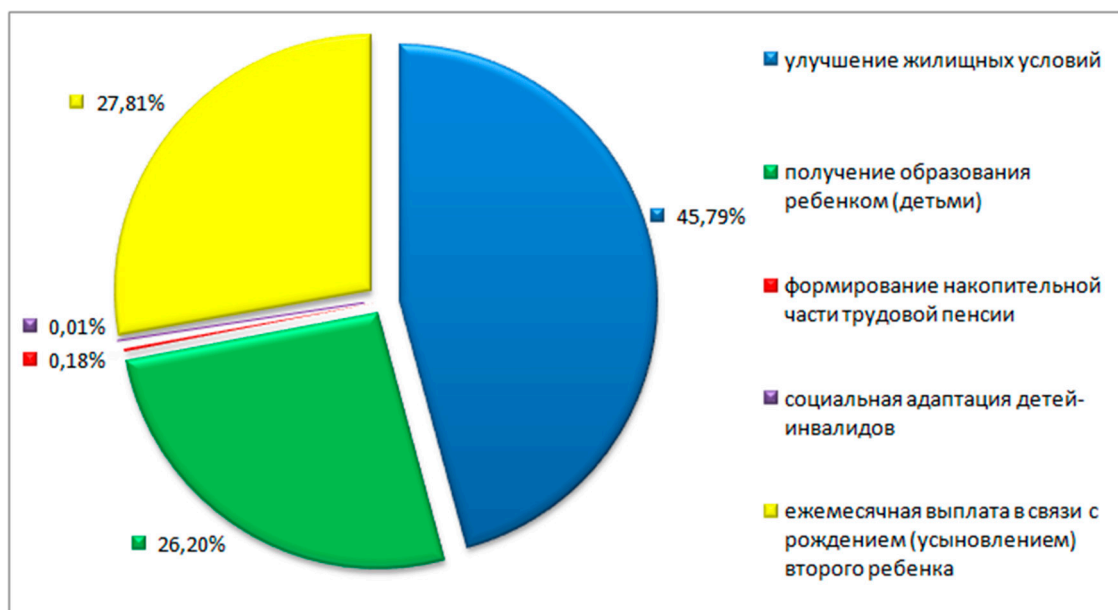


Рис. 2. Структура численности лиц, распорядившихся средствами (частью средств) материнского (семейного) капитала в 2023 г., ед. [6]

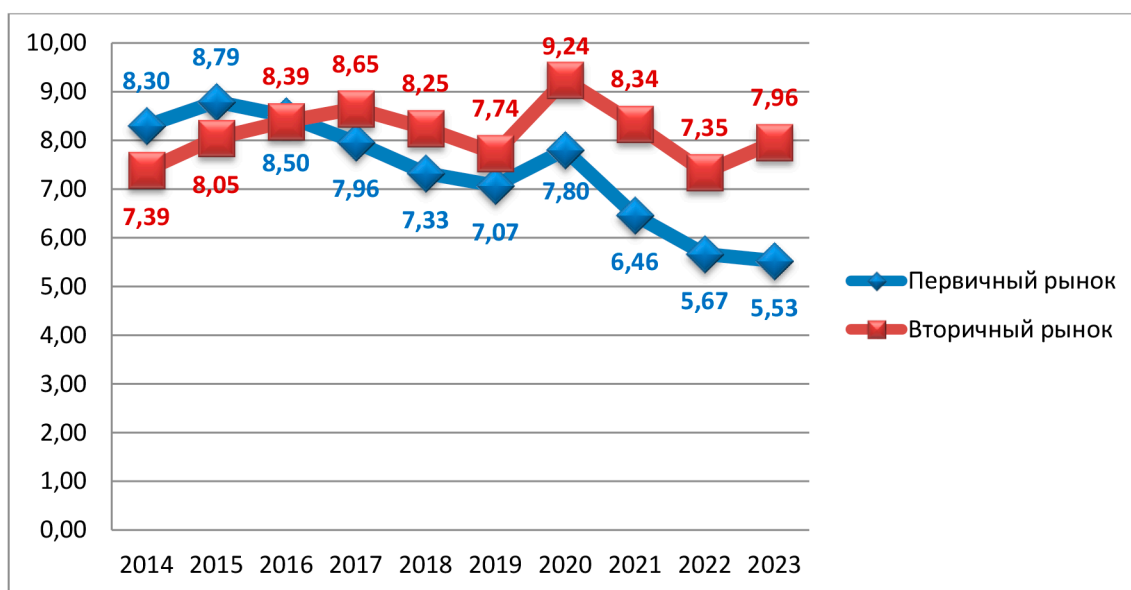


Рис. 3. Динамика соотношения величины материнского (семейного) капитала к средним ценам на рынке жилья за 1 квадратный метр общей площади, м²
Источник: составлено авторами на основе [7]

Такая дифференциация связана с различиями уровня прожиточного минимума в регионах и уровня доходов: для получения ежемесячной выплаты необходимо соответствие определенным критериям, среди которых есть условие о величине дохода семьи, не превышающем двукратный размер прожиточного минимума. Одним из преимуществ данного направления использования материнского капитала является более короткий срок получения – заявление можно подать после рождения ребенка. Из-за существующих рисков население менее активно осуществляет планирование семейного бюджета на долгосрочный период, в связи с чем повышается популярность направлений, позволяющих получить средства в более короткое время. Кроме того, высокая доля в структуре свидетельствует о существовании потребности в дополнительных средствах, обеспечивающих материальные потребности семей (несмотря на наличие множества пособий).

С целью учета потребностей семей возможно расширение [8, с. 102] имеющихся направлений использования материнского капитала: на приобретение автомобиля, ремонт жилых помещений и др. Однако при рассмотрении возможности расширения указанных направлений следует ориентироваться на правовую природу материнского капитала и обеспечение будущих интересов ребенка.

Функционирующая с 2018 г. программа семейной ипотеки, направленная на по-

вышение доступности жилья и улучшение демографической ситуации, активно использовалась гражданами страны. Условия, предоставляющие возможности выгодного приобретения недвижимости (с более низкой ставкой и продолжительным сроком погашения) для широкого круга лиц, побудили граждан активнее приобретать жилые помещения (в качестве сбережений, инвестиций и с целью улучшения жилищных условий), что привело к росту спроса на жилье и ускорению роста цен [9]. Сложившаяся ситуация стала основанием ужесточения условий получения семейной ипотеки и завершения программы льготной ипотеки на строящееся жилье (под 8%).

Значительные объемы государственной поддержки позволили семьям получить жилье на выгодных условиях. Кроме того, постоянно растущие объемы льготного кредитования (не только для семей) в конечном результате приводят к росту цен и созданию дополнительных угроз для жилищного рынка. Охлаждение рынка в данном случае – необходимая мера, которая позволит замедлить рост цен, усилить действие монетарной политики и обеспечить сокращение бюджетных расходов по данному направлению.

Сохранение существующих ориентиров при одновременном повышении адресности позволит более эффективно достигать стратегических задач социально-экономической политики. Так, введенные в 2019 г. меры поддержки в виде выплат в размере 450 тыс.

руб. для многодетных семей на погашение ипотеки в полной мере способствуют усилению целевого характера государственной социальной поддержки определенной категории граждан.

Многообразие форм социальной защиты семьи целесообразно расширить в направлении предоставления дополнительных гарантий для беременных женщин и женщин с детьми, находящихся в трудной жизненной ситуации, путем создания возможностей для круглосуточного проживания в специализированных социальных организациях, оказывающих правовые, медицинские, информационные услуги и психологическую помощь. Однако с целью обеспечения безопасности и должного уровня качества услуг важным является закрепление лицензионной основы функционирования указанных организаций.

Социально-экономическую политику в части обеспечения семьи можно охарактеризовать как всеобщую; она распространяется на все семьи вне зависимости от уровня материального достатка. В это же время в ряде зарубежных стран социальная поддержка данной социально-экономической единицы охватывает только нуждающихся и находящихся за чертой бедности.

Заключение

Социальная защита семьи в нынешних реалиях существенно повысила свою значимость в проводимой социально-экономической политике. Подтверждение этому – результаты проведенного анализа, свидетельствующие о росте государственных расходов на обеспечение семей, увеличении разнообразия видов направлений государственной поддержки, усилении акцента на потребности семей при реализации социально-демографической политики, упрощении порядка получения государственных

выплат различного характера. Наряду с этим важен учет влияния принимаемых решений в этой области на сферу обращения товаров и услуг и региональной специфики.

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) // СПС «КонсультантПлюс». [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/?ysclid=lz64d4rztu115591942 (дата обращения: 07.06.2024).
2. Оперативный доклад об исполнении бюджета Фонда пенсионного и социального страхования Российской Федерации. Официальный сайт Счетной палаты РФ. [Электронный ресурс]. URL: <https://ach.gov.ru/upload/iblock/132/m31jq7hhkt5beapmavbyz4xw860m3kc.pdf> (дата обращения: 07.06.2024).
3. Реестр ЗАГС. Информационно-аналитический портал. [Электронный ресурс]. URL: <https://zags.nalog.gov.ru/analytics/birth> (дата обращения: 29.06.2024).
4. Федеральный закон «О государственных пособиях гражданам, имеющим детей» от 19.05.1995 № 81-ФЗ (последняя редакция) // СПС «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_6659/ (дата обращения: 07.06.2024).
5. Федеральный закон «О страховых пенсиях» от 28.12.2013 № 400-ФЗ (последняя редакция) // СПС «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_156525/ (дата обращения: 07.06.2024).
6. Численность лиц, распорядившихся средствами (частью средств) материнского (семейного) капитала. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. [Электронный ресурс]. URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/smd_1.8.xlsx (дата обращения: 29.06.2024).
7. Динамика средних цен на рынке жилья по Российской Федерации на конец года (с 1998 г.). Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. [Электронный ресурс]. URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Dinamika_sred_1998_2023.xlsx (дата обращения: 07.06.2024).
8. Агафонов В.А., Гарипов Р.С. Нормативно-правовые основания развития программы материнского (семейного) капитала // Вопросы российского и международного права. 2023. Т. 13, № 11–1. С. 97–105.
9. Рабаданова Д.А. Анализ рынка кредитования физических лиц, сгруппированного в портфели однородных ссуд // Вестник Екатеринбургского института. 2022. № 2 (58). С. 105–111.

УДК 332.1
DOI 10.17513/fr.43663

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ В СФЕРЕ ГАЗОСНАБЖЕНИЯ И ГАЗИФИКАЦИИ НА ПРИМЕРЕ ВЛАДИВОСТОКСКОГО ГОРОДСКОГО ОКРУГА

¹Волинчук А.Б., ²Волинчук Я.А.

¹*Институт истории, археологии и этнографии народов Дальнего Востока
Дальневосточного отделения Российской академии наук, Владивосток,
e-mail: i-abv@yandex.ru;*

²*ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет», Владивосток,
e-mail: frolovajana@yandex.ru*

В статье поднимается вопрос о проблемах и перспективах реализации государственной политики в сфере газоснабжения и газификации на примере Владивостокского городского округа. В работе реализован комплексный междисциплинарный анализ потенциала развития территорий Приморского края, с учетом оценки реализации программно-целевого подхода в области газоснабжения и газификации в среднесрочной перспективе. В статье представлены предварительные результаты реализации программных мер, направленных на расширение сетей газоснабжения, модернизацию газопроводов и стимулирование использования газа как энергетического ресурса на территории Приморского края в целом и Владивостокского городского округа в частности. Также представлено содержание основных направлений государственной политики и нормативно-правового регулирования отношений в области газоснабжения и основополагающих принципов реализации данного процесса в регионах. Для подтверждения значимости рассматриваемого вопроса представлены обобщенные показатели газификации российских регионов по итогам 2021–2023 гг. Авторами определены приоритетные направления государственной политики в сфере газификации на территории Владивостокского городского округа. Научная новизна прослеживается в том, что на сегодняшний день одной из ключевых задач работы современного топливно-энергетического комплекса является ускоренная газификация российских регионов, являющаяся одним из наиболее актуальных и необходимых элементов государственной политики Российской Федерации. В этой связи предлагается ряд конструктивных шагов, направленных на изменение сложившейся ситуации посредством более интенсивной реализации программно-целевого подхода и проведения масштабной работы по прокладке газопроводов и строительству сопутствующей инфраструктуры на территории Владивостокского городского округа.

Ключевые слова: регион, региональная политика, территориальное развитие, программно-целевой подход, газификация, газоснабжение, Приморский край, Владивостокский городской округ

PROBLEMS AND PROSPECTS FOR THE IMPLEMENTATION OF STATE POLICY IN THE FIELD OF GAS SUPPLY AND GASIFICATION BY THE EXAMPLE OF VLADIVOSTOK CITY DISTRICT

¹Volynchuk A.B., ²Volynchuk Ya.A.

¹*Institute of History, Archaeology and Ethnography of the Peoples of the Far East Branch
of the Russian Academy of Sciences, Vladivostok, e-mail: i-abv@yandex.ru;*

²*Vladivostok State University, Vladivostok, e-mail: frolovajana@yandex.ru*

The article raises the question of the problems and prospects for implementing state policy in the field of gas supply and gasification using the example of the Vladivostok urban district. The work implements a comprehensive interdisciplinary analysis of the development potential of the territories of the Primorsky Territory, taking into account the assessment of the implementation of the program-targeted approach in the field of gas supply and gasification in the medium term. The article presents preliminary results of the implementation of program measures aimed at expanding gas supply networks, modernizing gas pipelines and stimulating the use of gas as an energy resource in the Primorsky Territory in general and the Vladivostok urban district in particular. The content of the main directions of state policy and legal regulation of relations in the field of gas supply and the fundamental principles for the implementation of this process in the regions are also presented. To confirm the significance of the issue under consideration, the results of gasification of Russian regions based on the results of 2021–2023 are presented. The authors identified priority directions of state policy in the field of gasification in the territory of the Vladivostok urban district. Scientific novelty can be seen in the fact that today one of the key tasks of the modern fuel and energy complex is the accelerated gasification of Russian regions, which is one of the most relevant and necessary elements of the state policy of the Russian Federation. In this regard, a number of constructive steps are proposed aimed at changing the current situation through more intensive implementation of the program-targeted approach and carrying out large-scale work on laying gas pipelines and building related infrastructure in the Vladivostok urban district.

Keywords: region, regional policy, territorial development, program-targeted approach, gasification, gas supply, Primorsky Krai, Vladivostok urban district

Введение

Актуальность темы исследования обусловлена всесторонним поступательным повышением качества жизни населения во всех сферах экономики, в том числе уровня доступа граждан и бизнеса к перспективным и экологически чистым энергетическим ресурсам, как неизменным приоритетом государственной политики.

Правительство РФ активно поддерживает программы газификации, направленные на расширение сетей газоснабжения, модернизацию газопроводов и стимулирование использования газа как энергетического ресурса. Развитие газификации остается одним из приоритетов в энергетической политике страны, поскольку природный газ играет важную роль в обеспечении энергетической безопасности и экономического развития страны. Роль процессов газификации и газоснабжения в социально-экономическом развитии страны сложно переоценить. Переход нашей страны к новой модели газификации регионов может стать мощным драйвером для развития внутреннего рынка газа, повышения комфортности условий проживания россиян, обеспечения доступными и экономичными энергоресурсами отраслей отечественной промышленности, транспорта, бизнеса и учреждений социальной сферы [1].

Газификация Владивостокского городского округа (ВГО) может значительно повысить энергетическую безопасность, снизив зависимость от импорта энергоносителей и диверсифицируя источники энергоснабжения. Если же говорить об экологических аспектах, то переход на газовое отопление и использование газа в качестве топлива для автотранспорта может снизить уровень загрязнения окружающей среды.

Целью исследования является определение возможностей и перспектив реализации государственной политики в сфере газификации и газоснабжения на территории Владивостокского городского округа в рамках реализации программно-целевого подхода путем обеспечения устойчивого социально-экономического развития дальневосточных территорий.

Материалы и методы исследования

Теоретическую основу статьи составил анализ научных трудов таких российских ученых, как М.С. Гайворонская, А.Н. Токарева, Р.С. Тараборин, С.В. Панченко, М.М. Украинцев, С.А. Роговой, Н.А. Польшин, которые рассматривают социально-экономические условия реализации государственной политики в сфере газоснабжения и газификации и определение перспектив ее развития [2–4].

Программно-целевой метод как способ решения крупных и сложных социально-экономических проблем посредством выработки и принятия органами государственного управления системы взаимосвязанных программных мер, которые направлены на достижение определенных целей, связанных с устранением, подавлением, смягчением тех проблем, ради которых они разрабатывались также представлен в работах таких авторов, как Е.И. Добролюбова, Б.А. Райзберг, Н.Я. Хоменко [5–7].

Научная новизна статьи заключается в том, что в работе реализован комплексный анализ потенциала развития сферы газоснабжения и процессов газификации в рамках реализации программно-целевого подхода в сфере развития топливно-энергетического комплекса как базовой структурной составляющей экономики любого региона, обеспечивающей потребности всех ее секторов топливно-энергетическими ресурсами.

В статье дается авторская оценка современного состояния развития процессов газификации и газоснабжения на территории Владивостокского городского округа, а также факторов, которые сдерживают и негативно сказываются на перспективах достижения положительного социально-экономического эффекта от развития данной сферы.

Результаты исследования и их обсуждение

Проблема недостаточной газификации в Российской Федерации существует давно. В 2021 г. Правительство РФ утвердило дорожную карту газификации, в которой поставлены цели достижения полной газификации к 2030 г. Были внесены изменения в Федеральный закон от 31.03.1999 № 69-ФЗ «О газоснабжении Российской Федерации», согласно которым по упрощенной и бесплатной процедуре к газоснабжению будут подключены домохозяйства, расположенные в газифицированных населенных пунктах, но до сих пор не подключенные к газу [8].

В широком смысле понятие газификации регионов связано с организацией деятельности по реализации проектных решений в сфере строительства объектов газовой инфраструктуры, подведению газа в населенные пункты региональных структур, а также подключению к газопроводным инженерным сооружениям промышленных предприятий, социальных учреждений, частных земельных участков и жилых домов.

Государственная политика в сфере газификации российских регионов включает в себя следующие поэтапные элементы:

1. Установление целей, задач и приоритетов, направленных на повышение уровня

социально-экономического благосостояния населения российских регионов.

2. Разработка и планирование основных составляющих государственной стратегии, определяющей ключевые направления развития системы газоснабжения и газификации регионов.

3. Выбор, обоснование и принятие государственных решений для достижения поставленных целей и задач в сфере газификации регионов России.

4. Анализ и оценка финансовой реализуемости управленческих инициатив в сфере газификации региональных структур.

5. Мониторинг выполнения мероприятий и оценка достижения целевых индикаторов, установленных в рамках реализации межрегиональных и региональных программ газификации [9].

Содержание основных направлений государственной политики в области газоснабжения в РФ основывается на соблюдении следующих основополагающих принципов:

- улучшение социально-экономических условий жизни населения, обеспечение развития перспективных направлений научно-технического прогресса, с учетом промышленной и экологической безопасности государства, в целях развития ключевых отраслей национальной экономики на основе реализации государственной поддержки развития газоснабжения в российских регионах;

- обеспечение организационных мер государственного регулирования, направленных на предупреждение негативных последствий нерационального использования запасов природного газа;

- разработка, формирование и реализация программ газификации разного уровня в целях повышения уровня обеспечения природным газом промышленных предприятий, объектов социальной инфраструктуры и жилищно-коммунального хозяйства, расположенных как на федеральных территориях, так и на отдельных территориях субъектов РФ;

- определение основ ценовой стратегии и тактики ценообразования в отношении услуг по транспортировке и реализации газа до потребителей;

- создание условий для широкого использования природного газа в качестве моторного топлива и сырьевого ресурса для химической промышленности;

- обеспечение мероприятий по развитию существующих и разработке новых перспективных групп газовых месторождений в целях поддержания надежной сырьевой базы для добычи природного газа;

- обеспечение организационных основ энергетической безопасности страны [8].

Однако, несмотря на значительные достижения государственной политики в сфере газификации российских регионов, на сегодняшний день существуют некоторые объективные причины, обусловившие необходимость введения принципиально нового подхода к процессам развития газоснабжения и газификации субъектов РФ. К числу этих проблем следует отнести наличие существенных различий в обеспечении газом потребителей городов и сельских населенных пунктов, а также неравномерность газификации отдельных регионов. Например, в Центральном, Южном, Северо-Кавказском и Приволжском федеральных округах уровень газификации субъектов РФ доходит до 90%. При этом в ряде субъектов РФ, расположенных в основном в границах Восточной Сибири и Дальнего Востока, реализация проектных решений в сфере строительства объектов газовой инфраструктуры находится еще на стадии становления [10].

На сегодняшний день основными направлениями деятельности ООО «Газпром газификация» в области газификации регионов являются следующие:

1. Комплексное развитие газоснабжения и газификации российских регионов, являющееся одним из наиболее масштабных и социально значимых направлений работы единого оператора на внутреннем рынке. Данное направление нацелено на:

- достижение к 2030 г. максимально возможного (100%) уровня газификации населенных пунктов, включая население и экономику всех субъектов РФ;

- удовлетворение платежеспособного спроса на газовый энергоресурс;

- улучшение бытовых условий и повышение уровня комфорта жителей регионов, в том числе в сельской местности;

- достижение ускоренных темпов роста экономического потенциала и инвестиционной привлекательности субъектов Российской Федерации [11].

2. Участие в программе «социальной газификации» домовладений и социальных объектов. Данное направление предусмотрено для газифицированных населенных пунктов, то есть тех, в которых проложены газораспределительные сети и осуществляется транспортировка газа.

3. Газификация и газоснабжение регионов Восточной Сибири, Дальнего Востока и южных регионов России. Особое внимание здесь будет уделено газификации промышленных потребителей и населенных пунктов вдоль трасс магистральных газопроводов «Сила Сибири» и «Сахалин – Хабаровск – Владивосток». В первую очередь

планируется газифицировать жилой частный сектор, предприятия и котельные, использующие мазут, дизельное топливо и электроэнергию для энергетических целей, а также новые промышленные производства [10].

Таким образом, государственная политика России в сфере газоснабжения и газификации региональных структур представляет собой комплекс регулятивных действий, направленных на достижение конкретных целей и задач, связанных с обеспечением эффективного функционирования объектов газораспределительной системы Российской Федерации с учетом социальных, экологических и экономических условий ее развития.

Программно-целевой подход в рамках реализации государственной политики в сфере газификации на территории РФ обусловлен рядом нерешенных проблем в данной области. Во-первых, это недостаточная пропускная способность магистральной инфраструктуры, во-вторых, отсутствие должного уровня координации региональных программ со стороны уполномоченных органов, в-третьих, дефицит источников финансирования программных мероприятий в регионах и, в-четвертых, проблема «последней мили», подключение которой возложено на муниципальные органы власти [12].

В рамках государственной инициативы Правительством РФ совместно с Единым региональным оператором и представителями региональных органов власти запланирован охват процессом газификации более 3600 населенных пунктов в 72 субъектах страны. В таблице представлены результаты газификации российских регионов в 2021–2023 гг. [13].

За последние три года реализации программы в российских регионах было завершено строительство 515 межпоселковых газопроводов общей протяженностью более 8,9 тыс. км, а возможность подключения к сетевому газу получили потребители в 1165 населенных пунктах. Также на территориях российских регионов реализуются

местные программы «социальной газификации» (догазификация), в рамках которой Правительство РФ предоставляет гражданам возможность подвести газ до границ своего земельного участка бесплатно. За ее реализацию отвечают местные газораспределительные организации. Все остальные работы, проводимые на частных участках, выполняются за счет домовладельцев [14]. Подключить домовладение в рамках программы «социальной газификации» можно при соблюдении ряда условий, к которым, в частности, относятся:

- наличие российского гражданства у заявителей, претендующих на участие в программе «социальной газификации»;
- включение данного населенного пункта в программу «социальной газификации»;
- расположение домовладения в газифицированном населенном пункте;
- использование энергоресурса исключительно в целях домашнего потребления, поскольку организация работ в рамках «социальной газификации» не затрагивает предпринимательскую деятельность.

Поддерживая участников программы «социальной газификации», региональные органы власти оказывают им дополнительную субсидиарную помощь в виде единовременной денежной выплаты. С 2023 г. по поручению президента России размер субсидии должен составлять не менее 100 тыс. руб. в расчете на одно домовладение.

В связи с вводом в действие магистрального газопровода «Сахалин – Хабаровск – Владивосток» и началом в 2011 г. поставок в Приморский край природного газа постановлением Администрации Приморского края от 27.12.2019 № 939-па утверждена государственная программа «Энергоэффективность, развитие газоснабжения и энергетики в Приморском крае» на 2020–2027 гг. [15]. В рамках данной программы предусмотрена реализация отдельной подпрограммы «Создание и развитие системы газоснабжения Приморского края», ожидаемые результаты которой представлены на рис. 1.

Показатели газификации российских регионов по итогам 2021–2023 гг.

Показатель	2021 г.	2022 г.	2023 г.	Итого
Число проведенных газопроводов, ед.	163	177	175	515
Число населенных пунктов, подключенных к сетевому газу, ед.	342	423	400	1165
Число газифицированных котельных, ед.	285	306	296	887
Число домовладений, подключенных к газовой сети в рамках работ по догазификации, тыс. ед.	390	502	448	1340
Уровень газификации, %	72,1	73,1	73,8	73,8

Ожидаемые результаты	строительство объектов газозаправочной инфраструктуры
	разработка схем газоснабжения
	строительство сетей газоснабжения
	увеличение объема потребления природного газа
	увеличение количества населенных пунктов, газифицированных природным газом
	увеличение количества разработанных проектов в рамках программ газификации

Рис. 1. Ожидаемые результаты реализации подпрограммы «Энергоэффективность, развитие газоснабжения и энергетики в Приморском крае» на 2020–2027 гг.

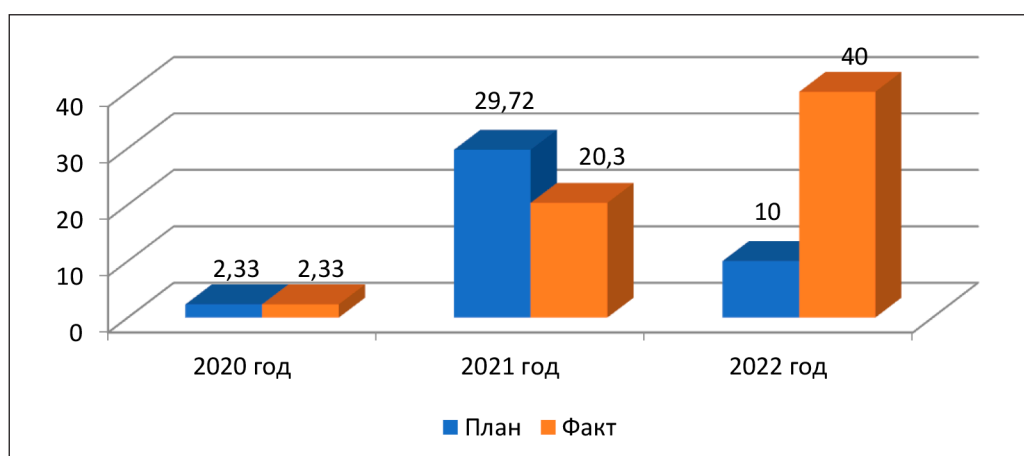


Рис. 2. Общая протяженность построенных сетей газоснабжения на территории Приморского края за 2020–2022 гг., км

За 2020–2022 гг. на территории Приморского края были построены сети газоснабжения общей протяженностью 62,63 км, что наглядно представлено на рис. 2.

На территории Владивостокского городского округа реализуется муниципальная программа «Энергосбережение, повышение эффективности и развитие газоснабжения во Владивостокском городском округе» на 2014–2025 годы, утвержденная постановлением Администрации города Владивостока от 20.09.2013 г. № 2710 [16]. Программа включает в себя отдельную подпрограмму «Создание и развитие системы газоснабжения в ВГО» на 2014–2025 гг. Целями подпрограммы является развитие систем газоснабжения для надежного обеспечения энергоресурсами экономики и населения Владивостокского городского округа, а также проведение мероприятий по работе с бесхозными объектами недвижимого имущества, используемыми для передачи природного газа.

Подача природного газа на территорию Владивостокского городского округа осуществляется по магистральному газопроводу «Сахалин – Хабаровск – Владивосток», через газораспределительную станцию (ГРС) ГРС-1 Владивосток.

Газораспределительной организацией на территории Владивостокского городского округа является АО «Газпром газораспределение Дальний Восток». С начала поставок сетевого газа во Владивостоке были введены в эксплуатацию три распределительных газопровода, снабжающих топливом крупнейших потребителей. Ведется строительство магистрального газопровода-отвода и газораспределительной станции ГРС-2 Владивосток. Местоположение ГРС-2 город Владивосток определено «Генеральной схемой газоснабжения и газификации Приморского края», разработанной ООО «ГазпромПромгаз» в 2021 г. [17]. Завершить строительство планируется до конца 2024 г.

Строительство магистрального газопровода-отвода и ГРС 2 Владивосток связано с тем, что фактическая загруженность ГРС-1 Владивосток немного меньше, чем ее проектная мощность, это означает, что в настоящее время потребление газа действующими объектами газопотребления производится не на полную мощность. По техническим условиям производительность ГРС-1 Владивосток исчерпана, в связи с чем необходимо ее техническое перевооружение.

Во Владивостоке газифицированы такие предприятия, как ВТЭЦ-2, ВТЭЦ-1 и ТЭЦ «Восточная» АО «ДГК», ТЭЦ «Северная», ООО «МСМР». На острове Русский – мини-ТЭЦ «Центральная», мини-ТЭЦ «Океанариум», мини-ТЭЦ «Северная», ДВФУ. Подключение данных объектов было обеспечено еще в 2011–2018 гг. При этом ряд других важных объектов энергоснабжения городского округа продолжают использовать в качестве топлива мазут и уголь. Из всех котельных города газифицированы лишь три. По данным администрации Владивостока газификация других котельных города в ближайшие годы не ожидается [18].

К числу причин, которые тормозят реализацию программы газификации Приморского края, относятся недостаточное финансирование мероприятий и нехватка подрядных организаций, способных качественно и в срок выполнять необходимые работы. Кроме того, существенно затягивают строительство инфраструктуры сложности, которые возникают у газовиков с оформлением участков и прохождением трубы по землям Минобороны РФ, РЖД и частных владельцев.

В планах ПАО «Газпром» строительство газопровода с возможностью подключения частного сектора на улицах Лесной, Залесной, Барклай, Раевского, Камской, Неманской, Голицына, Капонирной, Фортовой, Рионской и в пер. Гусарский.

На сегодняшний день основным источником по обеспечению производственным паром, тепловой и электрической энергией промышленности и населения города Владивостока является ВТЭЦ-2 – самая мощная станция в системе ДГК на территории Приморского края. В 2021 г. началась масштабная реконструкция данной тепловой электроцентрали. В течение 2021–2022 гг. были завершены работы по переводу на газ котловых агрегатов № 14, № 13 и № 12, проведена замена оборудования турбоагрегатов № 1, № 2, № 3. В целях повышения эффективности работы станции и улучшения экологической обстановки во Владивостокском городском округе проводится модернизация

последнего пылеугольного котла № 11 с переводом на газовый ресурс.

В 2020 г. ООО «Газпром СПС проектирование» завершило предынвестиционное исследование по заводу «Владивосток-СПГ». «Владивосток-СПГ» предполагает строительство в районе Владивостока завода по производству сжиженного природного газа мощностью 1,5 млн т в год.

За последние три года в рамках муниципальной подпрограммы «Создание и развитие системы газоснабжения в ВГО» на 2014–2025 гг. мероприятия по газоснабжению и газификации ограничились следующими мероприятиями:

- выполнена научно-исследовательская работа по корректировке на период до 2036 года «Схемы газоснабжения и газификации Владивостокского городского округа на период до 2025 года»;

- выполнены работы по корректировке проектной и рабочей документации по строительству распределительного газопровода для газоснабжения муниципальной котельной № 79, расположенной по адресу: г. Владивосток, ул. Александровича, дом 48;

- выполнены работы по корректировке проектной и рабочей документации по строительству распределительного газопровода от ГРП «Пригород-1» для газоснабжения муниципальной котельной № 61, расположенной по адресу: г. Владивосток, ул. 2-я Шоссейная, в районе дом 1а (два этапа строительства). При этом работы по строительству распределительного газопровода для газоснабжения этой котельной, запланированные в 2023 г., не были реализованы в связи с изменением сроков строительства;

- разработана проектная документация для подключения к газовому ресурсу котельной № 61 (пос. Трудовое), снабжающей весь населенный пункт и еще несколько социальных объектов за его пределами горячей водой и отоплением и котельную № 79 по адресу: г. Владивосток, ул. Александровича, дом 48. Реконструкция этих муниципальных котельных ожидается только в 2026 г. [19];

- две котельные переведены на газовый ресурс вместо запланированных четырех объектов.

Таким образом, в целях максимального обеспечения сетевым природным топливом жителей российских регионов, а также объектов социальной инфраструктуры и промышленных предприятий, расположенных на территории РФ, Правительством РФ инициирована пятилетняя программа газификации, в соответствии с которой регионы разрабатывают собственные планы по проведению газа в конкретные населенные пун-

кты. Газ доводится до границ населенного пункта, а дальше уже действуют местные программы «социальной газификации», предполагающие бесплатное проведение энергоресурса до границ домовладений. В связи с этим реализация мероприятий по развитию системы газораспределения предлагается в два этапа:

1. Первый этап – 2024–2026 гг. Включает проектирование и строительство газопроводов и газорегуляторных пунктов для обеспечения природным газом объектов газопотребления с реализацией до конца 2026 г. В первый этап реализации мероприятий по развитию системы газораспределения включены следующие объекты:

- участки газораспределительной сети, запроектированные Схемой газоснабжения и газификации ВГО на период до 2036 г. и проектируемые на момент ее корректировки;

- участки для подачи природного газа к объектам газопотребления первого этапа – объекты газопотребления, получившие технические условия на технологическое присоединение к газораспределительным сетям от газораспределительной организации Приморского производственно-эксплуатационного управления АО «Газпром газораспределение Дальний Восток»;

- газорегуляторные пункты для обеспечения природным газом индивидуальной жилой застройки, планируемой к газификации Приморским производственно-эксплуатационным управлением АО «Газпром газораспределение Дальний Восток».

В рамках первого этапа до конца 2026 г. планируется завершить строительство следующих проектов: межпоселковые газопроводы: ГРС-2 Владивосток – ГГРП Пригород 4 и головной газорегуляторный пункт ГГРП Пригород 4; распределительные газопроводы от ГГРП Пригород 4 до ГРП Пригород 1 и ГРП Пригород 2; от ГРП «Пригород-1» для газоснабжения муниципальной котельной № 61 и муниципальной котельной № 79; газорегуляторные пункты ГРП Пригород 1 и ГРП Пригород 2.

В рамках второго этапа до конца 2030 г. необходима реализация проектных решений, а именно: техническое перевооружение ГРС-1 Владивосток; строительство газопровода-перемычки между межпоселковыми газопроводами, проходящими от ГРС-1 Владивосток и ГРС 2 г. Владивосток; а также строительство автомобильных газовых наполнительных компрессорных станций (АГНКС), использующих природный газ (метан).

Предполагается, что ключевыми потребителями газового топлива на автомобильных газовых наполнительных компрессор-

ных станциях будут являться предприятия, использующие крупнотоннажную технику, предприятия ЖКХ, а также компании, владеющие пассажирским и грузовым транспортом [20]. Приоритетными направлениями государственной политики в сфере газификации на территории ВГО должны стать:

1. Социальная газификация – комплекс мероприятий по обеспечению природным газом социально значимых объектов, частных домовладений, а также многоквартирных домов, где газоснабжение отсутствует или недостаточно развито. Переход котельных и жилых домов на природный газ снижает выбросы вредных веществ в атмосферу, что улучшает экологическую обстановку в регионах. Газификация позволит создать новые рабочие места во ВГО, стимулируя развитие строительного комплекса и смежных отраслей. Реализация масштабных программ требует участия значительного числа специалистов, что имеет важное социально-экономическое значение для территорий.

2. Подключение к снабжающему газопроводу промышленных объектов. В первую очередь газификация промышленных объектов обеспечивает их бесперебойным отоплением. Во-вторых, это возможность непрерывной подачи горячей воды. В-третьих, газ может использоваться в различных технологических процессах в качестве топлива, а некоторым предприятиям нужна подача пара [21].

3. Подключение к снабжающему газопроводу других предприятий. Сегодня многие руководители предприятий, которые задумываются о газификации своих объектов, стоят перед выбором – магистральное газоснабжение или автономное. Возможными предприятиями центральной газификации могут быть производственные цеха, административные корпуса, бизнес-центры, котельные, торговые центры, предприятия гостиничного комплекса, рестораны, кафе, пиццерии, банные комплексы [22].

Заключение

В России существует значительный производственный потенциал для увеличения поставок природного газа на внутренний рынок, в том числе без значимых инвестиций на стадии добычи, что улучшит экономическое состояние газовой отрасли.

Задачи государства в сфере развития систем газоснабжения и газификации направлены на достижение социально-экономических и геополитических национальных приоритетов России. В настоящее время основными потребителями природного газа являются региональные объекты энерге-

тики. В фокусе деятельности органов государственного управления по реализации политики в сфере газификации находится обеспечение потребностей населения и отраслей национальной экономики в оказании качественных, надежных и безопасных услуг в данном направлении.

Газификация Владивостокского городского округа может значительно повысить энергетическую безопасность, снизив зависимость от импорта энергоносителей и диверсифицируя источники энергоснабжения. Если же говорить об экологических аспектах, то следует отметить, что переход на газовое отопление и использование газа в качестве топлива для автотранспорта может снизить уровень загрязнения окружающей среды.

Список литературы

1. Новак А.В. Социальный приоритет – газификация регионов // Энергетическая политика. Секция: Экономика и бизнес. 2020. № 11 (153). С. 4–11.
2. Гайворонская М.С. Социально-экономическая оценка условий и перспектив развития газификации домохозяйств России: дис. ... канд. экон. наук. Москва, 2023. 131 с.
3. Тараборин Р.С. Государственная политика России в сфере газоснабжения: характеристика и перспективы // Экономика и социум. 2020. № 5–2 (72). С. 188–194.
4. Токарева А.Н., Панченко С.В., Украинцев М.М., Роговой С.А., Польшин Н.А. Обоснование схемы и параметров газораспределительной сети производственной базы // Агротехника и энергообеспечение. 2022. № 1 (34). С. 79–87.
5. Хоменко Н.Я. Программно-целевой метод государственного управления: понятие и особенности // NovaUm. Ru. 2023. № 42. С. 14–16.
6. Добролюбова Е.И. Методическое пособие по разработке (коррекции) и организации реализации государственных программ. М.: Машиностроение, 2019. 250 с.
7. Райзберг Б.А. Ресурсоемкость целей государственных социально-экономических программ как критерий эффективности программно-целевого бюджетирования // Проблемы экономики и юридической практики. 2018. № 1. С. 8–12.
8. Семикашев В.В., Гайворонская М.С. Анализ текущего состояния и перспективы газификации России на период до 2030 г. // Проблемы прогнозирования. 2022. № 1 (190). С. 91–100.
9. О газоснабжении в Российской Федерации: Федеральный закон от 31.03.1999 № 69-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс». [Электронный ресурс] URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_22576/?ysclid=lv4ot90iz91885720 (дата обращения: 23.07.2024).
10. Новак А.В. Ускоренная газификация регионов России – благополучие и комфорт наших граждан // Энергетическая политика. 2022. № 7 (173). С. 6–11.
11. Газификация регионов России // Сайт Группы «Газпром межрегионгаз» [Электронный ресурс]. URL: <https://mrg.gazprom.ru/about/gasification/?ysclid=lvseh86l2f395682331> (дата обращения: 24.06.2024).
12. Тверской И. Пути совершенствования системы управления развитием газоснабжающей отрасли России // Энергетическая политика. 2024. № 4 (195). С. 38–53.
13. Кульбакин П.М., Рубан-Лазарева Н.В. Анализ текущего состояния и перспективы газификации России на период до 2030 г. // Инновации и инвестиции. 2023. № 9. С. 424–429.
14. «Газпром» подключил к газу в 2023 году 400 населенных пунктов. // Сайт информационного агентства «EADaily» [Электронный ресурс]. URL: <https://eadaily.com/ru/news/2023/12/19/gazprom-podklyuchit-k-gazu-v-2023-godu-400-naselennyh-punktov> (дата обращения: 24.06.2024).
15. Об утверждении государственной программы Приморского края «Энергоэффективность, развитие газоснабжения и энергетики в Приморском крае» на 2020–2027 годы: постановление Администрации Приморского края от 27.12.2019 № 939-па // СПС «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.consultant.ru/regbase/cgi/online.cgi?req=doc&base=RLAW020&n=140276#SERBIDUQtghsiGiB> (дата обращения: 24.06.2024).
16. Об утверждении муниципальной программы «Энергосбережение, повышение эффективности и развитие газоснабжения во ВГО» на 2014–2025 годы: постановление Администрации города Владивостока от 20.09.2013 г. № 2710 // Сайт Администрации г. Владивостока [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vlc.ru/economy/municipal-programs/?ysclid=wlncptqlu283852832> (дата обращения: 21.06.2024).
17. Газораспределительную станцию и газопровод строят во Владивостоке // Сайт Правительства Приморского края [Электронный ресурс]. URL: <https://primorsky.ru/news/295152/?ysclid=lwkur5vzn0382633803> (дата обращения: 22.06.2024).
18. Когда Приморье вздохнет спокойно? До полной газификации тепло- и энергоснабжающих предприятий края еще далеко // Новости Владивостока на VL.ru [Электронный ресурс]. URL: <https://www.newsvl.ru/vlad/2024/02/26/222289/> (дата обращения: 29.06.2024).
19. Во Владивостоке разработана проектная документация для подключения двух котельных к газу // Сайт администрации города Владивосток [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vlc.ru/event/news/80297/> (дата обращения: 29.06.2024).
20. Андреев В.А., Волыничук Я.А., Султанова Е.В. Исследование пространственной и функциональной моделей развития Владивостокской городской агломерации // Фундаментальные исследования. 2016. № 12–4. С. 821–825.
21. Газификация промышленных объектов: как газифицировать предприятие [Электронный ресурс]. URL: <https://sovet-ingenera.com/gaz/docs/gazifikatsiya-promyshlennyh-obektov.html> (дата обращения: 29.06.2024).
22. Газификация предприятий [Электронный ресурс]. URL: https://nmgaz.ru/gaz_predpriyatiy (дата обращения: 22.06.2024).

УДК 332.12
DOI 10.17513/fr.43664

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ПРИМОРСКОГО КРАЯ

Лебединская Ю.С., Пермитин Н.Н.

ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет», Владивосток,
e-mail: Yuliya.Lebedinskaya@yvsu.ru, permitin.nikita@mail.ru

Целью научного исследования является выявление основных тенденций экономического развития региона на примере Приморского края. Для исследования использовались данные Федеральной службы государственной статистики (Росстат), предоставляемые Правительством Приморского края за пятилетний период, обработанные такими методами, как сравнительный, статистический и динамический анализы, экспертно-аналитический, экономико-математические методы, графический метод. В научной статье авторы провели анализ экономического развития Приморского края, по итогам которого выявлен ряд тенденций, характеризующих экономику региона за 2015–2020 гг., а именно: представили основные индикаторы развития экономики Приморского края; проанализировали динамику региональных показателей, таких как защищенность экономики, валового регионального продукта; выявили влияние на экономику региона таких факторов, как экономический, социальный, экологический и фактор инновационного развития. Проведенный анализ выявил уровень экономического роста региона, что способствует привлечению прямых иностранных инвестиций в край из стран Восточной Азии, повышающих инвестиционную привлекательность Приморья. Однако данный фактор снижает уровень диверсификации инвестиционных рисков, повышая финансовый риск в региональной экономике. Негативной тенденцией является снижение доли как теневой экономики, так и неформального сектора в целом в объеме региональной экономики.

Ключевые слова: тенденции, экономика, регион, Приморский край, развитие

THE MAIN TRENDS IN THE ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE PRIMORSKY KRAI

Lebedinskaya Yu.S., Permitin N.N.

Vladivostok State University, Vladivostok,
e-mail: Yuliya.Lebedinskaya@yvsu.ru, permitin.nikita@mail.ru

The purpose of the scientific research is to identify the main trends in the economic development of the region using the example of Primorsky Krai. The study used data from the Federal State Statistics Service (Rosstat) provided by the Government of Primorsky Krai for a five-year period, processed by such methods as: comparative, statistical and dynamic analysis, expert-analytical, economic and mathematical methods, graphical method. In the scientific article, the authors analyzed the economic development of Primorsky Krai, which resulted in a few trends characterizing the region's economy for the period 2015-2020. Namely, they presented the main indicators of the development of the economy of Primorsky Krai. They analyzed the dynamics of regional indicators such as: economic security, gross regional product. They identified the impact of such factors on the region's economy as: economic, social, environmental and innovative development factors. The analysis revealed the level of economic growth in the region, which helps to attract foreign direct investment to the region from East Asian countries, increasing the investment attractiveness of Primorye. However, this factor reduces the level of diversification of investment risks, increasing the financial risk in the regional economy. A negative trend is the decrease in the share of both the shadow economy and the informal sector in the volume of the regional economy.

Keywords: trends, economy, region, Primorsky Krai, development

Введение

Приморский край является субъектом Российской Федерации на юге Дальнего Востока в юго-восточной части страны. Регион входит в состав Дальневосточного федерального округа. Региональной столицей Приморского края является город Владивосток. Регион обладает богатыми запасами полезных ископаемых, среди которых преобладают горно-химическое и горнорудное сырье для цветной металлургии (олово, свинцово-цинковые и борсодержащие руды, вольфрам), каменный и бурый уголь, торф, стройматериалы. Водные ресурсы

Приморского края представлены озерами и реками, имеющие ценность как нерестилище проходных лососевых рыб – горбуши, симы, кеты [1].

Выявление основных тенденций экономического развития любого субъекта Российской Федерации необходимо для рациональной и эффективной бюджетной политики государственных властей в регионе, а также для привлечения инвестиций в регион и создания новых предпринимательских структур в регионе [2].

Цель исследования – проанализировать основные тенденции экономического развития Приморского края.

Материалы и методы исследования

В научной работе применяются такие методы, как сравнительный, статистический и динамический анализы, экспертно-аналитический, экономико-математические методы, графический метод. Для анализа использовались данные Росстата, предоставляемые Правительством Приморского края за пятилетний период.

Результаты исследования и их обсуждение

Современное состояние экономики региона характеризуется следующими показателями по данным Росстата. По итогам 2020 г. основной вклад в валовой региональный продукт принадлежит следующим отраслям: транспортировка и хранение – 18,3%; торговля оптовая и розничная и ремонт автотранспортных средств и мотоциклов – 15,9%; государственное управление и обеспечение военной безопасности, социальное обеспечение – 12,3%; деятельность по операциям с недвижимым имуществом – 11,3%.

В объеме отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами по добыче полезных ископаемых Приморский край занял 40-е место в России (в федеральном округе – 9-е), по обрабатывающим производствам – 46-е (2-е), по обеспечению электрической энергией, газом и паром; кондиционированию воздуха – 23-е (2-е), по водоснабжению; водоотведению, организации сбора и утилизации отходов, деятельности по ликвидации загрязнений – 34-е (1-е).

Среди регионов России на долю Приморского края в 2020 г. приходится около 18% объема производства рыбы переработанной и консервированной, ракообразных и моллюсков. Регион имеет развитое сельское хозяйство. По итогам 2020 г. основными выращиваемыми в Приморском крае сельскохозяйственными культурами являются рис, соя, пшеница, ячмень, овес, картофель и овощи, а также в крае добывают пушнину и панты. Развиты мясомолочное животноводство, оленеводство, пчеловодство. Оборот розничной торговли составил 434,7 млрд руб., или 94,3% к показателю 2019 г.

По уровню оборота розничной торговли на душу населения Приморский край занял 24-е место в Российской Федерации (в 2019 г. – 20-е место). В структуре оборота розничной торговли удельный вес пищевых продуктов составил 53,7%, непродовольственных товаров – 46,3% (в 2019 г. – соответственно 47,4 и 52,6%). Оборот обще-

ственного питания составил 13,1 млрд руб., или 64,9% к 2019 г.

Сальдированный финансовый результат (прибыль минус убыток) деятельности организаций составил 70392 млн руб. Внешнеторговый оборот края составил 7932,2 млн долл. США, в том числе экспорт – 2 844,8 млн долл. США, или 70,0% к уровню 2019 г., импорт – соответственно 5087,4 млн долл. США или 97,3%. Для выявления основных тенденций в экономическом развитии Приморского края в табл. 1 сведены основные индикаторы, характеризующие состояние экономики региона по основным сферам жизнедеятельности общества за 2015–2020 гг. Для анализа показателей в табл. 1 использован метод построения графиков, таблица составлена по данным Росстата.

На рис. 1 отражены результаты анализа динамики показателей экономической защищенности региона.

К отрицательным тенденциям в показателях экономической защищенности региона (рис. 1) можно отнести незначительное снижение плотности населения. При этом наблюдается устойчивый существенный рост валового регионального продукта на единицу площади региона, что характеризует экономику региона как стабильно растущую. Менее выраженный, но также стабильный темп роста обнаружен в показателе «Насыщенность инвестициями на единицу площади», что косвенно свидетельствует о качественном росте экономики региона. Более того, наблюдаемая на данном фоне тенденция к росту отраслевого разнообразия является следствием роста диверсификации экономики Приморского края, что снижает риски, тем самым привлекая инвестиции в регион [3].

Результаты анализа динамики показателей ВРП отражены на рис. 2.

Согласно графику (рис. 2), за 2015–2020 гг. ВРП и ВРП на душу населения Приморского края в текущих ценах имеют стабильную равномерную динамику. Однако индекс физического объема ВРП Приморского края, характеризующий реальный объем показателя, свидетельствует о том, что в экономике региона стадия роста наступила с 2017 г. Спад индекса физического объема ВРП в 2020 г. предположительно связан с мировым кризисом из-за распространения COVID-19 [4]. Таким образом, можно утверждать, что в Приморском крае с 2017 г. наблюдается устойчивая тенденция экономического роста.

Проведенный анализ динамики влияния экономических факторов в Приморском крае отражен на рис. 3.

Таблица 1

Основные индикаторы развития экономики Приморского края за 2015–2020 гг.

Показатели	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Плотность населения, чел./км ²	11,71	11,68	11,62	11,55	11,51	11,40
ВРП на единицу площади, млн руб. на км ²	4,36	5,23	5,50	5,86	6,49	6,68
Насыщенность инвестициями, млн руб. на км ²	0,85	0,79	0,79	0,88	1,11	1,39
Коэффициент разнообразия отраслей, ед.	0,48	0,48	0,55	0,54	0,54	0,53
ВРП на душу населения, тыс. руб. на чел.	371,60	446,92	472,49	506,05	563,02	582,95
Инфляция, %	11,91	4,85	1,78	4,22	3,15	5,01
Инвестиции в ОК к ВРП, %	19,40	15,16	14,45	14,97	17,03	20,86
Степень износа ОФ, %	33,60	36,70	40,60	44,1	43,9	44,50
Сальдо внешнеторгового оборота к ВРП, млн долл. США	-9,38	-7,13	-4,27	-5,20	-6,64	-15,06
Дефицит бюджета к ВРП, %	-0,02	0,54	0,49	1,73	0,20	-1,28
Отношение среднедушевых доходов населения к прожиточному минимуму, ед.	2,48	2,51	2,65	2,74	2,78	2,66
Отношение средней пенсии к средней заработной плате, ед.	36,57	49,65	35,73	34,01	32,35	32,00
Уровень безработицы, %	6,00	6,00	5,40	5,40	5,20	5,50
Ожидаемая продолжительность жизни при рождении, лет	69,20	69,66	70,36	70,48	70,54	69,55
Размер жилья на одного жителя, м ²	22,40	22,60	22,90	23,12	23,50	24,00
Расходы консолидированного бюджета на здравоохранение, образование и социальную политику, млн руб.	9,17	6,97	7,08	7,32	7,90	9,82
Доля отгруженной инновационной продукции во всей отгруженной продукции, %	0,30	0,50	0,50	7,30	8,32	2,20
Число лиц, занятых научными исследованиями и разработками, на 10 тыс. занятого населения	60,18	57,34	58,53	59,43	60,43	62,82
Внутренние затраты на научные исследования и разработки, % к ВРП	0,93	0,75	0,76	0,83	0,68	0,77
Число поданных заявок на изобретения и полезные модели на 10 тыс. населения	1,08	1,01	0,91	0,83	0,87	0,72
Сброс загрязненных сточных вод, тыс. м ³ /км ²	1,77	1,68	1,63	1,62	1,57	1,58
Выбросы загрязняющих веществ в атмосферу, кг/км ²	1,17	1,13	1,13	1,10	1,08	1,03
Лесовосстановление (доля восстановленных лесов, %)	0,10	0,09	0,12	0,21	0,10	0,09
Доля объема теневой экономики в ВВП РФ	4,20	4,40	4,30	4,00	3,80	3,90
Доля объема неформальной экономики в ВВП РФ, %	8,80	8,70	8,30	7,70	7,70	8,10

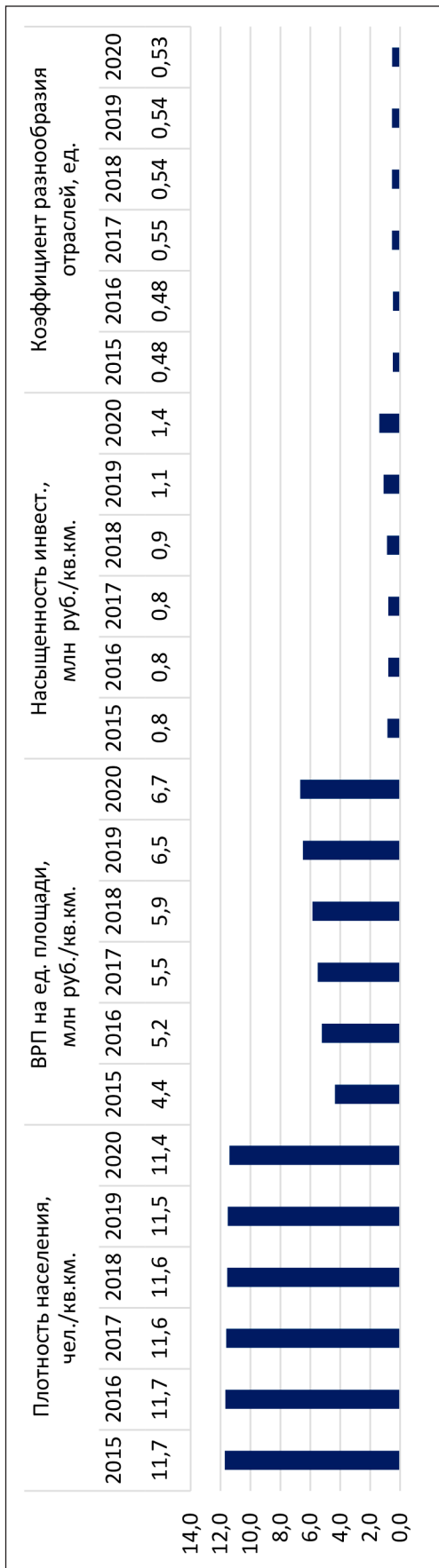


Рис. 1. Анализ динамики показателей защищенности экономики Приморского края за 2015–2020 гг.

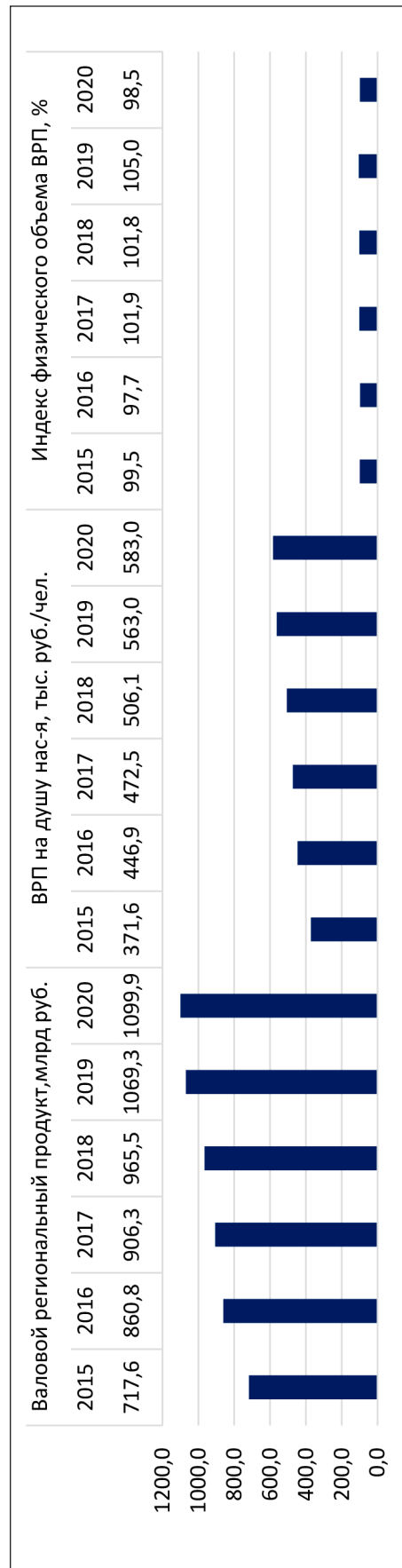


Рис. 2. Анализ динамики показателей ВРП Приморского края за 2015–2020 гг.

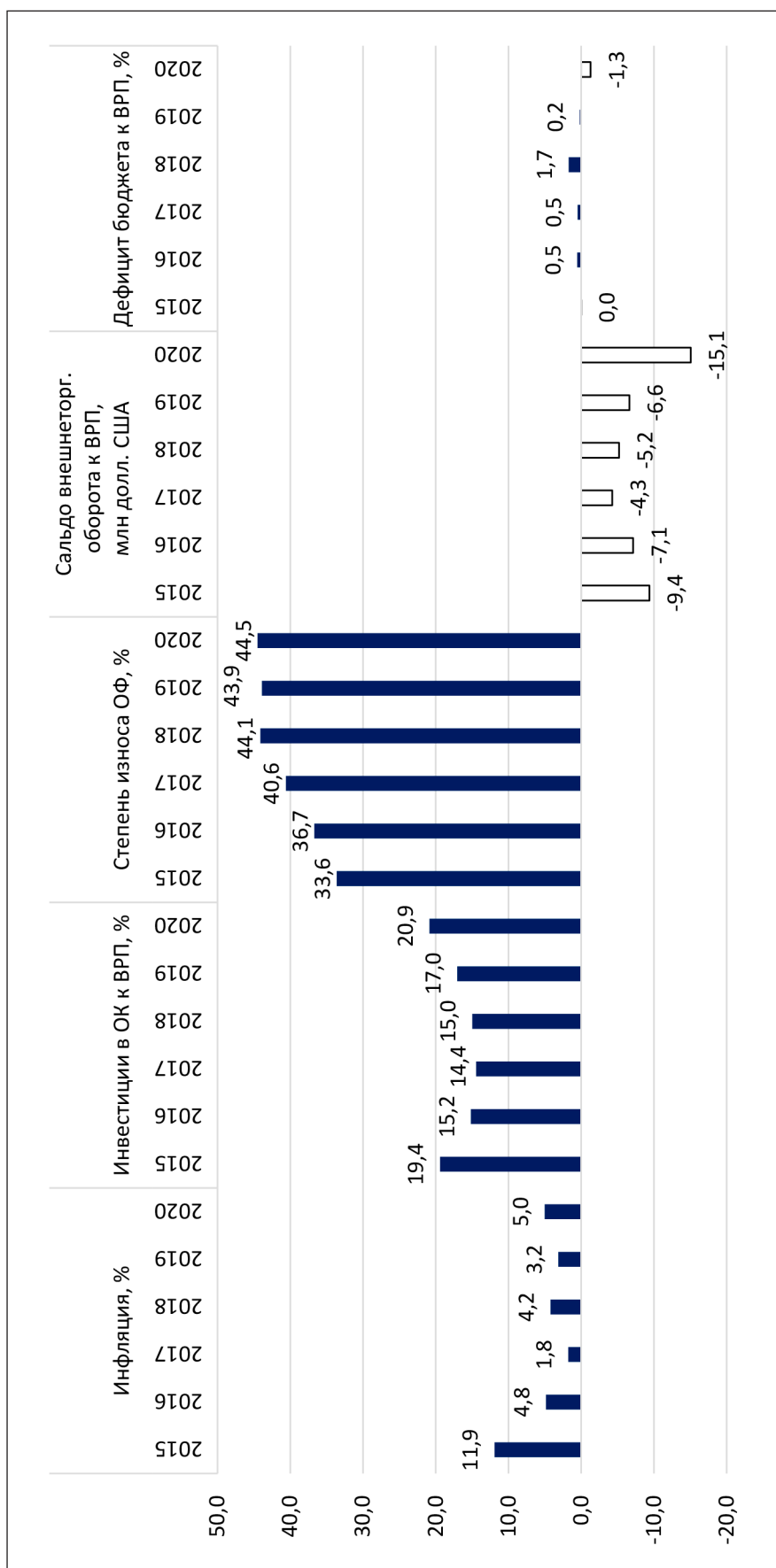


Рис. 3. Анализ динамики влияния экономических факторов на экономику Приморского края за 2015–2020 гг.

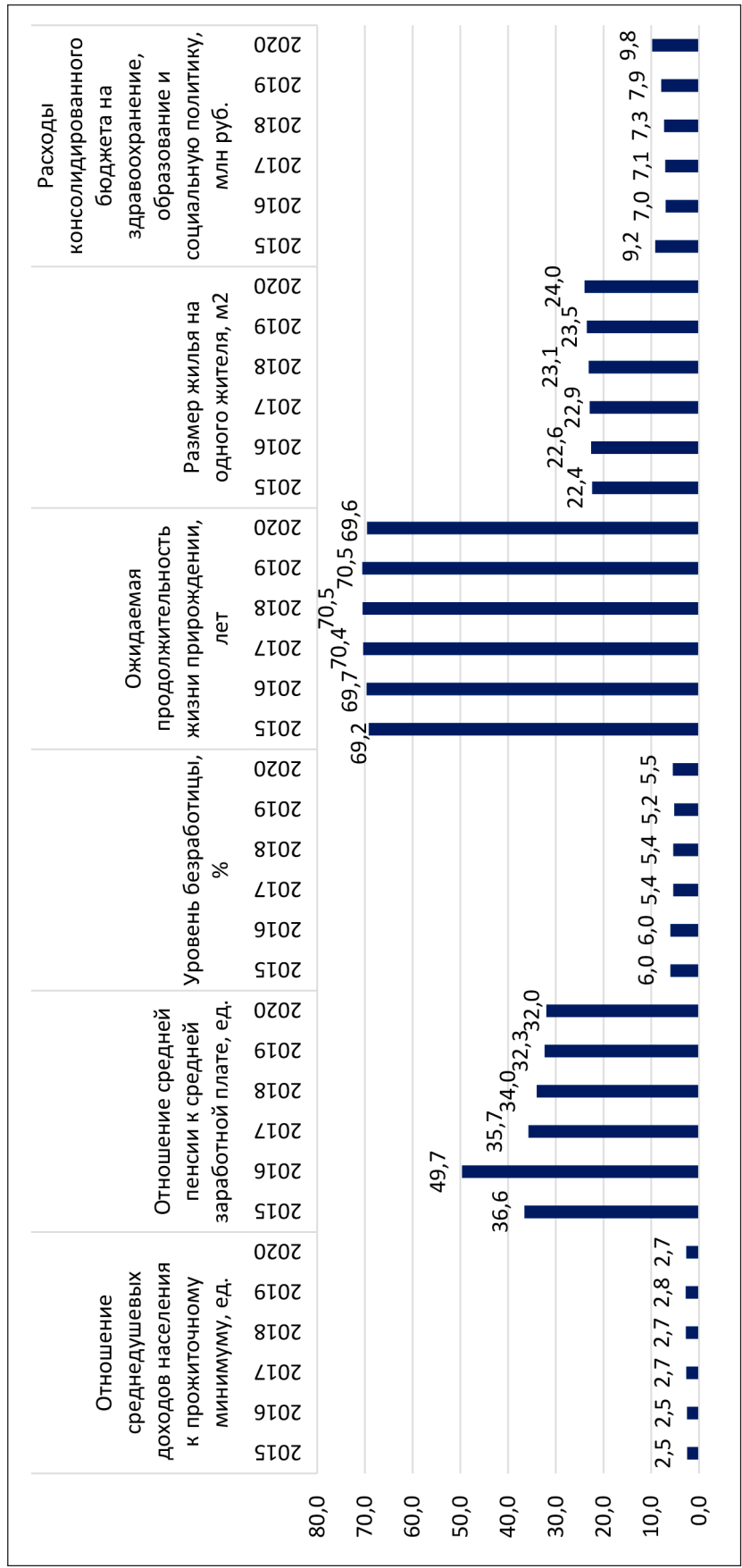


Рис. 4. Анализ динамики влияния социальных факторов на экономику Приморского края за 2015–2020 гг.

В целом динамика инфляции в регионе имеет тенденцию к снижению (рис. 3), однако, абстрагируя данные за 2016–2020 гг., можно утверждать, что уровень инфляции в Приморском крае стабильный в комфортных для роста экономики пределах, 4–5%. Тенденция в динамике показателя «Инвестиции в основной капитал к ВРП» за 2015–2020 гг. характеризуется параболическим трендом. При этом с 2017 г. наблюдается устойчивый рост показателя, что свидетельствует об активном обновлении основных фондов в регионе, которое позволило стабилизировать рост изношенности основных фондов на уровне близком к 44% с 2018 г. Отрицательные значения показателя «Отношение сальдо внешнеторгового оборота к ВРП» на протяжении всего периода исследования свидетельствуют о зависимости региона от ввоза товаров и услуг. В динамике показателя наблюдается параболический тренд с достижением максимума в 2017 г. Далее наблюдается устойчивое снижение показателя, которое по итогам 2020 г. достигло уровня 15,1%. Значение показателя и тенденция в его динамике позволяют утверждать о существовании в регионе рисков дефицита импортных товаров. Бюджетная система характеризуется наличием незначительного профицита, что свидетельствует о высоком качестве исполнения регионального бюджета. Дефицитным бюджет Приморского края стал только в 2020 г., что также позволяет положительно оценить деятельность органов исполнительной власти в регионе, так как уровень дефицита является допустимым и характеризует исполнение бюджета как эффективное. График на рис. 4 отражает результаты анализа влияния социальных факторов в Приморском крае.

По результатам анализа динамики влияния социальных факторов на региональную экономику выявлены следующие тенденции: наблюдается рост доходов населения, темп которого стабилизировался относительно темпа роста прожиточного минимума начиная с 2017 г.; темп роста заработной платы в регионе за 2015–2020 гг. превышает темп роста пенсий, что создает благоприятную основу для развития социальной политики в регионе в будущем; в регионе активно ведется строительство жилья, что позволило обеспечить стабильный рост показателя жилой площади, приходящейся на одного жителя Приморского края (по итогам 2020 г. на одного жителя региона приходится 24 м² жилья против 22,4 м² в 2015 г.); устойчивый рост уровня государственной поддержки социально значимых сфер жизни общества: здравоохранение, образование, социальная политика. Результаты анализа развития инновационной деятельности в Приморском крае приведены на рис. 5–6.

На основании данных (рис. 5) можно сделать вывод о том, что в Приморском крае наблюдается тенденция к росту трудовых ресурсов, занятых в сфере инновационной деятельности, положительно влияющая на развитие экономики региона [5].

График на рис. 6 позволяет сделать вывод о существовании тенденции роста доли инновационной продукции в структуре отгруженной продукции, стабилизировавшийся в 2018–2019 гг. на уровне 7,5% (снижение в 2020 г. является следствием влияния мирового экономического кризиса, связанного с распространением новой коронавирусной инфекции COVID-19). Также отмечается незначительный отрицательный тренд в динамике поданных заявок на изобретения.

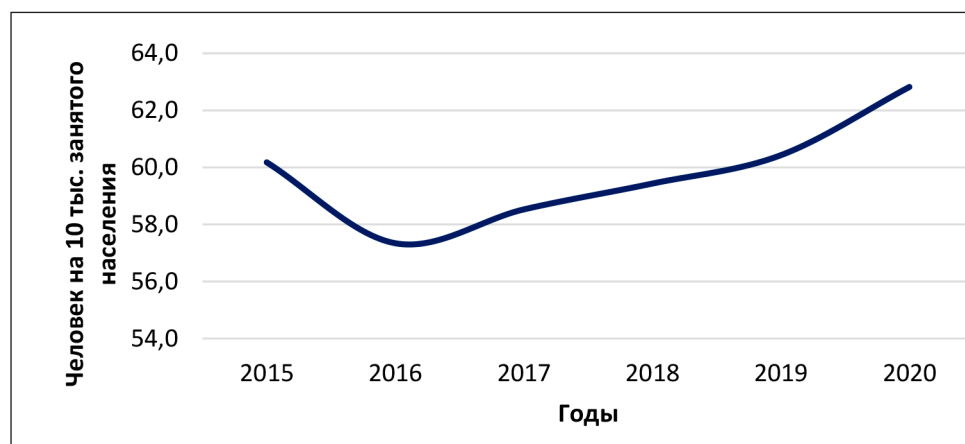


Рис. 5. Анализ динамики влияния фактора инновационного развития на экономику Приморского края за 2015–2020 гг.



Рис. 6. Анализ динамики влияния факторов инновационного развития на экономику Приморского края за 2015–2020 гг.



Рис. 7. Анализ динамики влияния экологических факторов на экономику Приморского края за 2015–2020 гг.

Влияние экологической ситуации на экономику региона исследовано на основе анализа динамики экологических факторов (рис. 7).

Результаты анализа влияния экологических факторов на экономику Приморского края за 2015–2020 гг. (рис. 7) позволили выявить следующие тенденции. Во-первых, устойчивое незначительное снижение объ-

емов сброса загрязненных сточных вод. Во-вторых, стабильное незначительное сокращение объемов выбросов загрязняющих веществ в атмосферу. Кроме того, наблюдается стабильный уровень восстановления лесов.

При этом выявлена следующая особенность в динамике показателей влияния экологических факторов. Так, если в динамике снижения объемов сброса загрязненных

сточных вод в начале периода наблюдается резкое снижение, переходящее в стагнацию к концу периода исследования, то в динамике объемов выбросов загрязняющих атмосферу веществ отмечено устойчивое снижение [6].

Основные тенденции в развитии экономики Приморского края за 2015–2020 гг. сведены авторами в табл. 2.

Выявленные тенденции, сведенные в табл. 2, позволяют сделать вывод о том, что в регионе наблюдается стабильный экономический рост с высоким качественным потенциалом, основу которого составляют количество и качество показателей трудовых ресурсов [7], инновационное развитие и инвестиционная привлекательность региона.

Таблица 2

Основные тенденции в развитии экономики Приморского края за 2015–2020 гг.

Сфера общественной жизнедеятельности	Тенденции в развитии
Экономическая защищенность	Экономический рост
	Незначительное снижение плотности населения
	Устойчивый существенный рост валового регионального продукта на единицу площади региона
	Стабильный темп роста насыщенности инвестициями территории региона
	Рост отраслевого разнообразия (рост диверсификации экономики Приморского края)
Экономика региона	Снижение инфляции, стабилизировавшееся на уровне 4–5 % после 2016 г.
	Устойчивый рост инвестиций в основной капитал начиная с 2017 г., сменивший отрицательный тренд в динамике показателя
	Рост отрицательного сальдо внешнеторгового оборота с 2017 г., темпы которого превышают темпы роста региональной экономики (рост рисков дефицита импортных товаров)
Социальная сфера	Реальный рост доходов населения, темп которого стабилизировался относительно темпа роста прожиточного минимума начиная с 2017 г.
	Тенденция к росту благоприятных условий для развития социальной политики в регионе
	Активизация строительства жилья, обеспечившая стабильный рост показателя жилой площади, приходящейся на одного жителя Приморского края
	Устойчивый рост уровня государственной поддержки социально значимых сфер жизни общества: здравоохранение, образование, социальная политика
Инвестиционная деятельность	Резкий рост остатка ПИИ по итогам 2021 г. позволил региону улучшить положительный линейный тренд в динамике показателя в сравнении с общероссийским трендом. При этом преобладание вложений в виде участия в капитале предприятий и стабильный рост таких вложений свидетельствует о долгосрочных намерениях инвесторов.
	Изменение основных стран-инвесторов (если в 2015 г. 80 % объема инвестирования приходилось на Кипр (лидер по объемам инвестирования в Приморский край) и страны Западной Европы и Восточной Азии, то в 2021 г. более 90 % объемов финансирования приходится на Южную Европу)
	Снижение уровня диверсификации инвестиционных рисков повышает финансовый риск в региональной экономике (величина остатков ПИИ из Южной Европы в экономику Приморского края по итогам 2021 г. соизмерима с объемом ВРП региона за 2020 г.)
Инновационная деятельность	Тенденция к росту трудовых ресурсов, занятых в сфере инновационной деятельности
	Тенденция к росту доли инновационной продукции в совокупном объеме отгруженной продукции, стабилизировавшемся в 2018–2019 гг. на уровне 7,5 % (снижение в 2020 г. является влиянием мирового ковидного кризиса)
	Незначительный отрицательный тренд в динамике количества поданных заявок на изобретения
Экология	Устойчивое незначительное снижение объемов сброса загрязненных сточных вод и выбросов загрязняющих атмосферу веществ
Неформальный сектор экономики	Тенденция к снижению доли как теневой экономики, так и неформального сектора в целом в объеме региональной экономики

Заключение

Таким образом, результаты проведенного исследования позволяют сделать вывод о том, что стабильный экономический рост в Приморском крае за 2015–2020 гг. поддержан положительными тенденциями (устойчивыми и стабильными за исключением инновационной деятельности в части регистрации новых изобретений) в таких сферах жизнедеятельности общества, как экономическая защищенность, экономика региона, социальная сфера, инвестиционная деятельность, инновационная деятельность, экология и неформальный сектор экономики. К малому числу тенденций, негативно влияющих на экономическое развитие региона, можно отнести незначительное снижение плотности населения, рост финансовых рисков, обусловленный снижением уровня диверсификации остатка ПИИ, слабый отрицательный тренд в динамике количества поданных заявок на изобретения. Положительная характеристика направления развития экономики Приморского края, на наш взгляд, является одним из результатов реа-

лизации рациональной и эффективной бюджетной политики в регионе.

Список литературы

1. Кошечая Е.С., Лебединская Ю.С. Особенности районирования и территориального структурирования юга Приморского края // Успехи современного естествознания. 2023. № 11. С. 83–88. DOI: 10.17513/use.38147.
2. Кошечая Е.С., Лебединская Ю.С. Территория опережающего развития Приморья как основа развития центров-фокусов территориального структурирования туристской сферы // Фундаментальные исследования. 2022. № 10–2. С. 202–206. DOI: 10.17513/fr.43366.
3. Филатов А.С. Формирование инвестиционной политики региона (на примере Приморского края) // Менеджмент в России и за рубежом. 2019. № 4. С. 33–38.
4. Рой О.М. Перспективы развития Приморского края в пандемийный период // Вестник Торайгыров университета. Экономическая серия. 2021. № 2. С. 83–96.
5. Шпак А.С. Инновационная система региона как фактор роста экономики // Европейский журнал социальных наук. 2017. № 6. С. 174–183.
6. Терлецкая А.И. Экология Приморского края // Актуальные исследования. 2024. № 12–1 (194). С. 55–57.
7. Володина С.Г. Анализ рынка труда Приморского края: состояние и тенденции // Экономика труда. 2024. Т. 11, № 6. С. 897–912.

УДК 332:339.138
DOI 10.17513/fr.43665

МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

^{1,2}Попова О.И., ¹Сысоева Т.Л., ³Шихов И.А.

¹ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет», Екатеринбург,
e-mail: o.popova63@mail.ru, t.l.sysoeva@mail.ru;

²ФГБОУ ВО «Уральский государственный университет путей сообщения», Екатеринбург,
e-mail: o.popova63@mail.ru;

³ООО «Александрит», Екатеринбург, e-mail: shikhov.ivan@gmail.com

Цель работы – определение специфики инструментария и этапов разработки маркетинговой стратегии продвижения в сети Интернет. В статье рассмотрены предпосылки появления стратегического маркетинга. Выявлено, что стратегический маркетинг в сети Интернет преследует те же цели, что и классический, но имеет различие в терминологии. Рассмотрены этапы разработки маркетинговой стратегии, методы и инструменты проведения анализа ситуации в сети Интернет: Яндекс.Вордстат, Brand Analytics, Яндекс.Метрика и Google Analytics. Описана концепция маркетинга 360 градусов, которая включает в себя сочетание тактики по привлечению новых клиентов и, главное, удержанию старых. Прописаны этапы медиапланирования размещения рекламы в сети Интернет с учетом медиаинфляции. Рассмотрено понятие Brandformance – принцип получения наибольшего количества целевых действий с рекламы и наращивания знания о бренде. Авторы считают, что оценивать эффективность маркетинговой стратегии в сети Интернет следует комплексно, на всех стадиях рекламной кампании, учитывая экономическую и имиджевую эффективность. Следует пространять систему аналитики и оцифровывать данные на всем пути пользователя, используя доступные сервисы аналитики. Разнообразие рекламных систем и форматов внутри них было бы невозможно оценить без систем веб-аналитики. Инструменты интернет-маркетинга позволяют легко оцифровать информацию о рекламных кампаниях, упростить принятие управленческих решений, а также дополняют список точек контакта бренда с аудиторией и позволяют охватить потребителей в труднодоступных для классических инструментов рекламы местах.

Ключевые слова: маркетинговая стратегия, интернет-маркетинг, системы аналитики, медиапланирование, экономическая и имиджевая эффективность, Brandformance

THE ONLINE PROMOTION MARKETING STRATEGY

^{1,2}Popova O.I., ¹Sysoeva T.L., ³Shikhov I.A.

¹Ural State University of Economics, Yekaterinburg,
e-mail: o.popova63@mail.ru, t.l.sysoeva@mail.ru;

²Ural State University of Railways, Yekaterinburg, e-mail: o.popova63@mail.ru;

³LLC Alexandrite, Yekaterinburg, e-mail: shikhov.ivan@gmail.com

The article discusses the prerequisites for the emergence of strategic marketing. It was revealed that strategic marketing on the Internet has the same goals as classical, but has a difference in terminology. The stages of developing a marketing strategy, methods and tools for analyzing the situation on the Internet are considered: Yandex.Wordstat, Brand Analytics, Yandex.Metrica and Google Analytics. The concept of 360-degree marketing is described, which includes a combination of tactics to attract new customers and, most importantly, to retain old ones. The stages of media planning for advertising on the Internet, taking into account media inflation, are spelled out. The concept of Brandformance is considered – the principle of obtaining the largest number of targeted actions from advertising and increasing knowledge about the brand. The authors believe that the effectiveness of the marketing strategy on the Internet should be assessed comprehensively, at all stages of the advertising campaign, taking into account economic and image efficiency. It is necessary to build an analytics system and digitize data all along the user's path using available analytics services. The variety of advertising systems and formats within them would be impossible to evaluate without web analytics systems. Internet marketing tools allow to easily digitize information about advertising campaigns, simplify management decision-making, and also complement the list of contact points between the brand and the audience and permit to reach consumers in places that are difficult for classic advertising tools.

Keywords: marketing strategy, internet marketing, analytics systems, media planning, economic and image efficiency, Brandformance

Введение

Стратегический маркетинг появился вследствие внедренного принципа управления компаниями по концепции стратегического менеджмента, что говорит об услож-

нении управления компаниями. Во время возникновения принципа стратегического менеджмента внешняя среда стала менее предсказуема, более хаотична. Компании были вынуждены придумывать новые, более сложные концепции управления, что-

бы успешно противостоять окружающей среде [1]. По этой причине многие методики стратегического маркетинга проводятся компаниями регулярно. Это необходимо компаниям для своевременной адаптации к изменениям рыночной конъюнктуры, оперативного и эффективного восстановления нарушенного равновесия, что, в свою очередь, позволяет удерживать и расширять рыночные и конкурентные позиции, снижать различного рода риски и предлагать потребителям востребованную продукцию. Применение маркетинговой стратегии заключается в реализации стратегий операционного уровня (стратегии сбыта, рекламы, ценообразования). Маркетинговая стратегия у каждой компании уникальна, но тем не менее можно выделить цели создания маркетинговой стратегии:

- увеличение объемов продаж;
- увеличение прибыли компании;
- обеспечение привлекательности продукции для целевого сегмента потребителей;
- завоевание большей доли рынка;
- достижение лидерских позиций в своем рыночном сегменте.

Маркетинговая стратегия обязательно должна коррелировать с миссией компании и общими целями предприятия. Маркетинговая стратегия в сети Интернет опирается на общую маркетинговую стратегию компаний, но обязательно использует искусственный интеллект, цифровые инструменты технологических платформ, онлайн-аналитику [2].

Цель исследования – определение специфики инструментария и этапов разработки маркетинговой стратегии продвижения в сети Интернет.

Материалы и методы исследования

В современном мире большая часть маркетинговых стратегий крупных компаний включает в себя использование инструментов цифрового маркетинга. Под цифровым маркетингом принято понимать «взаимодействие с клиентами и партнерами посредством использования электронных устройств и информационно-коммуникационных технологий, в более широком смысле – это реализация маркетинговой деятельности в сети Интернет с использованием современных технологий и средств связи» [3]. Цифровые технологии дают возможность компаниям реализовывать маркетинговые стратегии при относительно низких затратах. Благодаря использованию цифровых технологий и сервисов разработка и реализация стратегических решений маркетинга превращается в непрерывный динамичный процесс, позволяющий не только

планировать, но и выстраивать экономически выверенную модель сопровождения бизнеса. К основным инструментам стратегического маркетинга относятся: PEST анализ; SWOT анализ; модель Портера; маркетинговые исследования; многоугольник конкурентоспособности [4].

На самом деле инструментов стратегического маркетинга намного больше. Все они направлены на маркетинговый анализ и маркетинговый аудит предприятия. Это необходимо для понимания состояния рынка, выявления сильных и слабых сторон компании с целью сохранения или повышения ее конкурентоспособности.

К этапам разработки маркетинговой стратегии в целом относят:

- исследование компании, продукта;
- исследование рынка;
- оценка текущего состояния;
- конкурентный анализ;
- постановка целей рекламной стратегии.

Разработка маркетинговой стратегии в Интернете включает те же самые этапы, только с большим упором в инструменты интернет-маркетинга:

– Оценить рынок, спрос и сезонность в сети Интернет возможно с помощью сервиса Яндекс.Вордстат, который по ключевым запросам показывает динамику количества запросов по продукту.

– Оценить упоминание бренда в социальных сетях и интернет-изданиях позволит сервис Brand Analytics, с помощью которого точно так же возможно узнать интерес к собственному бренду и к брендам конкурентов.

После оценки рынка и конкурентов, постановки целей следует перейти к разработке комплекса продвижения. Продвижением считается комплекс маркетинговых мероприятий, цель которых заключается в следующем:

- рост доли товара или услуги, компании или бренда на рынке;
- вывод нового товара на рынок;
- увеличение узнаваемости бренда;
- привлечение новых клиентов.

Для рекламодателей использование интернет-маркетинга позволяет легко оцифровать информацию о рекламных кампаниях, проведенных в сети Интернет, и упростить принятие управленческих решений. Более того, инструменты интернет-маркетинга дополняют список точек контакта бренда с аудиторией и позволяют охватить потребителей в труднодоступных местах для классических инструментов рекламы. Безусловно, компании активно используют инструменты офлайн-коммуникации, однако ввиду необходимости охвата широкой аудитории и создания таргетированных предложений,

направленных на отдельные сегменты, маркетологи активно пользуются инструментами продвижения в сети Интернет, зачастую выделяя большую долю рекламного бюджета на интернет-инструменты в общем сплите рекламных инструментов [4].

Алгоритм выбора каналов для продвижения в сети Интернет включает следующие шаги:

- проведение базовых, фундаментальных исследований;
- определение цели рекламной кампании;
- определение характеристик целевой аудитории;
- определение показателей эффективности рекламной кампании;
- выбор каналов для продвижения в сети Интернет.

Интернет-каналы следует выбирать, реализуя концепцию маркетинга 360 градусов для неоднократного охвата пользователей на различных площадках. Принцип маркетинга 360 градусов заключается в использовании как можно большего инвентаря, рекламных приемов, сочетании тактик по привлечению новых и, главное, удержанию старых клиентов. Определены три ключевых аспекта данной стратегии – это омниканальность, мультиканальность и фронтенд-и бэкэнд-аспект (использование каналов для привлечения и удержания клиентов) [5].

Основными рекламными инструментами могут быть как офлайн-, так и онлайн-каналы, например:

- наружная реклама;
- PPC источники трафика;
- медийные онлайн-каналы (OLV, Programmatic и др.);
- реклама на телевидении.

Все каналы продвижения закладываются в маркетинговую стратегию и работают в тандеме для достижения максимального эффекта.

После выбора каналов продвижения следует уделить внимание выбору форматов объявлений, так как в условиях, когда зарубежные рекламные площадки прекратили работу в России, конкуренция между рекла-

модателями началась не только на уровне рекламных инструментов, но и на уровне форматов объявлений. Чем больше форматов использует рекламодатель в одной рекламной сети, тем большее количество мест размещения и, как следствие, аудитории он сможет охватить. Рекламные инструменты в сети Интернет активно развиваются, и новые цифровые технологии меняют взаимодействие компаний и брендов с потребителями. При таком активном развитии рекламных инструментов специалистам в сфере интернет-маркетинга важно постоянно отслеживать тенденции развития индустрии.

После определения каналов и форматов объявлений интернет-продвижения следует провести этап медиапланирования, указав основные модели закупки рекламы, количество закупаемых единиц, ключевые показатели эффективности для каждого источника трафика, учитывая, что для различных форматов значения будут отличаться. Позже, на основе составленного медиаплана, будет проводиться оценка эффективности рекламных кампаний и строиться сравнение план – факт.

При разработке рекламных кампаний в интернете следует придерживаться принципа brandformance маркетинга. Brandformance – это симбиоз performance-маркетинга (направленного на достижение конкретных, финансово измеримых бизнес-результатов в максимально короткие сроки) и долгосрочного построения бренда [6]. Принцип реализуется в получении наибольшего количества целевых действий с рекламы, помогая наращивать знание о бренде. При этом в медиапланировании с учетом использования принципа Brandformance привычные модели закупки рекламы, такие как показ рекламного объявления или клик по объявлению, изменяются (табл. 1).

Медиаплан, как правило, составляется в формате таблиц, его результатом является просчитанная эффективность и необходимый бюджет на реализацию рекламной кампании.

Таблица 1

Модели покупки рекламы в сети Интернет по принципу Brandformance

Формат рекламных объявлений	Модели закупки	Модель закупки по принципу brandformance
OLV (online video)	CPM (cost per mile)	CPV (cost per view)
Баннерная реклама	CPM (cost per mile)	CPC (cost per click) / CPA (cost per action)
HTML баннеры	CPM (cost per mile)	CPC (cost per click)
GIF баннеры	CPM (cost per mile)	CPC (cost per click) / CPA (cost per action)

Источник: составлено авторами.

Ниже представлен алгоритм создания медиаплана в сети Интернет:

- определить продукт продвижения;
- определить посадочную страницу, на которую будет приходить рекламный трафик;
- определить используемые рекламные инструменты;
- определить используемые форматы и модели закупа этих форматов;
- спрогнозировать конверсию на каждом этапе воронки на основе предыдущих рекламных кампаний или средних значений по рынку для рекламируемой ниши [7].

При этом при медиапланировании на долгосрочный период следует учитывать инфляцию на рынке рекламы в сети Интернет. По данным профильного интернет-издания Sostav, медиаинфляция в 2024 г. в сети Интернет составит от 7 до 20%.

В сети Интернет оценку эффективности рекламных кампаний следует начинать с медиапоказателей рекламных объявлений, постепенно спускаясь по воронке, оценивая каждый этап по своим метрикам. Помогают оценить эффективность рекламных кампаний в сети интернет-системы аналитики, такие как Яндекс.Метрика и Google Analytics, аналитика из рекламных кабинетов, CRM-системы. Весь поток данных должен быть оцифрован, чтобы правильно оценить эффективность продвижения в сети Интернет. Главным показателем эффективности, конечно, следует считать экономическую эффективность рекламных действий [7].

Стоит учитывать, что проведение рекламных кампаний дает компании не только прямые переходы на сайт и получение заявок, но и позволяет увеличить узнаваемость бренда, рост брендовых запросов и прямых заходов на сайт компании. Этот эффект тоже следует учитывать и оценивать с помощью:

- отчетов о динамике брендовых запросов с сайта Яндекс.Вордстат;
- post-view отчетов, предоставляемыми рекламными системами;

- оценки динамики органического посещения сайта рекламодателя;
- интервью;
- анкетирования.

Для правильной оценки вклада каждого канала в экономическую эффективность рекламных кампаний важно видеть вклад каждого канала на уровне показов, кликов и количестве заявок или покупок в общее количество этих метрик. Понять и оценить этот вклад позволяют системы аналитики Яндекс.Метрика и Google Analytics. Существуют, конечно, и другие системы аналитики, но эти две бесплатные и базовые используются постоянно. Яндекс Метрика – это инструмент веб-аналитики, который помогает получать наглядные отчеты, записи действий посетителей, отслеживать источники трафика и оценивать эффективность онлайн- и офлайн-рекламы. Для оценки медийного размещения используется Яндекс.Медиаметрика, которая позволяет оценить post-view и post-click конверсии с медийной рекламной кампаний. Google Аналитика – это платформа для сбора данных с сайтов и приложений и создания отчетов с информацией, полезной для бизнеса. Системы аналитики позволяют отслеживать достижение целевых действий на интернет-ресурсах рекламодателя, оценить социально-демографические характеристики аудитории, увидеть аффинитивность аудитории по интересам [7].

Комплексная аналитика заключается в исследовании рекламной кампании на всех ее стадиях:

- при разработке стратегии вырабатываются ключевые показатели эффективности, которые после будут сравниваться с фактически полученными;
- недельные срезы по текущей эффективности рекламных кампаний;
- анализ достигнутых результатов в конце рекламных кампаний.

Список основных систем веб-аналитики приведен в табл. 2.

Таблица 2

Классификация систем аналитики

Объект отслеживания	Система веб-аналитики
Поведение пользователей на веб-сайте	Яндекс.Метрика, Google Analytics, Adobe Analytics
Поведение пользователей в мобильном приложении	AppMetrica, AppsFlyer, Adjust, Brunch.io
Отслеживание источников входящих звонков	Callibri, Calltouch
Отслеживание клиента на всем его пути, начиная с просмотра рекламы	Roistat, Mango Office

Источник: составлено авторами.

Заключение

Алгоритм разработки маркетинговой стратегии в сети Интернет в первую очередь опирается на исследования, анализ конкурентов и аудитории, соотносится с целями бизнеса и конкретно поставленной целью перед рекламной кампанией, после подбирается сплит интернет-каналов размещения рекламных объявлений и составляется прогноз, медиаплан размещения рекламы в сети Интернет с учетом медиаинфляции. Разработка маркетинговой стратегии в Интернете включает те же самые этапы, только с большим упором в инструменты интернет-маркетинга: Яндекс.Вордстат, Яндекс.Метрика, Brand Analytics и др.

Основной базой формирования маркетинговой стратегии в интернете являются качественные и количественные методы исследований. С помощью инструментов стратегического маркетинга проводится анализ рынка. Только после этого происходит формирование маркетинговой стратегии в интернете: выбираются каналы, форматы рекламных сообщений, методы коммуникации с потребителями от имени системы аналитики и ключевые показатели эффективности.

При оценке эффективности маркетинговой стратегии в интернете необходимо учитывать не только экономическую, но и имиджевую эффективность.

Следует простраивать систему аналитики и оцифровывать данные на всем пути пользователя, используя доступные сервисы аналитики. Разнообразие рекламных систем и форматов внутри них было бы невозможно оценить без систем веб-аналитики.

Список литературы

1. Шалыгин А.А., Мусаева Б.М. Основные понятия и подходы к разработке маркетинговой стратегии // Деловой вестник предпринимателя. 2022. № 4 (10). С. 70–74.
2. Макаренков А.А., Романович В.К. Стратегический маркетинг как эффективный инструмент поиска каналов взаимодействия с потребителями // Экономика и бизнес: теория и практика. 2023. № 6–2 (100). С. 58–63. DOI: 10.24412/2411-0450-2023-6-2-58-63.
3. Попова О.И., Сысоева Т.Л., Белоусова А.А. Цифровые коммуникации как инструмент продвижения организации на рынке B2B // Вестник Академии знаний. 2023. № 5 (58). С. 257–261.
4. Тюрина Д.А., Гайдук А.Е. Цифровой маркетинг: стратегии и инструменты для успешного онлайн-продвижения // Индустриальная экономика. 2023. № 4. С. 90–94. DOI: 10.47576/2949-1886_2023_4_90.
5. Гордон Ю. Что такое маркетинг 360 и как он работает. 2019. [Электронный ресурс]. URL: <https://rb.ru/opinion/marketing-360/> (дата обращения: 15.06.2024).
6. Самойленко К.Е. Brandformance как тренд брендинга в эпоху цифровизации // Коммуникации в эпоху цифровых изменений: материалы IV Международной научно-практической конференции (Париж – Санкт-Петербург, 16–20 ноября 2020 г.). СПб.: L’Harmattan, Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2020. С. 220–223.
7. Хохлов Д.А. Разработка правил распределения бюджета и методов оценки медиаплана для цифрового пространства // Вестник ГУУ. 2023. № 8. С. 137–147. DOI: 10.26425/1816-4277-2023-8-137-147.

УДК 51-77:336.717.061
DOI 10.17513/fr.43666

СИСТЕМНЫЙ АНАЛИЗ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РОССИИ

Зайчикова И.В.

ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»,
Москва, e-mail: zaychikova-klg@mail.ru

Цель данного исследования заключается в анализе текущего состояния и динамики развития ипотечного кредитования в России, по результатам которого автор предлагает сценарий развития ситуации на рынке ипотечного кредитования в настоящее время. Автор акцентирует внимание на важности работы над данной проблемой в связи с политикой государства по обеспечению доступности жилья населения нашей страны. Особенно актуальным становится исследование в контексте экономических ограничений и коронакризиса. Применяя системный анализ в своем исследовании, автор рассматривает влияние различных факторов на объемы выданных ипотечных кредитов, включая процентные ставки, государственные льготы и экономическую ситуацию в стране. В работе анализируются корреляционные связи между такими показателями, влияющими на рынок недвижимости, как стоимость жилья, арендная плата, долговая нагрузка населения, ставки ипотечного кредитования, индекс предпринимательской уверенности и др. Для предотвращения кризисов в сфере ипотечного кредитования рекомендуется разработка более целенаправленных мер государственной поддержки, контроль смягчения кредитной политики и внедрения дополнительных мер для повышения уровня жизни населения и его платежеспособности. Статья предоставляет глубокий анализ текущих тенденций в ипотечном кредитовании России и выдвигает предложения по стабилизации ипотечного рынка в условиях возможных экономических кризисов. Полученные выводы могут быть полезны как для государственных органов, так и для участников рынка недвижимости.

Ключевые слова: ипотечное кредитование, системный анализ, корреляционный анализ, факторный анализ

SYSTEM ANALYZING MORTGAGE LENDING IN RUSSIA

Zaychikova I.V.

Financial University under the Government of the Russian Federation,
Moscow, e-mail: zaychikova-klg@mail.ru

The purpose of this study is to analyze the current state and dynamics of mortgage lending in Russia, based on the results of which the author proposes a scenario for the current situation in the mortgage lending market. The author emphasizes the importance of working on this problem in connection with state policies to ensure housing affordability for the people of our country. This study is especially relevant in the context of economic restrictions and the coronavirus crisis. Using systems analysis in his study, the author considers the influence of various factors on the volume of issued mortgage loans, including interest rates, government benefits and the economic situation in the country. This study analyzes the correlations between indicators affecting the real estate market, such as the cost of housing, rent, debt burden of the population, mortgage lending rates, entrepreneurial confidence index, and others. To prevent crises in the field of mortgage lending, it is recommended to develop more targeted measures of state support, control over the ease of credit policy, and introduce additional measures to improve the standard of living of the population and its solvency. This study provides an in-depth analysis of current mortgage lending trends in Russia and proposes solutions to stabilize the mortgage market in the context of possible economic crises. These findings may be useful for government agencies and real estate market participants.

Keywords: mortgage lending, system analysis, correlation analysis, factor analysis

Введение

Анализ ипотечной системы в России является одним из интересных и востребованных направлений исследования. Обеспечение доступным жильем населения страны является важной задачей государства, которая достаточно успешно решается с помощью ипотечного кредитования. В настоящее время данная тема исследования стала особенно актуальной по ряду причин. Это связано, прежде всего, с тем, что ипотечная система представляет собой сложный механизм с множеством взаимосвязанных элементов, каждый из которых выполняет свою функцию. В условиях коронакри-

зиса и введения другими государствами огромного числа санкций против России произошло увеличение темпов инфляции, в банковском и инвестиционном секторах появились серьезные ограничения. Большой интерес к данной теме также вызван тем, что объемы ипотечного кредитования постоянно растут. Так, по результатам исследований Аналитического центра «Дом.РФ», в 2023 г. по сравнению с 2022 г. число выданных кредитов выросло на 53 %, а их общая сумма – на 65 %. Статистика также показывает, что число кредитов, выданных на покупку жилья в новостройках, выросло за тот же период в 2,1 раза, на строительство – в 3,7 раза, а на покупку частных до-

мов – почти в 2 раза [1]. При этом основным источником ипотечного кредитования называются льготные программы с государственной поддержкой. Указано, что доля таких кредитов увеличилась до 45 % от количества выданных кредитов по сравнению с 2022 г. (+8 п.п) и до 59 % от их общей суммы (+11 п.п.).

Помимо вышесказанного, в 2023 г. новостные каналы, ссылаясь на экспертов Банка.ру, стали писать о том, что продление льготных программ по ипотеке при одновременном уменьшении цен на жилье, достаточно высокой инфляции и не увеличивающихся доходах населения может привести к надуванию ипотечного пузыря [2].

В связи с этим требуется постоянный анализ ситуации в сфере ипотечного кредитования, что позволит своевременно выявлять возможные риски, будет способствовать улучшению положения кредитных организаций, а следовательно, и повышать уровень жизни населения.

Таким образом, **цель данного исследования** заключается в разработке сценария развития ипотечного кредитования в России с учетом своевременного выявления проблем в ее развитии.

Материалы и методы исследования

Для достижения поставленной цели были проанализированы работы ряда отечественных ученых в области ипотечного кредитования; к выделенным показателям применены корреляционный и факторный анализы, в результате которых был предложен сценарий развития ипотечной системы в России. Статистические данные, используемые в исследовании, были получены с ряда официальных сайтов, таких как Росстат [3], Центральный Банк России [4], а также ДОМ.РФ [1] и СберИндекс [5].

Как показал анализ литературы, данная проблематика интересна многим отечественным исследователям. Теоретические аспекты, связанные с ипотечным кредитованием, достаточно подробно изложены в работах А.А. Волкова [6], А.А. Зверева и др. [7, с. 7–28], В.А. Моисеева [8]. В работах Е.Л. Гринько [9], а также Е.В. Шаназаровой и О.Е. Савельевой [10] рассматриваются вопросы современного правового регулирования отношений при ипотечном кредитовании. В исследовании А.С. Будагова и А.М. Колесникова [11] изучены некоторые вопросы, связанные с рисками в области ипотечного кредитования и предложены способы управления ими.

В настоящее время в России существует система ипотечного кредитования, включающая в себя банки, предоставляющие и об-

служивающие ипотечные кредиты, и организации, которые занимаются страхованием и рефинансированием ипотечных кредитов.

Государство в этой системе играет ключевую роль. Оно регулирует и стабилизирует ипотечный рынок. Для этого оно создает нормативно-правовую базу, контролирует деятельность участников рынка и способствует разрешению спорных вопросов. Однако основное взаимодействие с участниками рынка происходит через специализированные организации, такие как ДОМ.РФ, которые помогают заемщикам получать льготные кредиты, а также разрабатывают механизмы эффективного функционирования ипотечного рынка.

Таким образом, ипотечная система является сложным механизмом взаимодействия различных участников, осуществляющих свои функции в рамках соответствующих подсистем. Для ее изучения целесообразно использование системного подхода, основная концепция которого заключается в рассмотрении объекта исследования как совокупности взаимодействующих друг друга элементов. В работе будет проанализирована деятельность основных участников ипотечного рынка, таких как банки-кредиторы, застройщики, покупатели (население) и продавцы недвижимости.

Результаты исследования и их обсуждение

В первую очередь для анализа системы ипотечного кредитования необходимо уделить внимание тенденциям, которые определяют этот сектор банковской деятельности. Последние годы в России характеризовались значительной реорганизацией банковского сектора. Основным результатом – высокая концентрация рынка и рост роли крупных банковских институтов в предоставлении ипотечных кредитов за счет сокращения мелких кредитных организаций.

Как показывает статистика, с 2016 г. и вплоть до 2021 г. количество выданных ипотечных кредитов демонстрировало устойчивый рост: с 860 тыс. кредитов в 2016 г. до 1,9 млн в 2021 г. В связи с экономическим кризисом в 2022 г. количество выданных кредитов сократилось на 22 % (до 1,3 млн). Однако в 2023 г. произошел значительный скачок в количестве выданных ипотечных кредитов (более 2 млн). Это может свидетельствовать о стабилизации экономической ситуации и успешности мер государственной поддержки, укреплении доверия населения к ипотечному кредитованию и улучшении рыночных условий. Также стоит отметить, что объемы кредитных средств, предоставленных на ипотечное

кредитование, непрерывно росли в течение исследуемого периода, увеличившись с 1,7 млн в 2016 году до 7,8 млн в 2023 г. [1]. Эти числа указывают на значительное развитие ипотечного рынка за последние годы. Несмотря на то, что в начале 2024 г. банки ужесточили политику по выдаче ипотечных кредитов, их объемы практически не изменились.

Такое стремительное развитие рынка ипотечного кредитования в первую очередь связано с распространением ипотеки с государственной поддержкой, известной как «Льготная ипотека», и ипотеки по договору долевого строительства. «Льготная ипотека» стала особенно популярной за исследуемый период. Доля таких льготных кредитов в общем объеме выданных ипотечных кредитов выросла с менее чем 1 % в 2018 г. до внушительных 58 % [1] во втором квартале 2024 г. Рост популярности льготной ипотеки можно объяснить выгодными условиями, предложенными государством, такими как сниженные процентные ставки и льготные условия на приобретение жилья, что сделало этот вид кредита доступным для более широкого круга заемщиков.

Доля ипотеки по договору долевого строительства в этот период оставалась

стабильной на уровне около 30 % от общего объема выданных ипотечных кредитов. Долевое строительство также является востребованным, поскольку позволяет приобрести жилье на стадии строительства по более низким ценам, чем на вторичном рынке. Однако 1 июля 2024 г. «Льготная ипотека» прекратила свое действие, и доля выданных кредитов с долевым участием резко возросла – до 60 % [1].

Таким образом, данная тенденция свидетельствует о необходимости продолжения и расширения льготных программ, что может стать важным инструментом для повышения доступности жилья. В настоящее время достаточно популярными на рынке ипотечного кредитования остаются «Семейная ипотека», «Дальневосточная ипотека», «Сельская ипотека» и «Ипотека для IT-специалистов», что подтверждает заинтересованность государства в поддержке определенных категорий населения.

Для дальнейшего исследования рынка ипотечного кредитования проанализируем и выявим факторы, оказывающие влияние на поведение различных участников ипотечной системы, а именно: потребителей ипотечных кредитов, агентов предложения жилья и банков-кредиторов.

Таблица 1

Факторы, которые определяют спрос населения на недвижимость и ипотечные кредиты

	Долговая нагрузка, %	Средний размер арендной платы за м ² , руб.	Индекс потребительской уверенности	Средний размер коммунальных платежей, % от располагаемых доходов	Реальные располагаемые доходы, % к соответствующему периоду прошлого года	Ставка ипотечного жилищного кредитования, %
Долговая нагрузка, %	1					
Средний размер арендной платы за м ² , руб.	0,94	1				
Индекс потребительской уверенности	-0,36	-0,4	1			
Средний размер коммунальных платежей, % от располагаемых доходов	0,23	0,1	0,26	1		
Реальные располагаемые доходы, % к соответствующему периоду прошлого года	0,28	0,26	0,39	0,24	1	
Ставка ипотечного жилищного кредитования, %	-0,89	-0,77	0,17	-0,22	-0,34	1

В России в последние годы покупка недвижимости населением чаще всего совершается с помощью ипотеки. Построение матрицы парных коэффициентов корреляции (табл. 1) дает возможность определить ключевые взаимосвязи между факторами, которые определяют спрос населения на недвижимость и, соответственно, на ипотечные кредиты. Проанализируем наиболее значимые связи ($|r| \geq 0,5$).

Как видно из табл. 1, наиболее значимыми являются связи между долговой нагрузкой и средним размером арендной платы ($r = 0,94$), долговой нагрузкой и ставкой ипотечного жилищного кредитования ($r = -0,89$), а также ставкой ипотечного жилищного кредитования и арендной платой ($r = -0,77$). Причем в первом случае связь является прямой, а в остальных – обратной. Прямая связь говорит о том, что по мере увеличения средней арендной платы долговая нагрузка населения также возрастает. Это можно объяснить следующим образом: 1) повышаются расходы на аренду, то есть, когда арендная плата растет, у людей, живущих на съемном жилье, уменьшаются свободные средства на другие нужды, в том числе на погашение долгов; 2) высокие арендные ставки могут подталкивать людей к покупке жилья, чтобы избежать постоянного роста арендных платежей. В этом случае люди чаще прибегают к ипотеке, что увеличивает их долговую нагрузку.

Отрицательная связь между долговой нагрузкой и ставкой ипотечного кредитования указывает на то, что при снижении ставок по ипотеке долговая нагрузка населения увеличивается. Низкие ставки по ипотеке делают займы более доступными для широкого круга населения, увеличивая количество людей, берущих ипотеку, а значит, и их суммарную долговую нагрузку. Более низкие ставки позволяют заемщикам брать большие суммы, так как ежемесячные платежи становятся более приемлемыми. Это также приводит к росту долговой нагрузки.

Обратная взаимосвязь между ставкой ипотечного жилищного кредита и арендной платой объясняется следующим образом: снижение процентной ставки по ипотечным кредитам приводит к росту спроса на них, что, в свою очередь, увеличивает долговую нагрузку населения. При этом арендодатели поднимают арендные ставки, стремясь увеличить свой доход и адаптироваться к текущим рыночным тенденциям.

Вторая исследуемая группа факторов ипотечной системы относится к изучению поведения таких участников рынка недвижимости, как застройщики и продавцы жилья. Анализ проводился с учетом разделения рынка на первичный (новостройки) и вторичный. Получившаяся в результате матрица парных коэффициентов корреляции представлена в табл. 2.

Таблица 2

Факторы, которые изучают интересы застройщиков и продавцов жилья

	Ввод жилья, млн м ²	Индекс предпринимательской уверенности в строительстве, %	Средний уровень использования производственных мощностей в строительстве, %	Продажа жилья на вторичном рынке, кол-во объявлений	Средняя цена за м ² на первичном рынке, руб.	Средняя цена за м ² на вторичном рынке, руб.
Ввод жилья, млн м ²	1					
Индекс предпринимательской уверенности в строительстве, %	-0,11	1				
Средний уровень использования производственных мощностей в строительстве, %	0,51	0,64	1			
Продажа жилья на вторичном рынке, кол-во объявлений	-0,21	-0,12	-0,22	1		
Средняя цена за м ² на первичном рынке, руб.	0,38	0,65	0,77	-0,03	1	
Средняя цена за м ² на вторичном рынке, руб.	0,39	0,66	0,79	-0,03	0,98	1

Сильная корреляция ($r = 0,98$) между ценами на первичном и вторичном рынках недвижимости указывает на то, что стоимость жилья на вторичном рынке часто формируется с ориентиром на цены на новостройки. Это объясняется тем, что новостройки представляют собой более современные и востребованные объекты, задавая тренд для остального рынка. В результате любые изменения в ценообразовании на первичном рынке оперативно отражаются на вторичном, что способствует поддержанию ценового равновесия между этими сегментами.

Значительную прямую зависимость между уровнем использования производственных мощностей и ценами на недвижимость (0,77 и 0,79) можно интерпретировать следующим образом: при достаточно высоком уровне загрузки производственных мощностей фиксируются значительные объемы строительства, что обуславливает рост конкуренции и удорожание ресурсов, необходимых для строительства. В свою очередь, это ведет к росту себестоимости жилья, а следовательно, увеличению цен на первичном и вторичном рынках.

Между индексом предпринимательской уверенности и средними ценами на жилье также наблюдается заметная прямая корреляция (0,65 и 0,66). Индекс предпринимательской уверенности есть степень оптимизма среди застройщиков и продавцов жилья. Если уверенность высока, то компании готовы инвестировать в новые проекты, что и объясняет рост цен на рынке недвижимости. Высокие значения индекса могут объясняться ростом инвестиций в отрасль

и активным внедрением инновационных решений. Это способствует ускоренному развитию строительного сектора и улучшению качества предоставляемых объектов, что, в свою очередь, приводит к увеличению цен.

Положительная связь между уровнем использования производственных мощностей и индексом предпринимательской уверенности ($r = 0,64$) показывает, что высокий уровень использования производственных мощностей сопутствует росту предпринимательской уверенности. В периоды активного строительства предприниматели демонстрируют большее доверие к рынку, что отражается на увеличении индекса предпринимательской уверенности. Увеличение объема строительства стимулирует рост уверенности в стабильности и прибыльности бизнеса, что побуждает к дальнейшим инвестициям и расширению производственных мощностей.

Положительную умеренную корреляцию между уровнем использования мощностей и количеством нового жилья ($r = 0,51$) можно объяснить тем, что высокая загрузка производственных мощностей указывает на активное строительство нового жилья. Чаще всего это связано с высокой потребностью в новых объектах на рынке.

Проанализируем еще одну группу факторов, определяющих ипотечную систему. Банки играют ключевую роль в формировании спроса на недвижимость через свою ипотечную кредитную политику. Поэтому они определяют последнюю группу показателей, подлежащую исследованию (табл. 3).

Таблица 3

Факторы, определяющие роль банков в формировании спроса на недвижимость через свою ипотечную кредитную политику

	Ставка, %	Уровень одобрения ипотеки, %	Срок ипотечного кредитования, мес.	Число выданных ипотечных кредитов, ед.	Ставка по ипотечному кредитованию на первичном рынке, %	Ставка по ипотечному кредитованию на вторичном рынке, %
Ставка, %	1					
Уровень одобрения ипотеки, %	0,24	1				
Срок ипотечного кредитования, мес.	-0,78	-0,55	1			
Число выданных ипотечных кредитов, ед.	-0,33	0,32	-0,12	1		
Ставка по ипотечному кредитованию на первичном рынке, %	0,89	0,31	-0,88	-0,16	1	
Ставка по ипотечному кредитованию на вторичном рынке, %	0,92	-0,03	-0,54	-0,50	0,78	1

Высокая корреляция (0,89 и 0,92) между средней ставкой по ипотечным жилищным кредитам и ставками на первичном и вторичном рынках говорит о том, что изменения в условиях ипотечного кредитования напрямую влияют на стоимость жилья. Когда ставки по ипотеке снижаются, заемщики, как правило, более склонны к покупке жилья, так как это делает ипотеку более доступной. В результате увеличивается спрос, что может повлечь за собой рост цен на недвижимость. Обратная сильная корреляция между ипотечным кредитованием и ставкой на первичном рынке ($r = -0,88$) может свидетельствовать о том, что увеличение ставок по ипотечным кредитам негативно отражается на спросе на новостройки. Строительные компании могут снизить цены или предложить дополнительные стимулы, чтобы привлечь покупателей, когда ставки растут. Это, возможно, является одним из факторов, препятствующих развитию первичного рынка. Умеренная обратная зависимость между сроком кредитования и ставкой на вторичном рынке ($r = -0,54$) свидетельствует о том, что при увеличении ставок на рынке вторичного жилья заемщики могут стремиться к более длинным срокам кредитования. Это позволяет им сократить ежемесячные выплаты, но, в свою очередь, может привести к увеличению общего объема долга и долговой нагрузки на домашние хозяйства. Корреляция между ставками на первичном и вторичном рынках также является высокой ($r = 0,78$), то есть снижение ставок на первичном рынке влечет снижение ставок на вторичном.

Как видно из матрицы, заметная обратная связь существует между сроком кредитования и уровнем одобрения ($r = -0,55$). Выдавая кредиты на покупку жилья, банки анализируют, насколько заемщик платежеспособен. Увеличение срока кредитования, то есть снижение скорости оборачиваемости активов, негативно сказывается на уровне их одобрения.

Обратная связь между числом выданных ипотечных кредитов и процентной ставкой на вторичном рынке ($r = -0,5$) указывает на то, что снижение процентных ставок на вторичном рынке недвижимости действительно способствует увеличению объема выданных ипотечных кредитов.

Таким образом, корреляционный анализ факторов показывает, что банки, выполняя указания государства по обеспечению доступности жилья, смягчили условия кредитования. Однако такое послабление условий привело к значительному росту спроса на жилье, что, в свою очередь, вызвало уве-

личение цен на недвижимость. Таким образом, хотя инициатива и была направлена на улучшение доступности жилья, рост цен существенно нейтрализовал этот эффект. То есть изначально запланированные меры оказались не столь эффективными.

Результаты проведенного анализа позволили сформировать следующий сценарий развития событий на рынке ипотечного кредитования. Умеренное ужесточение кредитной политики, то есть введение более строгих требований к заемщикам и увеличение процентных ставок может снизить перегрев рынка и уменьшить риск закрепитованности населения. Необходимо сохранить и развивать льготные ипотечные программы. Например, льготные условия для определенных категорий граждан, в первую очередь молодежи, могут способствовать справедливому распределению ресурсов. Введение программ, направленных на поддержание строительства доступного жилья и развитие малоэтажного строительства, может способствовать увеличению предложения, что стабилизирует цены. Введение ограничений на количество льготных кредитов для одного человека или семьи, а также мониторинг покупок с инвестиционными целями поможет избежать спекуляций на рынке недвижимости.

Таким образом, покупка жилья в ипотеку остается самым востребованным способом приобретения недвижимости в собственности у населения нашей страны. Сбалансированный подход к кредитной политике, сочетание мер ужесточения и поддержка целевых льготных программ могут создать условия для устойчивого развития рынка недвижимости и повышения доступности жилья.

Выводы

В результате проведенного исследования были получены следующие выводы.

1. Ипотечное кредитование в России показывает устойчивый рост, особенно заметный в последние годы, несмотря на связанные с пандемией и экономическими ограничениями трудности. Основным источником развития рынка ипотеки являются государственные льготные программы, доля которых в общем числе выдаваемых кредитов существенно увеличивается.

2. Возможна угроза возникновения ипотечного пузыря из-за дисбаланса между ростом цен на жилье и фактической платежеспособностью населения. Повышенная долговая нагрузка населения, вследствие льготных программ и низких ставок, требует осторожного подхода к управлению рисками.

3. Увеличение спроса на ипотечные кредиты происходит вследствие снижения средневзвешенной процентной ставки по ипотеке, несмотря на замедление роста доходов населения и увеличение их долговой нагрузки.

4. Благодаря мерам государственной поддержки, таким как ипотечные льготы и послабления для строительного сектора, удалось стабилизировать выпуск новостроек. При этом вторичный рынок склонен к кризисным явлениям, так как средневзвешенная ставка в этом сегменте рынка недвижимости остается достаточно высокой.

5. Банковские институты, несмотря на последние изменения, имеют своей целью смягчение кредитной политики за счет снижения ставок, увеличения срока кредитования, а также увеличения доли ипотечно-жилищных кредитов с государственной поддержкой.

Таким образом, для исключения возникновения кризисной ситуации в ипотечном кредитовании необходим постоянный контроль. Как показал системный анализ, для предотвращения риска наступления кризиса в данном сегменте экономики, приоритетным является экономический рост в стране, что приведет к повышению жизненного уровня населения и постепенному уходу от увеличения мер по доступности жилья.

Список литературы

1. ДОМ.РФ. [Электронный ресурс]. URL: <https://дом.рф/analytics/> (дата обращения: 02.06.2024).
2. Ипотечный пузырь: есть ли признаки его формирования в России? // Новостной портал РБК [Электронный ресурс]. URL: <https://realty.rbc.ru/news/6419c0ab9a79479579df81c1> (дата обращения: 03.06.2024).
3. Федеральная служба государственной статистики: официальный сайт. [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/14458> (дата обращения: 02.06.2024).
4. Центральный Банк России. [Электронный ресурс]. URL: https://cbr.ru/statistics/idkp_br/ (дата обращения: 02.06.2024).
5. СберИндекс. [Электронный ресурс]. URL: <https://sberindex.ru/ru/dashboards?partition=7> (дата обращения: 02.06.2024).
6. Волков А.А. Ипотечное кредитование: сущность, функции и классификация // Вестник Академии знаний. 2020. № 3 (38). С. 324–334.
7. Зверев А.В., Мишина М.Ю., Кузнецова О.Н., Ребрина Т.Г., Корчешный В.В. Ипотечное кредитование и перспективы его развития в России: монография. М.: Мир науки, 2023. 103 с.
8. Моисеев В.А., Прокофьев К.Ю. Ипотечное жилищное кредитование в Российской Федерации: понятие, тенденции, проблемы и пути решения // Региональная экономика: теория и практика. 2014. № 1. С. 39–51.
9. Гринько Е.Л. Правовые основы формирования и регулирования ипотечной системы Российской Федерации // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2019. № 1 (26). С. 13–15.
10. Шаназарова Е.В., Савельева О.Е. Ипотечное кредитование в России: развитие и перспективы // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2022. № 3. С. 182–184.
11. Будагов А.С., Колесников А.М. Способы управления рисками ипотечного кредитования в современных условиях // Экономический вектор. 2018. № 4 (15). С. 40–48.

УДК 339.142:311.21
DOI 10.17513/fr.43667

РОЗНИЧНЫЙ ТОВАРООБОРОТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: СТАТИСТИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ФАКТОРОВ РОСТА

Сысоева Е.А., Ипполитова В.С.

ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет
имени Н.П. Огарёва», Саранск, e-mail: sysoewa@mail.ru, ippolitova.vs@gmail.com

Цель исследования заключалась в проведении статистического анализа и прогнозирования розничного товарооборота Российской Федерации, который представляет собой один из ключевых макроэкономических индикаторов. Методология исследования опиралась на системный подход и включала критический анализ, наблюдение, а также графические, аналитические и статистические методы. Обработка первичных данных производилась с помощью программного обеспечения для статистического анализа – Microsoft Excel и Statistica 6.0. В статье представлены результаты исследования динамики и структуры оборота розничной торговли в России за период с 2000 по 2022 г. При сравнительном анализе различных моделей прогнозирования, включая модели с использованием индексов сезонности, тренд-сезонную модель и ARIMA-модель, была выбрана наилучшая модель. На ее основе получена математическая модель, которая адекватно отражает динамику изучаемого явления и может быть использована для получения достоверного прогноза объемов розничного товарооборота в стране. В результате исследования установлено, что с вероятностью 99% в I–IV кварталах 2024 г. ожидается продолжение роста розничного товарооборота в Российской Федерации. На основе полученных результатов обоснована необходимость проведения комплексного анализа и прогнозирования оборота розничной торговли для принятия стратегических решений в области социально-экономической политики государства.

Ключевые слова: оборот розничной торговли, товарная структура, потребительское поведение, моделирование, прогнозирование, сезонность

RETAIL TRADE TURNOVER OF THE RUSSIAN FEDERATION: STATISTICAL ASSESSMENT AND FORECASTING GROWTH FACTORS

Sysoeva E.A., Ippolitova V.S.

National Research Ogarev Mordovia State University, Saransk,
e-mail: sysoewa@mail.ru, ippolitova.vs@gmail.com

The purpose of the study was to conduct statistical analysis and forecasting of retail trade turnover in the Russian Federation, which is one of the key macroeconomic indicators. The research methodology was based on a systematic approach and included critical analysis, observation, as well as graphical, analytical and statistical methods. Processing of primary data was carried out using software for statistical analysis – Microsoft Excel and Statistica 6.0. The article presents the results of a study of the dynamics and structure of retail trade turnover in Russia for the period from 2000 to 2022. Through a comparative analysis of various forecasting models, including models using seasonality indices, a trend-seasonal model and an ARIMA model, the best model was selected. On its basis, a mathematical model was obtained that adequately reflects the dynamics of the phenomenon under study and can be used to obtain a reliable forecast of the volume of retail trade turnover in the country. As a result of the study, it was established that with a probability of 99%, in the first and fourth quarters of 2024, the growth of retail trade turnover in the Russian Federation is expected to continue. Based on the results obtained, the need for a comprehensive analysis and forecasting of retail trade turnover in order to make strategic decisions in the field of socio-economic policy of the state is substantiated.

Keywords: retail trade turnover, product structure, consumer behavior, modeling, forecasting, seasonality

Введение

Розничный товарооборот является сложным и многосторонним показателем, позволяющим судить о разных аспектах хозяйственной деятельности. Исследование розничного товарооборота дает возможность оценить состояние розничного сектора экономики и его вклад в общий объем товарооборота, что является необходимым для понимания экономической активности и развития розничной торговли в стране. Изучение розничного товарооборота позволяет анализировать тенденции и динамику продаж в раз-

личных отраслях розничной торговли, обеспечивая бизнес и инвесторов информацией для принятия решений о развитии и стратегии своей деятельности. Кроме того, изучение розничного товарооборота дает возможность анализировать потребительские предпочтения и тренды, что особенно важно для розничных компаний, которые должны следить за изменениями в целях адаптации своего ассортимента и маркетинговых стратегий. Исследования розничного товарооборота обеспечивают правительственные и регуляторные органы информацией для разра-

ботки политики и программ поддержки розничной торговли, а также для мониторинга эффективности таких мер.

Актуальность темы исследования обоснована необходимостью комплексного анализа розничного товарооборота России и его влияния на развитие страны.

Целью исследования является проведение статистического анализа и прогнозирования розничного товарооборота Российской Федерации. В соответствии с поставленной целью были определены следующие задачи: исследование динамики и структуры розничного товарооборота Российской Федерации, построение модели, адекватно описывающей динамику розничного товарооборота страны и на ее основе проведение прогнозирования величины оборота розничной торговли.

Материалы и методы исследования

Основу исследования составили положения официальной статистической методологии по определению обобщающих показателей статистики внутренней торговли [1], статистические материалы о состоянии и развитии розничного товарооборота Российской Федерации за период с 2000 по 2022 г. [2, 3]. В работе использованы методы прогнозирования, табличные и графические методы представления статистических данных. Для обработки первичной информации использовались пакеты прикладных программ статистического анализа – Microsoft Excel и Statistica 6.0.

Результаты исследования и их обсуждение

Показатель товарооборота является стоимостным, и на его изменение помимо физического объема продаж значительное влияние оказывает инфляция, которая искажает реальную динамику товарооборота. В связи с этим необходимо элиминировать влияние инфляции и провести сравнительный анализ динамики розничного товарооборота в текущих и сопоставимых ценах. Рассмотрим динамику оборота розничной торговли Российской Федерации за 2000–2022 гг. [2, 3] (рис. 1).

Анализируя изменения в объеме розничной торговли в Российской Федерации в текущих ценах и в ценах 2016 г., можно сделать вывод, что значительная часть роста оборота розничной торговли в текущих ценах обеспечена влиянием ценового фактора. Ежегодный рост объемов розничного товарооборота в ценах 2016 г. составил всего 2,6%, в то время как в текущих ценах этот показатель достиг 14,1%. В результате можно утверждать, что большая часть увеличения объема торговли в стране обусловлена изменением цен, а не реальным увеличением продаж. Следовательно, за анализируемый период оборот розничной торговли в ценах 2016 г. увеличился только в 1,7 раза, в то время как под влиянием инфляции оборот розничной торговли вырос в 18 раз. Для последующего анализа был взят временной ряд оборота розничной торговли в текущих ценах.

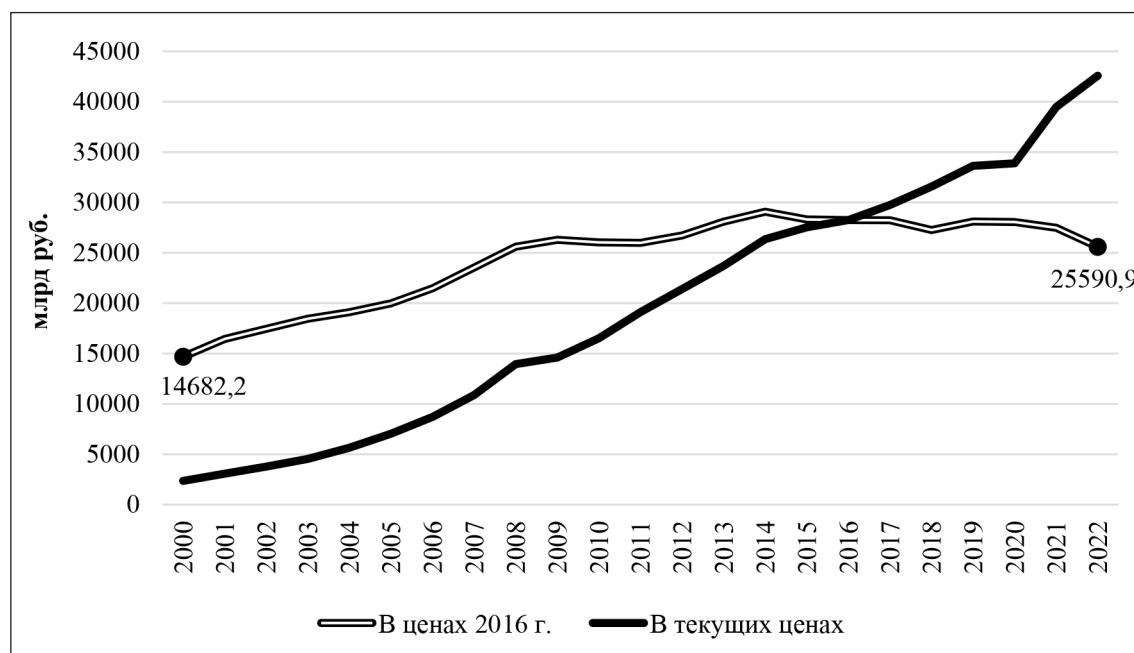


Рис. 1. Динамика оборота розничной торговли Российской Федерации в текущих ценах и в ценах 2016 г. за 2000–2022 гг., млрд руб.

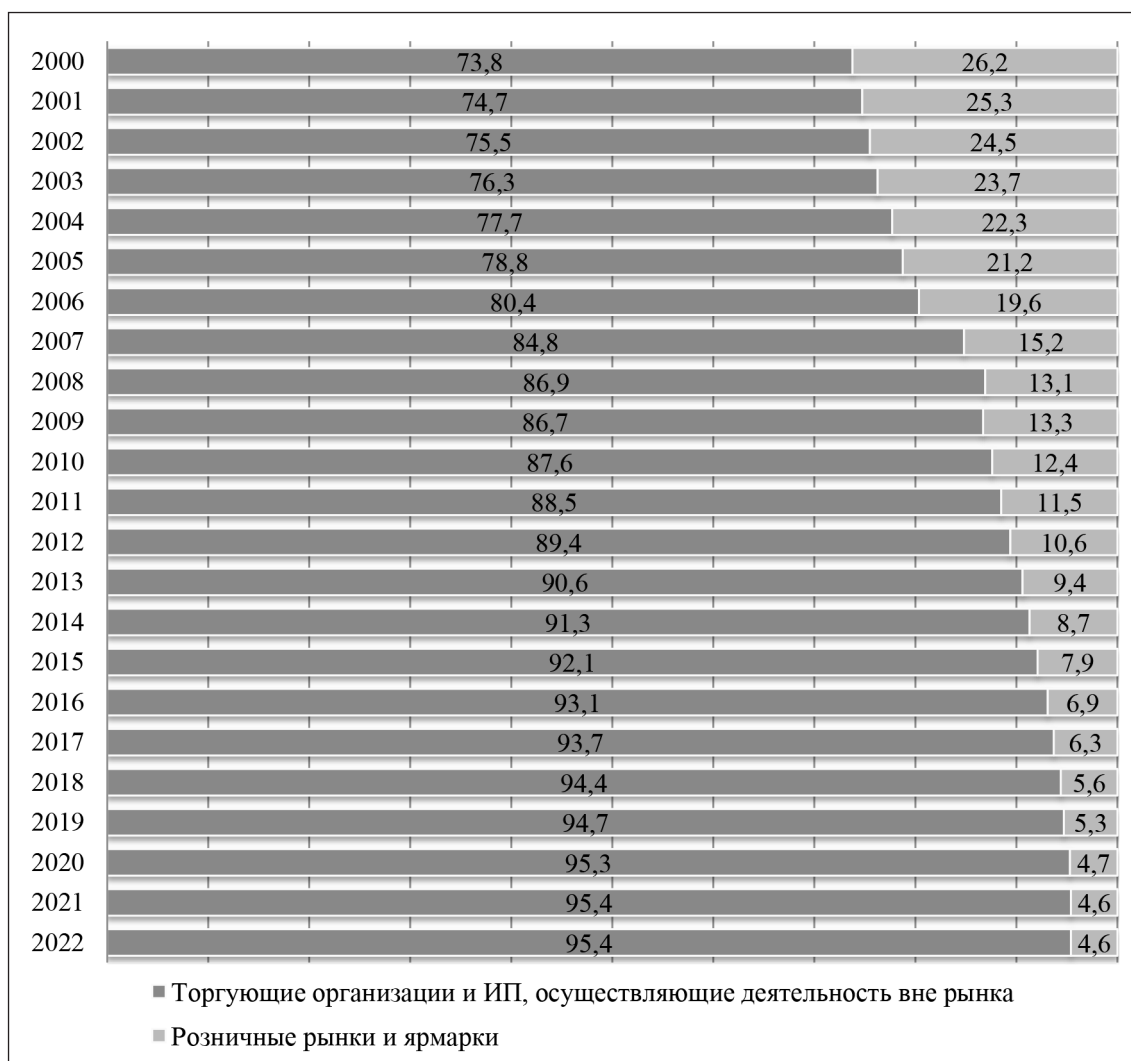


Рис. 2. Структура оборота розничной торговли Российской Федерации по формам торговли за 2000–2022 гг., в % к итогу

Важным этапом исследования оборота розничной торговли является анализ его структуры по основным классификационным признакам. На уровне государства основная задача исследования товарооборота заключается в оперативном принятии мер для корректировки экономических индикаторов, а также в выявлении изменений конъюнктуры и сопоставлении этих колебаний с конкретными фазами экономического цикла. В связи с этим Федеральной службой государственной статистики формируется официальная статистическая информация о структуре оборота розничной торговли. Наибольшую значимость с точки зрения изменений в потребительском поведении представляет классификация оборота розничной торговли по формам торговли и в товарном разрезе.

Рассмотрим структуру оборота розничной торговли Российской Федерации по формам торговли за 2000–2022 гг. [2, 3] (рис. 2). Общий тренд в структуре оборота розничной торговли Российской Федерации по формам торговли указывает на существенное увеличение доли торгующих организаций и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих деятельность вне рынка, за счет уменьшения доли розничных рынков и ярмарок на 21,6%.

Значение индекса Рябцева, рассчитанное для качественной оценки различия структуры оборота розничной торговли Российской Федерации в 2000 и 2022 гг., составляет 0,178, что подтверждает существенный уровень различий структур 2000 и 2022 гг.

Тенденция сокращения доли розничных рынков и ярмарок может быть связа-

на с ростом количества сетевых магазинов и изменением предпочтений потребителей в пользу удобства и широкого ассортимента товаров. Кроме того, такая закономерность обусловлена цифровизацией экономики, в частности распространением интернет-торговли [4, с. 357]. Значительная перспектива роста продаж через Интернет привела к тому, что с 2014 г. Федеральной службой государственной статистики разрабатывается показатель, отражающий процент интернет-продаж в общем объеме оборота розничной торговли. В период с 2014 по 2022 г. в России наблюдалось увеличение доли продаж через сеть Интернет в общем объеме оборота розничной торговли на 5,7%. При этом следует отметить возрастание темпов прироста данного показателя с 2019 г. Так, в период с 2014 по 2019 г. доля продаж через Интернет ежегодно возрастала в среднем на 23,4%, а в период с 2020 по 2022 г. – на 44,2%.

Анализ товарной структуры оборота розничной торговли Российской Федерации дает основание констатировать стабильный рост доли продовольственных товаров в товарной структуре розничного товарооборота в 2022 г. по сравнению с 2011 г. (+1,7%) и в 2011 г. по сравнению с 2000 г. (+1,2%) за счет сокращения доли непродовольственных товаров, что может свидетельствовать о негативной тенденции уровня жизни населения, так как ему приходится по большей части приобретать первоначально необходимые продукты питания и сокращать расходы на товары длительного пользования. Кроме того, в товарной структуре продовольственной группы товаров можно выделить несколько основных тенденций:

- снижение доли мясопродуктов в 2022 г. по сравнению с 2011 г. на 0,5% и в 2011 г. по сравнению с 2000 г. на 1,1%, что, при зафиксированном росте потребления мяса, может свидетельствовать о повышении доступности данного вида продуктов населению;

- снижение доли алкогольных напитков в 2022 г. по сравнению с 2011 г. на 1,2% и в 2011 г. по сравнению с 2000 г. на 2,3%, что может свидетельствовать о курсе на здоровый образ жизни среди населения;

- скачкообразное изменение доли табачных изделий, а именно уменьшение в 2011 г. по сравнению с 2000 г. на 0,9% и увеличение в 2022 г. по сравнению с 2011 г. на 1,3%, что может говорить о взятом курсе государства на повышение акцизов на данную продукцию;

- различия в структуре продовольственных товаров 2000 и 2022 гг. описываются индексом Рябцева, составившим 0,160,

что, согласно шкале Рябцева, характеризуется как существенный уровень различий.

В структуре непродовольственных товаров можно выделить следующие устойчивые тенденции:

- значительное снижение доли одежды, тканей и обуви в розничном товарообороте в 2022 г. по сравнению с 2011 г. на 2,6% и в 2011 г. по сравнению с 2000 г. на 5,7%, что может быть связано с повышением доступности этих товаров для населения и перераспределением потребительских приоритетов на другие виды товаров;

- рост доли лекарственных препаратов в 2022 г. по сравнению с 2011 г. на 1,6% и в 2011 г. по сравнению с 2000 г. на 0,2% обусловлен прежде всего повышением цен на данные виды товаров;

- различия в структуре непродовольственных товаров 2000 и 2022 гг. характеризуются индексом Рябцева, равным 0,336, что дает основание говорить о значительном уровне различий.

Таким образом, за 2000–2022 гг. структура розничного товарооборота Российской Федерации претерпела существенные изменения. Основными из них являются: сокращение доли числа рынков и ярмарок, увеличение доли интернет-продаж, рост доли продовольственных товаров в товарной структуре розничного товарооборота. Эти изменения являются результатом трансформации экономической структуры страны, развития технологий, а также изменений в поведении потребителей.

Поскольку оборот розничной торговли является одним из важнейших макроэкономических показателей, отражающих экономико-социальные процессы в стране, принятие решений и разработка стратегий эффективного развития, как на государственном уровне, так и на уровне предприятий, должны опираться на прогноз значений данного показателя. В качестве исходного временного ряда для прогнозирования были использованы квартальные данные об обороте розничной торговли в Российской Федерации за период с 2000 по 2022 г.

Изучение квартальной динамики розничного товарооборота Российской Федерации за 2000–2022 гг. позволило установить положительную тенденцию к росту, характеризующуюся ежегодным увеличением оборота розничной торговли в среднем на 14,1% (1828,4 млрд руб.), и сезонный характер колебаний. При этом увеличение среднего значения временного ряда сопровождается ростом амплитуды периодических колебаний, что свидетельствует о мультипликативном типе связи трендовой и сезонной компонент. В каждом году

минимальная величина оборота розничной торговли приходится на первый квартал (за исключением 2022 г., когда минимальная величина оборота розничной торговли приходилась на второй квартал). Затем величина оборота розничной торговли ежеквартально увеличивается в среднем на 7,6% (358,6 млрд руб.), достигая максимального значения в четвертом квартале.

Для проверки наличия основной тенденции в исследуемом временном ряду, с помощью пакета прикладных программ Statistica 6.0 был получен график автокорреляционной функции (коррелограмма) временного ряда оборота розничной торговли Российской Федерации за 2000–2022 гг. Значимость первого коэффициента автокорреляции подтверждает наличие основной тенденции.

Для описания тенденции временного ряда был применен метод аналитического выравнивания, суть которого состоит в том, что фактические уровни ряда динамики заменяются теоретическими уровнями, вычисленными на основе определенной кривой, описываемой аналитическим уравнением. Обработка данных производилась с помощью ППП Microsoft Excel (рис. 3).

Поскольку значение коэффициента детерминации для параболической модели выше, а средней ошибки аппроксимации ниже, чем для линейной и экспоненциальной моделей, то наилучшей кривой из выбранных для исследуемого показателя признается параболическая модель.

Далее для характеристики сезонных колебаний были рассчитаны сезонные индексы, которые отражают, насколько значения показателя в каждом квартале отличаются

от среднегодовых значений. Поскольку исследуемый временной ряд включает в себя определенную тенденцию, для расчета индексов сезонности применялся метод скользящей средней. Сначала были установлены сезонные показатели, после чего индексы сезонности были определены как средние арифметические этих показателей для одинаковых периодов. Поскольку среднее значение полученных индексов сезонности не составило 100%, была проведена корректировка индексов путем умножения на коэффициент, обратный среднему значению индекса сезонности (табл. 1).

Скорректированные индексы сезонности характеризуют модель сезонной волны оборота розничной торговли Российской Федерации во внутригодовом цикле. Наибольшая величина оборота розничной торговли приходится на четвертый квартал с незначительным превышением среднегодового уровня на 7,82%, что составляет 4,55 млрд руб.

Анализ показал, что временной ряд, отражающий объем розничной торговли в России, может быть представлен как комбинация трех компонент: трендовой (F_t), сезонной (S_t) и случайной (E_t). Основываясь на предположении, что в прогнозном периоде общие тенденции рассматриваемого явления будут такими же, как и в ретроспективном, а также исходя из компонентного состава исследуемого временного ряда, для моделирования закономерностей развития и прогнозирования динамики розничного товарооборота в России целесообразно использовать модель прогноза с помощью индексов сезонности, тренд-сезонную модель и ARIMA-модель.

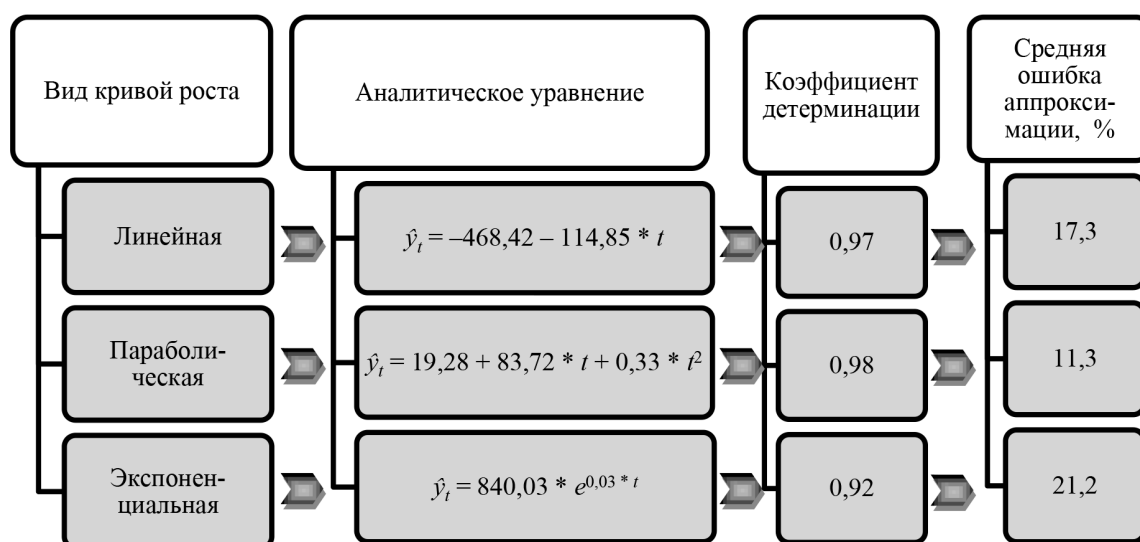


Рис. 3. Основные характеристики кривых роста, соответствующих исследуемому временному ряду оборота розничной торговли в Российской Федерации

Таблица 1

Индексы сезонности

Квартал	Индексы сезонности		Скорректированные индексы сезонности	
	%	млрд руб.	%	млрд руб.
I	94,23	-3,29	94,77	-3,13
II	96,34	-2,17	96,90	-2,01
III	99,93	0,43	100,51	0,59
IV	107,20	4,39	107,82	4,55
Среднее значение	99,42	-0,16	100,00	0,00

Для того чтобы впоследствии применить выбранную модель для прогнозирования, необходимо, чтобы она адекватно описывала исследуемый временной ряд. С этой целью производится проверка адекватности модели реальному процессу на основе анализа случайной (остаточной) компоненты, которая представляет собой отклонения расчетных значений уровней ряда от фактических. Установлено, что модель прогноза адекватно описывает исследуемый процесс, если значения случайной компоненты удовлетворяют свойствам случайности, независимости и нормальности распределения [5, с. 51].

С помощью мультипликативных и аддитивных индексов сезонности было осуществлено моделирование временного ряда оборота розничной торговли Российской Федерации. Результаты вычисления расчетных значений по индексной сезонной модели и средней ошибке аппроксимации для этой модели свидетельствуют о том, что мультипликативная индексная сезонная модель признается более точной, поскольку величина средней ошибки аппроксимации для нее (9,7%) ниже, чем для аддитивной (11,3%).

Проверка случайности остатков по индексной сезонной модели с мультипликативными индексами была проведена с помощью критерия «восходящих» и «нисходящих» средних. В ходе проверки ряда остатков по индексной сезонной модели с мультипликативными индексами была получена система неравенств, на основе которой с вероятностью 95% можно утверждать, что гипотеза о случайности остаточной компоненты отвергается. Для проверки независимости остатков по мультипликативной индексной сезонной модели был применен критерий Дарбина – Уотсона. Результаты анализа показали, что гипотеза о независимости остатков не подтверждается. Для оценки нормальности распределения остатков применялись коэффициенты

асимметрии и эксцесса, которые должны быть равны нулю при нормальном распределении. Поскольку отклонения от тренда представляют собой выборку из генеральной совокупности, были вычислены выборочные параметры асимметрии и эксцесса, а также их ошибки. В ходе проверки ряда остатков по индексной сезонной модели с мультипликативными индексами были получены соответствующие системы неравенств, позволившие утверждать, что гипотеза о нормальности распределения остатков отвергается.

Далее было осуществлено моделирование временного ряда оборота розничной торговли Российской Федерации по мультипликативной и аддитивной тренд-сезонной модели. Результаты вычисления расчетных значений по мультипликативной и аддитивной тренд-сезонной моделям, а также средней ошибки аппроксимации для этих моделей показали, что мультипликативная тренд-сезонная модель признается более точной, поскольку величина средней ошибки аппроксимации для нее (9,9%) ниже, чем для аддитивной (12,3%). В ходе проверки случайности ряда остатков по тренд-сезонной мультипликативной модели были получены результаты, позволившие утверждать, что с вероятностью 95% гипотеза о случайности остаточной компоненты отвергается. Гипотеза о независимости остатков по тренд-сезонной мультипликативной модели отвергается. В ходе проверки на нормальность распределения ряда остатков по тренд-сезонной мультипликативной модели было установлено, что гипотеза о нормальности распределения остатков отвергается.

При моделировании сложных экономических процессов, на которые сильное влияние могут оказать нерегулярные факторы, целесообразно использовать адаптивные методы. Одним из адаптивных методов является сезонная ARIMA-модель (модель Бокса – Дженкинса) [6, с. 5–6; 7, с. 47–48].

Моделирование временного ряда оборота розничной торговли в России было проведено с использованием сезонной модели ARIMA при помощи программного продукта Statistica 6.0. Исследуемый временной ряд демонстрирует наличие параболического тренда, а также квартальной сезонной составляющей. В связи с этим порядок первой разности соответствует двум, а порядок сезонной разности – единице.

Путем проверки различных порядков простой и сезонной авторегрессии и скользящего среднего были получены значимые оценки параметров для различных моделей. На основе минимизации среднего квадрата отклонений наиболее точной была признана модель порядка $(1,2,1) \times (0,1,2)_4$, средняя ошибка аппроксимации для этой модели составила 3,7%. В ходе проверки случайности ряда остатков сезонной ARIMA-модели было установлено, что с вероятностью 95% гипотеза о случайности остаточной компоненты принимается. Независимость остатков сезонной ARIMA-модели порядка $(1,2,1) \times (0,1,2)_4$ проверяется с помощью графика автокорреляционной функции.

Поскольку значения автокорреляционной функции по остаткам не выходят за доверительный интервал, то с вероятностью 95% можно утверждать, что гипотеза о независимости остатков данной модели принимается. Соответствие значений остатков сезонной ARIMA-модели порядка $(1,2,1) \times (0,1,2)_4$ закону нормального распределения было проверено с помощью критерия Шапиро – Уилка, согласно которому наблюдаемые значения остатков нормально распределены с вероятностью 80,0%.

На основе проведенных расчетов был осуществлен выбор модели для прогнозирования временного ряда оборота розничной торговли в Российской Федерации (табл. 2).

Из выбранных моделей адекватной исследуемому явлению признается только сезонная ARIMA-модель, поскольку она соответствует всем критериям адекватности. Кроме того, данная модель является наиболее точной, поскольку имеет наименьшую ошибку аппроксимации (3,7%). В связи с этим данная модель была использована для построения прогноза оборота розничной торговли.

Таблица 2

Сравнительная характеристика моделей для прогнозирования временного ряда оборота розничной торговли в Российской Федерации

Модель	Соответствие критериям адекватности			Средняя ошибка аппроксимации, %
	Случайность	Независимость	Нормальность	
Мультипликативная индексная сезонная модель	–	–	–	9,7
Тренд-сезонная модель	–	–	–	9,9
ARIMA-модель	+	+	+	3,7

Таблица 3

Прогноз оборота розничной торговли Российской Федерации на I–IV кварталы 2023 и 2024 гг. с помощью сезонной ARIMA-модели, млрд руб.

Год	Квартал	Прогноз	99%-ная доверительная граница	
			Нижняя	Верхняя
2023	I	10391,71	9676,81	11106,60
	II	10373,10	9470,46	11275,74
	III	11460,74	10368,65	12552,82
	IV	12351,96	11096,41	13607,51
2024	I	11514,06	10087,60	12940,53
	II	11550,20	9968,00	13132,40
	III	12372,26	10640,13	14104,39
	IV	13238,95	11362,37	15115,54

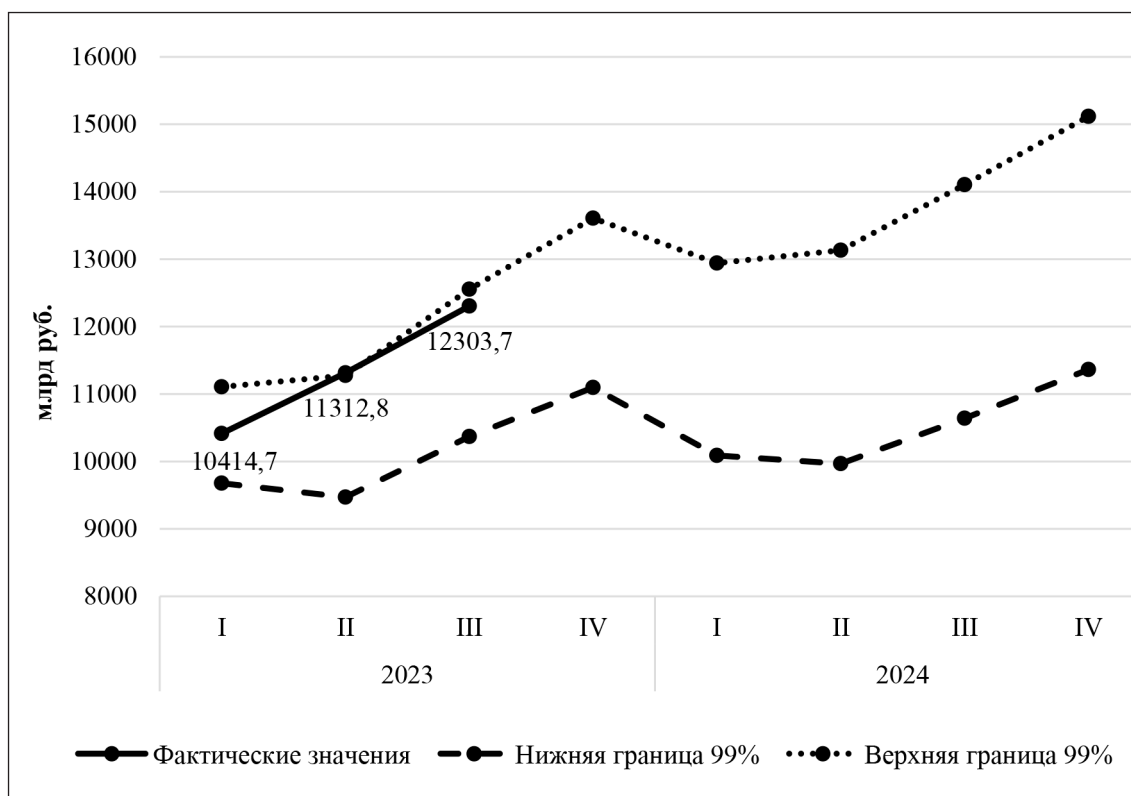


Рис. 4. Фактические значения оборота розничной торговли в Российской Федерации за I–III кварталы 2023 г. и 99%-ные доверительные границы прогноза по сезонной ARIMA-модели на I–IV кварталы 2023 и 2024 гг., млрд руб.

Прогноз оборота розничной торговли в Российской Федерации с 99%-ным уровнем достоверности построен на I–IV кварталах 2023 и 2024 гг. (табл. 3).

Согласно полученному прогнозу, сохранится тенденция к росту оборота розничной торговли Российской Федерации в I–IV квартале 2023 и 2024 гг., и к IV кварталу 2024 г. с вероятностью 99% он будет находиться в пределах от 11362,37 до 15115,54 млрд руб. при условии, что общие тенденции в прогнозном периоде будут такими же, как и в ретроспективном.

Определение точности прогноза по сезонной ARIMA-модели было осуществлено путем сопоставления фактических значений оборота розничной торговли Российской Федерации за I–III кварталы 2023 г. с прогнозными (рис. 3). В качестве показателя ошибки прогноза была использована средняя абсолютная процентная ошибка прогнозирования. На рис. 4 представлены фактические данные о показателях розничной торговли в России за первые три квартала 2023 г. и 99%-ные доверительные границы прогноза.

Вычисленная средняя абсолютная процентная ошибка прогнозирования, состав-

ившая 5,1%, и визуальный анализ соответствия фактических значений оборота розничной торговли доверительным границам прогноза позволяют говорить о достаточно приемлемой точности выработанной модели.

Заключение

Таким образом, в процессе анализа оборота розничной торговли в Российской Федерации были выявлены факторы, оказывающие основное влияние на исследуемый показатель. Так, ценовой фактор обеспечивал подавляющую часть роста розничного товарооборота за весь анализируемый период. Сезонная колеблемость, присущая исследуемому явлению, была описана индексами сезонности.

Исследование структурных элементов оборота розничной торговли позволило выявить общие направления развития показателя: увеличение распространенности торговых сетей перед рынками и ярмарками, стремительный рост популярности интернет-покупок, а также частные изменения в потребительском поведении.

В результате моделирования розничного товарооборота в Российской Федерации

была получена математическая модель, адекватно описывающая его динамику и впоследствии использованная для получения достоверного прогноза оборота розничной торговли.

Следовательно, розничный товарооборот одновременно описывает масштаб товарного обращения в стране и характеризует уровень жизни населения. Комплексный анализ и прогнозирование оборота розничной торговли необходимы для принятия обоснованных стратегических решений в социально-экономической политике государства. Прогнозные оценки значений розничного товарооборота в России могут служить основой для обоснования решений в сфере экономической политики. Это возможно при условии, что устойчивые тенденции, выявленные до момента, когда формируется прогноз соответствующего показателя, останутся без изменений.

Список литературы

1. Приказ Федеральной службы государственной статистики от 24 июня 2016 г. № 301 «Об утверждении официальной статистической методологии по определению обобщающих показателей по статистике внутренней торговли» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71353182/?ysclid=lv903llbc2174410599> (дата обращения: 12.04.2024).
2. Российский статистический ежегодник. 2023 / Федеральная служба государственной статистики (Росстат) / редкол.: С.Н. Егоренко, М.М. Афонин, Н.А. Бобкова и др. М., 2023. 701 с.
3. Торговля в России. 2023 / Федеральная служба государственной статистики (Росстат) / редкол.: И.Н. Шаповал, Н.А. Бобкова, К.А. Грициняк и др. М., 2023. 230 с.
4. Оганесян Л.Л., Фоменко Е.В., Трубачев И.С. Оценка современного состояния интернет-торговли в Российской Федерации // Вестник Академии знаний. 2019. № 32 (3). С. 353–360.
5. Турунцева М.Ю. Оценка качества прогнозов: простейшие методы // Российское предпринимательство. 2011. № 8–1. С. 50–56.
6. Abdo A.N.A. Forecasting Lebanese stocks using ARIMA models // Digital Models and Solutions. 2023. Vol. 2, Is. 1. P. 1–15.
7. Mowahed Sh.M., Orfany A.N. Apple production forecasting in Afghanistan using ARIMA model // Vestnik MIRBIS. 2022. № 2 (30). С. 45–51.

УДК 330.322.3:37
DOI 10.17513/fr.43668

ОЦЕНКА ПОСЛЕДСТВИЙ ДИСТАНЦИОННОГО РЕЖИМА РАБОТЫ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ ВУЗОВ

¹ Логинова Е.В., ¹Хохолуш М.С., ¹Кочергина Т.В., ²Тарасюк А.В.

¹ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет», Екатеринбург;

²ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский горный университет императрицы Екатерины II», Санкт-Петербург, e-mail: post-1816@yandex.ru

Актуальность исследования обусловлена активным внедрением дистанционных технологий в учебный процесс российских вузов и, соответственно, введением удаленного режима работы для преподавателей. Дистанционный режим работы преподавателя позволяет увеличить адаптивность и социальную мобильность преподавателя, повысить качество образовательного процесса за счет обеспечения обучающихся методическими материалами, широкого использования аудио- и визуальных разработок. Цель исследования заключается в анализе влияния использования дистанционного режима работы на отдельные аспекты трудовой жизни преподавателей вузов. Методология исследования основана на получении информации в результате опроса преподавателей вузов, осуществлявших дистанционную работу в течение последних трех лет. В состав опрашиваемых вошли 187 человек, из них женщины 101, мужчин 86 человек, основное место работы: УрФУ – 31 человек, УрГЭУ – 45 человек, РГППУ – 31 человек, ПНИПУ – 37, человек, СПбГУ – 22 человека, ВШЭ – 21 человек. Для проведения исследования использовался опросный лист, состоящий из трех блоков: первый блок – общее впечатление от перехода на дистанционный режим работы; второй блок – положительные последствия перехода на дистанционный режим работы; третий блок – отрицательные последствия перехода на дистанционный режим работы. По полученным оценкам общее впечатление преподавателей вузов от изменения режима работы скорее отрицательное, чем положительное, 95 человек оценили общее впечатление от изменения режима работы как отрицательное, 50 человек оценили данное изменение как положительное, нейтральная позиция сформировалась у 42 опрошенных преподавателей. Представленные оценки характеризуют дистанционный режим работы для преподавателей вузов с противоположных точек зрения и отражают в первую очередь различные условия, существующие у работников для организации своей деятельности в дистанционном режиме. Наличие условий, позволяющих эффективно взаимодействовать со студентами из дома, а именно отдельное рабочее место, обеспеченное современной компьютерной техникой и высокоскоростным Интернетом, техническая поддержка дистанционного взаимодействия со стороны технических служб вуза, позволит снизить негативные последствия.

Ключевые слова: система высшего образования, дистанционный режим работы, опрос, анализ, последствия изменения режима работы

ASSESSMENT OF THE CONSEQUENCES OF REMOTE WORK FOR UNIVERSITY TEACHING STAFF

¹ Loginova E.V., ¹ Khokholush M.S., ¹ Kochergina T.V., ² Tarasyuk A.V.

¹Ural State University of Economics, Yekaterinburg;

²St. Petersburg Mining University of Empress Catherine II, St. Petersburg, e-mail: post-1816@yandex.ru

The relevance of the study is due to the active introduction of distance technologies into the educational process of Russian universities and, accordingly, the introduction of remote work for teachers. The remote mode of work of the teacher makes it possible to increase the adaptability and social mobility of the teacher, improve the quality of the educational process by providing students with teaching materials and the widespread use of audio and visual developments. The purpose of the study is to analyze the impact of using remote work on certain aspects of the working life of university teachers. The research methodology is based on obtaining information from a survey of university teachers who have carried out distance work over the past three years. The respondents included 187 people, of which 101 were women, 86 were men, the main place of work was UrFU – 31 people, USUE – 45 people, RSUPU – 31 people, PNRPU – 37 people, St. Petersburg State University – 22 people, HSE – 21 people. To conduct the study, a questionnaire consisting of three blocks was used: the first block – the general impression of the transition to a remote work mode, the second block – the positive consequences of the transition to a remote work mode, and the third block – the negative consequences of the transition to a remote work mode. According to the assessments received, the general impression of university teachers from the change in working hours is more negative than positive: 95 people rated the general impression of the change in working hours as negative, 50 people rated this change as positive, and a neutral position was formed among 42 teachers surveyed. The presented assessments characterize the remote work mode for university teachers from opposite points of view and primarily reflect the different conditions that exist for employees to organize their activities in a remote mode. The presence of conditions that allow effective interaction with students from home, namely, a separate workplace provided with modern computer equipment and high-speed Internet, technical support for remote interaction from the technical services of the university will reduce the negative consequences.

Keywords: higher education system, remote work mode, survey, analysis, consequences of changing the work mode

Введение

Актуальность проблемы оценки последствий цифровизации сферы высшего образования подтверждает ее отражение в комплексе документов стратегического планирования высшей школы. В настоящий момент реализуются программы, включающие отдельные направления цифровизации образования, том числе «Цифровая экономика Российской Федерации», приоритетный национальный проект «Современная цифровая образовательная среда в Российской Федерации». Внедрение цифровых технологий в образовательный процесс позволяет активно использовать технологии дистанционного обучения, что, в свою очередь, формирует ряд положительных и отрицательных последствий как для обучающихся, так и для преподавательского состава вузов. Дистанционный режим работы преподавателя позволяет увеличить адаптивность и социальную мобильность преподавателя, повысить качество образовательного процесса за счет обеспечения обучающихся методическими материалами, широкого использования аудио- и визуальных разработок.

Цель исследования заключается в анализе влияния использования дистанционного режима работы на отдельные аспекты трудовой жизни преподавателей вузов.

Материал и методы исследования

Активное внедрение информационно-коммуникационных и цифровых технологий позволило использовать дистанционный труд. Такая форма организации труда дает работнику возможность выполнять трудовые функции, находясь дома или в любом месте, обеспеченном доступом в сеть Интернет. Как правило, реализация данной модели в сфере высшего образования требует наличия персональной компьютерной техники, базовых информационных платформ взаимодействия преподавателя и студентов, наличия электронной почты и систем видео-конференц-связи.

В работах, отражающих позицию Международной организации труда («International Labour Organization») касательно дистанционной работы [1, с. 85; 2, с. 289], отмечены следующие последствия дистанционного режима работы: экономия времени перемещения к месту работы, высокая автономия сотрудника и возможность самостоятельно организовывать процесс работы, достижение баланса между личным и рабочим временем [3, с. 214]. Как следствие, применение дистанционного режима работы может способствовать повышению

производительности труда. Еще одним неоспоримым преимуществом дистанционной занятости является активное привлечение к труду лиц с ограниченными возможностями здоровья либо лиц, осуществляющих уход за членами семьи [4, с. 241]. Особенности российского трудового законодательства заключаются в предоставлении работникам, трудящимся дистанционно, прав и гарантий таких же, как у работников, осуществляющих деятельность в рамках традиционной занятости и режима работы. При этом дистанционная занятость является альтернативой межрегиональной трудовой миграции, поскольку удаленная работа позволяет работать на территории с более высоким уровнем средней заработной платы при сохранении при этом текущего места жительства. Положительные эффекты могут получать и вузы-работодатели, привлекая к учебному процессу квалифицированных специалистов, имеющих широкую географию проживания [5, с. 208].

Наряду с обозначенными преимуществами дистанционной работы авторы отмечают и наличие отрицательных последствий использования дистанционных технологий в осуществлении учебного процесса в российских вузах. Как правило, отмечается возможность злоупотреблений со стороны работодателей, касающихся вторжения в личную жизнь работника путем осуществления видеоконтроля проводимых занятий. При этом в поле зрения работодателя могут попасть члены семьи работника, специфика его личной жизни; также часто работодатель не компенсирует расходы на использование личного имущества, оплату услуг связи, доступа в сеть Интернет и т.д. [6, с. 563]. При этом работодатель экономит расходы на офисные помещения, электроэнергию, отопление и т.д. Опыт вынужденного перехода на дистанционную работу в период пандемии коронавирусной инфекции показал ограниченность ресурсов работников для полноценной организации учебного процесса из дома. Недостаток рабочего пространства, компьютерной техники, оборудования, необходимость делить его с другими членами семьи формируют негативные аспекты дистанционной работы. В данном контексте справедливо мнение Ф. Лорда [7, с. 63], что дистанционный режим работы требует от работника организации домашнего офиса, при этом расходы на дополнительную жилплощадь могут быть недоступными для работника.

Отдельный аспект, который отмечают преподаватели при использовании дистанционного режима работы, – это рост ин-

тенсификации труда ввиду отсутствия коллективных форм обучения, за исключением лекций: каждое взаимодействие со студентом осуществляется индивидуально путем личных консультаций по возникающим вопросам. Рост интенсивности взаимодействия с преподавателем является результатом социальной изоляции студента в процессе обучения, отсутствует влияние специфической среды вуза, организационной культуры, которая способствует обучению. Данные процессы приводят к информационной перегруженности преподавателя, ситуации, когда количество информации, которую нужно переработать, превышает возможности обрабатывать информацию в заданный момент времени.

Обозначив имеющиеся подходы к оценке последствий дистанционного режима работы преподавателей вузов и мнения авторов, необходимо обозначить методы исследования. Отдельные вопросы методологии исследования особенностей организации труда представлены в предыдущих работах авторов статьи [8, 9].

В основе проведенного исследования лежит опрос преподавателей вузов, осуществлявших дистанционную работу в течение последних трех лет. В состав опрашиваемых вошли 187 человек, из них женщин 101, мужчин 86 человек, основное место работы: УрФУ – 31 человек, УрГЭУ – 45 человек, РГППУ – 31 человек, ПНИПУ – 37, человек, СПбГУ – 22 человека, ВШЭ – 21 человек.

Структура опроса

Оцените общее изменение качества рабочего взаимодействия при переходе на дистанционную работу

1. Не изменилось

2. Ухудшилось

3. Улучшилось

Отметьте положительные последствия перехода на дистанционную работу

1. Сокращение непроизводительного времени (на дорогу)

2. Гибкий график работы

3. Рост комфорта трудового процесса

4. Сокращение расходов

5. Возможность решать личные проблемы

6. Возможность совмещать работу с другими видами заработка

7. Повысилась производительность труда

Отметьте отрицательные последствия перехода на дистанционную работу

Повысилась нагрузка из-за индивидуального контакта со студентами

Технические сбои

Ухудшились условия работы

Рост расходов на осуществление трудовой функции

Трудности с организацией рабочего процесса

Социальная изоляция

Рис. 1. Структура опроса

В соответствии с полученными данными о типовых последствиях перехода на дистанционную работу был сформирован опросный лист, состоящий из трех блоков: первый блок – общее впечатление от перехода на дистант; второй блок – положительные последствия перехода на дистант; третий блок – отрицательные последствия перехода на дистант. Структура опроса представлена на рисунке 1.

Результаты исследования и их обсуждение

В результате проведенного исследования представим полученные данные, касающиеся оценки последствий перехода на дистанционный режим. В первую очередь рассмотрим результаты оценки общего впечатления от изменения режима работы и использования дистанционных технологий (рис. 2).

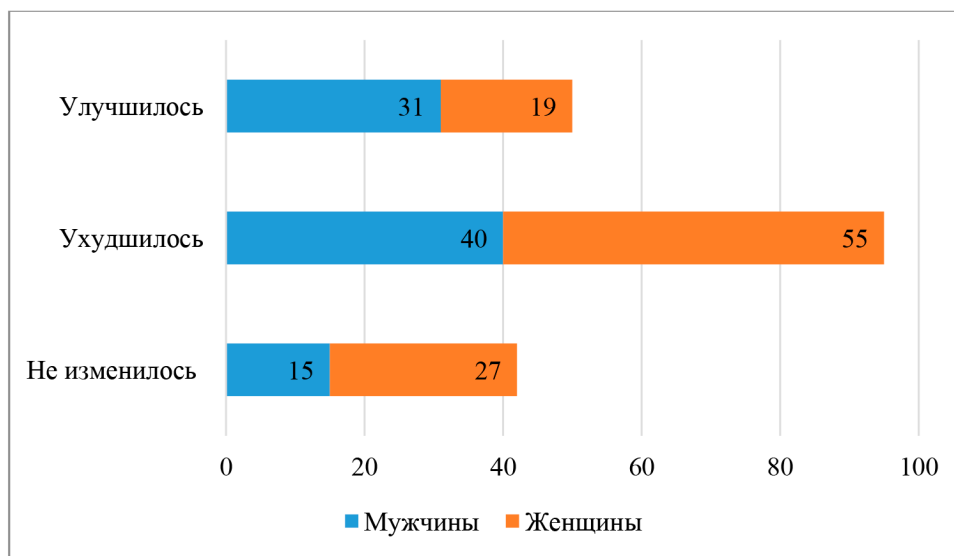


Рис. 2. Оценка общего впечатления от изменения режима работы и использования дистанционных технологий, ед.

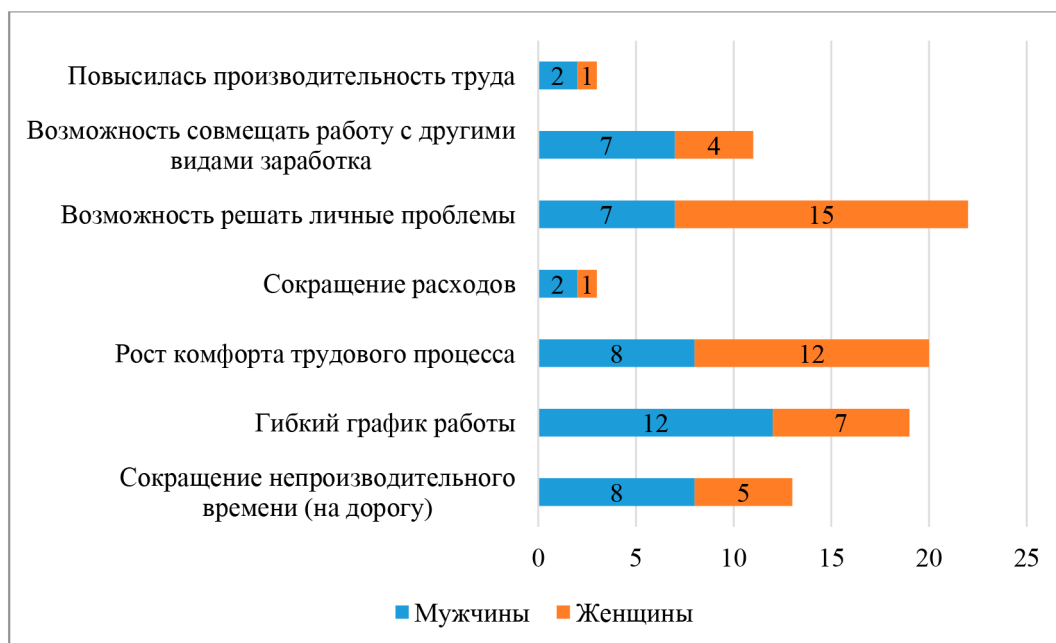


Рис. 3. Результаты оценки респондентов по блоку вопросов «Отметьте положительные последствия перехода на дистанционную работу», ед.

Как видно из рисунка 1, общее впечатление преподавателей вузов от изменения режима работы скорее отрицательное, чем положительное. 95 человек оценили общее впечатление от изменения режима работы как отрицательное, 50 человек оценили данное изменение как положительное, нейтральная позиция сформировалась у 42 опрошенных преподавателей. Можно сделать вывод, что переход на удаленную работу, обусловленный в первую очередь сложной эпидемиологической ситуацией, был воспринят как негативный. Одним из основных факторов, обусловивших наличие положительного впечатления от перехода на дистанционный режим работы, стало наличие у преподавателя опыта участия в реализации дистанционных образовательных программ. Вместе с тем следует отметить, что для большинства образовательных программ вне социально-гуманитарной направленности реализация в дистанционной форме представляет существенные сложности за рамками теоретического обучения.

Далее рассмотрим детальные оценки, позволяющие определить причины сложившейся ситуации (рис. 3).

Как видно на рисунке 3, положительные последствия перехода на дистанционный режим работы чаще всего связаны для респондентов с возможностью оперативно решать

личные вопросы (22 опрошенных) и увеличением комфорта при осуществлении трудового процесса (19 опрошенных). Оценка гендерных приоритетов в положительных оценках последствий перехода на дистанционную работу представлена на рисунке 4.

При сравнении ответов женщин и мужчин видно, что женщины положительнее оценивают возможность решать личные проблемы и рост комфорта при осуществлении трудового процесса, в то же время для мужчин более важной является возможность сократить расходы на реализацию трудовой функции и совмещать дистанционную работу с другими видами заработка.

Далее представим детализацию оценок отрицательных последствий перехода на дистанционный режим работы (рис. 5).

Как видно на рисунке 5, среди причин отрицательной оценки последствий перехода на дистанционный режим работы лидируют «Повышение нагрузки из-за индивидуализации работы со студентами» – 20 ответов, «Технические сбои» – 21 ответ и «Социальная изоляция» – 18 ответов. В меньшей степени преподавателей вузов беспокоят проблемы организации учебного процесса на дистанте и ресурсные последствия данного перехода. Далее рассмотрим гендерные приоритеты в отрицательных оценках последствий перехода на дистанционную работу (рис. 6).

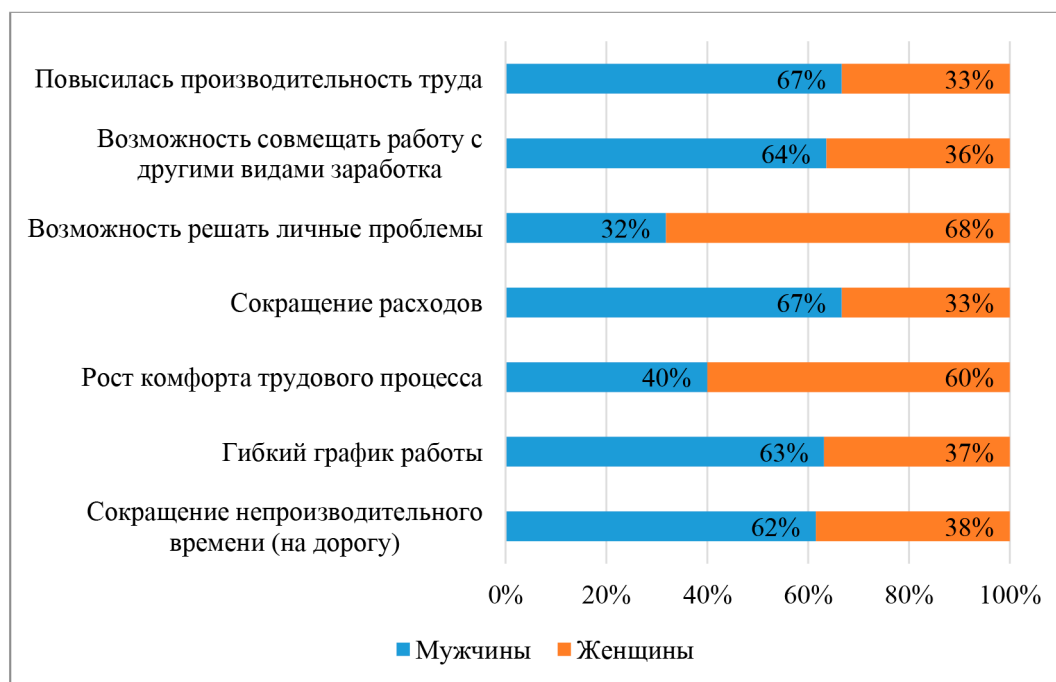


Рис. 4. Оценка гендерных приоритетов в положительных оценках последствий перехода на дистанционную работу, %

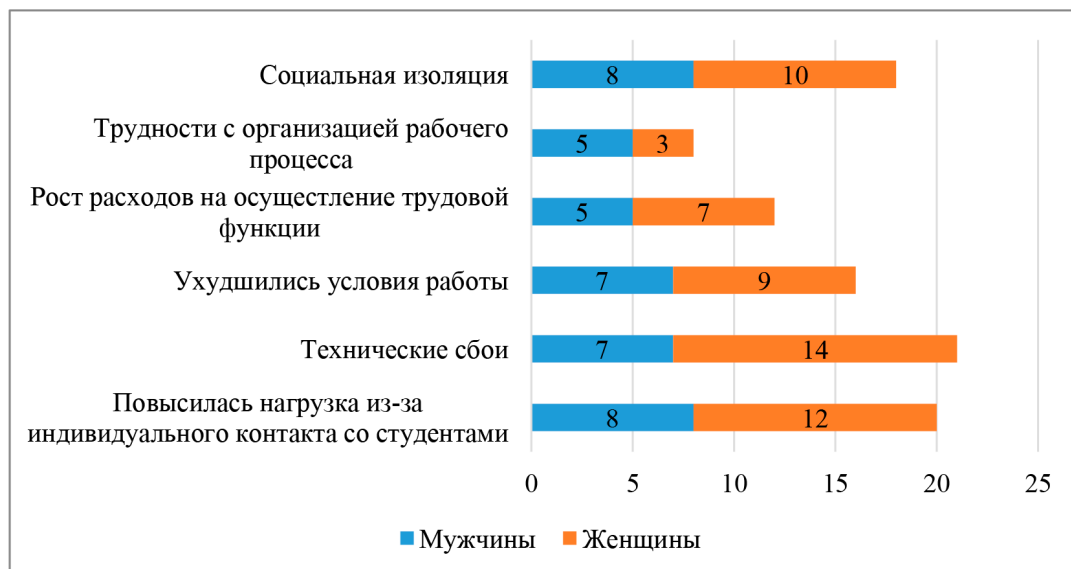


Рис. 5. Результаты оценки респондентов по блоку вопросов «Отметьте отрицательные последствия перехода на дистанционную работу», ед.

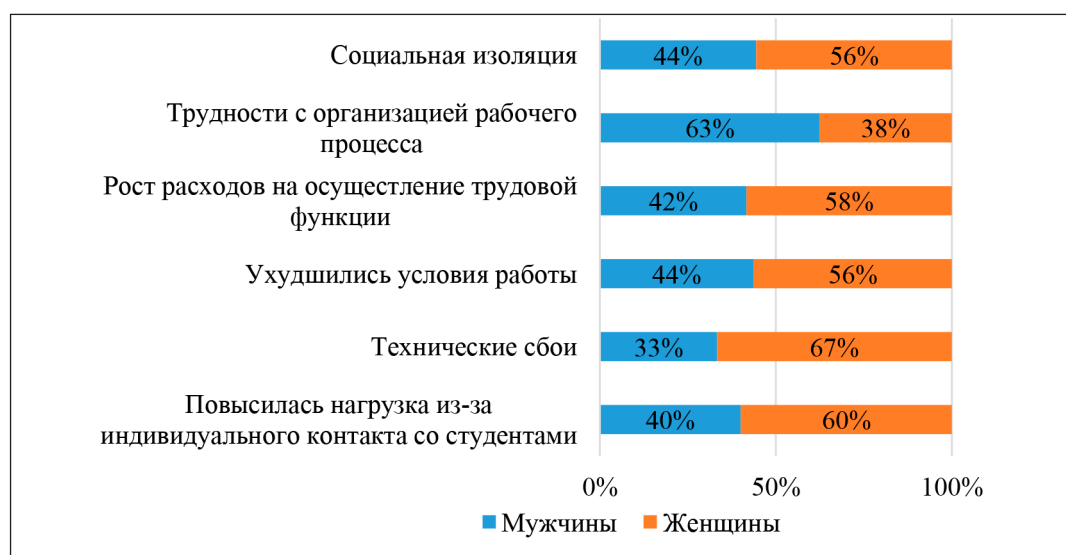


Рис. 6. Оценка гендерных приоритетов в отрицательных оценках последствий перехода на дистанционную работу, %

Как видно на рисунке 6, женщин в большей степени беспокоят технические сбои, повышение нагрузки и социальная изоляция, для мужчин трудности связаны с организацией рабочего процесса. Комплексность проблем, обозначенных респондентами, затронула вопросы ресурсного обеспечения перехода на дистанционный режим работы, вопросы организации учебного процесса и психологическую адаптацию. В большинстве случаев решение проблемы ресурсного обеспечения процесса перехода на дистанционный режим работы легло

на преподавателей, которые самостоятельно обеспечивали себя компьютерной техникой, доступом в сеть Интернет и организовывали рабочее место. Решение проблемы изменений в организации учебного процесса и роста нагрузки на преподавателя часто осуществлялось в оперативном режиме через проведение ряда обучающих семинаров для преподавателей по повышению компетенций работы в информационной среде, использованию инструментов персонализации работы со студентами в дистанционном режиме, формированию систем

контроля компетенций студентов. Решение проблемы психологической адаптации преподавателей к дистанционному режиму работы осуществлялось в единичных случаях за счет создания служб психологической помощи.

Представленные оценки характеризуют дистанционный режим работы для преподавателей вузов с противоположных точек зрения и отражают, в первую очередь, различные условия, существующие у работников для организации своей деятельности в дистанционном режиме. Наличие условий, позволяющих эффективно взаимодействовать со студентами из дома, а именно отдельное рабочее место, обеспеченное современной компьютерной техникой и высокоскоростным Интернетом, техническая поддержка дистанционного взаимодействия со стороны технических служб вуза, позволят сократить негативные впечатления от дистанционного режима работы.

Выводы

Обобщение полученных результатов исследования в целом позволяет охарактеризовать переход на дистанционный режим работы для преподавателей вузов как сложный многоаспектный процесс. Основные выводы, касающиеся последствий перехода на дистанционный режим работы, свидетельствуют о следующем:

- в-первых, преимущественное количество респондентов характеризуют переход на дистанционный режим работы как имеющий негативный оттенок. При этом наблюдается зависимость наличия положительного впечатления от перехода на дистанционный режим работы от наличия у преподавателя опыта участия в реализации дистанционных образовательных программ;
- во-вторых, выявлены основные проблемы, возникшие в связи с переходом на дистанционный режим работы, соотносимые с тремя основными группами, а именно: вопросы ресурсного обеспечения перехода на дистанционный режим работы, вопросы изменения в организации учебного процесса и контроля компетенций студентов и психологическая адаптация преподавателей к новым условиям работы;
- в-третьих, оценки последствий перехода на дистанционный режим реализации образовательных программ имеют определенный гендерный аспект: технические проблемы и социальная адаптация в большей степени беспокоят женщин, для мужчин трудности связаны с организацией рабочего процесса;

– в-четвертых, успешность перехода на дистанционный режим реализации образовательных программ зависит от личного потенциала преподавателей, включающего ресурсную обеспеченность и компетенции работы в цифровой среде, и потенциала образовательной организации.

Цифровая трансформация традиционной формы реализации образовательных программ, предусматривающей непосредственный контакт между преподавателем и студентом в аудитории, формирует новые возможности, связанные с увеличением количества слушателей, но вместе с этим обозначает и ряд проблем, связанных как непосредственно с материально-техническим и методическим обеспечением, так и с необходимостью социально-психологической адаптации преподавателей и студентов. Среди основных вопросов, которые необходимо пересмотреть в связи со сформировавшейся ситуацией, – изменение порядка работы со студентами, активное использование средств автоматизации взаимодействия, формирование соответствующих регламентов, закрепляющих новый порядок работы. Также необходимо внедрение практики компенсации расходов преподавателей, возникающих в связи с использованием личной техники при организации учебного процесса.

Список литературы

1. Ahlers E. Flexible and remote work in the context of digitization and occupational health // *International Journal of Labour Research*. 2016. Т. 8, № 1-2. С. 85-99.
2. Aloisi A., De Stefano V. Essential jobs, remote work and digital surveillance: Addressing the COVID-19 pandemic panopticon // *International Labour Review*. 2022. Т. 161, № 2. С. 289-314.
3. Promoting employment and decent work in a changing landscape. Report of the Committee of Experts on the Application of Conventions and Recommendations (articles 19, 22 and 35 of the Constitution) Report III (Part B). 385 p.
4. Красноярова Е. В. Особенности регулирования труда лиц с семейными обязанностями // *iPolytech Journal*. 2014. № 5 (88). С. 241-248.
5. Лобова С.В. Удаленный режим работы преподавателей российских вузов в условиях пандемии COVID-19: основания и восприятие // *Экономическое развитие региона: управление, инновации, подготовка кадров*. 2020. № 7. С. 208-213.
6. Кожевников О.А., Чудиновских М.В. Регулирование труда дистанционных работников в России и за рубежом // *Вестник Санкт-Петербургского университета. Право*. 2020. Т. 11, № 3. С. 563-583.
7. Lord F. The social perils and promise of remote work // *Journal of Behavioral Economics for Policy*. 2020. Vol. 4. P. 63-67.
8. Логинова Е.В. Состояние трудового потенциала в сфере гостеприимства // *Управленец*. 2015. № 1 (53). С. 54-63.
9. Логинова Е.В., Кулькова И.А. Менеджмент персонала контактной зоны на основе оценки паттернов его поведения // *Лидерство и менеджмент*. 2021. Т. 8, № 2. С. 229-240.