

Журнал зарегистрирован Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Южному федеральному округу. Свидетельство о регистрации ПИ №ТУ23-01556.

Журнал включён в Перечень рецензируемых научных изданий ВАК Министерства образования и науки РФ по научным специальностям: 5.2.1. Экономическая теория, 5.2.4. Финансы, 5.2.5. Мировая экономика.

Зарегистрирован в системе Российского Индекса Научного Цитирования (РИНЦ). Подписной индекс в каталоге «Пресса России» — 29158. Статьи рецензируются.

Учредитель и издатель:

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

Редакционный совет:

Ю.В. Вертакова, д-р экон. наук, профессор, профессор Курского филиала Финансового университета при Правительстве РФ (г. Курск, Российская Федерация);

Н. Г. Кузнецов, д-р экон. наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ, зав. кафедрой экономической теории ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)» (г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация);

Е. Л. Логинов, д-р экон. наук, профессор РАН, зам. директора Института экономических стратегий (г. Москва, Российская Федерация);

И. А. Перонко, д-р экон. наук, профессор, заслуженный экономист РФ, проректор по развитию ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет им. И. Т. Трубилина» (г. Краснодар, Российская Федерация); Ю. И. Трещевский, д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой экономики и управления организациями ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет» (г. Воронеж, Российская Федерация);

Л. С. Шаховская, д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой мировой экономики и экономической теории ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный технический университет» (г. Волгоград, Российская Федерация);

Р. Т. Адильчаев, канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой «Экономика» Каракалпакского государственного университета им. Бердаха (Республика Узбекистан, г. Нукус);

В. Благоев, профессор, PhD, Университет менеджмента Варна (Республика Болгария, г. София);

А. Даваасурэн, д-р экон. наук, профессор, зав. отделом региональной экономики Института международных исследований Академии Наук Монголии (Монголия, г. Улан-Батор);

А. Б. Карбекова, д-р экон. наук, и.о. профессора, координатор Центра поддержки технологий и инноваций Жалал-Абадского государственного университета им. Б. Осмонова (Кыргызская Республика, г. Жалал-Абад);

В. В. Пузиков, д-р экон. наук, профессор, профессор кафедры финансов и менеджмента Института бизнеса Белорусского государственного университета (Республика Беларусь, г. Минск);

Г. Л. Саргсян, д-р экон. наук, профессор, декан факультета экономики и управления Ереванского государственного университета (Республика Армения, г. Ереван);

Е. П. Шустова, д-р экон. наук, MBA, проректор по международному сотрудничеству университета им. А. Бокейханова (Республика Казахстан, г. Семей).

Главный редактор:

И. В. Шевченко, д-р экон. наук, профессор

Зам. главного редактора:

Ю. Н. Александрин, канд. экон. наук, доцент

Е. М. Егорова, канд. экон. наук, доцент

А. К. Кочиева, канд. экон. наук, доцент

Редакционная коллегия:

Е. Н. Александрова, канд. экон. наук, доцент

А. А. Воронов, д-р экон. наук

Г. Г. Вукович, д-р экон. наук, профессор

Ж. Д. Дармилова, д-р экон. наук, профессор

Л. Н. Дробышевская, д-р экон. наук, профессор

Л. И. Егорова, д-р экон. наук, профессор

А. А. Кизим, д-р экон. наук, профессор

М. Е. Листопад, д-р экон. наук, доцент

К. О. Литвинский, канд. экон. наук, доцент

В. И. Милета, канд. экон. наук, доцент

О. В. Никулина, д-р экон. наук, доцент

М. В. Плешакова, канд. экон. наук, доцент

С. Н. Третьякова, д-р экон. наук, доцент

Корректура: Е. С. Кошпетрук

Верстка: Д. А. Хрипков

Адрес редакции и издателя журнала:

350040, г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149, ауд. 236.

тел. (861) 219-95-53; e-mail: etip@kubsu.ru

http://econ.kubsu.ru/econtp.html

Подписано в печать 18.06.2024. Дата выхода в свет 25.06.2024.

Печать цифровая. Формат 60x84 1/8. Уч.-изд. л. 9,6.

Тираж 500. Свободная цена. Заказ № 5701.

Отпечатано в издательско-полиграфическом центре

Кубанского государственного университета

350040, г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149, тел. (861)219-95-51

© Кубанский государственный университет, 2024

Содержание

ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА

И.В. Шевченко, Д.Г. Петриченко

Управление рисками в сфере недвижимости3

ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА

А.С. Прошкина

Обзор инструментов поддержки университетского технологического предпринимательства в Российской Федерации14

ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА

Е.Н. Александрова

Актуальные вопросы развития кибербезопасности в современной России21

А.И. Бабенко, И.В. Бабенко

Особенности функционирования маркетплейсов интернет-торговли в современных условиях: возможности и угрозы29

ИНВЕСТИЦИИ

И.В. Колос, Г.Г. Скибенко, Е.Ю. Томашевская,

Д.В. Щетинина

Обеспечение диагностики паттернов фондового рынка инструментами искусственного интеллекта37

А.И. Гали

Влияние ESG-рейтинга на инвестиционную привлекательность компаний развивающихся стран44

ФИНАНСОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

В. Б. Дубкова

Концепция дифференцированного метода налогообложения прибыли предприятий50

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

С.И. Головкина, Н.В. Валебникова, М.Н. Коноплёв

Анализ санкций и оценка методов борьбы с ними66

МАРКЕТИНГ

А.К. Кочиева, Д.В. Шрейдер

Разработка карты цифровых инструментов для продвижения платных образовательных услуг вузов России71

СЛОВО МОЛОДЫМ УЧЕНЫМ

М.В. Проник, К.А. Троценков

Модели ценовой дискриминации: теория и практика82

НАУЧНАЯ ЖИЗНЬ

Т.С. Малахова

Современные тенденции развития экономической науки (по итогам всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Галактика науки-2024»)93

ABSTRACT98

УСЛОВИЯ ПУБЛИКАЦИИ 106

INDUSTRIAL ECONOMICS <i>Shevchenko I.V., Petrichenko D.G.</i> Risk management in the real estate sector.....	3
INNOVATIVE ECONOMY <i>Proshkina A.S.</i> Tools to support university technological entrepreneurship in the Russian Federation.....	14
DIGITAL ECONOMY <i>Alexandrova E.N.</i> Current issues of cyber security development in modern Russia	21
<i>Babenko A.I., Babenko I.V.</i> Peculiarities of functioning of e-commerce marketplaces in modern conditions: opportunities and threats.....	29
INVESTMENT <i>Kolos I.V., Skibenko G.G., Tomashevskaya E.Y., Shchetinina D.V.</i> Providing diagnostics of stock market patterns by artificial intelligence tools	37
<i>Gali A.I.</i> The impact of esg rating on the investment attractiveness of companies in developing countries.....	44
FINANCIAL MANAGEMENT <i>Dubkova V.B.</i> The concept of differentiated method of taxation of corporate profits	50
THE GLOBAL ECONOMY <i>Golovkina S.I., Valebnikova N.V., Konoplev M.N.,</i> Analysis of sanctions and assessment of methods to combat them.....	66
MARKETING <i>Kochieva A.K., Schrader D.V.</i> Development of a map of digital tools to promote paid educational services of universities in Russia.....	71
WORD TO YOUNG SCIENTISTS <i>Pronik M.V., Troshchenko V.K.</i> Models of price discrimination: theory and practice	82
SCIENTIFIC LIFE <i>Malakhova T.S.</i> Modern trends in the development of economic science (following the results of the All-Russian scientific and practical conference with international participation “Galaxy of science-2024”)	93
ABSTRACT	93
CONDITIONS OF PUBLICATIONS	106

The Journal is registered by the Federal service for supervision in the sphere of communications, information technology and mass communications of the Southern federal district. Registration certificate PI №TU23-01556.
The journal is included in the list of peer-reviewed scientific publications of the Higher Attestation Commission of the Ministry of Education and Science of the Russian Federation, in which the results of dissertations for the degree of candidate (Doctor) of sciences in scientific specialties should be published: 5.2.1. Economic theory, 5.2.4. Finance, 5.2.5. World Economy. The Journal is registered in the Russian Science Citation Index.
Subscription Index — 29158.

The articles are reviewed

Founder and Publisher:

The state institution of higher education “Kuban State University”

Editorial Council:

Yu. V. Vertakova, Doctor of Economic Sciences, Full Professor, Kursk Branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation (Kursk, Russian Federation);
N. G. Kuznetsov, Doctor of Economic Sciences, Professor, Honored Scientist of the Russian Federation, Head of the Department of Economic Theory, Rostov State University of Economics (Rostov-on-Don, Russian Federation);
E. L. Loginov, Doctor of Economic Sciences, Professor of RAS, Deputy Director, Institute of Economic Strategies (Moscow, Russian Federation);
I. A. Peronro, Doctor of Economic Sciences, Full Professor, Honored Economist of the Russian Federation, Honored Economist of the Kuban, Vice rector for strategic development Kuban State Agrarian University named after I. T. Trubilin (Krasnodar, Russian Federation);
Yu. I. Treshchevsky, Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of Department of Economics and Management of Organizations, Voronezh State University (Voronezh, Russian Federation);
L. S. Shakhovskaya, Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of World Economy and Economic Theory Department of Volgograd State Technical University (Volgograd, Russian Federation);
R. T. Adilchaev, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Head of Economics Department Karakalpak State University named after Berdakh (Nukus, Republic of Karakalpakstan, Uzbekistan);
V. Blagoev, Professor, PhD, Varna University of Management (Bulgaria, Sofia);
A. Davaasuren, Doctor of Economic Sciences, Full Professor, Head of Regional Economics and International Organizations Institute of International Relations Academy of Sciences of Mongolia (Mongolia, Ulaanbaatar);
A. B. Karbekova, Doctor of Economic Sciences, Acting professors, Coordinator of the Technology and Innovation Support Center Jalal-Abad State University named after B. Osmonov (Jalal-Abad, Kyrgyz Republic);
V. V. Puzikov, Doctor of Economic Sciences, Full Professor, School of Business of Belarusian State University (Minsk, Republic of Belarus);
G. L. Sargsyan, Doctor of Economic Sciences, Professor, Dean of the Economics and Management Faculty, Yerevan State University (Yerevan, Republic of Armenia);
E. P. Shustova, PhD, MBA, Vice rector for international cooperation, Educational institution “Alikhan Bokeikhan University” (Semey, Republic of Kazakhstan).

Editor:

I. V. Shevchenko, Doctor of Economic Sciences, Professor

Deputy Editor in Chief:

Yu. N. Aleksandrin, Ph. D. in Economics, Associate Professor

E. M. Egorova, Ph. D. in Economics, Associate Professor

A. K. Kochieva, Ph. D. in Economics, Associate Professor

Editorial Board:

E. N. Alexandrova, Ph. D. in Economics, Associate Professor

A. A. Voronov, Doctor of Economic Sciences

G. G. Vukovich, Doctor of Economic Sciences, Professor

J. D. Darmilova, Doctor of Economic Sciences, Professor

L. N. Drobyshevskaya, Doctor of Economic Sciences, Professor

L. I. Egorova, Doctor of Economic Sciences, Professor

A. A. Kizim, Doctor of Economic Sciences, Professor

M. E. Listopad, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor

K. O. Litvinsky, Ph. D. in Economics, Associate Professor

V. I. Mileta, Ph. D. in Economics, Associate Professor

O. V. Nikulina, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor

M. V. Pleshakova, Ph. D. in Economics, Associate Professor

S. N. Tretyakova, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor

Corrector: E. S. Koshpetruk

Print layout: D. F. Khripkov

Address editorial and magazine publisher:

350040, Stavropolskaya Str., 149, Krasnodar, r. 236.

tel. (861) 219-95-53; e-mail: etip@kubsu.ru

http://econ.kubsu.ru/econtp.html

Copy deadline 18.06.2024. Digital printing

Format 60 x 84 1/8. A.p.l. 9,6. Run of 500. Free price.

Publishing and printing center Kuban State University

350040, Stavropolskaya Str., 149, Krasnodar.

tel. (861) 219-95-51.

УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ В СФЕРЕ НЕДВИЖИМОСТИ

*И.В. ШЕВЧЕНКО, доктор экономических наук,
профессор, декан экономического факультета,
Кубанский государственный университет
e-mail: dean@econ.kubsu.ru*

*Д.Г. ПЕТРИЧЕНКО, аспирант кафедры
мировой экономики и менеджмента,
Кубанский государственный университет
e-mail: petrichenkod179@gmail.com*

Аннотация

В статье рассматривается процесс управления рисками в сфере недвижимости. Представлены результаты применения иерархической системы моделирования при управлении сферой недвижимости. Цель исследования заключается в разработке методического подхода к оценке рисков при ситуационном управлении и научно обоснованный выбор инвестиционных проектов в сфере недвижимости.

Ключевые слова: менеджмент, недвижимость, сфера недвижимости, процесс управления недвижимостью, риски, управления рисками, инвестиции, принятие решений, метод анализа иерархий.

DOI: 10.31429/2224042X_2024_74_3

Управление рисками можно охарактеризовать как важный процесс при инвестициях в недвижимость, который может оказать большое влияние на ее строительство, продажу и сдачу в аренду.

Недвижимость — это инвестиция, которая приносит инвестору циклическую доходность. Для получения постоянной прибыли от управления недвижимостью, необходимо уметь правильно применять методы по управлению рисками.

Риск — это незапланированное событие, которое приводит к нежелательным последствиям.

Инвестиционный риск — это незапланированное событие или нежелательное событие, которое может привести к тому, что инвестиционный проект не достигнет одной или нескольких своих целей.

Индустрия недвижимости играет решающую роль в повышении национального дохода и решении социальных проблем как в Краснодарском крае, так и в РФ в целом. В соответствии с постановлением главы

администрации Краснодарского края № 426 от 08 июля 2022 г. была представлена инвестиционная декларация [5]. В соответствии с инвестиционной декларацией Краснодарский край является одним из приоритетных рынков для строительных компаний России, ежегодно вводится в эксплуатацию более 4 млн м² жилья. По объемам жилищного строительства Краснодарский край входит в число лидеров среди регионов России.

Инвестиции в строительные проекты считаются самыми рискованными в отличие от других инвестиционных проектов.

Цель инвестиций в недвижимость — это создать наивысший общий доход, при наименьших инвестициях.

В статье рассматривается общий подход к оценке рисков в сфере недвижимости, который можно будет применить на этапе инвестиционных проектов строительства и на других этапах жизненного цикла недвижимости.

Каждый этап жизненного цикла недвижимости может иметь свои инвестиционные и другие виды рисков. Для управления рисками необходима универсальная методика, позволяющая количественно оценить вероятностный ущерб, который, возможно, будет нанесен субъекту, если не учитывать риски. Поэтому управление рисками — важная составная часть управления инвестиционными проектами.

Сфера недвижимости сталкивается с множеством присущих ей неопределенностей и проблем, к таковым можно отнести: политическую ситуацию, экономическое и финансовое положение в стране, инфляцию, конкуренцию, договорные права и т.д. Бурное развитие строительства и рынка недвижимости в последнее

время приводит к все большим неопределенностям. для ее преодоления необходимо решить следующие задачи: строительные, риэлтерские и другие компании, занимающиеся продажей недвижимости и сдачей в аренду, преодолевали различные неопределенности и риски; оценивали проекты по вероятностной шкале рискованности; планировали источники риска в каждом проекте и могли управлять каждым источником на всех этапах жизненного цикла недвижимости.

Обзор литературы. Классификация рисков в сфере недвижимости была рассмотрена в статье Е. С. Свинцова, Н. Н. Зюзиной [8]. Авторы проанализировали всевозможные риски в управлении коммерческой недвижимостью с позиций различных участников рынка, предложили матрицу оценки рисков участниками рынка недвижимости.

В работе [2] автор рассматривают риски реализации инвестиционных проектов и разделяют их на шесть основных групп: проектирования; строительные; экономические; организационные; экологические; внешние. Автором приводится классификация рисков по типам рынка жилья: риски на первичном рынке недвижимости; риски на вторичном рынке недвижимости.

М. М. Мусаевым и др. в работе «Управление рисками при реализации инвестиционных проектов» [3], рассмотрены возможные виды рисков, представлена классификация методов управления рисками и предложен список методов управления рисками.

Зарубежными исследователями качественная оценка риска рассматривалась в работе [10]. Они проанализировали модели риска, используя матричный метод для выбора строительных проектов.

Цель исследования — разработка методического подхода к оценке рисков в процессе инвестиций и управления сферой недвижимости.

Решением задач по управлению инвестиционными проектами в сфере недвижимости является моделирование различных ситуаций, возникающих в процессе их жизненного цикла. Это один из эффективных

методов ситуационного управления сферой недвижимости.

Исследование. Моделирование управленческих ситуаций и управление инвестиционными рисками можно осуществлять при строительстве объектов недвижимости, а также их продаже или покупке, сдаче в аренду и других сделках в сфере недвижимости. В ходе этапов моделирования будет применяться иерархическая система, представляющая собой сформированные многоуровневые модели.

Построенные модели будут отражать нормальное функционирование системы по управлению сферой недвижимости и различного рода отклонения, приводящие к проблемам управления.

Алгоритм принятия и реализации управленческих решений состоит из 5 следующих этапов.

1. Анализ видов рисков и отрицательного их влияния на инвестиции в сфере недвижимости.
2. Применение иерархической системы моделирования при решении ситуационных задач управления сферой недвижимости.
3. Анализ инвестиционных проектов.
4. Оценка инвестиционных проектов.
5. Рекомендации по повышению эффективности проектов в сфере недвижимости.

Рассмотрим *первый этап* — анализ видов рисков и отрицательного их влияния на инвестиции в сфере недвижимости.

Опишем виды рисков, которые связаны с инвестициями в сферу недвижимости.

Политические риски. Политическая неопределенность, принятие политических решений, изменение во внешнеполитической деятельности страны (санкции) влияют на инвестирование в сферу недвижимости. Снижение роста цен на недвижимость, уменьшение количества сделок и увеличение количества разрешительных документов на строительство оказывают отрицательное влияние на инвестирование в недвижимость.

Финансовый риск может привести к финансовому ущербу. Инвесторы могут потерять свой инвестиционный капитал в погоне

за доходностью, не имея личного финансового плана, резервного капитала и финансовой защиты.

Экономический риск связан с повышением уровня инфляции, изменением процентных ставок и курса валют. Это может привести к уменьшению покупательной способности и снижению спроса на недвижимость, изменение процентной ставки влияет на доступность кредитования, курс валют влияет на цены на недвижимость для инвесторов.

Маркетинговый риск меняет спрос и предложение на недвижимость в конкретном районе, в условиях высокой конкурентоспособности. Рост инноваций и технологий может сделать все инвестиционные проекты устаревшими.

Юридический риск связан с: изменениями в законодательстве; правовыми ограничениями, такими как получения разрешения и лицензий на строительство; судебными исками из-за мошенничества (правоустанавливающие документы и права продавца на реализацию объекта); юридическими спорами или конфликтами с арендаторами, владельцами недвижимости или соседними объектами недвижимости. Все это может повлиять на общую прибыльность и повлечь финансовые потери инвестора.

Экологический риск всегда связан с нанесением ущерба окружающей среде и здоровью. Прежде чем инвестировать в сферу недвижимости, нужно тщательно исследовать и проанализировать экологическую обстановку в регионе, районе или городе. Недвижимость в районах с повышенным риском экологической опасности трудно будет сдать в аренду или продать.

Социальный риск включает в себя демографические изменения, доступность для населения сделок на рынке недвижимости.

Рассмотрим такое понятие, как инвестиционная привлекательность проектов в сфере недвижимости. Под инвестиционной привлекательностью проектов в сфере недвижимости понимается наличие условий и факторов, которые влияют на принятие положительных решений инвесторами.

Если перед инвесторами будет стоять задача оценки выбора проекта вложения инвестиций в сферу недвижимости, то необходимо определить уровень риска привлекательности проекта застройщика.

Для оценки риска инвестиционной привлекательности проектов можно использовать как количественные, так и качественные показатели.

Рассмотренные риски инвестиционной привлекательности можно разделить на внешние и внутренние [1]. Внешние риски непосредственно не связаны с деятельностью субъекта рынка недвижимости, а внутренние относятся к деятельности самого субъекта. К внутренним рискам можно отнести риск неэффективного управления сферой недвижимости, нехватку квалифицированной рабочей силы, несоблюдение сроков строительства, ошибки проектирования и т.д.

Второй этап — применение иерархической системы моделирования при решении ситуационных задач управления сферой недвижимости.

Иерархическая система моделирования будет отражена в виде логического уравнения и покажет причинно-следственные связи при возникновении и развитии ситуаций в ходе управления сферой недвижимости [6].

Сначала необходимо построить иерархическую систему рисков, а впоследствии по построенной системе написать логическое уравнение.

Логическое уравнение может иметь несколько уровней, начиная с нулевого.

Нулевой уровень определяет цель — построение системы рисков и определение их влияния на инвестиционную привлекательность в сферу недвижимости, последующие уровни определяют виды рисков и сценарии решения проблем. Логическое уравнение для 0-го и 1-го уровней будет представлено следующим образом:

$$R_o = (R_1 \vee R_2 \vee R_3 \vee R_4 \vee R_5 \vee R_6 \vee R_7), \quad (1)$$

где R_1 — политический риск; R_2 — финансовый риск; R_3 — экономический риск; R_4 — маркетинговый риск; R_5 — юридический

риск; R_6 — экологический риск; R_7 — социальный риск.

Каждый вид риска имеет свои факторы. Факторы риска запишем в виде уравнений по каждому виду риска:

$$R_1 = (x_{11} \vee x_{12} \vee x_{13}), \quad (2)$$

$$R_2 = (x_{21} \vee x_{22} \vee x_{23} \vee x_{24} \vee x_{25}), \quad (3)$$

$$R_3 = (x_{31} \vee x_{32} \vee x_{33} \vee x_{34}), \quad (4)$$

$$R_4 = (x_{41} \vee x_{42} \vee x_{43} \vee x_{44} \vee x_{45}), \quad (5)$$

$$R_5 = (x_{51} \vee x_{52} \vee x_{53} \vee x_{54} \vee x_{55} \vee x_{56} \vee x_{57}), \quad (6)$$

$$R_6 = (x_{61} \vee x_{62} \vee x_{63} \vee x_{64}), \quad (7)$$

$$R_7 = (x_{71} \vee x_{72}), \quad (8)$$

где x_{ij} — факторы риска i -го вида по j -му фактору.

Логическое уравнение составляется на основании стратегии построения иерархических систем «сверху вниз».

На базе проведенного анализа видов риска составим табл. 1, в которой будут отражены вероятности наступления рисков при инвестициях в сферу недвижимости по каждому проекту.

Вероятность наступления риска по каждому инвестиционному проекту определяется по следующему выражению:

$$P(R_0) = \sum_{i=1}^n P(R_i), \quad (9)$$

где $P(R_0)$ — общая вероятность наступления риска по инвестиционному проекту; $P(R_i)$ — вероятность i -го вида риска; n — количество видов риска.

Вероятность по каждому виду риска определяется выражением:

$$P(R_i) = \sum_{j=1}^m P(X_{ij}), \quad (10)$$

где $P(X_{ij})$ — вероятность j -го фактора риска по i -му виду; m — количество факторов риска.

Менее рискованный инвестиционный проект является привлекательным для вложения инвестиций.

В результате решения логического уравнения можно получить список допустимых сочетаний элементарных событий, приводящих

к риску вложения инвестиций в недвижимость. Для вычисления вероятностей наступления риска предлагается использовать экспертные методы.

Третий этап — анализ инвестиционных проектов в сфере недвижимости.

Первый шаг анализа инвестиционных проектов заключается в определении целей и ограничений инвестора.

Инвестиционные проекты в сфере недвижимости характеризуется множеством рисков. Чем сложнее проект, тем труднее определить взаимосвязь между описывающими его рисками и определить их веса значимости.

На инвестиции влияют различные факторы рисков, среди множества факторов можно выделить экономические виды рисков: уровень инфляции; налоговые и процентные ставки; уровень безработицы; изменение валютного курса. Участниками и заинтересованными лицами инвестиций являются: инвесторы; застройщики недвижимости; арендаторы; банки предоставляющие ипотечные кредиты; государственные органы власти; собственники недвижимости и т.д.

На данном этапе анализа инвестиционных проектов необходимо рассмотреть все проекты и идеи и отсеять проекты заведомо нерентабельные, очень рискованные и которые не могут быть реализованы.

Отбор инвестиционных проектов может осуществляться на основе следующих критериев: предварительная цена проекта; маркетинговый спрос; анализ риска, юридический анализ, финансовый и экономический анализ и т.д.

Четвертый этап — оценка инвестиционных проектов.

Веса рисков инвестиционных проектов можно оценить на основе экспертных оценок. Чем больше факторов риска, тем сложнее определить их веса.

Многокритериальная оценка факторов риска была описана в работе [9] Р. Гинявичюс и В. Подвезко, однако они не решают проблему, вызванную большим количеством оцениваемых факторов риска.

Таблица 1

Виды рисков (составлена авторами на основе [6])

Событие	Содержание событий	Вероятность наступления риска
<i>I</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
R_0	Риск-менеджментный подход определения риска при инвестициях в недвижимость	$P(R_0)$
R_1	Политический риск	$P(R_1)$
x_{11}	Внутриполитические изменения деятельности самого субъекта рынка недвижимости	$P(X_{11})$
x_{12}	Изменение во внешнеполитической деятельности страны (санкции)	$P(X_{12})$
x_{13}	Нестабильность политической ситуации	$P(X_{13})$
R_2	Финансовый риск	$P(R_2)$
x_{21}	Ограничения доступа к финансированию.	$P(X_{21})$
x_{22}	Неправильная оценка финансовых возможностей.	$P(X_{22})$
x_{23}	Инвестиции капитала в недвижимое имущество, находящееся на этапе возведения	$P(X_{23})$
x_{24}	Колебания цен на недвижимость	$P(X_{24})$
x_{25}	Изменение в финансовой системе	$P(X_{25})$
R_3	Экономический риск	$P(R_3)$
x_{31}	Инфляция	$P(X_{31})$
x_{32}	Процентные ставки	$P(X_{32})$
x_{33}	Уровень безработицы	$P(X_{33})$
x_{34}	Изменения валютного курса	$P(X_{34})$
R_4	Маркетинговый риск	$P(R_4)$
x_{41}	Спрос и предложение на недвижимость в данном районе	$P(X_{41})$
x_{42}	Стоимость недвижимости	$P(X_{42})$
x_{43}	Риск конкуренции	$P(X_{43})$
x_{44}	Риск изменения в технологиях	$P(X_{44})$
x_{45}	Риск изменения предпочтения потребителей	$P(X_{45})$
R_5	Юридический риск	$P(R_5)$
x_{51}	Правовые ограничения	$P(X_{51})$
x_{52}	Судебные иски	$P(X_{52})$
x_{53}	Условия договоров страхования и договоров аренды, не предусмотренные инвестором	$P(X_{53})$
x_{54}	Юридические споры или конфликты с арендаторами, владельцами недвижимости или соседними объектами недвижимости	$P(X_{54})$
x_{55}	Изменения в законодательстве	$P(X_{55})$
x_{56}	Ненадлежащее оформление прав собственности предыдущим хозяином помещения	$P(X_{56})$
x_{57}	Недостаточная законодательная поддержка для инвестиций в недвижимость	$P(X_{57})$

Окончание табл. 1

1	2	3
R_6	Экологический риск	$P(R_6)$
x_{61}	Экологическая обстановка	$P(X_{61})$
x_{62}	Расположение недвижимости (территориальная привлекательность)	$P(X_{62})$
x_{63}	Стихийные бедствия, пожары и вандализм	$P(X_{63})$
x_{64}	Риски, связанные с ущербом окружающей среде.	$P(X_{64})$
R_7	Социальный риск	$P(R_7)$
x_{71}	Изменения количества и возрастной структуры населения	$P(X_{71})$
x_{72}	Риски, связанные с покупательной способностью населения	$P(X_{72})$

Эффективным решением при выборе инвестиционного проекта является уменьшение количества оцениваемых факторов риска, остаются наиболее значимые, которые несут наиболее важную информацию о проекте.

В работе предлагается иерархический подход к оценке факторов риска. После того как отобраны факторы риска и произведена их оценка, выполняется анализ проектов по множественным факторам риска с целью ранжирования списка приоритетных инвестиционных проектов. После определения приоритетного инвестиционного проекта следует принятие инвестиционного решения.

Рассмотрим три инвестиционных проекта в сфере недвижимости и проведем их оценку. Проекты имеют различный уровень сложности:

- 1) P_1 — один сложный объект строительства в новом регионе;
- 2) P_2 — два объекта средней сложности в промышленном регионе;
- 3) P_3 — пять объектов средней сложности в аграрном регионе.

Задача, которая стоит перед инвестором, — оценить уровень риска проектов и выбрать наиболее перспективный с минимальным уровнем инвестиционного риска.

На рисунке представим декомпозицию задачи по выбору инвестиционного проекта в сфере недвижимости на трех уровнях; первый уровень — цель (фокус);

второй уровень — виды рисков; третий уровень — альтернативы.

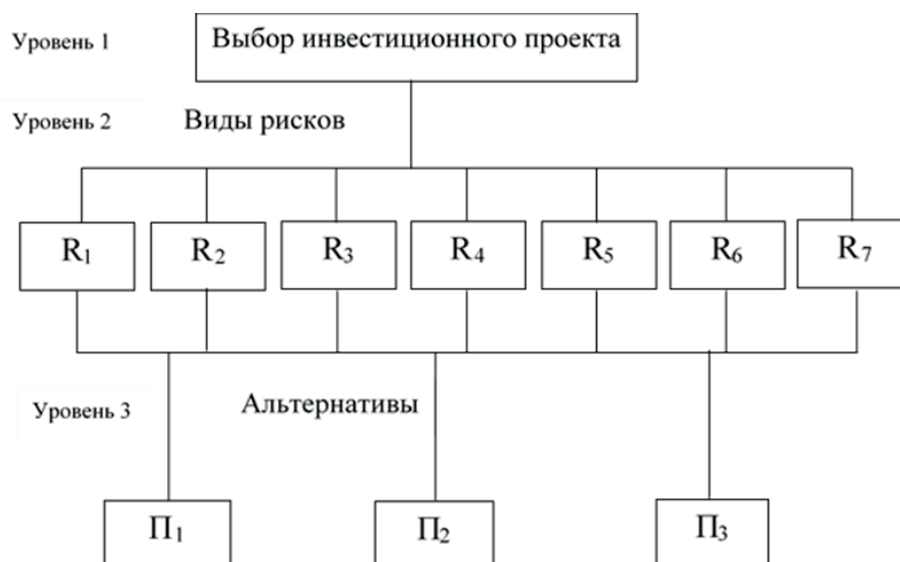
Решение задачи состоит в построении матриц сравнений по представленному рисунку. Если рассматривать второй уровень, то строится матрица парных сравнений для представленных видов риска, состоящая из семи элементов. Каждый элемент (вид риска) второго уровня будет иметь название «направляемый» по отношению к элементу нижнего уровня.

В нашем примере строятся одна матрица, состоящая из семи элементов для второго уровня, и семь матриц для третьего уровня альтернатив. Матрицы представлены в табл. 3 и 5.

При оценке уровня риска определим весовой коэффициент (вектор приоритетов) \bar{v}_i по видам риска, применяя метод анализа иерархий [4, 7].

Алгоритм определения весового коэффициента следующий: составляется шкала относительной важности; строится матрица парных сравнений видов риска; вычисляются оценки компонент собственного вектора вида риска по строкам; нормализуется результат для получения весового коэффициента вида риска; проверяется на согласованность суждений.

Составление шкалы относительной важности влияния одного вида рисков по сравнению с другим. Вопросы, задаваемые экспертами, попадают в одну из шести категорий шкалы относительной важности (табл. 2).



Декомпозиция задачи по выбору инвестиционного проекта (составлен авторами)

Таблица 2

Шкала относительной важности суждений экспертов
(составлена авторами на основе источника: [7])

Относительная важность	Определение
1	Одинаковая важность риска
3	Незначительное превосходство одного вида риска над другим
5	Среднее превосходство одного вида рисков над другим
7	Превосходство выше среднего одного вида рисков над другим
9	Высокая степень превосходства одного вида риска над другим
2, 4, 6, 8	Промежуточные суждения экспертов
Обратные величины	Сравнение видов риска одного с другим, если получено значение 5, то при сравнении второго с первым получим 1/5

Построение матрицы парных сравнений видов риска. Матрица парных сравнений видов риска имеет свойство обратной симметрии, т.е.:

$$r_{ij} = 1 / r_{ji}, \quad (11)$$

где $r_{ij} = a_i / a_j$; a_i, a_j — экспертные оценки видов риска; i и j — индексы строки и столбца.

В табл. 3 представлена матрица парных сравнений видов риска для второго уровня. Обозначение видов риска: R_1 — политический риск; R_2 — финансовый риск; R_3 — экономический риск; R_4 — маркетинговый риск; R_5 — юридический риск; R_6 — экологический риск; R_7 — социальный риск.

Нахождение оценок компонентов. Собственный вектор SG_i по строкам табл. 3, определяется как среднее геометрическое:

$$SG_i = \sqrt[n]{\prod_{j=1}^n r_{ij}}, \quad (12)$$

где SG_i — компоненты собственного вектора i -го вида риска; n — количество видов риска.

Вектор приоритетов видов рисков определяется следующим выражением:

$$\bar{V}_i = \frac{SG_i}{\sum_{i=1}^n SG_i}, \quad (13)$$

Таблица 3

Матрица парных сравнений видов риска (ВР) (рассчитана авторами)

ВР	R_1	R_2	R_3	R_4	R_5	R_6	R_7	SG_i	\bar{V}_i
R_1	1,00	0,20	0,25	0,33	0,14	0,14	0,50	0,29	0,03
R_2	5,00	1,00	5,00	4,00	3,00	2,00	6,00	3,22	0,33
R_3	4,00	0,20	1,00	0,33	0,25	0,33	5,00	0,73	0,08
R_4	3,00	0,25	3,00	1,00	5,00	0,33	6,00	1,56	0,16
R_5	7,00	0,33	4,00	0,20	1,00	0,33	4,00	1,14	0,12
R_6	7,00	0,50	3,00	3,00	3,00	1,00	5,00	2,41	0,25
R_7	2,00	0,17	0,20	0,17	0,25	0,20	1,00	0,34	0,04
Сумма								9,69	1,00

где \bar{V}_i — нормализованный вектор приоритетов i -го вида рисков (весовой коэффициент).

Полученные результаты проверим на согласованность. Согласованность выражается с помощью индекса согласованности (ИС) [7]:

$$ИС = \frac{(\lambda_{\max} - n)}{(n-1)}, \quad (14)$$

где λ_{\max} — максимальное собственное значение матрицы; n — число сравниваемых элементов матрицы.

Для определения λ_{\max} (максимального собственного значения матрицы) будем использовать следующее выражение:

$$R \cdot \bar{V} = \lambda_{\max} \cdot \bar{V}, \quad (15)$$

где R — матрица парных сравнений; \bar{V} — нормализованный вектор приоритетов.

Значение λ_{\max} определяется вычислением вектора столбца $R \cdot \bar{V}$ и суммированием его элементов (см. матрицу $R \cdot \bar{V}$ ниже).

Из представленного выражения определяем значение:

$$\begin{aligned} \lambda_{\max} &= 0,24 + 2,52 + 0,57 + 1,41 + 0,96 + \\ &\quad + 1,83 + 0,27 = 7,79; \\ ИС &= (7,79 - 7)/6 = 0,13. \end{aligned}$$

В нашем случае индекс согласованности информирует о степени нарушения численной согласованности.

Для проверки правильности ответов экспертов при заполнении табл. 3 вводится такое понятие, как отношение согласованности, которое определяется выражением:

$$ОС = \frac{ИС}{СИ}, \quad (16)$$

где $ОС$ — отношение согласованности; $СИ$ — случайный индекс.

Случайный индекс ($СИ$) определяется в соответствии с табл. 4, на базе 100 случайных выборок.

$$ОС = ИС/1,32 = 0,13/1,32 = 0,099.$$

Отношение согласованности в нашем случае порядка 10%, в некоторых случаях может

$$R \cdot \bar{V} = \begin{pmatrix} 1,00 & 0,20 & 0,25 & 0,33 & 0,14 & 0,14 & 0,50 \\ 5,00 & 1,00 & 5,00 & 4,00 & 3,00 & 2,00 & 6,00 \\ 4,00 & 0,20 & 1,00 & 0,33 & 0,25 & 0,33 & 5,00 \\ 3,00 & 0,25 & 3,00 & 1,00 & 5,00 & 0,33 & 6,00 \\ 7,00 & 0,33 & 4,00 & 0,20 & 1,00 & 0,33 & 4,00 \\ 7,00 & 0,50 & 3,00 & 3,00 & 3,00 & 1,00 & 5,00 \\ 2,00 & 0,17 & 0,20 & 0,17 & 0,25 & 0,20 & 1,00 \end{pmatrix} * \begin{pmatrix} 0,03 \\ 0,33 \\ 0,08 \\ 0,16 \\ 0,12 \\ 0,25 \\ 0,04 \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} 0,24 \\ 2,52 \\ 0,57 \\ 1,41 \\ 0,96 \\ 1,83 \\ 0,27 \end{pmatrix}$$

Таблица 4

Случайный индекс (источник: [4,7])

Порядок матрицы	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Случайный индекс (СИ)	0,00	0,00	0,58	0,9	1,12	1,24	1,32	1,41	1,45	1,49

достигать 20%. В том случае, когда отношение согласованности выходит за 20%, то экспертам или лицу, принимающему решение, необходимо продолжить исследовать задачу и снова проверить свои суждения, которые представлены в табл. 2. В идеальном случае отношение согласованности должно быть не более 10%.

Веса видов рисков распределены в следующей последовательности:

$$R_2 = 0,33; R_6 = 0,25; R_4 = 0,16; R_5 = 0,12; \\ R_3 = 0,08; R_7 = 0,04; R_1 = 0,03.$$

Проведем экспертную оценку инвестиционных проектов по каждому виду рисков.

Вектор локальных приоритетов \overline{Vp}_i для каждого инвестиционного проекта по каждому риску определяется в соответствии с выражением (13).

Матрицы сравнений инвестиционных проектов для различных видов риска представлена в табл. 5.

Из табл. 5 видно, что отношение согласованности для матрицы третьего уровня не выше 10%, что приемлемо.

Применим принцип синтеза для выявления глобальных приоритетов. Приоритеты будем синтезировать, начиная со второго уровня

Таблица 5

Матрица сравнений инвестиционных проектов (рассчитана авторами)

Риск R_1	Π_1	Π_2	Π_3	SG_i	\overline{Vp}_i	$R * \overline{Vp}$
Π_1	1,00	3,00	3,00	2,08	0,59	1,81
Π_2	0,33	1,00	2,00	0,87	0,25	0,76
Π_3	0,33	0,50	1,00	0,55	0,16	0,48
Сумма				3,50	1,00	$\lambda_{\max} = 3,05$
$IC = 0,027; OC = 0,046$						
Риск R_2	Π_1	Π_2	Π_3	SG_i	\overline{Vp}_i	$R * \overline{Vp}$
Π_1	1,00	5,00	6,00	3,11	0,72	2,22
Π_2	0,20	1,00	3,00	0,84	0,19	0,60
Π_3	0,17	0,33	1,00	0,38	0,09	0,27
Сумма				4,33	1,00	$\lambda_{\max} = 3,09$
$IC = 0,05; OC = 0,08$						
Риск R_3	Π_1	Π_2	Π_3	SG_i	\overline{Vp}_i	$R * \overline{Vp}$
Π_1	1,00	3,00	3,00	2,08	0,59	1,81
Π_2	0,33	1,00	2,00	0,87	0,25	0,76
Π_3	0,33	0,50	1,00	0,55	0,16	0,48
Сумма				3,5	1,00	$\lambda_{\max} = 3,05$
$IC = 0,03; OC = 0,05$						
Риск R_4	Π_1	Π_2	Π_3	SG_i	\overline{Vp}_i	$R * \overline{Vp}$
Π_1	1,00	0,50	0,33	0,55	0,15	0,47
Π_2	2,00	1,00	0,25	0,79	0,22	0,68
Π_3	3,00	4,00	1,00	2,29	0,63	1,96
Сумма				3,63	1,00	$\lambda_{\max} = 3,11$
$IC = 0,05; OC = 0,09$						

Окончание табл. 5

Риск R_5	Π_1	Π_2	Π_3	SG_i	\overline{Vp}_i	$R * \overline{Vp}$
Π_1	1,00	4,00	5,00	2,71	0,69	2,13
Π_2	0,25	1,00	0,50	0,50	0,13	0,39
Π_3	0,20	2,00	1,00	0,74	0,19	0,58
Сумма				3,95	1,00	$\lambda_{\max} = 3,09$
$ИС = 0,047; ОС = 0,08$						
Риск R_6	Π_1	Π_2	Π_3	SG_i	\overline{Vp}_i	$R * \overline{Vp}$
Π_1	1,00	0,50	0,33	0,55	0,16	0,48
Π_2	2,00	1,00	0,33	0,87	0,25	0,76
Π_3	3,03	3,03	1,00	2,09	0,60	1,82
Сумма				3,51	1,00	$\lambda_{\max} = 3,05$
$ИС = 0,026; ОС = 0,046$						
Риск R_7	Π_1	Π_2	Π_3	SG_i	\overline{Vp}_i	$R * \overline{Vp}$
Π_1	1,00	5,00	4,00	2,71	0,67	2,08
Π_2	0,20	1,00	0,33	0,41	0,10	0,31
Π_3	0,25	3,00	1,00	0,91	0,23	0,70
Сумма				3,5	1,00	$\lambda_{\max} = 3,09$
$ИС = 0,04; ОС = 0,07$						

вниз к третьему уровню, для выявления альтернатив. Глобальные приоритеты находим с помощью выражения:

$$Gp_i = \sum_{j=1}^n (V_j \cdot Vp_{ij}), \quad (17)$$

где Gp_i — глобальный приоритет i -го инвестиционного проекта; V_j — вес j -го вида риска (локальный приоритет второго уровня); Vp_{ij} — вес i -го инвестиционного проекта по j -му виду риска. Результаты определения глобальных приоритетов представлены в табл. 6.

По итогам проведенных исследований становится ясно, что менее рискованным инвестиционным проектом является проект Π_2 ,

приемлемым — проект Π_3 , а проект Π_1 требует особого внимания и контроля с точки зрения всех видов риска.

Пятый этап — рекомендации по эффективности проектов в сфере недвижимости.

Выводы. Проведенные расчеты рисков дают основания для оценки резервов предприятия и в случае неблагоприятных обстоятельств во внешней среде, менеджерами должны быть использованы различные управленческие подходы по снижению рисков за счет уменьшения различных видов ресурсов и переориентации деятельности предприятия.

Рассмотренные в работе инвестиционные риски возможно понизить путем применения

Таблица 6

Расчет вектора рисков глобальных приоритетов (рассчитана авторами)

Инвестиционные проекты		R ₁	R ₂	R ₃	R ₄	R ₅	R ₆	R ₇	Значения глобальных приоритетов Gp_i
		Веса видов риска							
		0,03	0,33	0,08	0,16	0,12	0,25	0,04	
П1	\overline{Vp}_{ij}	0,59	0,72	0,59	0,15	0,69	0,16	0,67	0,48
П2		0,25	0,19	0,25	0,22	0,13	0,25	0,10	0,21
П3		0,16	0,09	0,16	0,63	0,19	0,60	0,23	0,33

методов прогнозирования, а в некоторых случаях — страхования инвестиционных проектов.

В том случае, если строительная компания реализует крупный инвестиционный проект, то желательно задействовать в нем инвестиционные предприятия и переложить часть риска на эти компании.

При разработке бизнес-плана инвестиционного проекта, необходимо рассмотреть все виды рисков на этапе технико-экономического обоснования выбора инвестиционного решения.

Представленная методика и предложенный подход могут быть полезны менеджерам строительных предприятий и инвесторам в сфере недвижимости.

Библиографический список

1. Домников А. Ю., Ходоровский М. Я., Домникова Л. В. Исследование инвестиционных рисков энергогенерирующих компаний на основе рейтингового подхода // Устойчивое развитие промышленного региона — конкурентоспособность и развитие социально-экономических систем: труды Второго Уральского научного форума VI Междунар. науч. конф. памяти академика А. И. Татаркина, Челябинск, 26–28 октября 2022 года. Челябинск, 2022. С. 76–80.
2. Кравцева Ю. Д. Риски реализации инвестиционных проектов на рынке жилой недвижимости: понятие и классификация рисков // Инвестиции, градостроительство, недвижимость как драйверы социально-экономического развития территории и повышения качества жизни населения: материалы XI Междунар. науч.-практ. конф. Томск, 02–04 марта 2021 года: в 2 ч. / под ред. Т. Ю. Овсянниковой, И. Р. Салагор. Томск, 2021. Ч. 2. С. 714–719.
3. Мусаев М. М., Бодров А. А., Янцен Д. Д. Управление рисками при реализации инвестиционных проектов // Деловой вестник предпринимателя. 2023. № 2(12). С. 90–94.
4. Мухин В. И., Иноземцева Е. А., Воронов Д. Г. Математическая модель принятия решений по идентификации инновационной деятельности на основе когнитивного подхода // Автоматизация и современные технологии. 2014. № 10. С. 32–38.
5. О внедрении отдельных элементов системы поддержки новых инвестиционных проектов на территории Краснодарского края: Постановление главы администрации (губернатора) Краснодарского края от 8 июля 2022 года № 426. URL: <https://docs.cntd.ru/document/406686265?marker>
6. Петриченко Г. С., Поверенный Ю. С. Методика моделирования управленческих ситуаций с применением иерархической системы неисправностей // Автоматизация и современные технологии. 2007. № 10. С. 42–45.
7. Саати Т. Принятие решений: метод анализа иерархий: пер. с англ. М., 1989.
8. Свинцов Е. С., Зюзина Н. Н. Риски в управлении недвижимостью // Известия Петербургского университета путей сообщения. 2009. № 1(18). С. 135–140.
9. Ginevičius R., Podvezko V. Some problems of evaluating multicriteria decision methods. International Journal of Management and Decision Making. 2007. Vol. 8. Iss. 5/6. P. 527–539.
10. KarimiAzari A., Mousavi N., Mousavi S. F., Hosseini S. B. Risk assessment model selection in construction industry. Expert Systems with Applications. 2011. Vol. 38. Iss. 8. P. 9105–9111. DOI 10.1016/j.eswa.2010.12.110 (дата обращения: 08.05.2024)

ОБЗОР ИНСТРУМЕНТОВ ПОДДЕРЖКИ УНИВЕРСИТЕТСКОГО ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

*А.С. ПРОШКИНА, старший преподаватель кафедры прикладной экономики,
Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ»
e-mail: alexproshkina@mail.ru*

Аннотация

Наращивание инновационного потенциала страны в условиях необходимости обеспечения технологического суверенитета становится одной из важнейших задач развития национальной экономики. В этой связи стимулирование инновационной активности молодежи и вовлечение университетов в развитие технологического предпринимательства представляется актуальным направлением исследования. В данной статье представлен обзор современных инструментов поддержки проектных команд, которые применяются университетами в целях раскрытия молодежного предпринимательского потенциала.

Ключевые слова: технологическое предпринимательство, университет, университетское технологическое предпринимательство, инновации, стартапы, акселератор, проектное управление

DOI: 10.31429/2224042X_2024_74_14

Один из приоритетов социально-экономического развития Российской Федерации — поддержка технологического предпринимательства. Учитывая значимость технологического предпринимательства для раскрытия инновационного потенциала страны, представляется необходимым уточнение дефиниции «технологическое предпринимательство» и его составляющих. Стоит отметить, что изучение феномена технологического предпринимательства происходит в рамках нескольких подходов к определению данного явления.

В научный оборот данная дефиниция впервые введена в 1966 г. Г. А. Вайнером и Э. Б. Робертсом, охарактеризовавшими технологических предпринимателей как «лиц,

которые обладают типичными свойствами предпринимателя, но в то же время отличаются особенностями, позволяющими им создавать технологические предприятия» [13]. Позднее Т. Кривелл и К. Мекемсон уточняют данное определение, акцентируя внимание на свойствах «инженера-предпринимателя» [10]. В свою очередь, Б. Йоханнисон, С. Квятковский и Т. Дендридж вводят в оборот понятие интеллектуальных предпринимателей [9], согласно которому сочетание предпринимательских и особых интеллектуальных качеств формирует специфический тип личности, которая может создавать сложные инновационные интеллектуальные продукты в целях скорее самореализации и достижения духовно-нравственных ориентиров, нежели извлечения экономической прибыли. Интеллектуальными предпринимателями, по мнению К. Н. Полощенко, могут быть научные сотрудники организаций, занимающиеся коммерциализацией своих разработок, и исследователи [5]. В дальнейшем именно концепция интеллектуального предпринимательства легла в основу изучения отдельного вида предпринимательства — академического.

Становление концепции человеческих ресурсов в конце 1990-х гг. внесло существенные изменения в расстановку акцентов в современных исследованиях технологического предпринимательства. Так, особое внимание стало уделяться наличию специальных навыков и компетенций технологического предпринимателя. Т. Х. Байерс и Р. Ц. Дорф в 2005 г. определили технологическое предпринимательство как «стиль лидерства, включающий в себя выявление технологически емких коммерческих возможностей с последующим

поиском человеческих и финансовых ресурсов для управления деятельностью в условиях значительного риска» [8]. В 2009 г. К. Петти в рамках данного подхода дает определение технологическому предпринимательству как «комбинации двух концептуальных направлений — технологического и предпринимательского, что ведет к открытию предпринимательских возможностей для технологических улучшений» [12]. Российские исследователи А.Н. Барыкин и В.О. Икрянников подчеркивают значимость фактора рыночной востребованности технологии [1].

Одним из наиболее распространенных стало комплексное определение, предложенное в 2012 г. Т. Байлетти. Основываясь на анализе 93 статей, посвященных аспектам технологического предпринимательства, Т. Байлетти охарактеризовал технологическое предпринимательство как инвестицию в проект, объединяющий специалистов и разнообразные активы, которые неразрывно связаны с достижениями в области научных знаний, с целью создания и получения ценности для предприятия.

Таким образом, несмотря на различные подходы к определению данного явления, важными составляющими остаются такие понятия, как технологии, инновации и предпринимательство. Базу технологического предпринимательства формирует научное открытие, совершенствование технологии или изобретение. Каждая компонента технологического предпринимательства выполняет определенные функции, позволяющие в конечном итоге получить продукт или услугу, обладающую ценностью для потребителей.

Изучение технологического предпринимательства в контексте национальных инновационных систем (НИС) заставляет обратить внимание на роль различных участников в процессе генерации и трансфера знаний на рынок. Традиционным элементом линейной модели инновационного процесса выступают университеты и научные организации. В конце XX в. Г. Ичковиц и Л. Лейдерсдорф предложили концепцию «тройной спирали», предлагающую кардинально иной подход

к изучению участников процесса генерации знаний в рамках НИС. Постепенное развитие модели «тройной спирали» обусловило трансформацию научных организаций и университетов, выполняющих образовательные и исследовательские функции, в создателей инновационной среды и экосистемы. В этой связи представляется целесообразным уточнение дефиниции «университетское технологическое предпринимательство», которое в рамках настоящего исследования определено как интеграция ресурсов в сфере разработки технологии, ее внедрения обучающимися или сотрудниками университета в практическую деятельность и предпринимательство.

Значимость данного направления подчеркивается наличием множества государственных инициатив, призванных стимулировать вовлечение молодежи в предпринимательскую деятельность. В частности, ряд инициатив в сфере поддержки малого и среднего предпринимательства, обеспечения занятости населения предложен экономическим блоком правительства. Другой пакет программ находится в центре научно-исследовательской политики государства, так как создание уникальных технологий и их масштабирование обеспечивает встраивание технологического предпринимательства в ландшафт национальной инновационной системы [2].

Так, продвижение повестки технологического предпринимательства — одно из ключевых направлений работы Министерства науки и высшего образования Российской Федерации [4]. С развитием технологического предпринимательства сопряжено становление технологических стартапов и стартап-экосистем. В 2022 г. Президент РФ В. В. Путин объявил предстоящее десятилетие десятилетием науки и технологий, поставив целью привлечение молодежи в сферу науки и технологий, а также подключение исследователей и разработчиков к решению важных задач для страны и общества, что может быть достигнуто в рамках технологических стартапов.

Повышение вовлеченности университетов в развитие технологического предпринимательства входит в перечень приоритетных

задач программ формирования инновационных кластеров на территории РФ, запущенных в 2010-х гг. [3]. Одновременно с запуском программы развития инновационных кластеров Правительство реализовывало комплекс мер по стимулированию научно-исследовательской деятельности высших учебных заведений [11]: возрос объем расходов государственного бюджета на поддержку фундаментальных и прикладных исследований (Российская Федерация устойчиво входит в десятку стран по объему внутренних средств, инвестированных в исследования и разработки); более 30 высших учебных заведений получили статус «национальный исследовательский университет», определяющий возможности дополнительного финансирования инновационных программ; ведущие мировые ученые привлечены к разработке совместных исследовательских проектов; развивалась университетская инфраструктура; произошли нормативно-регуляторные изменения, позволившие университетам создавать малые инновационные предприятия [4].

Одним из приоритетов научно-технологического развития страны в последнее десятилетие стало наращивание научного потенциала университетов. Наряду с этой задачей не так давно вопросы коммерциализации научных знаний, трансфера технологий и предпринимательской активности вузов оказались в центре внимания. Для выполнения указанных задач в 2013 г. была запущена программа «5–100», призванная повысить конкурентоспособность ведущих российских университетов среди самых значимых мировых научно-образовательных центров. Необходимо отметить, что подобные инициативы по стимулированию деятельности университетов были реализованы и в Китае. Так, в КНР схожие цели преследовала реализация программ «Проект 985» и «Создание университетов и академических дисциплин мирового класса».

Успешное выполнение задачи «5–100» должно было обеспечить вхождение не менее пяти российских университетов в первую сотню ведущих вузов, согласно мировому рейтингу в 2020 г. Интеграция предпринимательских,

инновационных и образовательных программ университетов была одной из важнейших задач программы. Заявки на участие в данном проекте подали 54 российских университета, из числа которых были выбраны 15 победителей. В состав победителей вошли 3 федеральных и 11 национальных исследовательских университетов. Еще 6 университетов были включены в программу в 2015 г. по результатам дополнительного отбора. Проведенный анализ дорожных карт развития университетов — участников программы «5–100» позволил выделить ряд проектов, направленных на поддержку развития технологического предпринимательства. В связи с тем, что отчетными, подлежащими публикации стали итоговые позиции университетов в соответствующих рейтингах, результаты реализации заявленных проектов дорожной карты в области предпринимательства и инноваций в большинстве случаев не выделялись в отдельную категорию. Тем не менее, косвенно об успехе некоторых университетов в данной области может говорить объем средств частных инвесторов, привлеченный в исследования и разработки. Другим важным индикатором может выступить формирование интеграционных площадок для взаимодействия бизнеса и научного сообщества. Так, при поддержке программы был запущен «Физтех Акселератор». Примечательно, что акселератор не прекратил деятельность с завершением программы.

На смену программе «5–100» в 2020 г. пришла программа «Приоритет-2030», цель которой заключалась в формировании в РФ более 100 прогрессивных современных университетов — центров научно-технологического и социально-экономического развития страны к 2030 г. У данной программы расширенный список участников, но сохраняется вектор наращивания предпринимательского и инновационного потенциала. Программа охватывала 132 университета из 54 субъектов Российской Федерации в 2022 г. Средства программы могут быть направлены на проекты, которые позволяют достичь заявленных результатов в области повышения конкурентоспособности вуза и продвижения предпринимательской

повестки в университете. Примечательно, что в структуре программы особо выделяется политика в сфере инноваций и коммерциализации, что способствует стремлению университетов сосредоточить усилия на развитии инновационных проектов.

Программа «Приоритет-2030» — одно из ключевых звеньев национального проекта «Наука и университеты», который реализуется согласно указам Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» и от 21 июля 2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года». Структура национального проекта включает 4 составляющие, связанные с научно-исследовательской инфраструктурой, развитием человеческого капитала, формированием интеграционных связей между индустрией и наукой, а также с проведением масштабных и прорывных научных исследований.

Важным этапом в становлении инструментов поддержки развития технологического предпринимательства стал запуск центров трансфера технологий (ЦТТ) в 2021 г. в рамках национального проекта «Наука и университеты». Обеспечение долгосрочного взаимодействия университетов, научных организаций и промышленных предприятий провозглашалась одной из ключевых задач деятельности данных центров [6]. Востребованность центров трансфера технологий обусловлена необходимостью обеспечения технологического суверенитета: ЦТТ сосредоточены на выявлении университетских разработок, готовых к быстрому внедрению в производство. Другой задачей ЦТТ является поиск партнеров для проведения научно-исследовательских или опытно-конструкторских работ из числа промышленных организаций. В настоящее время по всей стране создано 18 центров трансфера технологий, которые реализовали более 1 тыс. договоров о проведении научно-исследовательских или опытно-конструкторских работ с индустриальными

партнерами, а также заключили более 900 лицензионных соглашений. В числе партнеров ЦТТ следует выделить такие крупные компании, как ОАО «РЖД», ПАО «ОСК» и ПАО «Газпром нефть».

Учитывая масштаб реализуемых программ поддержки университетов РФ и степень важности поставленных стратегических задач, стоит отметить, что принципы реализации инновационной и предпринимательской деятельности носили дисперсный характер. Подобная расфокусировка затрудняет возможность анализа и интеграции проектов разных университетов в одной и той же области. В этой связи представляется целесообразным рассмотреть комплексный проект поддержки технологического предпринимательства — «Платформа университетского технологического предпринимательства» (ПУТП). Проект был запущен в 2022 г. Министерством науки и высшего образования РФ. Среди основных задач проекта раскрытие предпринимательского потенциала молодежи и подготовка специалистов в области технологического предпринимательства. Платформа представляет собой ряд инициатив, к реализации которых привлечены образовательные учреждения и бизнес-сообщество, в том числе:

- *тренинги предпринимательских компетенций* для студентов и сотрудников образовательных учреждений; в основе тренингов лежат современные интерактивные методики обучения; более 1 млн чел. должны принять участие в данных тренингах к 2030 г.;

- *создание и поддержка развития университетских стартап-студий*, число которых к 2030 г. должно достичь 50; в рамках университетских стартап-студий предполагается формирования обучающимися бизнес-гипотез и их быстрая проверка; важным отличием университетских стартап-студий от классических центров трансфера технологий является ориентация на «массовое производство» новых компаний; средства, вырученные в результате продажи первых компаний, студия обязана реинвестировать в создание новых стартапов, обеспечивая их сопровождение на всех этапах инвестиционного цикла и минимизируя риски;

– *акселерационные программы поддержки проектных команд и студенческих инициатив*: минимальное количество участников программы составляло 300 чел. в 2022 г. и должно достичь 700 чел. в 2030 г.; обязательное условие проведения акселерационной программы при поддержке ПУТП — участие бизнес-партнеров, готовых обеспечить софинансирование;

– *«предпринимательские точки кипения»*: создание и развитие пространств коллективной работы на территории университетов; целевой показатель — создание к 2030 г. 150 «предпринимательских точек кипения»;

– *грантовая программа «Студенческий стартап»*, направленная на финансовую поддержку деятельности студентов по разработке новых продуктов, технологий или услуг с применением результатов собственных научно-технических и технологических исследований; победители программы получают до 1 млн р. на реализацию проекта;

– *программа возмещения инвестиций в университетские стартапы*: максимальная сумма возмещения инвестору за инвестиции в один стартап составляет 20 млн р.; минимальный объем инвестиций — 0,5 млн р., уплаченных за предшествующие 3 года, из которых по программе вернется 50% в пределах НДФЛ; инвестор не ограничен в выборе университетских стартапов для инвестиций;

– *создание и поддержка компаний по инвестированию в малый бизнес (КИМБ)*: инструмент финансовой поддержки университетских стартапов, способствующий преодолению стартапами «долины смерти», минимизации риска стагнации проекта на уровне технологической готовности TRL4–TRL6 и снижению дефицита частных инвестиций; в задачи КИМБ входит предоставление конвертируемых займов университетским технологическим стартапам, включая не только денежные средства, но и услуги профессиональных инвестиционных команд; на каждый вложенный инвестором 1 р. государство предоставляет до 9 р. средств поддержки из федерального бюджета.

Отличительной особенностью «Платформы университетского технологического предпринимательства» является единый подход,

позволяющий использовать достижения, полученные при реализации одной из инициатив, для упрощенного доступа к участию в другой инициативе. К примеру, паспорт проекта, заполненный участниками в ходе акселерационной программы, используется как заявка на конкурс «Студенческий стартап», победители которого, в свою очередь, становятся резидентами университетских стартап-студий или участвуют в мероприятиях «предпринимательских точек кипения». По итогам реализации ПУТП в 2022–2023 гг. было поддержано более 12 тыс. стартап-проектов, созданных на базе 120 образовательных организаций высшего образования на территории 63 регионов РФ. За 2 года реализации ПУТП смог охватить 78 регионов РФ, предоставив возможности развить навыки предпринимательской деятельности около 280 тыс. студентов. Ежегодно формируется рейтинг 1000 лучших студенческих стартапов, созданных на основе инструментов платформы университетского технологического предпринимательства. Оценка финансовых, ресурсных параметров, а также взаимодействие стартапа с университетами, включенность социальных связей, учитываются в методике расчета рейтинговой позиции. Авторы 50 лучших проектов получают приглашение выступить на инвестиционной панели в рамках Всероссийского форума технологического предпринимательства.

Анализ рейтинга лучших стартапов 2022–2023 гг. показывает, что значительная доля проектов представлена в сфере цифровых технологий, использования нейросетей и искусственного интеллекта (рис. 1). Данное распределение во многом отвечает задачам обеспечения технологического суверенитета РФ, а также задает тренд на развитие проектов для цифровой экономики и переход на инструменты индустрии 4.0. Медицина и сфера биотехнологий продолжают оставаться в фокусе интереса молодых предпринимателей, как и сфера креативных индустрий, медицины, биотехнологий и разработки новых приборов.

Исходя из представленных данных, механика федерального проекта «Платформа университетского технологического предпринимательства» предполагает как поддержку

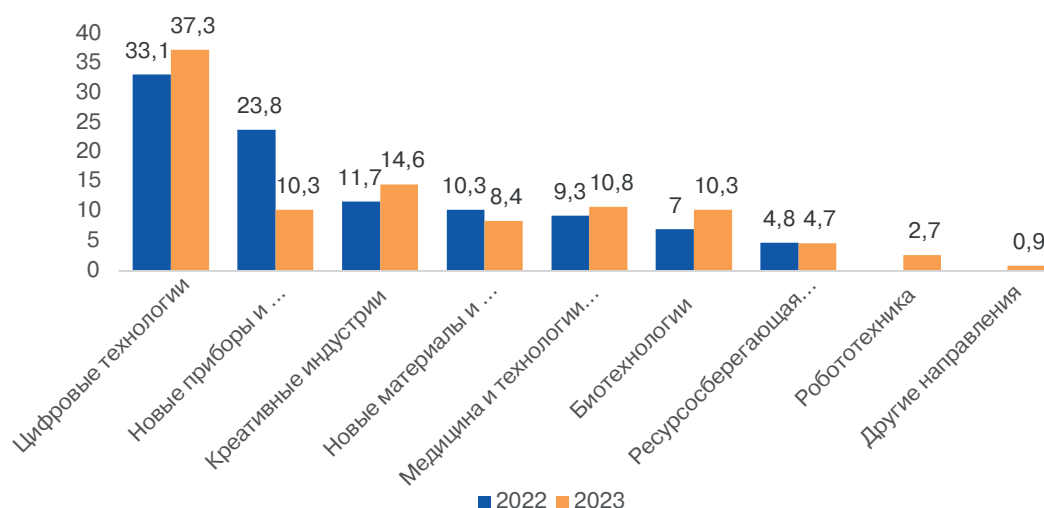


Рис. 1. Распределение лучших стартап-проектов, созданных в рамках ПУТП, по тематическим направлениям, 2022–2023 гг., %
(на основе данных рейтинга «1000 лучших университетских стартапов [7])

университетов на стадии формирования базовых предпринимательских компетенций обучающихся, так и сопровождение уже готовых стартап-проектов. Тем не менее двухлетний опыт реализации Федерального проекта «Платформа университетского технологического предпринимательства» позволяет говорить о значительной доле проектов, оставшихся на стадии «идея или концепция». В этой связи представляется целесообразным провести детальный анализ процесса перехода проектов на другие стадии и предложить доработать текущие инструменты. В частности, рекомендовано обратить внимание на работу наставников с проектами в постакселерационный период.

Поиск источников дополнительного финансирования и возможностей реализации проекта определил интерес авторов технологических стартапов к взаимодействию с корпоративными институтами поддержки предпринимателей. Отметим, что ландшафт предпринимательской экосистемы РФ претерпел существенные изменения в последние десятилетия во многом благодаря активной деятельности частных компаний в процессе отбора и поддержки технологических стартапов. Одними из самых распространенных инструментов работы с технологическими стартапами отечественные инвесторы признают корпоративные

акселерационные программы, венчурные фонды и прямой поиск (скаутинг) проектов с последующим выкупом мажоритарной доли.

Таким образом, в настоящее время в Российской Федерации разработан и реализуется комплекс инициатив, направленных на развитие технологического предпринимательства и стартап-экосистем. Особая роль отдана университетам, способным выступить платформой для роста молодежных проектов. В этой связи университет оказывает не только образовательную поддержку, но и создает инфраструктурные условия. В течение последних двух десятилетий университеты смогли стать участниками ряда крупных федеральных проектов, направленных на стимулирование предпринимательской инициативы молодежи. Адресный характер носит проект «Платформа университетского технологического предпринимательства», включающий различные инициативы, которыми могут воспользоваться представители университетов и обучающиеся при подготовке стартап-проектов. Проект был запущен в 2022 г. и на сегодняшний день объединяет более 100 университетов по всей стране. Тем не менее успех проекта во многом зависит не только от активности университета, но и от вовлечения в него представителей реального сектора. Часть инициатив платформы действительно направлена на развитие сотрудничества

бизнеса и академической среды, но результат данного взаимодействия в виде развитой предпринимательской экосистемы может появиться только через несколько лет.

Библиографический список

1. Барыкин А.Н., Икряников В.М. Белые пятна теории и практики технологического предпринимательства // Менеджмент инноваций. 2010. № 3. С. 202–213.
2. Голиченко О.Г., Самоволева С.А. Государственная политика в национальной инновационной системе: теория и практика // Инновации. 2014. № 10. С. 83–94.
3. Коротков А.В., Фомотов А.Г. Сравнительный анализ предпринимательского образования в технических университетах России и США // Инновации. 2015. № 10. С. 59–63.
4. Кулибанова В.В. Влияние технологического предпринимательства на репутацию региона // Проблемы преобразования и регулирования региональных социально-экономических систем. 2023. № 51. С. 69–76.
5. Полещенко К.Н., Верхогляд Е.В. Интеллектуальное предпринимательство: понятийный и образовательный аспекты // Вестник Омского университета. 2011. № 2 (60). С. 334–338.
6. Попов А.Н. Стартап-студия как перспективная модель развития инноваций в контексте венчурного рынка и корпоративных инноваций в России // Государственное управление. Электронный вестник. 2020. № 80. С. 260–285.
7. Рейтинг 1000 университетских стартапов // Официальный сайт Платформы университетского технологического предпринимательства. URL: <https://top1000.univertechpred.ru> (дата обращения: 10.02.2024).
8. Dorf R., Byers T. Technology Ventures: From Idea to Enterprise. McGraw-Hill. 2005.
9. Johannisson B., Kwiatkowski S., Dandridge T. Intellectual Entrepreneurship // Emerging Identity in a Learning Perspective. URL: <http://www.wspiz.pl/unesco/articles/book1/tekst1.pdf> (дата обращения: 10.02.2024).
10. Kriewall T., Mekemson K. Instilling the Entrepreneurial Mindset Into Engineering Undergraduates // The Journal of Engineering Entrepreneurship. 2009. URL: <https://dl.acm.org/doi/abs/10.1109/FIE43999.2019.9028370> (дата обращения: 10.02.2024).
11. Kutsenko E., Meissner D. Key Features of the First Phase of the National Cluster Program in Russia // HSE Working Paper WP BRP 11 URL: <http://www.clusterobservatory.eu/eco/uploaded/pdf/1366786413378.pdf> (дата обращения: 10.02.2024).
12. Petti C. Cases in Technological Entrepreneurship // Books, Edward Elgar Publishing. 2009.
13. Roberts E., Wainer A. Some characteristics of technical entrepreneurs. URL: <http://hdl.handle.net/1721.1/49131> (дата обращения: 10.02.2024).

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ КИБЕРБЕЗОПАСНОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

*Е.Н. АЛЕКСАНДРОВА, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры мировой экономики и менеджмента, Кубанский государственный университет
e-mail: al-helen@mail.ru*

Аннотация

В статье рассматриваются вопросы кибербезопасности, ее растущей значимости как в мире, так и в России. На основе межстрановых рейтингов и индексов определена международная позиция России и конкретизированы ограничения страны в сфере кибербезопасности. Проанализированы ключевые показатели, позволяющие обозначить перспективы и слабые места в развитии российского рынка кибербезопасности. Отдельное внимание уделено двойственной роли цифровых технологий в обеспечении кибербезопасности.

Ключевые слова: кибербезопасность, кибератака, киберугрозы, цифровые технологии.

DOI: 10.31429/2224042X_2024_74_21

Современный мир сильно зависит от цифрового пространства, информации и электронных технологий, позволяющих собирать, накапливать, хранить и передавать информацию. Создание сложных систем взаимодействия различных агентов (отдельных лиц, организаций, государств) с целью получения информации, обмена и управления ею, а также осуществления коммуникаций в условиях множества различных сетей, становится возможным при функционировании информационно-коммуникационных технологий, формирующих цифровую среду. Большая часть экономической деятельности как внутри стран, так и на межгосударственном уровне осуществляется в киберпространстве, которое рассматривается как частный случай информационного пространства [11], что определяет растущую значимость вопросов кибербезопасности, связанной с обеспечением защиты от злонамеренных кибератак, направленных на доступ, изменение, удаление, уничтожение или вымогательство конфиденциальной информации у различных пользователей — от физических лиц до межправительственных организаций.

У кибератак есть не только цель — причинить финансовый вред компаниям, но и военные или политические цели [16].

Под кибербезопасностью понимают практику защиты подключенных к Интернету систем, таких как аппаратное и программное обеспечение, приложения, данные, от киберугроз. Она используется физическими и юридическими лицами, государственными организациями для защиты при незаконном доступе к центрам обработки данных и другим компьютеризированным системам [19]. Кибербезопасность — любая технология, мера или практика для предотвращения кибератак или смягчения их последствий [18].

Необходимость и актуальность кибербезопасности в современной экономике возрастает по мере усиления разрушительного воздействия кибератак на бизнес и государства. В отчете «Альманах кибербезопасности – 2022» отмечено, что, если к киберпреступности подходить, как к стране, она была бы третьей по величине экономикой в мире после США и Китая [13]. В отчете IBM «Стоимость утечки данных за 2023 г.» средняя стоимость утечки данных в мировом масштабе в 2023 г. оценена в 4,45 млн дол. США, что на 15% больше, чем за последние три года [12]. Средняя стоимость утечки данных, связанной с программами-вымогателями, в 2023 г. была еще выше — 5,13 млн дол. США. К 2025 г. киберпреступность на глобальном уровне достигнет 10,5 трлн. долл. США в год. В ответ на растущие кибеугрозы 81% организаций рассматривают устойчивость бизнеса как главную причину своих инвестиций в кибербезопасность.

Дополнительный уровень сложности кибератакам добавляют современные цифровые технологии. Так, искусственный интеллект (ИИ) не только позволяет бороться с киберугрозами,

но и расширяет возможности киберпреступников. Технология может быть использована для мошенничества с идентификационными данными путем создания поддельных удостоверений личности или имитации голоса других людей по телефону. Дипфейки видео, фотографий и аудиозаписей получили широкое распространение на различных интернет-платформах, чему способствуют технологические достижения Midjourney, Google Gemini, OpenAI's ChatGPT, генератор видео с искусственным интеллектом Sora и др. С 2022 по 2023 г. во многих странах мира резко возросли случаи мошенничества с идентификационными данными, связанные с ИИ. Например, число попыток мошенничества на Филиппинах выросло на 4500% в годовом исчислении, за ними по масштабам следуют такие страны, как Вьетнам (3050%), США (3000%) и Бельгия (2950%) [15].

В настоящее время страны осознают необходимость обеспечения кибербезопасности, которая рассматривается как важнейшая составляющая национальной безопасности государства. В рамках расчета глобального индекса кибербезопасности — GCI (Global Cybersecurity Index) — проводится оценка обязательств стран в отношении кибербезопасности, выявление пробелов, поощрение внедрения передового

опыта и предоставление странам полезной информации для улучшения их кибербезопасности [14]. GCI впервые представлен в 2015 г., но по мере развития рисков, приоритетов и ресурсов в области кибербезопасности адаптируется, чтобы отражать более точную информацию по мерам кибербезопасности, принимаемым в странах. Индекс аккумулирует оценки ответов на 82 вопроса об обязательствах государств-членов по кибербезопасности в следующих сферах:

- правовое регулирование;
- техническое обеспечение;
- организация процесса обеспечения кибербезопасности;
- развитие потенциала;
- партнерство и взаимодействие.

В последнем доступном отчете Россия наряду с ОАЭ и Малайзией занимает 5-е место среди 193 стран по значению GCI с общим баллом 98,06 (рис. 1). Лидирующие позиции в рейтинге принадлежат США — 100 баллов, на втором месте — Великобритания и Саудовская Аравия с количеством баллов 99,54.

В табл. 1 представлены составляющие индекса GCI для России в сравнении с отдельными странами, входящих в топ-5 лидеров рассматриваемого рейтинга. Как следует из

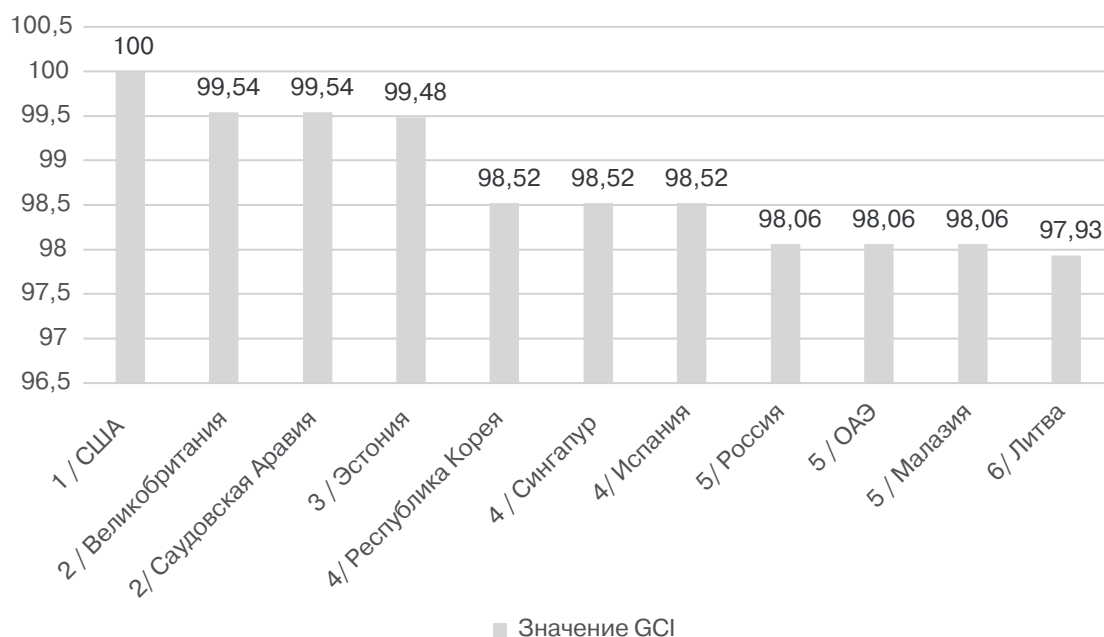


Рис. 1. Значение индекса GCI для стран — лидеров рейтинга глобальной кибербезопасности [14]

Таблица 1

Показатели стран по 5 компонентам индекса GCI [14]

Составляющие индекса	Значение					
	Россия	США	Саудовская Аравия	Корея	Сингапур	ОАЭ
Правовое регулирование	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Техническое обеспечение	19,08	20,00	19,54	19,54	19,54	19,08
Организация	18,98	20,00	20,00	18,98	18,98	18,98
Развитие потенциала	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Партнерство и взаимодействие	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Общий балла GCI	98,06	100,00	99,54	98,52	98,52	98,06

представленных данных, области потенциального роста уровня кибербезопасности для России — организационные меры. Ряду стран-лидеров РФ проигрывает и в отношении технического обеспечения.

Определить наиболее слабые места России в сфере кибербезопасности позволяет еще один глобальный индекс NCSI — национальный индекс кибербезопасности. Этот индекс рассчитывается в целях межстранового сопоставления и оценивает уровень готовности государств к управлению и противодействию киберугрозам [17]. Он комплексно оценивает уровень национальной кибербезопасности страны на основе 46 показателей, объединенных в 3 группы: общие и базовые показатели кибербезопасности, показатели инцидентов и антикризисного управления. Анализ индикаторов NCSI для России позволяет заключить, что в российской практике недостаточно внимания уделяется таким вопросам, как:

- защита цифровых услуг; так, эксперты NCSI указывают на то, что в РФ среди прочего нет компетентного органа в области кибер- и информационной безопасности, имеющего право контролировать государственных и частных поставщиков цифровых услуг в отношении реализации требований к кибер- и информационной безопасности;

- управление кибер-кризисами; в частности, речь идет об отсутствии плана антикризисного управления после крупномасштабных киберинцидентов в стране, учений по управлению кибер-кризисами на национальном уровне

и других инициативах, необходимых для обеспечения национальной кибербезопасности;

- вклад в глобальную кибербезопасность; в России не реализованы такие инициативы, как ратификация Конвенции о киберпреступности, размещение в стране региональной или международной организации кибербезопасности и др.

С началом пандемии и переходом ряда отраслей и видов деятельности в цифровое пространство в России особое внимание уделяется обеспечению безопасности в киберпространстве [10]. Пандемия обусловила стремительное развитие цифровых технологий во многих отраслях как мировой, так и российской экономики, что, в свою очередь, привело к возникновению ряда новых угроз от использования ИКТ и необходимости защиты компьютерных и других сетей. В 2022 г. санкции и ограничения западных стран в отношении России на фоне начала СВО привели к массированным кибератакам на различные российские информационные системы. Дополнительным фактором, способствующим развитию национальных систем и стратегий кибербезопасности на уровне как бизнеса, так и государства является прекращение деятельности западных компаний на отечественном рынке, которые до начала СВО поставляли отечественным компаниям и организациям различные аппаратные средства и программные решения, в том числе, в сфере безопасности.

В 2023 г. на информационную инфраструктуру России было совершено около 200 тыс.

кибератак, классифицируемых как наиболее опасные [2]. На 23% по сравнению с 2022 г. и на 63% по сравнению с 2020 г. в 2023 г. возросло число ежедневных кибератак, которых насчитывается более 130. Средний ущерб российских компаний от действий хакеров составил в 2023 г. примерно 20 млн р. в годовом исчислении, что на 30% больше аналогичного показателя 2022 г.

После февраля 2022 г. киберпреступления в РФ связаны преимущественно с политическими мотивами, цель которых не получение финансовой выгоды, а шпионаж, диверсии, уничтожение данных [4]. Атаки на ресурсы российских организаций и компаний скоординированы и осуществляются из разных стран, преимущественно из недружественных: Украины, США и других государств – членов НАТО [9].

В 2023 г. кибератаки со стороны иностранных агентов были направлены на информационные ресурсы госуправления, связи, энергетики и другие инфраструктурные объекты. Все больше частных и государственных организаций переходят в цифровой формат работы и взаимодействия с пользователями, что в разы увеличивает масштаб и сложность кибератак. Например, в июле 2023 г. в свободный доступ была выложена конфиденциальная информация о более 5 млн пользователей сайта «Большая перемена».

Кибератаки реализуются в том числе и с применением возможностей искусственного интеллекта (ИИ). Например, ИИ используют при автоматических и избирательных

рассылках, создании правдоподобных рекламных объявлений, планировании и реализации оптимального вектора кибератаки и др. Более того, в ближайшее время ИИ уже самостоятельно будет способен планировать и проводить кибератаки. Учитывая то, что многие разработчики в своих средствах защиты также используют ИИ, в будущем следует ожидать «борьбу ИИ с ИИ». Бесконтрольное внедрение генеративных моделей ИИ зарубежной разработки в отечественные решения дополнительно создает предпосылки для их последующей компрометации либо вывода из строя по причине разрыва отношений компаний — разработчиков моделей — с Россией в результате санкций.

По данным Лаборатории Касперского, в начале 2023 г. по сравнению с началом 2022 г. было опубликовано на 33% больше значимых баз данных отечественных фирм. Если в 2022 г. кибератаки были направлены преимущественно на малый и средний бизнес, то в 2023 — на крупные организации, увеличивается и объем украденной информации. Объявления о наличии утекшей информации выкладывают в открытый доступ, т.е. данные не продают, а свободно распространяют. Цель кибератак — нанести максимальный ущерб компаниям и государственным организациям.

Компании в случае успеха кибератаки не только несут более масштабные потери, для них увеличивается время и стоимость реагирования на инциденты. Так, ущерб от атаки шифровальщика на банк со штатом до 2,5 тыс. сотрудников составляет около 10 млн р., а с учетом того, что такие атаки осуществляются в среднем

Таблица 2

Методы успешных кибератак, направленных на организации и физических лиц в России в 2023 г., % [1]

Методы	Организации	Физические лица
ВПО	73	59
Социальная инженерия	56	83
Эксплуатация уязвимостей	31	4
Компрометация учетных данных	7	9
Компрометация цепочки поставок или доверенных каналов связи	0	3
Прочие	12	3

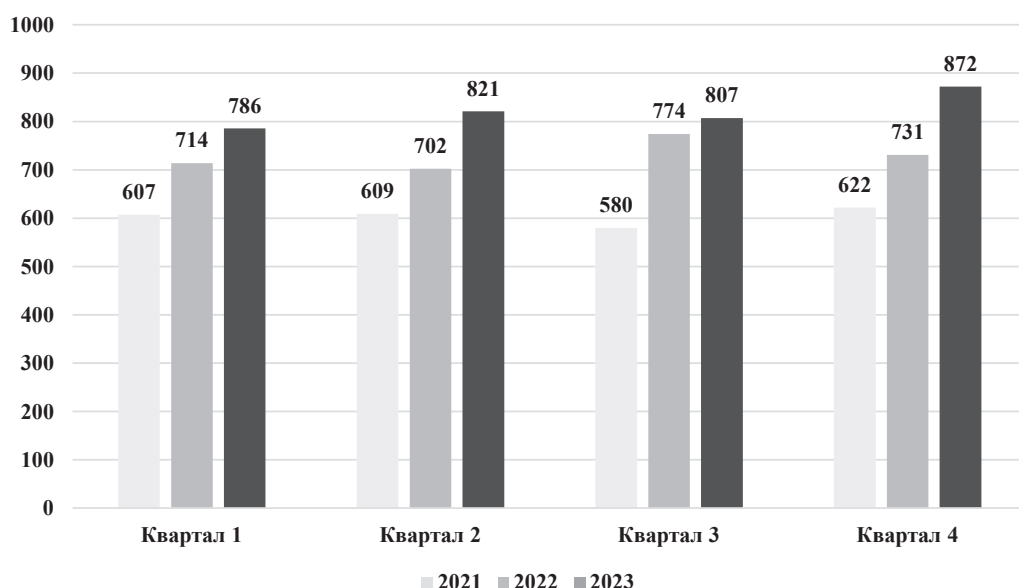


Рис. 2. Поквартальная динамика числа успешных кибератак в России в 2021–2023 гг. [1]

3 раза в год, суммарная потеря банка в год может составлять от 30 млн р. [8].

Успешные кибератаки чаще всего проводятся с применением вредоносного программного обеспечения (ВПО), если объект атаки — организация, или социальной инженерии для физических лиц (табл. 2). Объектом атак, направленных на организации, служат преимущественно компьютеры, сервера и сетевое оборудование, а направленных на физических лиц — люди.

По данным Positive Technologies, в период 2021–2023 гг. в РФ отмечается неуклонный рост успешных кибератак (рис. 2). Так в 2022 г. по сравнению с 2021 г. число атак в каждом квартале увеличивалось в среднем более чем на 20%, а в 2023 г. по сравнению с 2022 г. — почти на 13%. По данным аналитиков F.A.C.C.T., киберугрозы и высокотехнологичные атаки на российские организации и бизнес в 2023 г. демонстрировали «взрывной рост».

Стратегический характер кибератак на отечественные организации доказывает тот факт, что для них приоритетная цель — государственные ведомства и военные организации России. Они направлены на получение контроля или сбор информации, имеющей важное значение для национальной безопасности. Кибератаки также направлены на вывод из строя / разрушение коммуникационной инфраструктуры,

кражу баз данных отечественных компаний, нанесение крупного материального ущерба как юридическим, так и физическим лицам, размещение похищенных баз данных на тематических телеграм-каналах и др. Эксперты отмечают, что в отношении России фактически ведется полноценная кибервойна, интенсивность которой будет нарастать в краткосрочной перспективе. Так, фишинг и попытки эксплуатации уязвимости в 2024 г. могут вырасти на 20% [6].

В ответ на усиление угроз в киберпространстве развивается российский рынок кибербезопасности, который за последние 6 лет вырос более чем на 167%. По оценкам экспертов, рост рынка кибербезопасности за 2023 г. составил от 15 до 20%, а его объем достиг 254 млрд р. [3]. С февраля 2022 г. кибербезопасность стала базовым требованием бизнеса. Основные факторы роста связаны с необходимостью противодействия более сложным кибератакам и импортозамещением. В 2024 г. ожидается продолжение роста рынка на уровне 10–25%. При этом ключевыми драйверами роста преимущественно будут регуляторные требования по импортозамещению с целью выполнения требований указа № 250 [5]. В соответствии с этим указом с 1 января 2025 г. отечественным организациям запрещается использование

средств защиты информации, произведенных в недружественных странах (49 государств), а также тех, производителями которых являются фирмы, аффилированные с недружественными странами.

Импортозамещение для обеспечения кибербезопасности стало критически важным в 2022 г. в связи с усилением санкционного режима и уходом ряда западных компаний с российского рынка. Выбор компаний в пользу отечественных решений в сфере кибербезопасности привел к росту доходов российских поставщиков в 2022 г. на рекордные за последние 13 лет — 40% (без учета проектов за пределами России).

Меры по обеспечению импортозамещения оказали влияние на распределение рынка кибербезопасности между российскими и иностранными поставщиками решений и услуг. Доля зарубежных вендоров имеет тенденцию к снижению с 39% в 2021 г. до 30% в 2022 г., а в 2023 г. составила не более 10%. Таким образом, в 2023 г. до 90% рынка кибербезопасности в России — отечественные решения.

Несмотря на то что импортозамещение в сфере кибербезопасности имеет значительный положительный эффект для развития рынка, вместе с тем формируются и новые вызовы для отечественных организаций. Поддержка и обновление текущих зарубежных решений кибербезопасности, сложность модернизации архитектуры кибербезопасности с учетом перехода ИТ на оборудование и ПО от отечественных вендоров, отсутствие необходимых альтернатив при выборе ряда средств защиты информации (СЗИ), недостаточные мощности производства отдельных отечественных аппаратных средств — вот далеко не полный перечень проблем, решить которые политика импортозамещения пока не способна. Например, ограниченная конкуренция на рынке кибербезопасности приводит к значительному росту цен на продукты и сервисы российских поставщиков. В результате российским компаниям приходится увеличивать и перераспределять бюджеты в сторону кибербезопасности.

В России реализуются различные меры по развитию кибербезопасности, отвечающие

современным угрозам в данной сфере. Например, Минцифры реализует инициативы по фильтрации зарубежного трафика через блокировку иностранных IP по геолокации. В настоящее время завершается создание технической системы противодействия DDoS-атакам, обеспечивающей непрерывный мониторинг отечественного и зарубежного интернет-трафика, в случае выявления вредоносности система осуществит его блокирование. В 2024 г. ожидается появление единого центра исследования безопасности в сфере ИИ по принципу CERT (computer emergency response team). Данный принцип предполагает обмен данными между участниками разных рынков и разработчиками ПО.

Еще одна актуальная проблема на пути развития кибербезопасности в России связана с кадрами: дефицит, сложности найма и удержания специалистов, отсутствие у них необходимого опыта практической работы и компетенций. С целью ее решения в том числе разработаны и реализуются меры по возврату в страну ранее выехавших специалистов, расширяется число бюджетных мест для подготовки профильных специалистов в вузах. Так, Минцифры представили меры по возвращению ранее выехавших специалистов, в том числе предоставление отсрочки от армии, специальных грантов и др. [7]. В вузах увеличено число бюджетных мест по специальностям ИТ и информационной безопасности в 2 раза. В рамках федерального проекта по реализации программ переподготовки в области ИТ «Цифровые кафедры» студенты разных специальностей во время обучения в вузе могут получить дополнительную квалификацию в сфере ИТ. Ряд профильных организаций в 2022–2023 гг. запустили различные обучающие программы и курсы для топ-менеджмента компаний. Реализуются и узконаправленные программы обучения. Например, обучение кибербезопасности разработчиков ПО для объектов критической информационной инфраструктуры.

Проведенное исследование показало, что в России вопросы кибербезопасности в текущих условиях имеют первостепенную важность. С февраля 2022 г. отмечается рост и увеличение масштаба киберугроз: отечественные организации систематически подвергаются

кибератакам, преследующим цель нарушить работу критически важных инфраструктурных объектов, информационных систем государственных структур и бизнеса. В отношении России фактически развернута полномасштабная кибервойна, которая усугубляется на фоне ухода с рынка подавляющего числа иностранных вендоров. При этом российским компаниям-разработчикам в сфере кибербезопасности, несмотря на растущий спрос на внутреннем рынке, необходимо время для наращивания функционала. Им нужно не только заменить ушедшие с рынка импортные продукты и сервисы, но и разработать новые, в том числе способные эффективно преодолеть угрозы, возникающие из-за современных цифровых технологий (искусственный интеллект, интернет вещей и др.). Обеспечение кибербезопасности в цифровой экономике предполагает достижение цифровой устойчивости российских организаций.

В дальнейшем развитии нуждаются отечественные продукты и решения в сфере кибербезопасности на основе искусственного интеллекта, машинного обучения и других цифровых технологий, которые позволяют эффективно бороться с угрозами и атаками на информационные системы. Например, ИИ как инструмент кибербезопасности способен собирать большие данные, а обучение нейронной сети позволяет выявлять аномалии и фейковую информацию. Для отечественных разработчиков внедрение ИИ в решения для кибербезопасности — это еще и вопрос конкурентоспособности на мировом рынке. Так, компании Китая уже вплотную подошли к использованию машинного обучения и ИИ во многих своих продуктах.

Развитие сферы кибербезопасности в России с учетом успешного зарубежного опыта среди прочего должно быть основано на тесном сотрудничестве частных компаний и государственных организаций. В мировом масштабе сфера ИТ формирует подавляющую часть инфраструктуры киберпространства. Поэтому в России компании ИТ-сферы (в силу специфики своей деятельности) могут лидировать в создании и внедрении решений кибербезопасности.

Приходим к выводу, что растущая значимость кибербезопасности в России определяет необходимость разработки и внедрения передовых решений и продуктов, которые соответствуют современным реалиям цифровой экономики и принципам безопасности на всех этапах их производства и жизненного цикла — от проектирования до обновлений.

Библиографический список

1. Актуальные киберугрозы: IV квартал 2023 года. Positive technologies. 2024. URL: <https://www.ptsecurity.com/ru-ru/research/analytics/cybersecurity-threatscape-2023-q4/#id3> (дата обращения: 23.03.2024).
2. Более 200 тыс. опасных кибератак совершено на инфраструктуру РФ в 2023 г. Известия. 7 февраля 2024 г. URL: <https://iz.ru/1646311/2024-02-07/bole-200-tys-opasnykh-kiberatak-sovershen-na-infrastrukturu-rf-v-2023-godu> (дата обращения: 23.03.2024).
3. Кибербезопасность нарастила прогноз. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6296464?ysclid=luct02sxtf644614321> (дата обращения: 28.03.2024).
4. Киберпреступления в России: обзор инцидентов за 1 половину 2023 г. URL: <https://vc.ru/u/296768-cloud-networks/786542> (дата обращения: 28.03.2024).
5. О дополнительных мерах по обеспечению информационной безопасности РФ. Указ Президента РФ от 01.05.2022 г. № 250. URL: <https://www.alta.ru/tamdoc/22uk0250/?ysclid=lnvq62v5mh837749798> (дата обращения: 28.03.2024).
6. От «беспрецедентных» кибератак к угрозам нулевого дня: какие кибертренды ждать в 2023 г. URL: <https://www.interfax.ru/digital/879102> (дата обращения: 26.03.2024).
7. Разработка мер по возвращению в Россию уехавших IT-специалистов. Форбс. URL: <https://www.forbes.ru/tekhnologii/483592-kommersant-uznal-o-razrabotke-mer-po-vozvrasheni-v-rossiu-uehavsih-it-specialistov?ysclid=ludyvfjht4192921728> (дата обращения: 26.03.2024).
8. Средняя российская компания теряет из-за хакеров 20 млн руб. в год, и ущерб постоянно растет. Cnews. URL: https://safe.cnews.ru/news/top/2023-07-14_rossijskie_kompanii_teryayut (дата обращения: 28.03.2024).

9. Число кибератак в России и в мире. URL: <https://www.tadviser.ru/index.php/> (дата обращения: 28.03.2024).
10. Янковская Е. С. Цифровизация и технологический суверенитет России // Ученые записки Санкт-Петербургского имени В. Б. Бобкова филиала Российской таможенной академии. 2023. № 1 (85).
11. Aghajani G., Ghadimi N. Multi-objective energy management in a micro-grid // Energy Rep. 2018. № 4. P. 218–225.
12. Cost of a Data Breach Report 2023. IBM. URL: <https://www.ibm.com/reports/data-breach> (дата обращения: 23.03.2024).
13. Cybersecurity Almanac 2022. URL: <https://cybersecurityventures.com/cybersecurity-almanac-2022/> (дата обращения: 23.03.2024).
14. Global Cybersecurity Index. 2020. URL: <https://www.itu.int/epublications/publication/D-STR-GCI.01-2021-HTML-E> (дата обращения: 13.03.2024).
15. How Dangerous are Deepfakes and Other AI-Powered Fraud? Statista. URL: <https://www.statista.com/chart/31901/countries-per-region-with-biggest-increases-in-deepfake-specific-fraud-cases/> (дата обращения: 13.03.2024).
16. Li Y., Liu Q. A comprehensive review study of cyber-attacks and cyber security; Emerging trends and recent developments // Energy Reports. 2021. Vol. 7. P. 8176–8186.
17. National Cyber Security Index, NCSI. URL: <https://ncsi.ega.ee/methodology/> (дата обращения: 15.03.2024).
18. What is cybersecurity? IBM. URL: <https://www.ibm.com/topics/cybersecurity> (дата обращения: 24.03.2023).
19. What is cybersecurity? TechTarget. URL: <https://www.techtarget.com/searchsecurity/definition/> (дата обращения: 23.03.2024).

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МАРКЕТПЛЕЙСОВ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ: ВОЗМОЖНОСТИ И УГРОЗЫ

*А.И. БАБЕНКО, преподаватель
кафедры экономического анализа,
статистики и финансов, Кубанский
государственный университет
e-mail: bain@inbox.ru*

*И.В. БАБЕНКО, кандидат экономических
наук, доцент, доцент кафедры экономического
анализа, статистики и финансов,
Кубанский государственный университет
e-mail: bain@inbox.ru*

Аннотация

Розничная торговля, как и остальные сферы экономической деятельности, находится в непрерывном процессе эволюции технологической базы. Важным эволюционным этапом развития торговли стали маркетплейс-площадки, осуществляющие деятельность посредством глобальной инфокоммуникационной сети Интернет. Авторами рассматриваются различные позитивные и негативные стороны деятельности маркетплейсов как формы торговой деятельности.

Ключевые слова: маркетплейсы, розничная торговля, Интернет, цифровая экономика, цифровизация, децентрализация.

DOI: 10.31429/2224042X_2024_74_29

Розничная торговля — это с давних пор одна из основополагающих отраслей общественного экономического процесса. Доведение товара до конечного потребителя не менее значимо, чем собственно его производство. Исторически первой была офлайн-торговля, осуществляемая при непосредственном контакте продавца и покупателя в магазине или на рынке. Дальнейшим развитием торговых отношений стала дистанционная форма торговли (рис. 1).

До появления и массового применения глобальной инфокоммуникационной сети Интернет отношения, связанные с торговлей дистанционным способом, также имели место. Дистанционное доведение товаров до их потребителей было возможно посредством телемагазинов, а также бумажных каталогов. Заказ товара осуществлялся с помощью

звонка по телефонной связи либо отправки бумажного бланка заказа по почте.

Появление и массовое внедрение глобальной инфокоммуникационной сети Интернет, в том числе и на территории РФ, повлекло за собой внедрение новых способов дистанционного взаимодействия с контентом. Не мог остаться в стороне от изменений и процесс приобретения товаров. Стали возникать интернет-магазины, позволяющие организовать взаимодействие продавца и покупателя посредством веб-сайта в глобальной инфокоммуникационной сети. В частности, интернет-магазин «Ozon» появился в 1998 г. и специализировался на продаже такой продукции, как книги [3]. Далее он трансформировался в маркетплейс-площадку по торговле практически всеми товарными категориями.

Дальнейшим этапом развития онлайн-торговли стала трансформация интернет-магазинов в сервисы-платформы, именуемые маркетплейсами (от англ. marketplace — рынок, торговая площадка [14]). Сервисы-платформы, реализующие функционал агрегатора, объединили на своих интернет-витринах товары самых различных категорий, реализуемые различными продавцами. Основными маркетплейс-площадками, ведущими деятельность в Российской Федерации, являются «Ozon», «Wildberries», «Яндекс.Маркет», «Мегамаркет» (ранее «Сбермегамаркет») (рис. 2).

Актуальность данного вида построения отношений между продавцом и покупателем в последнее время всё более возрастает.

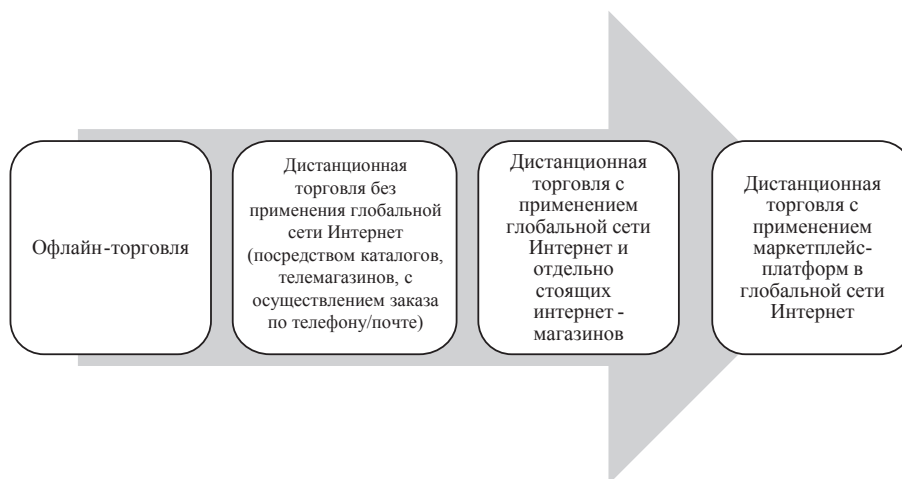


Рис. 1. Эволюция форм торговых отношений в Российской Федерации (составлено авторами)



Рис. 2. Основные маркетплейсы в РФ

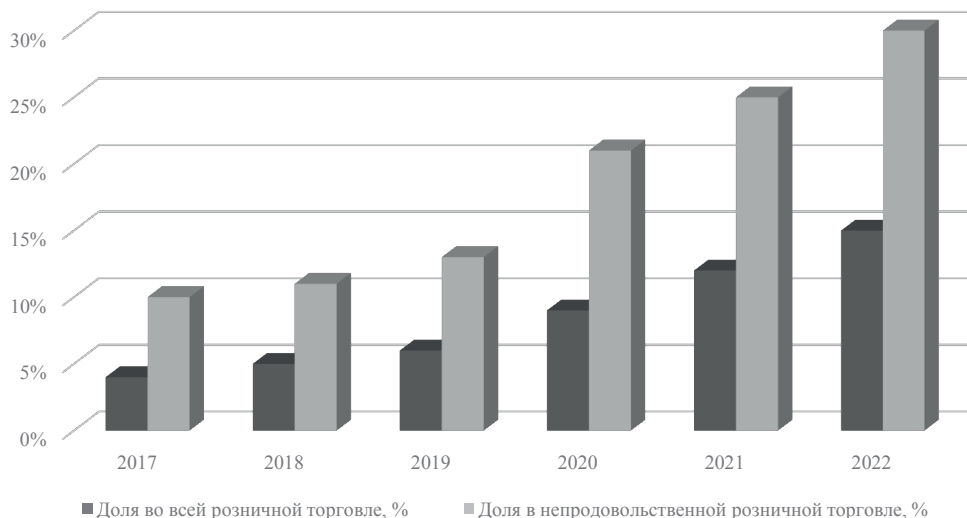


Рис. 3. Рост доли онлайн-торговли в рознице РФ (составлено авторами по [2])

Так, по данным исследования Data Insight, наблюдается существенный рост доли онлайн-торговли (рис. 3). А по данным ВЦИОМ, 71% опрошенных хотя бы раз совершали покупку на маркетплейсах [4].

Рынок самих маркетплейс-площадок, согласно общепринятой классификации рынков,

можно представить как олигопольный рынок. Отличительной особенностью такого типа рыночной структуры является небольшое количество продавцов, делящих рынок между собой [9].

Нами были рассмотрены возможные положительные и отрицательные стороны

Положительные и отрицательные стороны маркетплейсов как формы торговой деятельности
(составлено авторами)

Показатель	Характеристика
Положительные стороны (возможности)	Агрегация широкого ассортимента товаров на единой площадке
	Широкие возможности доставки к покупателю в оперативном режиме
	Создание условий безопасности сделки для покупателя
	Снижение рисков безопасности, возникающих вследствие массового скопления людей
	Доступность различных товаров без привязки к географическому положению покупателя
Отрицательные стороны (угрозы)	Снижение возможностей конкуренции продавцов
	Делокализация бизнеса и получаемых сумм прибыли
	Риски, связанные с качеством товара
	Риски, вызванные привязкой к безналичным способам оплаты
	Риски, связанные с олигополизацией рынка
	Риски, связанные с агрегацией и хранением информации

маркетплейсов как формы торговой деятельности, что представлено в таблице.

Отметим преимущества и возможности онлайн-сервисов маркетплейсов, которые обуславливают их повсеместную высокую конкурентную привлекательность.

1. Агрегация широкого ассортимента товаров на единой площадке.

Пользователю больше не нужно искать необходимые к приобретению товары на различных интернет-ресурсах. Одна удобная площадка предоставляет возможности поиска и заказа всех товаров. Таким образом, обеспечивается экономия времени и усилий потребителя. К примеру, маркетплейс «Озон» предоставляет доступ к приобретению всех категорий: электроники, офисных товаров, книг, одежды и даже продуктов питания [12].

2. Широкие возможности доставки к покупателю в оперативном режиме.

Отдельно стоящие интернет-магазины в основном использовали обычную почтовую доставку. Маркетплейсы же имеют развитую собственную сеть пунктов выдачи заказов (ПВЗ), что обеспечивает удобство приобретения товаров для потребителей. В большинстве случаев ПВЗ того или иного маркетплейса находится практически в шаговой доступности для потребителя. Ведущими

маркетплейс-площадками предлагаются различные форматы функционирования пунктов выдачи заказов, адаптированные к ведению деятельности в различных типах населённых пунктов. Для небольших по площади и количеству жителей поселений предусмотрены особые формы пунктов выдачи заказов — «домашние ПВЗ», которые практически не требуют вложений в обустройство и инвестирования большого объёма денежных средств. Достаточно располагать помещением и устройством с доступом в Интернет (ноутбук), чтобы осуществлять деятельность такого ПВЗ [13].

3. Создание условий безопасности сделки для покупателя.

Несмотря на отсутствие полной уверенности в качестве каждого товара, маркетплейсы проводят определённую организационно-модерационную работу в плане обеспечения правил торговли и блокировки продавцов-нарушителей. Пользователь, осуществляющий заказ через маркетплейс-площадку, не имеет таких рисков, как в случае с отдельно стоящим интернет-магазином. Оплату пользователь осуществляет посредством возможностей маркетплейс-площадки. Таким образом, в случае отсутствия доставки товара и прочих проблем обеспечиваются меры

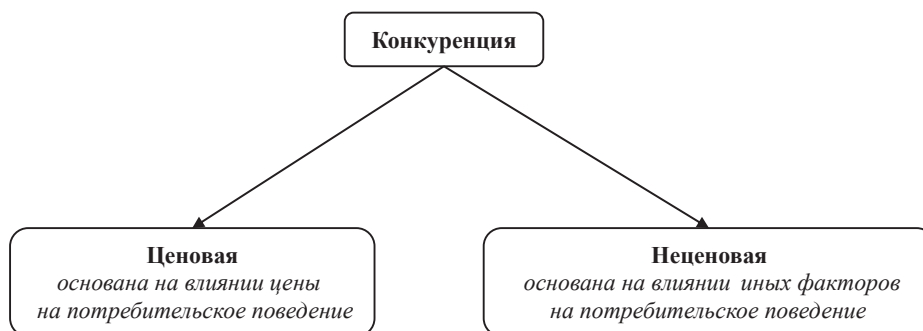


Рис. 4. Типы конкуренции (составлено авторами)

защиты потребителя. В ходе опроса ВЦИОМ было установлено, что для 73% покупателей не имеет значения привязка к конкретному продавцу на маркетплейсе [4], что подчёркивает значимость сервиса, предоставляемого маркетплейс-площадкой в целом. Также имеется возможность ознакомления с отзывами о товаре, которые не подвержены прямой и непосредственной манипуляции со стороны продавца. Значимость ознакомления с отзывами отметили 65% опрошенных ВЦИОМ [4].

4. Снижение рисков безопасности, возникающих вследствие массового скопления людей.

Торговля через маркетплейс-площадки в глобальной инфокоммуникационной сети Интернет позволяет избежать массового скопления людей, что снижает эпидемиологические и иные риски.

5. Доступность различных товаров без привязки к географическому положению покупателя.

Маркетплейс-площадки позволяют приобрести жителям любого населённого пункта страны любой представленный на площадке товар, который будет доставлен к нему. Больше нет зависимости приобретения того или иного товара от факта его представленности в магазинах в том или ином населённом пункте. Это существенно расширяет возможности потребителя и продавца, особенно с учётом увеличения в офлайн-торговле доли сетевых магазинов, предлагающих сложные условия для заключения контракта поставки товаров. Такая особенность маркетплейс-площадок может быть использована в том

числе для развития отечественной производительности и импортозамещения. На наш взгляд, целесообразно внести в интерфейс маркетплейс-площадок особое заметное обозначение «Сделано в России», выделяющее произведённые в РФ товары, а также предоставить специализированные рубрики каталогов и фильтры поиска для отображения таковых. В условиях, когда переход на рыночную капиталистическую систему хозяйствования привёл к утрате стимула выбирать отечественные товары, подобные меры остро необходимы для поддержания отечественного производства.

Однако не менее значимы и риски и угрозы, создаваемые при осуществлении деятельности маркетплейсов.

1. Снижение возможностей конкуренции продавцов.

Прежде всего необходимо отметить, что конкуренция как процесс рыночного движения имеет две основные формы — ценовую и неценовую [6] (рис. 4).

Ценовая конкуренция включает в себя действие на потребительское поведение такого фактора, как цена (*price*) товара. Более низкая цена — фактор, повышающий привлекательность предложения и вызывающий рост величины спроса. Действие ценовой конкуренции прямо основано на законе спроса и предложения.

Неценовая конкуренция включает в себя другие факторы. Возможна неценовая конкуренция со стороны производителей, которая выражается прежде всего в выпуске товаров, имеющих различные потребительские

качества. Но есть и неценовая конкуренция, связанная с торговлей. Например, такие факторы, как расположение магазина, работа персонала, ассортимент и его выкладка и др., обуславливают его привлекательность для покупателя.

В случае с традиционными отдельно стоящими интернет-магазинами подобные факторы также оказывали влияние, пусть и в меньшей степени, нежели в офлайн-торговле. В условиях торговли на маркетплейсах больше не релевантны какие-либо особенности оказания услуг тем или иным продавцом.

Невозможно обеспечить какие-либо уникальные преимущества, касающиеся локации магазина (или пункта выдачи), сервиса при продаже или иные, осуществляя торговую деятельность через стандартизированную маркетплейс-платформу. Тот или иной продавец, ведущий деятельность через маркетплейс-площадку, ограничен ее возможностями. Продавец не может делать иным дизайн интерфейса веб-сайта, предоставить для использования дополнительные интерфейсы в процессе заказа товара, не может оказывать дополнительные услуги в пункте выдачи заказа (ПВЗ) либо изменять оформление, местоположение и иные параметры такого пункта.

Единственной возможностью улучшения конкурентоспособности продавца в такой ситуации остаётся снижение цены, для чего при сохранении прибыльности предпринимательской деятельности необходимо снижение себестоимости, что ограничено объективно действующими факторами. В случае с производимыми на территории Российской Федерации товарами существуют объективные факторы затрат на ведение производственного дела: ставка кредитования производственного бизнеса (что детерминировано ставкой Центрального банка РФ), затраты на потребление коммунальных ресурсов, таких как электроэнергия, по промышленным тарифам и т.д. Таким образом, существует объективный предел снижения себестоимости единицы производимого товара, который невозможно преодолеть без снижения качества

товара или нарушения законодательства РФ (например, использования неоплаченных ресурсов или незаконного труда без уплаты требуемых взносов в Социальный фонд РФ).

В случае же с закупкой товара для перепродажи у иностранных производителей, главным образом расположенных на территории Китая, через специализированные площадки глобальной инфокоммуникационной сети Интернет, такие как «Alibaba» [10] или «Made-in-China» [11], определяющим фактором являются цены поставщиков. При этом также существуют затраты на ведение дела согласно законодательству и требованиям Российской Федерации, которые могут быть снижены исключительно при нарушении законодательных и иных нормативно-правовых критериев ведения бизнеса (ввоз товара без уплаты необходимых таможенных платежей, проведения мероприятий по сертификации товаров, для которых она требуется, и т.д.).

Таким образом, возможности ценовой конкуренции как единственного для продавца в рыночной экономической системе инструмента развития экономической деятельности достаточно ограничены.

2. Делокализация бизнеса и получаемых сумм прибыли.

Важным аспектом внедрения в экономическую деятельность маркетплейс-площадок является делокализация бизнеса. При традиционном ведении торговли офлайн субъект малого бизнеса находится непосредственно на той или иной территории. Необходимо иметь несколько магазинов в каждом районе. В случае же с онлайн-маркетплейсами имеет место делокализация субъекта торгового бизнеса из местного сообщества. Невозможно себе представить покупку товара жителем Краснодар в офлайн-магазине хозяйственно-бытовых товаров, локализованном в городе Ставрополе. В случае же с ведением торговли дистанционным способом, в том числе с использованием глобальной инфокоммуникационной сети Интернет, локализации покупателя и продавца больше не являются взаимосвязанными. Таким

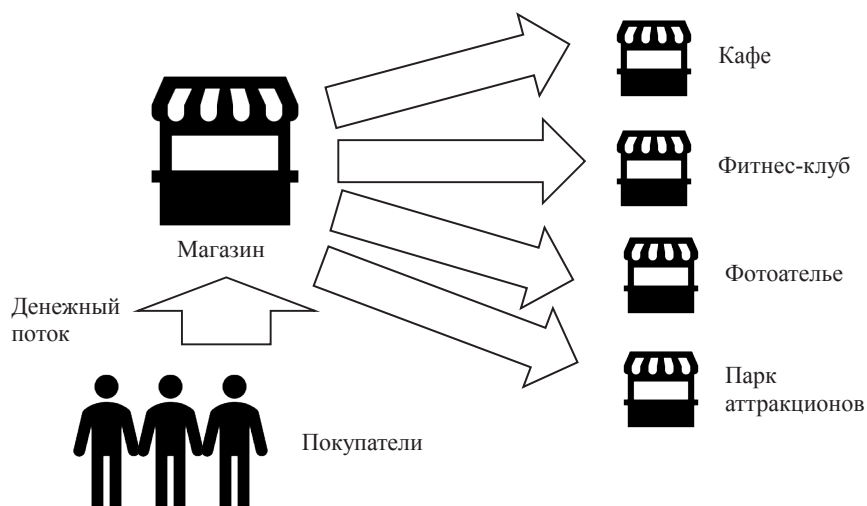


Рис. 5. Схема распределения прибыли при её расходовании в пределах местного сообщества (составлено авторами)

образом, потоки прибыли от потребителей, возникающие в том или ином местном сообществе (населённом пункте, районе), более не привязаны к нему. Это может выступать фактором негативного влияния на развитие инфраструктуры и многообразной среды местных сообществ. Находящийся на определенной территории субъект предпринимательства осуществляет расходование полученных им сумм прибыли от экономической деятельности, производя заметную долю трат в пределах своего местного сообщества. Это способствует развитию экономики данной территории (рис. 5).

Когда один или несколько продавцов могут удовлетворять потребительский спрос на территории всей страны, активность локального бизнеса в каждом местном сообществе неизбежно снизится. Это может выступить фактором, препятствующим развитию экономики и инфраструктуры местных сообществ, так как разоряющиеся местные предприниматели больше не смогут обеспечивать потребительскую активность в прежних объёмах, что приведёт к снижению потребительской активности в местном сообществе в целом.

3. Риски, связанные с качеством товара.

Экспертами рассматриваются возможные риски, возникающие при построении отношений продавца и покупателя посредством маркетплейс-площадок. В частности, в силу большого количества действующих на

маркетплейс-площадках продавцов там может происходить реализация некачественного либо контрафактного товара [8]. Необходимо отметить, что со стороны маркетплейс-площадок предпринимаются меры по предотвращению подобных злоупотреблений со стороны продавцов. В частности, маркетплейс-площадка «Озон» осуществляет обязательную проверку документов на ряд товаров, а товары, прошедшие такую проверку, обозначаются особой отметкой «Оригинал» [5]. Это позволяет потребителям иметь достоверную информацию о происхождении выбранного и приобретаемого ими товара.

4. Риски, обусловленные привязкой к безналичным способам оплаты.

На маркетплейсах применяется безналичная оплата товаров путём указания реквизитов электронного средства платежа (банковской дебитовой или кредитной карты). Таким образом, для использования указанного способа оплаты необходимо наличие банковской карты. В случае же отсутствия у гражданина подобного электронного средства платежа он не может приобретать товары на данных площадках. По мере вытеснения традиционного офлайн-бизнеса онлайн-торговлей через маркетплейсы может возникнуть ситуация, когда возможности приобретения товаров физическими лицами, не обладающими электронными средствами платежа, будут существенно

ограничены. На наш взгляд, необходимо сохранять вариант оплаты товаров наличными хотя бы в некоторых ПВЗ либо иными путями (через платёжные терминалы и т.д.).

5. Риски, связанные с олигополизацией рынка.

Как было указано ранее, рынок маркетплейс-площадок является, в сущности, олигопольным рынком. Деятельность на данном рынке ведётся небольшим количеством субъектов — операторов маркетплейс-площадок. Несмотря на то что на каждой из интернет-площадок ведут деятельность множество продавцов, все они подчиняются устанавливаемым и поддерживаемым операторами маркетплейс-площадок правилам и нормам. То есть небольшой круг экономических субъектов приобретает способность регулировать правила отношений с потребителями в сфере реализации товаров народного потребления. Устанавливаемые таким образом правила будут фактически приравнены для потребителей к законодательным, несмотря на отсутствие их принятия посредством демократических процедур. Аспект влияния цифровизации на создание условий для тоталитарного внедрения правил со стороны не только политической, но и экономической (выраженной в форме рыночных субъектов) власти, в том числе и в формате регламентации функционирования сервисов-платформ, рассматривался нами в статье «Искусственный интеллект и цифровизация в капиталистической экономике: проблемы, вызовы, риски и возможности» [1]. Особенностью такой власти, в отличие от политической, является отсутствие даже формальных избирательных демократических процедур при формировании управленческого штата корпораций. Появление новых рыночных игроков вследствие олигопольного характера рынка затруднено.

6. Риски, связанные с агрегацией и хранением информации.

При реализации товаров посредством глобальной инфокоммуникационной сети Интернет осуществляется ввод, обработка и хранение информации с использованием электронно-вычислительных машин,

систем ЭВМ и построенных на их базе информационных систем. Значимость угрозы неправомерного доступа к компьютерной информации рассматривалась нами в статье «Искусственный интеллект и цифровизация в капиталистической экономике: проблемы, вызовы, риски и возможности» [1]. Неправомерный доступ к информации может быть осуществлён как внутренними пользователями (сотрудники организации) [7], так и внешними пользователями, получившими доступ к информационной системе. В силу описанных обстоятельств реализация товаров через маркетплейсы предполагает агрегацию информации практически обо всём потребительском поведении человека в информационных системах немногочисленных операторов маркетплейс-площадок. Следовательно, необходимо принятие максимальных мер для защиты подобной информации во избежание её использования в преступных целях.

Можно сделать вывод о том, что маркетплейс-площадки предоставляют множество новых возможностей для всех участников рыночной экономики, однако не следует забывать о потенциальных угрозах, связанных с усилением их влияния. Необходимо чёткое регулирование правил деятельности маркетплейсов, обеспечивающее соблюдение законодательных норм в РФ в различных сферах: защита прав потребителей (таких как право на бесплатный возврат товара ненадлежащего качества), соответствие качества товаров требуемым нормативам, соблюдение трудового законодательства. На наш взгляд, важно обеспечить возможность оплаты товара наличными средствами при получении хотя бы в некоторых пунктах выдачи заказа либо иным способом (через платёжные терминалы и т.д.), что даст доступ к приобретению товаров лицам, не имеющим безналичных электронных средств платежа. Кроме того, целесообразно создание отдельных обозначений для произведённых в РФ товаров с целью развития отечественных производств и импортозамещения.

Библиографический список

1. Бабенко А. И., Бабенко И. В. Искусственный интеллект и цифровизация в капиталистической экономике: проблемы, вызовы, риски и возможности // Экономика: теория и практика. 2024. № 1 (73). С. 16–35.
2. Исследование продаж на маркетплейсах 2022–2023: средний чек, конкуренция, заказы // ShopStat. URL: <https://shopstat.ru/blog/ozon/issledovanie-prodazh-na-marketplejsah-2022-2023> (дата обращения: 08.05.2024).
3. История развития и успеха компании Ozon // Деловая среда. URL: <https://dasreda.ru/learn/blog/article/1865-istoriya-razvitiya-i-uspeha-kompanii-ozon> (дата обращения: 07.05.2024).
4. Маркетплейсы в России: новая эра электронной торговли // ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/marketpleisy-v-rossii-novaja-ehra-ehlektronnoi-torgovli> (дата обращения: 08.05.2024).
5. Метка «Оригинальный товар» // Ozon. URL: <https://docs.ozon.ru/common/tovary/original/?country=RU> (дата обращения: 07.05.2024).
6. Мокроносов А. Г., Маврина И. Н. Конкуренция и конкурентоспособность: учеб. пособие. Екатеринбург, 2013. URL: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/28814/1/978-5-7996-1098-2_2014.pdf (дата обращения: 08.05.2024).
7. Наталья Касперская: большинство утечек в российских компаниях происходят по вине их сотрудников // Новости России. URL: <https://news.myseldon.com/ru/news/index/222866070> (дата обращения: 08.05.2024).
8. Товар в пути: российские маркетплейсы заваляли контрафактом // РИА-Новости. URL: <https://ria.ru/20221016/marketpleys-1824081891.html> (дата обращения: 07.05.2024).
9. Федорова А. Ю. Экономика отраслевых рынков: учеб. пособие. 2-е изд., изм. и доп.. СПб., 2016. URL: <https://books.ifmo.ru/file/pdf/1936.pdf> (дата обращения: 08.05.2024).
10. Alibaba. URL: <https://www.alibaba.com> (дата обращения: 07.05.2024).
11. Made-in-China. URL: <https://ru.made-in-china.com> (дата обращения: 08.05.2024).
12. Ozon. URL: <https://ozon.ru> (дата обращения: 08.05.2024).
13. Ozon будет развивать пункты выдачи в селах и малых городах с помощью предпринимателей // Ozon. URL: <https://corp.ozon.ru/tpost/srfljj5p11-ozon-budet-razvivat-punkti-vidachi-v-sel> (дата обращения: 08.05.2024).
14. Marketplace. Russian translation // Linguee. URL: <https://www.linguee.com/english-russian/translation/marketplace.html> (дата обращения: 07.05.2024).

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИАГНОСТИКИ ПАТТЕРНОВ ФОНДОВОГО РЫНКА ИНСТРУМЕНТАМИ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА

*И.В. КОЛОС, старший преподаватель
кафедры международной экономики, Донецкий
национальный университет экономики и
торговли им. Михаила Туган-Барановского
e-mail: d19880921@yandex.ru*

*Г.Г. СКИБЕНКО, старший преподаватель
кафедры цифровой аналитики и
контроля, Донецкий национальный
университет экономики и торговли
им. Михаила Туган-Барановского
e-mail: galina_skibenko@mail.ru*

*Е.Ю. ТОМАШЕВСКАЯ, кандидат
экономических наук, доцент, доцент кафедры
цифровой аналитики и контроля, Донецкий
национальный университет экономики и
торговли им. Михаила Туган-Барановского
e-mail: tomeyu@mail.ru*

*Д.В. ЩЕТИНИНА, студентка кафедры
международной экономики, Донецкий
национальный университет экономики и
торговли им. Михаила Туган-Барановского
e-mail: shchetininadasha@mail.ru*

Аннотация

В работе основное внимание уделено анализу инструментов и механизмов регулирования фондового рынка на основе использования искусственного интеллекта для прогнозирования и принятия инвестиционных решений. В статье изучаются различные паттерны технического анализа с учетом их влияния на процесс прогнозирования тенденций на фондовых рынках. Приводится обзор эффективных инструментов искусственного интеллекта, используемых на финансовых рынках, а также примеры его успешного применения в финансовой индустрии.

Ключевые слова: фондовый рынок, искусственный интеллект, прогнозирование, паттерны, инвестирование, машинное обучение.

DOI: 10.31429/2224042X_2024_74_37

Среди наиболее важных структурных компонентов финансовой системы в государстве — банковский сектор и рынок ценных бумаг. Последний рассматривается как часть финансового рынка и представляет собой сложную систему взаимосвязанных элементов (инструментов, организаций, сервисов обеспечения и т.д.) и механизмов (взаимодействия на различных уровнях и специфики организации) регулирования основных рыночных сил, выступая ключевым аспектом успешного устойчивого развития экономической системы государства [6].

Структура рынка ценных бумаг весьма сложная и включает в себя фондовые

рынки, рынки облигаций и деривативов. Характеристики рынка ценных бумаг определяются инфраструктурой, формируемой участниками и государственными органами управления, при перманентной необходимости в активизации процессов её развития с целью обеспечения бесперебойной и эффективной работы фондового рынка. При этом необходимо акцентировать внимание на изучении источников финансирования необходимых реформ и изменений.

Анализ и прогнозирование данных на фондовом рынке — важные задачи, которые помогают трейдерам и инвесторам принимать верные и эффективные решения. В последние годы развитие искусственного интеллекта (ИИ) привело к созданию программного обеспечения, способного анализировать паттерны на фондовом рынке с высокой точностью и автоматически предсказывать его дальнейшее движение.

Отличительной особенностью природы фондовых рынков является нестабильность и постоянные изменения. В этой связи неотъемлемым инструментом инвесторов для оценки потенциала и рисковости акций можно назвать пакет прогнозирования. Варьирование стратегиями деятельности и глубинное изучение существующих и перспективных тенденций также становятся неотъемлемой частью этого процесса, поскольку позволяют определить, переоценена ли акция или недооценена на данный момент. Если потенциал

присутствует, то инвесторы могут приобрести акцию в надежде на ее предстоящий рост.

В настоящее время можно считать сформированным пул компаний, способных использовать возможности ИИ в сфере торговли ценными бумагами.

Преградами для стабильного прогноза динамики цен и условий рынка служат различные факторы: политические ограничения, конъюнктура мировой экономической системы, кризисы и показатели финансового здоровья конкретных компаний. Основываясь на этом, заключаем, что использование ИИ и систем машинного обучения в процессе оценки ценных бумаг становится все более привлекательным. Ведь именно благодаря большим данным возможно выявление закономерностей и тенденций на фондовом рынке.

Анализ данных — это один из способов применения ИИ на фондовом рынке. Алгоритмы машинного обучения интегрируются в общую систему диагностики и способствуют выявлению рыночных тенденций, путем ретро- и перспективного анализа формируют алгоритмы для прогнозирования последующих цен на акции.

Еще один способ использования ИИ на фондовом рынке — технологии обработки естественного языка (NLP). Они позволяют анализировать новостные статьи, материалы, представленные в социальных сетях и других

источниках информации, с целью выявления общественного отношения к тем или иным акциям и компаниям. Таким образом, полученная информация будет отражать настроение аудитории и успешно использоваться для принятия рациональных торговых решений.

Известность приобрели в последнее время «торговые роботы» или же автоматические торговые алгоритмы. Актуальна их способность анализировать рыночные данные в реальном времени и принимать решения, основываясь на этом анализе. Ряду торговых систем даже присуща способность самостоятельно совершать сделки без участия человека, но эти модели могут быть достаточно сложными для распознавания рядовым инвестором [1].

Основываясь на результатах исследования Британского института физики, изложенных в работе «Подходы машинного обучения к прогнозированию цен на акции», можно выделить следующие 4 метода относительно ценового прогнозирования на акции в разрезе стратегий машинного обучения [10].

1. *RandomForest* является эффективным высокоточным алгоритмом для получения результатов с большим количеством данных, которые основаны на нейросетях. Данный алгоритм апробирован на акциях Шанхайской фондовой биржи и применяется при прогнозировании ценового тренда как в долгосрочной, так и в краткосрочной перспективе (рис. 1).

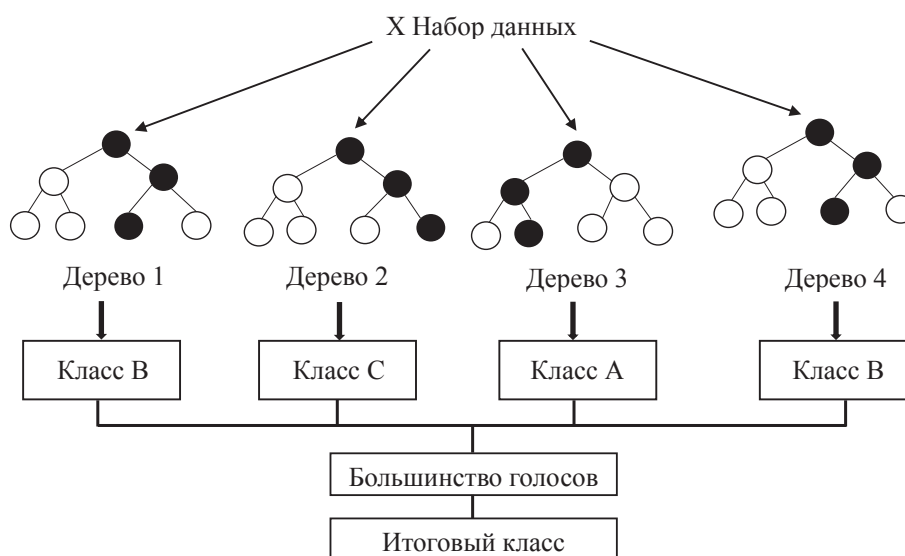


Рис. 1. Алгоритм машинного обучения RandomForest

2. *Наивный байесовский классификатор* — простой, но при этом действенный метод, используемый для анализа небольшого количества финансовых данных. С его помощью определяется вероятность того, как одно событие повлияет на другое [9].

3. *Метод опорных векторов*. Его основная цель состоит в распределении входных наборов данных по двум классам.

4. *ARIMA* — метод временных рядов, который используют для прогнозирования краткосрочных колебаний цен на акции, в основе его исторические тенденции, например, сезонность.

Временной ряд условно разделяется на 3 компонента: тенденция (отражает движение значений вверх и вниз на протяжении длительного отрезка времени), сезонность (скачки стоимости или спроса на бумаги по сезонным промежуткам) и шум (скачки спроса в случайном порядке).

Однако данные системы и методы могут быть уязвимы к крайним условиям и неспособны определить форс-мажорные обстоятельства, влияющие на цену акций.

Машинное обучение и нейронные сети позволяют программам обеспечения понимать закономерности в данных, чтобы предугадывать будущее движение рынка. Программное обеспечение, использующее ИИ, способно анализировать различные типы данных, включая исторические цены акций, объемы торговли, новости и другую информацию, связанную с фондовым рынком.

Далее рассмотрим паттерны фондового рынка и выявим их влияние на процесс прогнозирования его тенденций. Паттерны — это определенные методики и инструменты, способствующие анализу текущей ситуации на графике [5].

Инвесторы охотно применяют паттерны при графическом анализе стоимости акций компании в текущем временном интервале, дополняя их инструментами фундаментального анализа. При условии положительной динамики бизнеса эмитента, превосходства над конкурентами по ключевым мультипликаторам и перспективности рынка паттерны

могут стать надежным инструментом выбора точки входа на него. Следует особенно отметить, что свечной график является наиболее удобным форматом для наложения и анализа паттернов, так как он позволяет более эффективно отслеживать колебания цены. Графическое представление результатов анализа позволяет уточнять эффективность управленческих решений, особенно с точки зрения продолжения тренда.

Фигура «Вымпел» имеет форму треугольника и обозначает движение цены вверх. При проведении линий, соединяющих экстремумы, произойдет их схождение. В момент преодоления верхней границы можно говорить о том, что цены продолжат расти. Существует возможность понять, что перед нами именно треугольник, только в случае уменьшения площади его поверхности. Определяется это с помощью трех коррекционных волн. Обычно после первоначального коррекционного движения прослеживается дальнейшее, направленное по движению тренда.

Правило данного паттерна есть торговля только в направлении движения рынка перед началом образования паттерна.

Фигура «Флаг» представлена двумя видами — бычий и медвежий. Они являются одними из самых популярных паттернов продолжения, зачастую возникающих при ситуации, когда тренд, вероятнее всего, не изменится [7].

Бычьи флаги возникают при восходящем тренде, когда ожидается дальнейший рост цены объекта инвестирования. Медвежьи флаги обычно наблюдаются при нисходящем тренде, когда ожидается, что цена актива столкнется с дальнейшим давлением сверху. Для определения точки входа паттерна медвежьего флага продавцы вычитают высоту древка из цены пробоя. Такая ситуация складывается, когда цена актива опускается ниже нижней границы флага.

Древко представляет собой значительное движение вверх или вниз в зависимости от того, каким является флаг: бычьим или медвежьим. Как правило, возникновение древка сопровождается существенным увеличением объема торгов. За формированием древка

следует фаза консолидации. Она напоминает восходящий или нисходящий параллельный канал и формирует на графике флаг.

Трейдеры стремятся сначала определить бычий тренд на начальном этапе консолидации. В фазе консолидации цена образует прямоугольную фигуру с линией сопротивления на верхней границе и параллельной линией поддержки на нижней.

Распознав паттерн бычьего флага, трейдеры определяют точку входа. Точка пробоя находится там, где свеча пробивает верхнюю границу флага. Эта область служит точкой входа для покупателей. Целью для бычьего флага является процентный рост в размере высоты древка, добавляемый к точке пробоя.

Чтобы ограничить потенциальный убыток, некоторые трейдеры ставят стоп-лосс на максимуме движения флага на случай, если цена двинется в противоположном направлении.

Стоп-лосс или стоп-маркет — это отложенная заявка, которая при наличии длинной позиции в активе выставляется заранее, чтобы в случае падения рынка убыток по бумаге был ограниченным [4].

Для расчета высоты древка потребуется разница между нижней точкой древка и его верхней точкой. В идеальной ситуации фаза консолидации в паттерне бычьего или медвежьего флага не должна превышать 50% от размера древка флага. При более высокой фазе коррекции 50% можно предположить, что тренд недостаточно силен.

Следующая фигура указывает на начало восходящего тренда. Это фигура «Восходящий треугольник». Особенность этого паттерна: зона консолидации треугольника имеет две линии — горизонтальную и ту, которая идет под углом.

«Восходящий треугольник» имеет схожую фигуру с «Нисходящим треугольником». Их различие заключается в том, что каждый треугольник имеет граду по отношению к тому направлению, в котором будет двигаться тенденция. Торги в фигуре будут продолжаться, пока не произойдет выход цены закрытия за пределы верхней линии.

Для разворотной тенденции самым популярным является паттерн «Голова и плечи», чья особенность заключается в том, что голова и плечи наклонены, это схоже с предыдущей тенденцией. Обычно второе плечо меньше и находится ниже первого. Сигнал ко входу в сделку — это прорыв уровня шеи.

Переходя к паттернам свечного анализа, следует отметить, что главное их отличие от линейного графика — то, что они показывают не только стоимость ценных бумаг на момент закрытия, но и дают возможность трейдеру определить цену открытия, а также экстремум значения цены акции.

Определение «японские свечи» зародилось в XVIII в., при открытии первых рисовых бирж в Японии. Торговец данных бирж, Хомма Мунэхиса, изобрел интервальный график в качестве способа для детального отображения котировок при открытии и закрытии биржи, а также с целью фиксации экстремумов значений цены за определенный временной период [8].

Свеча «бычье поглощение» — это паттерн, при котором большая бычья свеча полностью поглощает предыдущую малую медвежью свечу. Медвежье поглощение — это паттерн, при котором большая медвежья свеча полностью поглощает предыдущую малую бычью свечу (рис. 2).

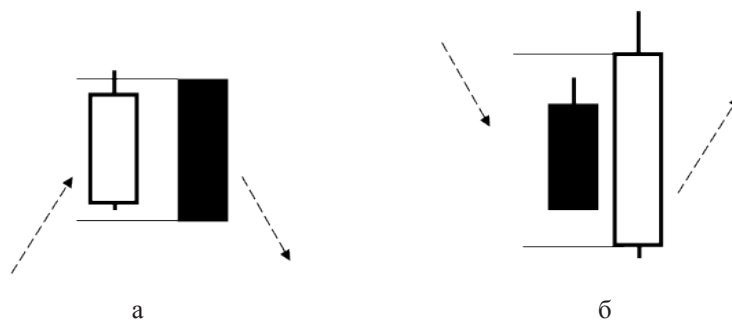


Рис. 2. Поглощения: а — «медвежье» и б — «бычье» [2]

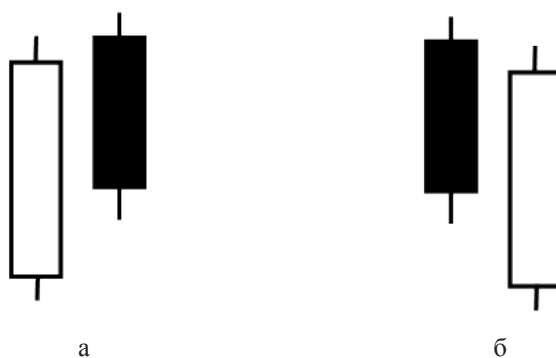


Рис. 3: *а* — «Завеса из темных облаков», *б* — «Просвет в облаках» [3]

Свечи «бычье поглощение» и «медвежье поглощение» — мощные паттерны технического анализа, используемые трейдерами для принятия решений на финансовых рынках. Они позволяют выявить моменты смены тренда и предоставляют сигналы о возможных разворотах цены. Свечи «бычье поглощение» и «медвежье поглощение» основаны на принципе сравнения относительных размеров и силы свечей, что позволяет трейдерам оценивать баланс сил быков и медведей на рынке.

В случае возникновения комбинаций «Завес из темных облаков» и «Просвет в облаках» их относят к разворотным моделям свечного анализа. Данные модели состоят из двух свечей и имеют четкое определение, что способствует легкому их распознаванию на графике (рис 3).

Рассматривая две оставшиеся комбинации — «Утренняя звезда» и «Вечерняя звезда», отметим, что при первой комбинации обычно в краткосрочной перспективе ожидается смена тенденции на противоположную, при второй — высокая вероятность смены восходящей тенденции на нисходящую.

Анализ паттернов позволяет трейдерам и инвесторам определить точки входа и выхода, а также прогнозировать вероятность развития определенной тенденции. Программное обеспечение с использованием ИИ способно автоматически обнаруживать паттерны и выделять их из большого объема данных, что значительно упрощает процесс анализа для трейдеров.

Использование ИИ в инвестировании имеет свои недостатки. Хотя ИИ может быть полезным инструментом для принятия решений и автоматизации процессов, он подвержен ошибкам и сбоям. Даже правильная конфигурация программного продукта на все 100% не может гарантировать объективности прогнозирования конъюнктурных изменений на определенном рынке или решить проблему несоответствия параметров рынка, что может привести к негативным последствиям.

Более того, инвестиционные приложения полагаются на свои алгоритмы, поэтому даже малейшие ошибки в кодировании могут привести к серьезным финансовым убыткам. Для уменьшения рисков инвесторам необходимо осознавать потенциальные опасности и хотя бы частично контролировать работу программ.

На современном этапе существует ряд эффективных инструментов ИИ, используемых для анализа фондового рынка, среди которых наиболее востребованными являются следующие: AlphaSense, YCharts, S&P Capital IQ Pro, Morningstar Premium.

AlphaSense — инновационная платформа бизнес-интеллекта и поиска, которая предоставляет быстрый доступ к ключевым аналитическим данным о компаниях, темах и отраслях. Ее мощная технология искусственного интеллекта позволяет пользователям легко извлекать и отслеживать аналитическую информацию из миллионов документов: отчетов о доходах, обзоров брокеров, экспертных заключений и корпоративной документации. Благодаря обширной

библиотеке контента и функциям экономии времени AlphaSense помогает пользователям избегать пробелов в информации и принимать обоснованные управленческие решения. Главные финансовые учреждения и корпорации полагаются на точность и эффективность этой платформы [14].

YCharts — это современный инструмент анализа, который предлагает удобное чтение и визуализацию всего спектра рыночных данных. С его помощью финансовая информация визуализируется в виде диаграмм, графиков и др., чтобы помочь пользователям лучше осознавать динамику рынка и принимать финансовые решения на базисе обоснованных данных. Вместо традиционного количественного подхода к фундаментальному анализу, предлагаемого терминалом Bloomberg, YCharts преобразует данные в визуально понятный ряд, который существенно упрощает и повышает качество исследований [15].

S&P Capital IQ Pro — это уникальный инструмент ИИ, предоставляющий широкий доступ к экономической информации, исследованиям и аналитике. Он включает в себя необходимые инструменты для оценки, составления графиков и скрининга, которые помогают финансовым специалистам проводить исследования и принимать обоснованные решения. S&P Capital IQ Pro — серьезный конкурент в индустрии финансовой информации. Его всесторонний охват данных, продвинутая аналитика, отраслевая аналитика и удобный интерфейс отличают его от таких конкурентов, как Bloomberg Terminal, FactSet и Refinitiv Eikon. Возможность использования инструментария доступна абсолютно всем участникам рынка [13].

Morningstar Premium — это ведущий провайдер, предлагающий «интенсивные» исследования, оценки и аналитику на условиях подписки. Пользователям предоставляется доступ к рейтингам компании Morningstar, аналитическим отчетам и набору инструментов, которые помогают трейдерам сравнивать акции, бюджеты и портфели. Премиум-аккаунт открывает ряд функций, недоступных бесплатным пользователям:

- доступ к инструментам управления портфелем для отслеживания своих инвестиций;
- подготовленные списки лучших акций и фондов для генерации новых инвестиционных идей;
- более детальные отчеты об исследованиях, способствующие повышению обоснованности и эффективности инвестиционных решений [11].

Эффективность представленного инструментария ИИ основывается на опыте решений действующих акторов рынка. Так, компания IBM уже разработала модели прогнозирования фондового рынка, которые анализируют информацию из новостей, финансовых отчетов и других источников, чтобы предсказывать цены на акции. С использованием обработки естественного языка (NLP) и алгоритмов машинного обучения эти модели определяют «тональность» публикаций в социальных сетях.

К тому же в 2015 г. Google создала AlphaGo — систему искусственного интеллекта, которая применяет алгоритмы фундаментального обучения для всеобъемлющего анализа финансовых данных и принятия решений о торговле. Система объединяет контролируемое и неконтролируемое обучение для выявления закономерностей в данных и прогнозирования последующих движений рынка. AlphaGo обладает способностью к самообучению, что позволяет ей непрерывно адаптироваться к быстро меняющимся рыночным условиям и лишь улучшать свою эффективность со временем.

Не стоит забывать и о второй по стоимости компании в мире — Microsoft (капитализация 2,21 трлн дол.). Microsoft и OpenAI объявили о расширении своего партнерства и увеличении объемов инвестиций, один из последних проектов развития ИИ оценивается в 10 млрд дол. [12].

Исходя из сказанного, заключаем, что программное обеспечение на основе ИИ способно обрабатывать огромные объемы данных и искать скрытые связи в условиях неопределенности, которые могут быть незаметны для человека. Автоматический анализ паттернов

позволяет быстро реагировать на рыночные изменения и принимать обоснованные решения, учитывая актуальную информацию.

Использование искусственного интеллекта в программном обеспечении для анализа паттернов на фондовом рынке — мощный инструмент, который помогает трейдерам и инвесторам принимать рациональные и эффективные решения, основываясь на объективном анализе данных. С помощью ИИ можно повысить точность прогнозирования и снизить риски инвестиций, что делает его важным инструментом в современной финансовой индустрии.

Библиографический список

1. Искусственный интеллект в прогнозировании фондового рынка: методы и алгоритмы // FREEDOM broker. URL: <https://ffin.kz/> (дата обращения: 16.04.2024).
2. Свеча «бычье поглощение» и другие паттерны свечного анализа // Школа трейдинга Ерина Романа. URL: <https://scalping.pro/blog/svecha-byche-pogloshhenie/#> (дата обращения: 16.04.2024).
3. Свечная модель «Завеса из темных облаков» и «Просвет в облаках» // ForexMQ. URL: <https://forexmq.ru/> (дата обращения: 16.04.2024).
4. Стоп-лосс и тейк-профит: зачем инвестору эти инструменты и как они работают // banki.ru. URL: <https://www.banki.ru/> (дата обращения: 16.04.2024).
5. Торговые паттерны и фигуры технического анализа на графике фондового рынка // ТИНЬКОФФ. URL: <https://www.tinkoff.ru/> (дата обращения: 16.04.2024).
6. Фондовый рынок // Большая российская энциклопедия. URL: <https://bigenc.ru/> (дата обращения: 16.04.2024).
7. Что такое «бычьи» и «медвежьи» флаги и как использовать их для торговли // BINANCE. URL: <https://www.binance.com/ru> (дата обращения: 16.04.2024).
8. Японские свечи: как читать графики и понимать паттерны — инструкция для начинающих инвесторов // ГАЗПРОМБАНК. Инвестиции. URL: <https://gazprombank.investments/> (дата обращения: 16.04.2024).
9. Jake Vander Plas Python Data Science Handbook: Essential Tools for Working with Data. Gravenstein Highway North, Sebastopol, CA: O'Reilly Media, 2017.
10. Machine learning for stock market prediction: a tech overview // Itransition. URL: <https://www.itransition.com/> (дата обращения: 16.04.2024).
11. Morningstar Premium Review – An In-Depth Look at the Service // Day trade review. URL: <https://daytradereview.com/> (дата обращения: 16.04.2024).
12. OpenAI and Microsoft extend partnership // OpenAI. URL: <https://openai.com/> (дата обращения: 16.04.2024).
13. S&P Capital IQ Pro Competitor and Overview // Extractalpha. URL: <https://extractalpha.com/> (дата обращения: 16.04.2024).
14. What is AlphaSense? // AITOOLNET. URL: <https://www.aitoolnet.com/ru> (дата обращения: 16.04.2024).
15. YCharts Review – Is It Really Worth The Price in 2024? // Wallstreetzen. URL: <https://www.wallstreetzen.com/> (дата обращения: 16.04.2024).

ВЛИЯНИЕ ESG-РЕЙТИНГА НА ИНВЕСТИЦИОННУЮ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ КОМПАНИЙ РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАН

*А.И. ГАЛИ, ассистент кафедры международных экономических отношений, Казанский федеральный университет
e-mail: askar-gali@mail.ru*

Аннотация

Цель данного исследования — оценка влияния ESG-рейтинга на инвестиционную привлекательность компаний, выраженную через коэффициенты рентабельности и рыночные мультипликаторы. Методы исследования включают проведение регрессионного анализа связи между позицией компаний в ESG-рейтинге и коэффициентами рентабельности, рыночными мультипликаторами. Результаты регрессионного анализа показали положительную и статистически значимую связь между ESG-рейтингом и рыночными мультипликаторами компаний развивающихся стран.

Ключевые слова: устойчивое развитие, ESG, инвестиционная привлекательность, развивающиеся страны, рыночная стоимость.

DOI: 10.31429/2224042X_2024_74_44

В последнее время внимание стейкхолдеров компаний все больше приковано к повестке устойчивого развития, зеленого финансирования, перехода к углеродной нейтральности. В связи с этим особую значимость приобретает инструмент оценки деятельности компаний с позиции ESG-принципов. В целом данную концепцию можно охарактеризовать как «экология, социальная политика, корпоративное управление». Таким образом, концепция ESG предполагает внедрение принципов устойчивого развития через ответственное отношение к окружающей среде (E), высокий уровень корпоративной социальной ответственности (S), повышение качества корпоративного управления (G). Особую значимость приобретает вопрос внедрения данных принципов в компаниях развивающегося рынка капитала. В условиях высоких темпов роста экономик развивающихся стран, развития фондового рынка, увеличения капитализации

компаний развивающегося рынка, прослеживается тенденция роста внимания инвесторов, в том числе и из развитых стран, к корпорациям данного сегмента рынка. Приверженность повестке устойчивого развития, в свою очередь, может выступить дополнительным инструментом повышения инвестиционной привлекательности компаний развивающихся стран. В целом отметим, что традиционно оценка инвестиционной привлекательности компаний базируется на данных финансовой и нефинансовой отчетности и индикаторах, учитывающих рыночные показатели. Последними могут выступать различные стоимостные мультипликаторы, основанные на рыночной капитализации компаний. В этой связи особый интерес представляет вопрос оценки влияния позиции компаний развивающихся стран в ESG-рейтинге на их финансовые результаты.

Обзор эмпирических исследований

Отметим, что вопрос оценки эффективности внедрения компаниями ESG-принципов в свою деятельность — интересный объект изучения для многих. В связи с этим рассмотрим эмпирические исследования ряда авторов, изучивших вопрос влияния показателей ESG на финансовые результаты компаний развивающихся стран.

М. Шакил исследовал влияние ESG-индикаторов на финансовые и операционные показатели банков в развивающихся странах [9]. Панельные данные включали в себя 93 банка. Автор выявил положительное влияние экологических и социальных показателей на финансовые индикаторы банков. Однако влияние качества корпоративного управления на результаты деятельности банков оказалось незначимым

в регрессионной модели. М. Шакил отмечает, что слабая практика корпоративного управления в банках развивающихся стран и отсутствие правового и нормативного давления со стороны регулирующих органов, таких как комиссия по ценным бумагам, центральный банк и др., могут быть причинами такого результата [9].

В. Гао исследует взаимосвязь между показателями ESG и финансовыми индексами публично торгуемых компаний Китая с использованием динамического и статического панельного анализа данных [7]. Выявлено положительное влияние показателей ESG на финансовые индикаторы акционерных обществ Китая.

Н. Наим и соавторы оценивают влияние показателей ESG на финансовые индикаторы компаний, ведущих свою деятельность в промышленном секторе экономики, в развитых и развивающихся странах [8]. В выборку вошли 383 экологически чувствительных корпораций, в том числе 305 и 78 корпораций из развитых и развивающихся стран соответственно. Эконометрический анализ показал: индикаторы ESG компаний промышленного сектора имеют значимую положительную связь с рентабельностью капитала и коэффициентом Тобина, рассчитанным как отношение рыночной капитализации к балансовой стоимости активов. Результаты исследования свидетельствуют о том, что влияние показателей ESG на финансовые показатели компаний промышленного сектора сильнее в развитых странах, чем в развивающихся [8].

Исследование Р. Рэя посвящено рынку Индии [10]. Он использует репрезентативную выборку из 48 индийских компаний, имеющих показатели ESG по индексу BSE-100. Период исследования охватывает 2011–2019 гг. Автором проводится статический и динамический панельный регрессионный анализ. Переменные финансовых показателей включают рентабельность активов, капитала; размер компании; рыночную капитализацию; коэффициент Тобина. Анализ показал, что индикаторы ESG влияют на финансовые результаты компаний, однако с временными лагами. Отметим вклад авторов исследования в выявление

долгосрочной положительной связи между раскрытием информации по ESG и среднегодовой ценой акций котируемых компаний развивающегося рынка Индии [10].

В статье И. Чиничинги рассматривается влияние рейтингов ESG и их отдельных показателей на финансовые показатели компаний, котирующихся на Южно-Африканской фондовой бирже и включенных в индекс ответственных инвестиций FTSE/JSE [6]. Анализировались панельные данные, характеризующие 40 компаний в период с 2015 по 2019 г. Итоги исследования говорят о том, что инвестиции в ESG-инициативы положительно влияют как на бухгалтерские, так и рыночные показатели финансовых результатов компаний. В статье также отмечается, что влияние отдельных показателей неоднозначно. Экологические инициативы положительно влияют на финансовые результаты компаний и рыночные показатели, в то время как социальные и практики в области корпоративного управления компаний не оказывают воздействия на показатели финансовой отчетности и рыночной эффективности компаний [6].

Исследованием связи показателей ESG с финансовыми результатами занимаются также и российские авторы. Б. Батаева с соавторами изучали вопрос влияния раскрытия отчетности в области ESG-показателей на финансовые индикаторы российских публичных акционерных обществ [1]. Исследователи используют инструменты корреляционно-регрессионного анализа в целях оценки связи между раскрытием ESG-индикаторов и финансовыми коэффициентами компаний. Результаты показали, что раскрытие компаниями информации в области повестки ESG оказывает статистически значимое положительное воздействие на их финансовые результаты. Выявлено, что размер, уровень заемных средств в пассиве баланса, отраслевая принадлежность компаний влияет на степень данной взаимосвязи [1].

Исследование О. Ефимовой и соавторов ставило целью проверку гипотезы о том, что ESG-принципы являются инструментом повышения инвестиционной привлекательности компаний [2]. Были сформированы портфели акций ESG-ориентированных и ESG-нейтральных

компаний. Результаты исследования показали, что доходность портфеля акций из ESG-ориентированных компаний не ниже, чем доходность портфеля акций из ESG-нейтральных компаний. Однако финансовые показатели компаний, приверженных принципам ESG, уступали значениям ESG-нейтральных компаний [2].

В. Назарова и Е. Тихомиров изучают вопрос влияния экологических индикаторов деятельности компаний нефтегазового сектора на их финансовые результаты [3]. Авторы пришли к выводу, что финансовые индикаторы компаний нефтегазового сектора развивающихся и развитых стран не имеют устойчивой тенденции к положительной динамике в связи с заботой об экологии. Кроме того, исследование показало, что экологический рейтинг компании редко оказывает статистически значимое воздействие на финансовые коэффициенты. Однако важно отметить обнаруженное авторами положительное влияние позиции в экологическом рейтинге нефтегазовых компаний на финансовые результаты с учетом временного лага [3]. Данный вывод в определенной степени коррелирует с исследованием Р. Рэя с соавторами о временном лаге влияния раскрытия отчетности ESG на финансовые результаты. В целом отметим, что результаты исследований различных авторов в области оценки влияния приверженности компаний ESG-принципам на их финансовые результаты достаточно противоречивы и не дают возможности сделать однозначные выводы о его степени и направленности.

Оценка влияния ESG-рейтинга на инвестиционную активность

В рамках эмпирического исследования влияния приверженности компаний развивающегося рынка ESG-принципам на их инвестиционную привлекательность проведем описание выборки и сформулируем гипотезы. Выборка была сформирована на основе данных о компаниях развивающегося рынка нефинансового сектора. Всего выборка включала данные по 131 компаниям Китая, Индии, Бразилии, Турции, Саудовской Аравии, России, имеющим листинг на национальных биржах. В качестве оценки уровня приверженности корпораций принципам устойчивого развития был

выбран рейтинг, разработанный S&P Global [5]. Источниками сведений о финансовых показателях компаний выступили сайты национальных бирж указанных стран, корпоративная отчетность компаний. Источником данных по котировкам российских компаний послужил сайт Московской Биржи [4]. В выборку были включены компании из различных отраслей: добыча полезных ископаемых, обрабатывающая промышленность, связь, транспорт, производство и распределение электроэнергии, газа.

Для оценки финансовых результатов брались показатели, базирующиеся как на традиционных данных финансовой отчетности компаний, так и на рыночной информации. Таким образом, были использованы зависимые переменные рентабельности собственного капитала (ROE); рентабельности активов (ROA); рентабельности инвестированного капитала (ROI); мультипликаторы отношения рыночной капитализации к балансовой стоимости акционерного капитала (p/b), рыночной капитализации к выручке компаний (p/s). В рамках построения регрессионной модели в качестве независимой переменной был выбран агрегированный показатель ESG. Кроме того, рассматривались деагрегированные показатели качества корпоративного управления (G), социальных факторов (S), экологических факторов (E). Переменные принимали значения по 100-балльной шкале. В модели также использовались контрольные переменные размера компании, выраженные через логарифм активов; переменная риска, выраженные через отношение долга к собственному капиталу компаний. Оценка модели проводилась при помощи линейной регрессии.

Следующим этапом исследования является формулировка гипотез. В целом сформулировано четыре основные гипотезы. Учитывая выводы ряда ученых о положительном влиянии следования повестке устойчивого развития на результаты деятельности компаний развивающегося рынка, были сформулированы гипотезы 1.1 и 1.2. Однако, как было отмечено ранее, некоторые авторы пришли к выводу о незначимости влияния ESG-практик на финансовые показатели компаний. В связи с этим были сформулированы гипотезы 1.2, 2.2.

Гипотеза 1.1. Существует положительное и статистически значимое влияние роста уровня следования ESG-практикам на улучшение финансовых результатов компаний развивающегося рынка.

Гипотеза 1.2. Рост уровня следования ESG-практикам не оказывает статистически значимого влияния на финансовые результаты компаний развивающегося рынка.

Гипотеза 2.1. Существует положительное и статистически значимое влияние роста уровня следования ESG-практикам на стоимостные мультипликаторы компаний развивающегося рынка.

Гипотеза 2.2. Рост уровня следования ESG-практикам не оказывает положительного и статистически значимого влияния на стоимостные мультипликаторы компаний развивающегося рынка.

В целях исследования выборочной совокупности данных построим таблицу, содержащую дескриптивную информацию (табл. 1).

Среднее значение показателей рентабельности выборки: ROA — 5,4%, ROI — 9,9%, ROE — 18,3%, p/b — 2,3, p/s — 2,1; медианные значения составили: ROA — 3,5%, ROI — 7,18%, ROE — 13%, p/b — 1,5, p/s — 1,15. Агрегированный показатель ESG в среднем равен 62 баллам; минимальный балл — 21, максимальный — 88. Средний показатель, связанный с экологическими факторами в составе ESG-критериев,

был оценен в 63 балла (медианное значение — 62 балла); социальные факторы — 63 балла (медианное значение — 66 баллов), качество корпоративного управления — 57 баллов (медианное значение — 58 баллов). Регрессионный анализ данных проводился как с агрегированным показателем ESG, так и с дезагрегированными показателями. Результаты анализа представлены в табл. 2–3.

Исходя из данных таблиц можно сделать некоторые выводы. Во-первых, следует отметить положительные коэффициенты при переменной агрегированного показателя ESG, однако практически все они не значимы за исключением зависимой переменной отношения рыночной капитализации к балансовой стоимости акционерного капитала. Коэффициент значим на пятипроцентном уровне значимости. Практически во всех моделях переменная размера компании имеет значимое и отрицательное влияние на показатели эффективности ее деятельности. Уровень долга в структуре капитала также значим в некоторых моделях, однако имеет разностороннее воздействие. Дезагрегированные показатели ESG также в большинстве своем имеют положительное влияние на показатели эффективности деятельности компаний, некоторые из них статистически значимы. Социальные факторы имеют положительное и статистически значимое влияние на зависимую переменную показателя отношения рыночной капитализации к балансовой

Таблица 1

Описательная статистика (составлена автором)

Переменные	Среднее значение	Медиана	Стандартное отклонение	Минимальное значение	Максимальное значение
ROA, %	5,4	3,5	5,8	–4	33
ROE, %	18,3	13	24	–22	167
ROI, %	9,9	7,18	9	–8	54
P/B	2,3	1,5	2,4	0,23	13,6
P/S	2,1	1,15	2,6	0,1	14
ESG	62	61	14,1	21	88
E	63	62	18,3	6	97
S	63	66	19,6	8	94
G	57	58	21,9	9	96
Размер	4	3,8	1,6	1,19	8,3
D/E	2,9	3,4	2,1	0,9	15,4

Таблица 2

Оценка регрессии с агрегированным показателем ESG (составлена автором)

Переменная	ROA	ROE	ROI	P/B	P/S
Intercept	11,9***	29,6**	16,1***	2,71**	1,88
ESG	0,01	0,07	0,03	0,03**	0,02
Размер	−1,69***	−3,84***	−1,9***	−0,6***	−0,24*
D/E	−0,24*	1,35**	−0,19	0,54	0,32
R ²	0,22	0,14	0,12	0,23	0,04
Adjusted R ²	0,21	0,13	0,11	0,22	0,03
F-статистика	18,4***	4,99***	9,13***	19,5***	2,71*
Кол-во наблюдений	131				

Примечания. Intercept — свободный член регрессии; R² — коэффициент детерминации; Adjusted R² — скорректированный коэффициент детерминации; уровни значимости (p-value): * — 10%; ** — 5%; *** — 1%.

Таблица 3

Оценка регрессии с дезагрегированными показателями ESG (составлена автором)

Переменная	ROA	ROE	ROI	P/B	P/S
Intercept	11,73***	26,92**	15,45***	2,75***	2,47**
E	0,02	0,18	0,04	0,00	0,02**
S	0,00	−0,03	0,01	0,03**	0,03**
G	−0,01	−0,05	−0,03	0,01	0,00
Размер	−1,66***	−3,8***	−1,85***	−0,6***	−0,22
D/E	−0,19*	1,14**	−0,1	0,63	0,4
R ²	0,23	0,09	0,14	0,24	0,08
Adjusted R ²	0,22	0,06	0,11	0,22	0,05
F-статистика	9,38***	3,07**	4,96***	10,11***	2,86**
Кол-во наблюдений	131				

стоимости собственного капитала. Кроме того, видим положительное и статистически значимое влияние экологических и социальных факторов на зависимую переменную показателя отношения рыночной капитализации к продажам. В связи с этим отметим: гипотезы 1.2 и 2.1 подтверждены. Подтверждение данных гипотез исследования может говорить о том, что рост позиции компании развивающегося рынка в рейтинге ESG в первую очередь влияет на рыночную оценку компаний, что в конечном итоге способствует росту инвестиционной привлекательности компаний, следующих ESG-практикам.

Библиографический список

1. Батаева Б.С., Кокурина А.Д., Карпов Н.А. Влияние раскрытия ESG-показателей на финансо-

вые результаты российских публичных компаний // Управленец. 2021. №. 6. С. 20–32.

2. Ефимова О.В., Волков М.А., Королёва Д.А. Анализ влияния принципов ESG на доходность активов: эмпирическое исследование // Финансы: теория и практика. 2021. №. 4. С. 82–97.

3. Назарова В.В., Тихомиров Е.Д. Влияние экологических характеристик деятельности нефтегазовых компаний на их финансовые результаты // Вестник Московского университета. Сер. 6. Экономика. 2022. №. 5. С. 145–171.

4. Официальный сайт Московской биржи. URL: <https://www.moex.com/> (дата обращения: 01.03.2024).

5. Рейтинг ESG. URL: <https://www.spglobal.com/esg/solutions/data-intelligence-esg-scores> (дата обращения: 01.03.2024);

6. Chininga E., Alhassan A.L., Zeka B. ESG ratings and corporate financial performance in

South Africa // *Journal of Accounting in Emerging Economies*. 2023. №3. P. 692–713.

7. Gao W., Li M., Zou C. Analysis of the impact of ESG on corporate financial performance under the epidemic based on static and dynamic panel data // *Wireless Communications and Mobile Computing*. 2022. №1.

8. Naeem N., Cankaya S., Bildik R. Does ESG performance affect the financial performance of environmentally sensitive industries? A comparison between emerging and developed markets // *Borsa Istanbul Review*. 2022. №22. P. 128–140.

9. Shakil M.H. et al. Do environmental, social and governance performance affect the financial performance of banks? A cross-country study of emerging market banks // *Management of Environmental Quality: An International Journal*. 2019. №. 6. P. 1331–1344.

10. Sinha Ray R., Goel S. Impact of ESG score on financial performance of Indian firms: static and dynamic panel regression analyses // *Applied Economics*. 2023. №. 15. P. 1742–1755.

КОНЦЕПЦИЯ ДИФФЕРЕНЦИРОВАННОГО МЕТОДА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЙ

*В.Б. ДУБКОВА, кандидат экономических наук, доцент
e-mail: nako@bk.ru*

Аннотация

Цель настоящей статьи — представить концепцию разработанного автором дифференцированного метода налогообложения прибыли предприятий. Раскрываются его положения и элементы. Даны определения экономических категорий и отражены принципы налогообложения в условиях данного метода. Рассматриваются возможности налогового контроля и управления налоговой базой, налоговым бременем, его компенсацией, финансовой устойчивостью предприятий и экономики в целом, переходом отраслевых предприятий из группы в группу в условиях действия данной концепции.

Ключевые слова: концепция, внутренние противоречия системы налогообложения прибыли, экономические категории, принципы налогообложения.

DOI: 10.31429/2224042X_2024_74_50

В своем выступлении в Послании Федеральному Собранию 22 февраля 2023 г. Президент РФ В. В. Путин призвал Правительство «предложить системные меры поддержки, в том числе и налоговые льготы», для реализации намеченных бизнесу, указав, что «система налогообложения должна быть целостной, без всяких ниш, изъятий, — но творческий подход в данном случае востребован» [8].

В Послании Федеральному Собранию 29 февраля 2024 г. Президент РФ предложил «продумать подходы к модернизации нашей налоговой системы, к более справедливому распределению налогового бремени в сторону тех, у кого более высокие личные и корпоративные доходы... стимулировать бизнес, который вкладывает средства в развитие, в реализацию инфраструктурных и социальных проектов» и призвал «Государственную думу, Правительство в ближайшее время представить на этот счет конкретный комплекс

предложений», который позволил бы «зафиксировать основные налоговые параметры до 2030 г. и обеспечить тем самым стабильные и предсказуемые условия для реализации любых, в том числе долгосрочных инвестиционных проектов. Именно об этом бизнес и просит...» [9].

Выступая на пленарном заседании ежегодного съезда Российского союза промышленников и предпринимателей 25 апреля 2024 г. Президент РФ В. В. Путин отметил как один из элементов поддержки предпринимателей модернизацию фискальной системы, чтобы налоговая нагрузка распределялась справедливее и донстройка налоговой системы явилась «еще одним важным шагом для улучшения инвестиционного климата» [1].

По сути, выработка концепции дифференцированного метода налогообложения прибыли предприятий предполагает создание стройного учения и системы категорий, принципов. Для этого применен метод материалистической диалектики, позволяющий рассмотреть все стороны налогообложения прибыли, как внутренние, так и внешние, включая взаимодействие системы налогообложения прибыли предприятий с другими системами, такими как функции финансов предприятий, финансовая устойчивость государства и национальной экономики, денежные потоки в экономике через призму разрешения основного противоречия между трудом и капиталом.

Необходимость разработки дифференцированного метода налогообложения прибыли связана с тем, что современная система взимания налога на прибыль не учитывает в своей практической реализации экономическую природу налога на прибыль и не способствует разрешению основного противоречия капиталистического

способа производства между трудом и капиталом в его современных проявлениях. Важнейшее внутреннее противоречие современной системы налогообложения прибыли — противоречие между единой ставкой налога на прибыль 20% и большим разбросом отраслевых уровней нормы прибавочной стоимости, где проявляется основное противоречие капиталистической экономики между трудом и капиталом: от 10–20 до 400–800 %. Такая проблема может быть решена только с применением дифференцированного метода налогообложения прибыли на основе расчета ставки налогообложения по алгоритму, учитывающему экономическую природу налога на прибыль $T = 1/2 m'$.

Цель настоящей статьи — представить разработанную автором концепцию дифференцированного метода налогообложения прибыли предприятий. Для этого решаются задачи: во-первых, дать характеристику основных ее положений, раскрыть суть основных элементов; во-вторых, сформулировать определение категорий концепции; в-третьих, изложить принципы налогообложения в ее условиях; в-четвертых, отразить связанные с ней возможности налогового контроля и управления.

Концепция — это: 1) система взглядов по тому или иному вопросу, явлению, его понимание или толкование; 2) идейно-творческая трактовка темы, основная мысль научного или художественного произведения [3]. Концепция дифференцированного метода налогообложения прибыли предприятий, по нашему мнению, — это система взглядов на объект, субъект налогообложения, его элементы (механизм, ставки, льготы по стимулированию повышения эффективности производства), теоретически разработанная на основе применения положений экономических теорий (прибавочной стоимости — полностью, маржинализма — частично) и методологически обоснованная использованием законов, методов, приемов, принципов, категорий материалистической диалектики, позволяющих обосновать прогрессивную роль налога на прибыль через его экономическую природу для разрешения противоречия между трудом и капиталом в современных формах его проявления.

Современная система налогообложения прибыли характеризуется тем, что в 2017–2024 гг. основная ставка налога — 20%: 3% отчисляется в федеральный бюджет, 18% — в бюджет субъекта Российской Федерации. Пониженные ставки определяются: для резидентов (участников особых экономических зон и свободных экономических зон) — п. 1, п. 1.7 ст. 284 НК РФ; для участников региональных инвестиционных проектов — п. 3 ст. 284.1 НК РФ, п. 3 ст. 284.3 НК РФ; для организаций, получивших статус резидента территории опережающего социально-экономического развития и свободного порта Владивосток — п. 1.8, ст. 284 НК РФ, ст. 284.4 НК РФ [6–7].

Кроме основной ставки, Налоговый кодекс РФ устанавливает специальные ставки налога на прибыль, а также регулирует особенности налогообложения прибыли и определения налоговой базы по некоторым отраслям или группам предприятий, которые связаны с их спецификой: банкам, страховым организациям, негосударственным пенсионным фондам, участникам рынка ценных бумаг, клиринговым организациям и др.

Следует подчеркнуть, что все особенности установленных пониженных и специальных ставок можно классифицировать по видам объекта налогообложения — прибыль, доходы, дивиденды, проценты; по отраслевой, не связанной с материальным производством специфике; по прибыли организаций — резидентов и участников региональных инвестиционных проектов, особых и свободных экономических зон, территорий опережающего развития, среди которых предприятия материального производства. Особенности налогообложения прибыли предприятий — участников региональных инвестиционных проектов обусловлены региональным законодательством на уровне каждого региона.

Современная система налогообложения прибыли предприятий, по нашему мнению, имеет некоторые внутренние противоречия, содержащие в себе генетически основное противоречие капиталистического способа производства — между трудом и капиталом.

Это противоречия между:

- единой ставкой налога на прибыль по экономике как абстрактной категорией и ее конкретным применением в экономике на уровне отраслей; для обоснования практического применения ставки налога на прибыль как абстрактной категории необходимо ее исследование методом восхождения от абстрактного к конкретному; применение единой ставки налога на прибыль для предприятий всех отраслей экономики без учета экономической природы налога свидетельствует о неиспользовании при ее разработке такого подхода;

- единой ставкой налога на прибыль и большим разбросом отраслевых уровней нормы прибавочной стоимости: от 10–20 до 400–800%; по своей экономической природе налог на прибыль — это модификация налога на прибавочную стоимость;

- стимулированием объемов инвестиций в основной капитал и отсутствием стимулирования повышения их эффективности; налоговые льготы участникам региональных инвестиционных проектов, определенные региональными органами исполнительной власти в соответствии с п. 3 ст. 284.1 НК РФ, п. 3 ст. 284.3 НК РФ, способствующие увеличению инвестиций в основной капитал (основные средства), не предусматривают налоговых льгот по повышению их эффективности;

- факторами экстенсивного и интенсивного использования ресурсов при отсутствии налогового стимулирования последних; в данных группах факторов имеет место основное противоречие между трудом и капиталом, в данном направлении налогообложение прибыли не обеспечивает его разрешения;

- единой ставкой налога и бюджетным ограничением по реально получаемой предприятиями прибыли; современная система налогообложения прибыли не учитывает бюджетного ограничения по прибыли в отношении отраслевых предприятий; без учета бюджетного ограничения предприятия поставлены в неравные условия;

- единой ставкой налога и степенью соответствия наработки прибавочной стоимости m и полученной средней прибыли p ; поскольку

у одних отраслей $m > p$, у других $m < p$, система налогообложения прибыли должна это учитывать, так как налог на прибыль по своей экономической природе — это модификация налога на прибавочную стоимость;

- имеющим место в экономике хорошим темпом роста объемов инвестиций в основной капитал и необходимой, но фактически отсутствующей в экономике тенденции нормы прибыли к понижению, которая налогово не стимулируется; современная система налогообложения прибыли не учитывает этого и не способствует разрешению противоречия между трудом и капиталом в данном направлении; это также указывает на действие здесь противоречия между потреблением и накоплением; хороший темп роста инвестиций в основной капитал и невысокая доля их рентабельности в рентабельности продукции (1/10) и норме прибыли (1/5) указывают на то, что инвестиции в основной капитал поступают в экономику без контроля их эффективности;

- невысоким уровнем производительности труда и недостаточной степенью налогового стимулирования ее роста; невысокий уровень производительности труда, на которую выводит основное противоречие между трудом и капиталом, должен стимулироваться налогообложением прибыли к росту; современная система налогообложения предусматривает в качестве мер реализации национального проекта «Производительность труда и поддержка занятости» налоговые преференции, однако уровень производительности труда в современных условиях не имеет необходимых темпов роста, и до 40% предприятий реального сектора экономики на первое место среди причин, снижающих деловую активность, выводят уровень налогообложения;

- современным механизмом налогообложения прибыли и отсутствием выравнивания уровней p' , m' , v/K по экономике как представляющих собой в своем взаимодействии противоречие между трудом и капиталом, так как он не учитывает этого в своем функционировании, поскольку не основывается на

экономической природе налога на прибыль и поэтому не способствует разрешению основного противоречия;

- темпами роста производительности труда и средней зарплаты, состоящего в опережении темпов роста средней зарплаты над темпами роста производительности труда при отсутствии налогового стимулирования последней; современная система налогообложения прибыли не оказывает разрешающего воздействия на это противоречие и в данном направлении не способствует разрешению основного противоречия между трудом и капиталом;

- единой ставкой налога на прибыль, по теории призванной обеспечивать равенство в налогообложении, и фактической поляризацией субъектов экономики в доходах, что в современных условиях проявляется как провал рынка и потому государство должно стремиться к его устранению;

- накоплением капитала и налогообложением прибыли, которое заключается в том, что произведенная на предприятии прибавочная стоимость за минусом налогов и личного потребления капитализируется, и чем меньше налог, тем больше капитализация прибавочной стоимости; т.е. налог на прибыль как финансовый инструмент противодействует капитализации, и современная система налогообложения не способствует накоплению капитала; поэтому в экономике РФ в условиях современной системы налогообложения прибыли усиливается вывоз капитала и часто используются офшорные зоны;

- отчислением налога на прибыль в федеральный и региональный бюджеты без отчислений муниципалитетам, с функционированием отраслевых предприятий на конкретной территории и использованием проживающих на ней работников в качестве рабочей силы; так фактически проявляется отсутствие учета экономической природы налога на прибыль и действие противоречия между трудом и капиталом;

- пользой для бюджета от налога на прибыль и для предприятия от оставления на его развитие чистой прибыли; современная

система налогообложения прибыли не попытается системно разрешить данное противоречие, используя отдельные меры налогового стимулирования;

- экономической природой налога на прибыль, по которой это фактически возмездный платеж, и действительным финансированием реального сектора экономики и местных органов власти; собственник капитала будет иметь возможность использовать рабочую силу — источник прибавочной стоимости — и после уплаты налога, поэтому налогообложение прибыли должно проводиться по научно обоснованной ставке дифференцированно, использовать средства от налога на прибыль необходимо для финансирования реального сектора экономики, а также для отчислений средств муниципалитетам, на территории которых проживает наемная рабочая сила.

Взаимосвязь системы налогообложения прибыли с другими системами состоит в следующем. Функции финансов предприятий и функции налоговой системы, включая налог на прибыль, в современных условиях не настроены на стыковку. Об этом мы писали в статье «Комплексная оценка эффективности налогообложения прибыли предприятий» в журнале «Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические исследования» № 4 за 2015 г. Это также определенное противоречие. Его суть в том, что генетически проходящее через функции финансов предприятий в условиях капиталистического способа хозяйствования противоречие между трудом и капиталом и разрешаемое в форме образования и использования фондов денежных средств, воспроизводственной и контрольной функций, на уровне налоговой системы в части функций налога на прибыль не способствует его разрешению. Поэтому требуется дифференцированный подход к субъектам налогообложения.

Нами установлено, что на финансовую независимость государства, финансовую устойчивость влияет уровень чистой рентабельности его экономических активов, которая

определяется отношением чистой прибыли к экономическим активам. В процессе детализации анализа с применением приемов моделирования факторных систем (расширения, удлинения) установлено, что она прямо пропорциональна величине валовой прибыли и ее составных частей (чистой прибыли и величины потребленного капитала в форме амортизации) и обратно пропорциональна величине средств, направляемых на оплату труда, отчисляемых в виде чистых налогов на производство. Это указывает на содержание заключающегося в нем основного противоречия между трудом и капиталом и на возможный положительный эффект от снижения ставки налога на прибыль, что по существу является глубинным скрытым резервом укрепления финансового положения государства. Современная система налогообложения прибыли, не учитывающая экономической природы налога на прибыль и не использующая в связи с этим возможностей для разрешения основного экономического противоречия между трудом и капиталом с применением налогообложения прибыли предприятий в целях укрепления финансовой устойчивости государства, может быть усовершенствована внедрением в ее практику дифференцированного метода налогообложения, позволяющего решать указанные задачи. Это позволит управлять уровнем финансовой устойчивости государства и национальной экономики.

Величина денежного потока налога на прибыль, определенная нами с учетом детализации до уровня, приходящегося на единицу продукции i -вида и на рубль продукции i -вида, указывает на содержащееся в нем противоречие между трудом и капиталом. Оно разрешается через систему налогообложения прибыли путем снижения налогового бремени на основе фактора затрат на рубль продукции. В основе действия данного фактора — производительность труда. Это позволяет на уровне единицы продукции осуществлять контроль и управление налоговым бременем. Об этом наша статья «О движении денежных средств, формирующем финансовые потоки секторов экономики, государства, и о месте

среди них платежей налога на прибыль», опубликованная в № 4 журнала «Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета» за 2018 г.

Как теоретическая основа для разработки дифференцированного метода налогообложения прибыли были применены положения теории прибавочной стоимости [4] и частично использованы положения неоклассических теорий маржинализма: теории цены, предельной полезности, общественного благосостояния [5, 12].

Это позволило разработать и обосновать дифференцированный метод налогообложения прибыли предприятий. Такие его основные положения, как определение системы классификационных показателей-признаков, обоснование алгоритма расчета ставки налога с учетом необходимости стимулирования повышения эффективности производства, методики расчета параметров групп взаимосвязанных показателей-признаков классификации в форме матрицы, приведены в многочисленных научных статьях. Например, в статье «Налоговые резервы роста производительности труда в рыболовстве» (№ 4 журнала «Экономика: теория и практика» за 2020 г. Кубанского государственного университета) на примере матрицы за 2017 г. В настоящей статье впервые комплексно в форме концепции, востребованной в целях решения актуальной проблемы — модернизации налоговой системы в части налога на прибыль, обобщаются все основополагающие характеристики разработанного нами дифференцированного метода налогообложения прибыли предприятий.

1. Дифференцированный метод налогообложения прибыли, его механизм и расчет ставки налога основывается на экономической природе налога на прибыль. Налог на прибыль — это модификация налога на прибавочную стоимость. По нашему определению, *налог на прибыль выражает денежные отношения между участниками воспроизводственного процесса и государством по поводу перераспределения части прибавочного продукта, созданного наемным трудом.*

2. Объектом налогообложения в соответствии и экономической природой является фактически полученная предприятиями средняя прибыль по общей норме на вложенный капитал. На уровне госсектора экономики объектом налогообложения может быть определен показатель валового дохода предприятий, включающий показатель чистого дохода предприятия — средней прибыли, полученной предприятием по общей норме на авансированный в производство капитал, и размер средств на оплату труда.

3. За показатели-признаки классификации предприятий в группы принимаются три основных фактора формирования прибыли: норма прибавочной стоимости m' , норма прибыли p' и органическое строение капитала v/c [2].

4. Практическая реализация дифференцированного метода осуществляется на основе матрицы проявленных групп однокачественных сочетаний взаимосвязанных отраслевых параметров показателей p' , m' , v/K , m , p .

Матрица проявленных групп взаимосвязанных показателей p' , m' , v/K — это обобщенное понятие, научная абстракция, имеющая очевидную форму отражения существующих взаимосвязей между показателями — факторами формирования прибыли как объекта налогообложения, принятыми нами за показатели-признаки классификации предприятий в группы для целей дифференцированного налогообложения их прибыли, по уровням, отвлеченным от их конкретности, что позволяет ее параметры конкретизировать по каждому отчетному периоду налогообложения, обеспечивать действие и контроль механизма дифференцированного метода налогообложения прибыли.

В соответствии с матрицей для целей дифференцированного налогообложения прибыли (дохода) выделяются группы предприятий с определенными сочетаниями отраслевых уровней данных показателей. Приведем матрицу по данным 2020 г. (рис. 1). В ней группы отраслевых предприятий (семь групп, обозначенных I–VII), расположены по диагонали; каждый квадрат, обозначенный

цифрами в правом углу, отражает отраслевой уровень нормы прибавочной стоимости $m'_{отр}$, проявляющийся в результате сочетания уровней оргстроения капитала v/K и нормы прибыли p' . В каждом квадрате отражено соотношение произведенной прибавочной стоимости m и полученной прибыли p , отраслевой нормы прибавочной стоимости $m'_{отр}$ с ее средним уровнем.

5. *Ставка налога на прибыль отражает изъятие по определенной норме доходов как неоплаченной работнику части созданной его прибавочным трудом прибавочной стоимости.* Предложенный алгоритм ее расчета $T = 1/2 m'$ объединяет в себе результаты действия двух основных факторов производства — труда и капитала — в таких формах их организации, как отраслевые предприятия и государство, и обеспечивает применение принципа политической экономии — примата производства. Статистические данные для расчета m' по видам экономической деятельности по формуле $m' = (m(p))/v \cdot 100\%$ по параметрам сальдированного финансового результата p и переменного капитала v как фонда оплаты труда за месяц представлены в Российском статистическом ежегоднике.

Алгоритм расчета групповой ставки налога для отраслей I группы $T_{инд} = 1/2 m'$, так же для срединной IV группы. Для групп II, III, V, VI групповая ставка определяется на основе среднего значения m' по формуле $m' = p'/(v/K) = p'K/v$ из расчета на 100 единиц авансированного капитала. Например, для III группы $m'_{min} = (1,0 \cdot 100)/6 = 16,7\%$; $m'_{max} = (12,5 \cdot 100)/22 = 56,8\%$; $m'_{cp} = 36,75\%$; $T_{гр} = 18,4\%$. Для отраслей VII группы сумма и ставка налогообложения определяются следующим образом [1]. Общая величина полученной средней прибыли рассматривается как состоящая из двух частей:

$$\bar{p}_i = \bar{p}'K_i + (\bar{p}_i' - \bar{p}') \cdot K_i,$$

где часть $\bar{p}'K_i$ облагается по ставке исходя из \bar{p}' — общей нормы прибыли по экономике, т.е. $T = (\bar{p} \cdot K)/2v$, а часть $(\bar{p}_i' - \bar{p}') \cdot K_i$ облагается по ставке исходя из \bar{p}_i' — средней нормы

	$v/K \ll$ 95с:5v	$v/K <$ 94с:6v- 90с:10v	$v/K =$ 89с:11v-84с:16v 87с:13v	$v/K >$ 83с:17v-79с:21v	$v/K \gg$ 78с:22v 67с:33v
$p' \ll$ до 2,0%	IV 1 $m'_{отр} = 37,6\%$ $m = p$ $T_{гр} = 18,8\%$ производство электроэнергии, газа, воды 35,8% 1,9% 95с:5v	III 6 $m'_{отр} <$ $m = p$ $T_{гр} = 18,4\%$ транспорт 12,1% 0,6% 95с:5v	II 10 $m'_{отр} \ll$ $m = p$ $T_{гр} = 6,8\%$	I 13 $m'_{отр} \ll$ $m > p$ T индивид.	$m'_{отр} \ll$ $m \gg p$ строительство 0,7% 0,3% 76с:24v
$p' <$ 2,1% – 3,9%	V 16 $m'_{отр} > m = p$ $T_{гр} = 33\%$	$m'_{отр} = 37,6\%$ $m = p$	$m'_{отр} <$ $m = p$	$m'_{отр} \ll$ $m = p$	$m'_{отр} \ll$ $m > p$
$p' =$ 5,0% – 4,0% – 6,0%	VI 20 $m'_{отр} \gg m = p$ $T_{гр} = 48\%$ операции с недвижимостью 71,4% 4,3% 98с:2v	$m'_{отр} >$ $m = p$	$m'_{отр} = 37,6\%$ $m = p$	$m'_{отр} <$ $m = p$ рыболовство, сельское, лесное хозяйство 31,9% 5,9% 81с:19v	$m'_{отр} \ll$ $m = p$
$p' >$ 6,1% – 12,5%	VII 23 $m'_{отр} \gg$ $m = p$ T индивид. добыча полезных ископаемых 305,6% 10,3% 97с:3v	$m'_{отр} \gg$ $m = p$	$m'_{отр} >$ $m = p$	$m'_{отр} = 37,6\%$ $m = p$	$m'_{отр} <$ $m = p$ торговля 21,4% 8,4% 61с:39v
$p' \gg$ 12,6 – 18,9% и выше	$m'_{отр} \gg$ $m \ll p$	$m'_{отр} \gg$ $m < p$	$m'_{отр} \gg$ $m = p$ обработка 81,3% 12,6% 85с:15v	$m'_{отр} >$ $m = p$ финансовая деятельность 98,5% 18,9% 81с:19v	$m'_{отр} = 37,6\%$ $m = p$

Рис. 1. Матрица классификации предприятий основных отраслей экономики по дифференцированным группам в соответствии с их параметрами m' , p' , $v/(K)m$, p в 2020 г.

прибыли по соответствующей отрасли, т.е. $T = (\bar{p}_i' \cdot K)/2v$, но не выше 90%.

6. По итогам рассмотрения отдельно каждого из факторов m' , p' , v/K уровнем их усреднения эмпирически на данном этапе развития экономики РФ определена отрасль.

7. Основу механизма действия дифференцированного метода взимания налога на

прибыль составляет необходимая тенденция роста производительности труда, поскольку на изменения каждого показателя признака p' , m' , v/K влияет ключевой показатель (фактор) производительности труда. С учетом коэффициентов тесноты связи, определенных нами по экономике в целом на основе статистических данных в результате корреляционного

анализа по взаимосвязи показателя производительности общественного труда с показателями-признаками p' , m' , v/K в целом по экономике уровень производительности труда на 30% обеспечивается высотой органического строения авансированного в производства капитала, в свою очередь, на 53% он обеспечивает уровни нормы прибавочной стоимости и нормы прибыли [2].

Механизм дифференцированного метода — это система взаимосвязанных факторов — показателей классификации отраслевых предприятий в группы m' , p' , v/K , приводимых во взаимодействие в процессе производства прибавочной стоимости посредством основного фактора инвестиций в основной капитал, определяющим оргстроение капитала, которое определяет уровень производительности труда и ее рост, являющийся основным фактором, обеспечивающим уровни факторов p' , m' , и поэтому налогово стимулируемый через обложение доли прибыли, полученной за счет факторов повышения эффективности производства, по пониженной ставке.

Механизм автоматической стабилизации экономики, основанный дифференцированном методе налогообложения прибыли — это система элементов (взаимосвязанных показателей-факторов), характеризующих соотношение избытка стоимости с величиной авансированного капитала и его составными частями — постоянным и переменным капиталом, за которыми стоит рентабельность овеществленного и живого труда. Здесь отмечается противоречие между трудом и капиталом, показатели-факторы проявляются на конкретном отраслевом уровне в увязке с производительностью труда в условиях ее налогового стимулирования через обложение доли прибыли, полученной за счет факторов повышения эффективности производства: производительности труда, оборачиваемости оборотных средств, рентабельности инвестиций в основной капитал, по пониженной ставке, с учетом механизма действия дифференцированного метода, основанного на обеспечении на треть уровня производительности труда высотой оргстроения капитала,

авансированного в производство, и на 50% уровнем m' , p' — уровнем производительности труда. Это создает условия для перехода отраслевых предприятий из группы в группу, переход обеспечивает выравнивание m' , p' , v/K на уровне экономики и ее автоматической стабилизации, создающих предпосылки для экономического роста и способствующих разрешению основного противоречия между трудом и капиталом.

8. Методики налогового стимулирования роста производительности труда, ускорения оборачиваемости оборотных средств, повышения рентабельности инвестиций в основной капитал через определение доли прибыли, полученной за счет действия данных факторов и ее дальнейшего налогообложения, основаны на применении скорректированной на понижение стимулирующей ставки T_v в соответствии с предложенным ранее [2] алгоритмом с учетом отраслевых особенностей при условии ее дальнейшего реинвестирования в производство

$$T_v = T_{гр} - T_{гр} \cdot I^B \cdot V,$$

где $T_{гр}$ — уровень групповой ставки налога на прибыль; I^B — темп роста производительности труда; V — коэффициент корреляции между производительностью труда и нормой прибавочной стоимости, равный 0,534. Еще предусматривается возможность общего сокращения ставки налога на прибыль на 50% при таком же условии. Это необходимо потому, что механизм дифференцированного метода налогообложения прибыли предприятий, увязывающий воедино показатели m' , p' , v/K , и производительности труда требует стимулирования роста производительности труда и предоставляет возможности стимулирования повышения рентабельности инвестиций в основной капитал, от которого он зависит.

Рассмотрев основные положения концепции, остановимся подробнее на отдельных вопросах налогового контроля и управления. Как ранее отмечено, внутренним противоречием современной системы налогообложения прибыли предприятий является отсутствие налогового контроля за их эффективностью при

контроле и стимулировании объемов. Как показывают наши расчеты, стимулирование повышения эффективности инвестиций в основной капитал — это важная задача, так как уровень показателя рентабельности продукции с учетом вложений в основной капитал или рентабельности инвестиций в экономике не высокий. Анализ эффективности инвестиций в основной капитал по регионам РФ на примере Центрального федерального округа (1,60%) по сравнению с уровнем по экономике в целом, равным 1,12% по отношению к показателю ВВП за 2018 г. показал, что уровень рентабельности инвестиций в основной капитал по регионам отмечается самый разнообразный: от минимальных 0,1% до максимальных 3,46% (по показателю реализованной продукции) в Москве, что составляет около 1/3 от рентабельности продукции (10,6%).

Еще более убедительно говорят данные по регионам о взаимозависимости уровня инвестирования средств в основной капитал с показателями производительности труда и связанными с ними показателями-признаками классификации предприятий в группы m' , p' , v/K . Также данные свидетельствуют о необходимости стимулирования инвестиционной деятельности организаций. Так, если расположить регионы в рамках матрицы 2017 г. [2], Северо-Кавказскому федеральному округу, Ставропольскому краю, можно дать следующую характеристику: входит в III группу, 8-й квадрат; имеет низкую норму прибавочной стоимости — 21,4%, ниже среднего значение нормы прибыли — 3,6%, среднее оргстроение капитала — 87с:13v, невысокий темп роста производительности труда — 102,8%; стремясь улучшить положение, проводит активную инвестиционную политику: в 2019 г. по объемам инвестиций в основной капитал занимает 29-е место, по темпам их роста — 32-е.

Для сравнения приведем взятые для сопоставления регионы Южного федерального округа: положение в них похожее. Краснодарский край: III группа, 8-й квадрат; также значение нормы прибавочной стоимости ниже среднего — 28,9%, пониженный уровень нормы

прибыли — 3,7%, средний уровень оргстроения капитала — 87с:13v, однако темп роста производительности труда хороший — 108,5%. Инвестиционная политика характеризуется 7-м местом по объемам инвестиций и 75-м по темпам их роста.

Волгоградская область: IV группа 3-й квадрат; низкий уровень нормы прибавочной стоимости — 28,2%, ниже среднего уровня норма прибыли — 3,8%, среднее оргстроение капитала — 86с:14v, умеренный темп роста производительности труда — 105,8%; 26-е и 44-е места по объемам и темпам роста инвестиций в основной капитал.

Ростовская область: II группа, 11-е место; низкая норма прибавочной стоимости — 12,3%, низкая норма прибыли — 2,2%, низкое оргстроение капитала — 82с:18v, средний темп роста производительности труда — 106,6%; инвестиционная политика — 20-е и 45-е места соответственно.

Можно привести данные по Астраханской области: VI группа, 21-й квадрат; высокая норма прибавочной стоимости — 84,7%; высокая норма прибыли — 8,4%; высокое оргстроение капитала — 90с:10v, высокий темп роста производительности труда — 120,8%; 46-е и 72-е места соответственно по объемам и темпам роста инвестиций в основной капитал [2, с. 187–188].

Для снижения налогового бремени и компенсации налогообложения прибыли, скрытых прежде всего в снижении затрат на выпуск и реализацию продукции, на основе разработанной системы расчетных формул может применяться методика определения их резервов через количественную оценку действия факторов на изменение показателя уровня налогообложения прибыли в цене единицы продукции i -вида и на рубль продукции i -вида с использованием метода цепных подстановок [2].

Сформулируем выводы межотраслевого и внутриотраслевого анализа, проведенного в соответствии с положениями теории прибавочной стоимости [2, с. 156] в целях определения возможностей корректировки налогообложения прибыли предприятий, таких как установление научно обоснованных

ставок для дифференцированных групп, их изменение ради снижения налогового бремени и льготного стимулирования повышения эффективности производства, управление переходом отраслевых предприятий из одной группы в другую через воздействие на факторы m' , p' , v/K , K , c , v в нужном направлении, а также выводы детализированного факторного анализа нормы прибыли p' , указывающие систему факторов, воздействуя на которые, можно управлять налогооблагаемой базой — средней прибылью, получаемой предприятием: техническое строение капитала, цены, оргстроение капитала, величина переменного капитала, оборачиваемость оборотных средств, производительность труда.

При решении задачи управления переходом отраслевых предприятий в нужную группу необходимо учитывать определенные межотраслевым анализом соотношения уровней классификационных показателей-признаков. Например, отраслевая норма прибавочной стоимости превышает норму прибавочной стоимости в отраслях со средними параметрами, если:

- строение отраслевого капитала в процентном отношении выше, чем среднее, а норма прибыли в ней значительно больше средней;
- процентное строение капитала значительно ниже среднего, а норма прибыли также ниже, но незначительно;
- структура капитала соответствует среднему значению, а отраслевая норма прибыли превышает среднюю.

Отраслевая норма прибавочной стоимости ниже нормы прибавочной стоимости в отраслях со средними параметрами, если:

- отраслевое строение капитала в процентном отношении значительно выше среднего, а ее норма прибыли также выше средней, но незначительно;
- отраслевое строение капитала в процентном отношении ниже среднего, а отраслевая норма прибыли значительно ниже средней;
- структура капитала соответствует средней, а отраслевая норма прибыли ниже средней.

Отраслевая норма прибавочной стоимости примерно соответствует норме прибавочной стоимости со средними параметрами, если:

- соответствуют процентное строение капитала и норма прибыли;
- отраслевое строение капитала в процентном отношении выше среднего, также выше среднего и норма прибыли;
- отраслевое строение капитала в процентном отношении ниже среднего, ниже среднего и норма прибыли.

Отраслевая норма прибавочной стоимости значительно превышает среднюю, если отраслевое строение ее капитала ниже среднего, а норма прибыли больше средней.

Отраслевая норма прибавочной стоимости значительно ниже средней, если строение ее капитала в процентном отношении выше среднего, а норма прибыли меньше по сравнению со средней.

По результатам внутриотраслевого анализа определено, что для уровня нормы прибыли определяющим фактором является стоимостная структура авансированного капитала, его органическое строение:

- большей величине авансированного переменного капитала (V) соответствует большая норма прибыли, но более низкий уровень производительности труда;
- большей величине авансированного постоянного капитала (C) соответствует меньшая норма прибыли, но более высокий уровень производительности труда;
- повышающемуся органическому строению капитала (K), когда $I^K > I^V \rightarrow I^C > I^V$, соответствует более низкий уровень нормы прибыли, но более высокий уровень производительности труда;
- снижающемуся органическому строению капитала, когда $I^K < I^V \rightarrow I^C < I^V$, соответствует более высокий уровень нормы прибыли, но более низкий уровень производительности труда;
- капиталам одинакового органического строения соответствует одинаковая норма прибыли.

Выводы неоклассического анализа позволяют дополнить данную систему факторов.

В целях управления налогооблагаемой базой, налоговым бременем, его компенсацией и финансовой устойчивостью субъектов экономики рассмотрим систему факторов рыночного свойства. Но прежде отметим, что дифференцированный метод налогообложения прибыли предприятий, разработанный нами на основе положений теории прибавочной стоимости, дополнительно обоснован положениями неоклассических маржиналистских теорий цены, предельной полезности и экономики общественного благосостояния.

В соответствии с положениями маржиналистской теории цены на величину суммы процента на капитал, включаемой в издержки производства товара и в его цену предложения, что соответствует современному понятию прибыли, влияют следующие факторы:

- уровень процента на капитал по текущему курсу, действующему в экономике, что соответствует норме прибыли, и его фактический уровень, сложившийся для производства и реализации товара на данном отраслевом предприятии;

- объем авансированного в производство товара капитала (средств);

- структура авансированного в производство товара капитала (средств) в его основной и оборотной части, что влечет за собой наличие экономии на масштабе;

- количество произведенного и реализованного товара.

На общие выводы влияют факторы управления спросом и предложением товара с учетом действия законов возрастающей, убывающей и постоянной отдачи. В современных условиях к первым относятся отрасли, связанные с НТП, ко вторым — сельское хозяйство и добывающие отрасли, к третьим — производство товаров постоянного спроса.

Рассмотрим воздействие фактора спроса на товар (см. таблицу). Общее влияние спроса, определяемое по теории цены, выражается в том, что его увеличение ведет к расширению производства, но в одних случаях это повышает, а в других понижает цены [5, т. 2, с. 162]. Это определяется, на наш взгляд, различным действием факторов, влияющих на

формирование прибыли, в зависимости от подчинения производства товаров тому или иному закону отдачи. Уже на данном этапе сделанный нами вывод свидетельствует о необходимости осуществления гибкой политики налогообложения прибыли в отношении отраслей экономики.

С практической точки зрения в целях увеличения налогооблагаемой базы следует: для отраслей, производящих продукцию с возрастающей и с постоянной отдачей, увеличивать объем производства и наращивать вложения капитала в него; для отраслей, производящих продукцию с убывающей отдачей, снижать объемы производства и не наращивать объемы вложения капитала.

Рассмотрим влияние фактора предложения товара (см. таблицу). Увеличение предложения товаров при производстве их в условиях действия закона возрастающей отдачи увеличивает количество и при этом снижает цену, снижение предложения товара снижает объем его производства и увеличивает цену. Предприятиям данных отраслей выгодно увеличение предложения товаров, т.е. рост объема производства. Предприятиям данных отраслей особо выгодно иметь пониженное налогообложение прибыли. Практический вывод по увеличению налогооблагаемой базы заключается в том, что нужно увеличивать производство и снижать налогообложение.

Для отраслей, производство которых подчинено закону убывающей отдачи, увеличение предложения увеличивает количество и снижает цену, но количество увеличивается меньше, чем для товаров с производством по возрастающей отдаче. Прибыль в цене товара будет уменьшаться, общая сумма прибыли также будет снижаться. Для товара большей эластичности по спросу на него будет иметь место при большем увеличении объема производства меньшее снижение цены. Снижение предложения товаров влечет за собой снижение объема производства и увеличение цены. Однако действие закона убывающей отдачи, выражаемое в снижении издержек на единицу продукции, в конечном счете выразится в росте как прибыли в цене

Анализ и оценка влияния факторов на прибыль от выпуска и реализации продукции в составе цены единицы продукции и в общей ее величине в результате изменения спроса и предложения в разрезе отраслей, подчиняющихся действию закона возрастающей, убывающей и постоянной отдачи

Факторы	Спрос		Предложение	
	Увеличе- ние	Сниже- ние	Увеличе- ние	Сниже- ние
Отрасли закона возрастающей отдачи, количество q	>	<	>>	<<
Цена z	<	>	<	>
Количество продукции q	>	<	>	<
Величина капитала K	>	<	>	<
Сумма процента на капитал K , %	>	>	>	>
Экономия условно-постоянных затрат $\mathcal{E}_{\text{уп}}$	>	\leq	>	\leq
Экономия отраслевая за счет:				
а) уровня процента на капитал $K \mathcal{E}_{\text{отр}}$, %*	>	>	>	>
б) действия закона отдачи $\mathcal{E}_{\text{отр } z}$	>>	<<	>>	<<
Издержки на единицу продукции 3_i ****	<	>	<	>
Прибыль на единицу продукции p_i	>>	<<	>>	<<
Общая сумма прибыли ПР	>>	<<	>>	<<
Отрасли закона убывающей отдачи, количество q	>	<	>	<
Цена z	>	<	<	>
Количество продукции q	<	>	<	>
Величина капитала K	>	<	>	<
Сумма процента на капитал K , %	<	<	<	<
Экономия условно-постоянных затрат $\mathcal{E}_{\text{уп}}$	\geq	\leq	\geq	\leq
Экономия отраслевая за счет:				
а) уровня процента на капитал $K \mathcal{E}_{\text{отр}}$, %**	<	<	<	<
б) действия закона отдачи $\mathcal{E}_{\text{отр } z}$	<<	>>	<<	>>
Издержки на единицу продукции 3_i ****	>	<	>	<
Прибыль на единицу продукции p_i	<	>	<	>
Общая сумма прибыли ПР	<	>	<	>
Отрасли закона постоянной отдачи, количество q	>	<	>	<
Цена z	=	=	<	>
Количество продукции q	>	<	>	<
Величина капитала K	>	<	>	<
Сумма процента на капитал K , %	=	=	=	=
Экономия условно-постоянных затрат $\mathcal{E}_{\text{уп}}$	>	\leq	>	\leq
Экономия отраслевая за счет:				
а) уровня процента на капитал $K \mathcal{E}_{\text{отр}}$, %***	—	—	—	—
б) действия закона отдачи $\mathcal{E}_{\text{отр } z}$	—	—	—	—
Издержки на единицу продукции 3_i ****	=	=	=	=
Прибыль на единицу продукции p_i	>	\leq	>	\leq
Общая сумма прибыли ПР	>	<	>	<

Примечание: * — экономия против равновесной нормальной цены; ** — нет экономии против равновесной нормальной цены; *** — цена нормальная равновесная, по цене предложения, одинаковая для всех последующих количеств, экономии нет; **** — без учета процента на капитал в их составе.

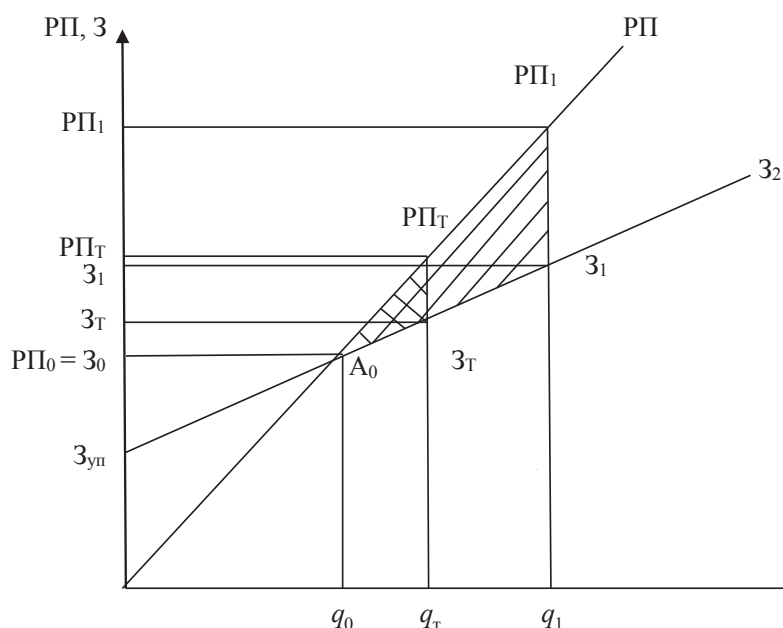


Рис. 2. Влияние налогообложения прибыли предприятий на их порог рентабельности и запас финансовой прочности: q_0 q_1 — зона безопасности до налогообложения; q_T q_1 — зона безопасности после налогообложения; $РП_0$ $РП_1$ — запас финансовой прочности до налогообложения; $РП_T$ $РП_1$ — запас финансовой прочности после налогообложения

единицы товара, так и всего объема его производства. Практический вывод по увеличению налогооблагаемой базы для данных отраслей: им выгодно снижать объем производства продукции, а увеличение налогообложения возможно.

Для производств с постоянной отдачей увеличение предложения увеличивает количество товаров и снижает цену. Однако будет иметь место экономия по условно-постоянным затратам при производстве единицы продукции. В целом прибыль как в цене товара, так и в целом от производства будет увеличиваться.

Снижение предложения уменьшает объем производства и увеличивает цену. Прибыль на единицу продукции снизится или останется без изменения, на весь объем производства она уменьшится. Таким образом, общие выводы, сделанные для влияния фактора спроса, подтверждаются и для влияния фактора предложения данных товаров.

Согласно теории цены, из всех факторов фактор получения внутренней экономии выдвигается на передовые позиции и определяет основной путь поиска путей компенсации налогового бремени для

предприятий — повышение эффективности производства. Это будет снижать уровень переменных затрат на рубль продукции и создаст возможность получения дополнительной внутренней экономии, что, в свою очередь, обеспечит снижение порога рентабельности предприятий, увеличит запас их финансовой прочности и расширит зону финансовой безопасности. Подтвердим данный вывод традиционным для маржиналистской теории способом — графически.

График на рис. 2 показывает величину налога на прибыль при ставке (Т) 20%, т.е. 1/5, отражаемую площадью треугольника $A_0Z_TРП_T$. График показывает повышение порога рентабельности по сравнению с ситуацией до налогообложения до объема производства q_T , снижение запаса финансовой прочности предприятия с $РП_0$ $РП_1$ до $РП_T$ $РП_1$, а также уменьшение зоны безопасности предприятия с q_0 q_1 до q_T q_1 . В соответствии с алгоритмом расчета критический объем производства ($Q_{кр}$) и реализации продукции ($РП_{кр}$) на пороге рентабельности определяется следующим образом:

$$Q_{кр} = \frac{Z_c}{md},$$

где md — маржинальный доход на единицу продукции, $md = z - s_v$; z — цена единицы продукции; s_v — переменные затраты на единицу продукции; Z_c — постоянные затраты;

$$РП_{кр} = \frac{Z_c}{md / z} = \frac{Z_c}{z - s_v / z} = \frac{Z_c}{1 - s_v / z}.$$

Все это влечет за собой увеличение переменных затрат на рубль продукции и сопровождается снижением маржинального дохода как на единицу продукции, так и на рубль продукции. Это делает очевидным необходимость поиска путей компенсации налогового бремени для предприятий. Приведенные формулы подтверждают сделанный ранее вывод и указывают на основной из них — повышение эффективности производства, снижение уровня переменных затрат на рубль продукции.

Эффективность системы налогообложения прибыли должна быть подвергнута контролю на основе комплексной оценки. Определять ее предлагается на основе:

- главного интегрального показателя — производительности общественного труда;
- степени стыковки в реализации функций налоговой системы, включая налог на прибыль, и функций финансов предприятий с использованием известного в экономическом анализе метода расстояний;
- монокритериальных оценок по показателям суммы налога на прибыль в целом по экономике и суммы валового накопления в экономике;
- коэффициента финансовой независимости государства, определенного через отношение величины его собственного капитала к величине экономических активов.

Комплексно оценивать эффективность налогообложения прибыли предприятий на основе положений неоклассической маржиналистской теории предлагается с использованием кривой потребительских возможностей; кривой Лаффера; сравнения выгод для государства в виде доходов и изменения налогового бремени для производителей и потребителей продукции.

Каждый из видов комплексной оценки включает в себя аспект разрешения основного

противоречия между трудом и капиталом как в его основном проявлении, так и в виде внутренних противоречий налоговой системы.

О практической значимости работы говорят следующие цифры: в 2014 г. в условиях дифференцированного налогообложения бюджет мог бы получить больше средств, чем при налогообложении прибыли по действующей ставке 20% на 1070,0 млрд р., в 2015 г. — на 2536,5 млрд р., в 2016 г. — на 4837,4 млрд р., в 2017 г. — на 2903,7 млрд р., в 2018 г. — на 3009,3 млрд р., в 2019 г. — на 4397,3 млрд р., в 2020 г. — 2964,9 млрд р.

Дифференцированный метод налогообложения прибыли основан на принципах:

- учета экономической природы прибыли как объекта налогообложения и экономической природы налога на прибыль (доходы);
- научной обоснованности, предполагающей использование принципов диалектического материализма, включая применение системного, комплексного подхода, отражения объективно существующих взаимосвязей между явлениями и процессами, рассмотрение их в статике и в динамике, причинно-следственной зависимости и взаимообусловленности, в соответствии с действиями диалектических и экономических законов, что будет способствовать разрешению основного противоречия данного способа производства, капиталистического — противоречия между трудом и капиталом, а, следовательно, и преодолению всех внутренних противоречий налоговой системы, и обеспечению процесса выравнивания на макроуровне m' , p' , c/v ;
- практической направленности, предусматривающей соответствие современным задачам и реальным экономическим возможностям, требованию решать конкретные стратегические и тактические задачи;
- выполнения для предприятий требования необходимости зарабатывать на финансирование своего развития;
- обеспечения равно напряженных требований ко всем субъектам хозяйствования по повышению эффективности производства и поиску резервов, что предполагает контроль за выполнением следующих

соотношений показателей: $I^{\text{ФОТ}}, I^{\text{ФОТ+ПР}} \leq I^{\text{ЧПР, ВД, ПР}}$; $I^{\text{ПРн}} > I^{\text{ПРп}}$, где $I^{\text{ФОТ}}$ — индекс роста фонда оплаты труда; $I^{\text{ФОТ+ПР}}$ — индекс роста оплаты труда и прибыли; $I^{\text{ЧПР, ВД, ПР}}$ — индекс роста чистой продукции, валового дохода, прибыли; $I^{\text{ПРн}}$ — индекс роста прибыли, направляемой на накопление; $I^{\text{ПРп}}$ — индекс роста прибыли, направляемой на потребление; а также контроля за увеличением темпов роста производительности труда и инвестирования средств в производство в целях их стимулирования действием элементов механизма налогообложения прибыли;

- обеспечения сочетания всех интересов (текущих, перспективных, коллективных, государственных) через формирование пропорций распределения прибыли между предприятиями и госбюджетом, пропорций накопления и текущего расходования средств;

- стабильности норматива (ставки) налога, при этом следует учитывать, что в связи с разными условиями хозяйствования предприятий и невозможностью обеспечения единого эффекта налогообложения на основе единой ставки налога на прибыль (фактически эффект налогообложения по ней индивидуален и поэтому не обеспечивает выполнения условия равно напряженных требований ко всем предприятиям), требование стабильности норматива (ставки) налога на прибыль должно выполняться не в смысле неизменности его абсолютной величины, а в смысле определенной закономерности изменения этого норматива (ставки) при изменении тех показателей, с которыми по своей природе и механизму формирования он связан; единой ставка налога на прибыль должна быть в смысле единого подхода к его формированию, включая его величину для однокачественных групп предприятий;

- возможности управления процессом налогообложения прибыли (дохода) как в ручном, так и в автоматическом режиме;

- обеспечения и стимулирования необходимых структурных сдвигов в экономике, позволяющих производить модернизационные процессы и осуществлять переход к новому технологическому укладу, в связи с чем ряд

отраслей, призванных обеспечивать модернизационный рывок, возможно, должны освободиться от налога на прибыль, а ряд отраслей, обеспечивающих основу для этого, — иметь льготные условия налогообложения;

- стимулирования повышения эффективности производства: роста производительности труда, ускорения оборачиваемости оборотных средств, увеличения рентабельности инвестиций в основной капитал;

- установления зависимости размера оставляемой в распоряжении предприятий сверхприбыли от пропорций направления ее на реинвестируемые в производство.

Дифференцированная система налогообложения прибыли предоставляет большие возможности для роста производительной силы труда. Производительность труда, по К. Марксу, становится производительной силой капитала в условиях формирования новых технологических укладов. Это особо важно в наши дни, когда идет формирование нового VI технологического уклада. Поэтому эти возможности дифференцированной системы налогообложения прибыли затрагивают основное общественное отношение и основное экономическое противоречие между трудом и капиталом. Налогообложение прибыли в этих условиях через ставку $T = 1/2m'$, где m' — норма прибавочной стоимости, содержащая основное общественное отношение — отношение наемного труда и капитала, является акселератором и мультипликатором, усиливающим их, что ведет через увеличение производства относительной прибавочной стоимости к экономическому развитию и экономическому росту и в конечном счете способствует смене способа производства. В этом историческая роль налогообложения прибыли через применение дифференцированной ставки налогообложения и значение дифференцированного метода.

Учитывая, что производительная сила труда является производительной силой капитала, необходимо сделать вывод, подтверждающий содействие дифференцированного метода налогообложения прибыли накоплению капитала. С одной стороны, это ставка налога $T = 1/2m'$, составляющая основу развития

главного общественного отношения и главного общественного противоречия, а с другой — уровень нормы прибавочной стоимости на 53% зависит от уровня производительности труда, и дифференцированный метод предполагает ее стимулирование. Особенно важно то, что в условиях обрабатывающих производств как производящих средства производства в условиях НТП и имеющих эффект распространения роста производительности труда на другие отрасли, дифференцированный метод способствует повышению уровня производительных сил и производительности общественного труда. При этом, чем выше уровень производительности труда, тем выше уровень нормы прибавочной стоимости m' , однако, чем выше m' , тем выше темп роста производительности труда, тем выше уровень производительной силы капитала, что ведет к более производительному способу производства. В этом значение воздействия дифференцированного метода на уровень развития производительности труда.

Таким образом, применение дифференцированного метода налогообложения прибыли предприятий в соответствии с положениями его концепции будет обеспечивать решение задачи модернизации налоговой системы, способствовать справедливому распределению налогового бремени на корпоративные

доходы, стимулировать эффективность реинвестирования средств в экономику, а также содействовать стабилизации экономики, финансов и экономическому росту.

Библиографический список

1. Бизнес помогает стране, страна помогает бизнесу // Российская газета. 2024. 26 апр.
2. Дубкова В. Б. Налог на прибыль: анализ, оценка и резервы налогового потенциала отраслей экономики и региона. Финансы государственного сектора экономики: монография. СПб., 2023.
3. Краткий политический словарь М., 1983.
4. Маркс К. Капитал: в 4 т. М., 1978. Т. 3, кн.3, ч. 1.
5. Маршалл А. Принципы экономической науки: в 3 т. М., 1993.
6. Налоговый кодекс Российской Федерации. М., 2006.
7. Налогообложение в РФ. Действующие налоги и сборы. Налог на прибыль организаций. URL: <https://www.nalog.ru/taxation/taxes/profitul> (дата обращения: 27.04.2023).
8. Послание президента РФ Федеральному Собранию // Российская газета. 2023. 22 фев.
9. Послание президента РФ Федеральному Собранию // Российская газета. 2024. 29 фев.
10. Стиглиц Дж. Ю. Экономика государственного сектора. М., 1987.

АНАЛИЗ САНКЦИЙ И ОЦЕНКА МЕТОДОВ БОРЬБЫ С НИМИ

*С.И. ГОЛОВКИНА, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
e-mail: golovkina_si@spbstu.ru*

*Н.В. ВАЛЕБНИКОВА, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
e-mail: na0903@gmail.com*

*М.Н. КОНОПЛЁВ, студент, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
e-mail: konoplev.mn@edu.spbstu.ru*

Аннотация

В статье рассматриваются санкции, введенные против России, Ирана, Кубы и Сирии. В процессе исследования определены страны со схожими ограничениями, выявлены основные санкционные фокусы и последствия от примененных санкционных режимов. Санкции оказывают значительное влияние на экономику России. Выявление и анализ мер по борьбе с их влиянием, которые эффективно применяются в других странах, поможет оценить эффективность курса российской антисанкционной политики.

Ключевые слова: санкции, санкционный режим, экспорт, импорт, санкционные фокусы.

DOI: 10.31429/2224042X_2024_74_66

Сегодня мировая экономика непрерывно трансформируется, меняются основные игроки и лица, принимающие ключевые решения. Цель исследования — оценка контрсанкционной политики России в сравнении с другими странами, подвергшимися санкциям. Для достижения данной цели были поставлены и решены следующие задачи: выбраны страны, подвергнутые схожим санкциям, определены основные классификационные характеристики санкций, оценено влияние санкций на экономику каждой страны, сделан вывод об эффективности контрсанкционных мер. Использованы систематизация и обобщение, количественные и качественные методы исследования.

Результаты исследования и их обсуждение

Позиции различных стран на мировой арене улучшаются и ухудшаются. Однако сильные

государства стремятся сохранять лидирующие позиции и часто применяют политическое санкционное давление на другие страны, ограничивая их экономическое, научное и технологичное развитие, доступ к финансовым рынкам и интеграцию в мировое экономическое пространство. Анализ санкций имеет большое значение и позволяет учитывать введенные ограничения для прогнозирования и развития экономики в будущем (табл. 1).

С 2014 г. экономика Российской Федерации находится под влиянием экономических санкций, ограничений и запретов, наложенных на неё США, НАТО, Евросоюзом и прочими государствами и союзами, а в 2022 г. санкции ужесточились, они направлены на ухудшение её экономического и политического положения [6]. По данным Castellum.AI, собирающего данные обо всех введенных против РФ санкциях, против России с 2014 г. по 12 февраля 2024 г. введены 19 282 санкции (в том числе 11 649 — против физических лиц): США — 3585, Канада — 2765, Швейцария — 2403, Евросоюз — 1785, Франция — 1731, Великобритания — 1749, Австралия — 1326, Япония — 1243 санкций. Основные санкции касаются импорта топлива, золота, морских услуг по экспорту топлива, государственного долга.

Для анализа санкций, их характеристик и применяемых контрсанкционных мероприятий нами были отобраны страны со схожими с российским санкционными режимами по комплексности и охвату: Куба (с 1958 г.), Иран (с 1979 г.) и Сирия (с 2011 г.) Ограничение в сравнительном

Характеристика санкций (составлена авторами [5, 7, 9])

Исследователь	Основной фокус классификации	Факторы, формирующие санкционный режим	Характеристика санкционного режима
А.А. Победин	Оценка: 1) внешнеэкономической деятельности; 2) факторов, определяющих влияние санкций на страну-мишень	1. Размер экономики страны-мишени (доля в мировой экономике, диверсификация, степень влияния на мировые цены) 2. Активность внешнеэкономической деятельности страны-мишени	1. Охват санкций (комплексные, адресные) 2. По отраслям экономики
Д.А. Сорокин	1. Политические факторы 2. Интенсивность санкций	1. Степень демократичности страны-мишени 2. Причины введения санкций	Количество: 1) итераций санкций; 2) участников, поддерживающих санкции
Л.Е. Зернова, М. Фарзаниан	Широкий спектр позиций — специфика ограничений	Деление санкций на: 1) экономические и неэкономические; 2) сочетание их	Санкционные риски

анализе санкций — открытость статистических данных, однако имеющихся сведений достаточно, чтобы провести систематизацию санкционных режимов и оценить их влияние на благосостояние государств, им подверженных. Основные ограничения против Кубы: эмбарго со стороны США, ограничение на ввоз и вывоз любых товаров. Санкции против Ирана вводили ООН, ЕС, США, Канада, Австралия, Индия, Индонезия, Китай, Республика Корея, Япония. В отношении Сирии санкции были введены ООН, ЕС, США, Канадой, Австралией, и Турцией в сферах торговли, ввоза предметов роскоши, оказания услуг, экспорта и импорта товаров энергетического сектора и поставок оружия, были заморожены государственные счета и имущественные активы физических и юридических лиц. По состоянию на март 2022 г. Сирия была третьей в мире по числу введенных против неё санкций (табл. 2).

Для применения контрсанкционных мер, актуальных для РФ, целесообразно анализировать опыт других стран. Считаем возможным выделить методы борьбы Ирана с санкциями, получившие название «экономики сопротивления» в работах политического руководства и научных деятелей Ирана, которыми этот термин был

введён в научный оборот. «Экономика сопротивления» привела как к положительным, так и к негативным последствиям. В стране наблюдается рост внутреннего производства и частного предпринимательства, но в то же время высокие темпы инфляции и стагнация таких отраслей экономики, как сфера услуг, вызванная отсутствием иностранных инвестиций. Для достижения экономической независимости Ирана его лидерами были законодательно закреплены: социальная справедливость; сопротивление угрозам факторам; необходимость полагаться только на внутренние производственные мощности; «джихадский подход» (единение в борьбе с санкциями); опора на народ; обеспечение стабильности жизненно и стратегически необходимых благ; уменьшение зависимости от нефти; введение экономных норм потребления; борьба с коррупцией; фокусировка на экономике знаний. Страна активизировала свои усилия по развитию внутреннего производства и снижению зависимости от импорта. Иран ведёт политику по сокращению объёмов экспорта нефти, при этом в оставшемся экспорте возрастает роль Китая (доля его в импорте Ирана составляет 24%), ОАЭ (13,8% импорта) и Индии (6,42% импорта). Иранский

Таблица 2

Влияние санкций на экономику стран-мишеней (на основании [8, 10])

Страна	Номинальный ВВП на душу населения, дол. США.	Введенные санкции	Влияние и последствия от введения санкций
Россия	13 006 (2023 г.)	Против: – экспорта/импорта, инвестиций; – энергетического сектора; – физических и юридических лиц; – морских услуг по экспорту топлива; – государственного долга Отключение от международной системы SWIFT	На авиапромышленность, логистику, черную металлургию, телекоммуникации Замедление роста экономики Уменьшение добычи газа более чем на 10% Сокращение добычи нефти
Иран	4234 (2023 г.)	Против: – отраслей; – физических и юридических лиц Отключение от международной системы SWIFT	Сокращение экспорта нефти более чем на 80% Снижение стоимости валюты Инфляция Рост безработицы Дефицит товаров первой необходимости
Куба	11 255 (2021 г.)	Против: – экспорта, импорта и инвестиций Экономическая блокада, эмбарго	На туристическую отрасль Потеря главного рынка сбыта — США Экономические потери 685 млн дол. США в год
Сирия	1204 (2019 г.)	Эмбарго против нефтяного комплекса	Ущерб в нефтяном и газовом секторах за 2011–2022 гг. — 107 млрд дол. США

подход был направлен на экономическую независимость экономики и рост ВВП на душу населения. Авторы рассматривают примененные Ираном контрсанкционные меры, которые привели к положительным изменениям в стране (рис. 1). Иран в 2023 г. занимает 4-е место по ВВП на Ближнем Востоке (рис. 2).

В современной экономике стран, находящихся под санкциями, наблюдается тренд на увеличение товарооборота с Китаем. Иран подписал с КНР договор о 25-летнем сотрудничестве в 2021 г. В 2021 г. нефтепродуктовый товарооборот Ирана с Китаем достиг 14,8 млрд дол. США. Сирия и Куба также сотрудничают с Китаем, а товарооборот России и Китая в 2023 г. достиг 240,11 млрд дол. США [3].

Эксперты полагают, что санкции носят больше психологический характер и редко являются эффективным инструментом для достижения

политических целей. Выделяются два основных блока санкций: финансовый и торгово-промышленный [2]. Чтобы введенные санкции не стали угрожающими для экономики, разрабатываются инструменты для смягчения и адаптации к санкционным режимам. Анализ научной литературы и исследований [1–2, 4, 6–7] позволил выделить главные из них, актуальные для РФ: создание независимой от зарубежных стран экономики, чтобы достичь максимально быстрого реагирования на негативные политические и экономические изменения; поиск новых торговых и финансовых партнеров; переориентация внешнеэкономических связей на азиатских партнеров; разработка новых финансовых и логистических схем, новых глобальных проектов; гибкое государственное регулирование (налоговые режимы для экспортно-импортных операций, новые системы импорта и т.д.); рост



Рис. 1. Контрсанкционные меры Ирана и положительные изменения, составлен авторами [8–10]

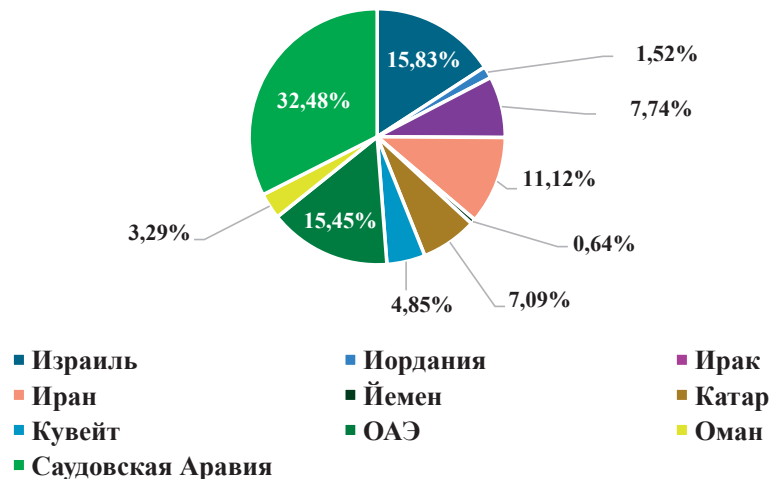


Рис. 2. Доля стран Ближнего Востока в ВВП региона, 2023 г., составлено авторами [8]

собственного производства для покрытия возникших рыночных ниш; активизация внутренних инвестиций (в том числе за счет развития малого и среднего предпринимательства); усиление роли человеческого капитала; совершенствование экономической теории и трансформация

практики в контексте управления экономикой в условиях санкций.

Проведенный анализ санкций различных стран позволил авторам сделать вывод: санкции в основном направлены на топливно-энергетический комплекс страны, что заставляет

её снизить объёмы добычи нефти; ограничение доступа к мировым ресурсам (финансовым, экспортно-импортным операциям); отключение от международных платёжных систем; ослабление национальной валюты; нарушение логистических цепочек. В результате санкций в экономике возникают негативные и позитивные эффекты, они являются драйвером развития экономики страны. Многие предприятия как крупного, так и малого и среднего бизнеса, а также квалифицированные сотрудники используют новые возможности. Своевременная реализация контрсанкционных стратегий в экономических субъектах совместно с применением государственных регуляторных инструментов, направленных прежде всего на стимулирование внутренней инвестиционной и инновационной активности, ускорение научно-исследовательских разработок будут способствовать минимизации негативных последствий от санкций в экономике страны. Для человеческого капитала возникают дополнительные возможности реализации новых идей и инноваций. В дальнейших исследованиях целесообразно оценивать влияние санкций на экономические показатели предприятий и страны в динамике.

Библиографический список

1. Адаптация российских промышленных компаний к санкциям: первые шаги и ожидания: доклад к XXIV Ясинской (Апрельской) Междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 2023 г. / Ю. В. Симачев и др. М., 2023.
2. Ваганова О. В. Россия и санкции // Научный результат. Экономические исследования. 2022. Т. 8. № 1. С. 4–11.
3. Валебникова Н. В., Головкина С. И. Трансформация экономического взаимодействия России и Китая // Российский экономический интернет-журнал. 2023. № 1.
4. Веселов, Д. С. Трансформация внешне-торговых связей РФ в условиях экономических санкций // Экономика: теория и практика. 2023. № 4(72). С. 64–69.
5. Зернова Л. Е., Фарзаниан М. Классификация санкций и рисков из-за введения санкций // Инновационные технологии управления и права. 2014. № 3(10). С. 98–101.
6. Редькина Т. М., Пудовкина О.И., Малик Х.М.А.Д. Санкции как инструмент политического влияния // Наука и бизнес: пути развития. 2021. № 4(118). С. 179–181.
7. Сорокин Д. А. Санкционные режимы: от эффекта сложившихся международных отношений к фактору их формирования // Бизнес. Общество. Власть. 2020. № 2–3(36-37). С. 221–252.
8. GDP per capita (current US\$) // The World Bank URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD> (дата обращения: 18.04.2024).
9. Pobedin A. A. Reconsidering contemporary classifications of sanctions in the light of the Russia sanctions regime // R-economy. 2022. Vol. 8, iss. 3. P. 196–207.
10. World Economic Outlook Database // International Monetary Fund. URL: <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/weo-database/2023/April/> (дата обращения: 18.04.2024).

РАЗРАБОТКА КАРТЫ ЦИФРОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ПЛАТНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ВУЗОВ РОССИИ

*А.К. КОЧИЕВА, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры мировой экономики и менеджмента, Кубанский государственный университет
e-mail: akadeh@yandex.ru*

*Д.В. ШРЕЙДЕР, магистрант, программа Управление маркетингом в цифровой экономике, кафедра мировой экономики и менеджмента, Кубанский государственный университет
e-mail: perz344@mail.ru*

Аннотация

Статья посвящена разработке карты цифровых инструментов в целях продвижения платных образовательных услуг высшими учебными заведениями России. Приводится анализ по отдельным ветвям карты, среди которых десктопный поиск, прямой маркетинг посредством смартфонов, веб-сайты, в том числе, сайт вуза, онлайн-СМИ и др. Показано многообразие форм цифровых инструментов продвижения услуг вуза и создания его привлекательного имиджа для абитуриентов. На основе проведенного исследования сформулированы рекомендации, касающиеся маркетинга платных услуг вузов.

Ключевые слова: карта цифровых инструментов, платные образовательные услуги, цифровой маркетинг, вуз.

DOI: 10.31429/2224042X_2024_74_71

Нарастающая цифровизация процессов, в том числе маркетинговых инструментов, порождает необходимость глубокого рассмотрения специфики маркетинга такой традиционно консервативной отрасли, как высшее образование. Особенно остро встает вопрос внедрения и продуктивного использования цифровых инструментов вузами Российской Федерации в условиях конкуренции образовательных организаций, в основном региональных, в контексте оказания платных образовательных услуг.

Современные абитуриенты все чаще отдают предпочтение столичным вузам. Так, в 2023 г. 53% зачисленных в Московский государственный университет (МГУ) студентов — жители Москвы и Московской области, в то время как зачисленных в Кубанский

государственный университет жителей города Краснодара и Краснодарского края — 80,2%. При этом средний балл ЕГЭ абитуриентов, зачисленных на очную форму, составил 85,25 и 75,5 соответственно. Таким образом, в МГУ поступили более способные и заинтересованные в обучении люди со всей страны [1, 3–4].

Поскольку выбор абитуриента основывается на рациональном подходе, стоит заметить, что вузы Москвы привлекательны благодаря следующим критериям:

- высокому качеству образования, что подтверждается профильными рейтингами;
- общественному мнению о том, что получить образование в Москве престижно;
- продуманной и современной маркетинговой коммуникации с применением всех подходящих каналов и инструментов.

Последний фактор позволяет столичным вузам поддерживать и повышать имидж, создавая определённый социальный стереотип в глазах целевых и референтных групп. Вузы же, находящиеся в регионах, в сравнении с московскими выступают аутсайдерами и теряют свои позиции и престиж, так как не смогли вовремя приспособиться к новым реалиям и переходу своей аудитории в цифровое пространство.

Региональные вузы для поддержания коммуникации с обществом в лучшем случае выделяют в своей структуре функциональные службы или отделы, например, пресс-службу или отдел по связям с общественностью. Зачастую складывается ситуация, когда каждый факультет и структурный элемент по

отдельности решают собственные маркетинговые задачи, не уделяя должного внимания более глобальным задачам вуза, в связи с чем маркетинговая коммуникация несогласованна и недостаточно эффективна.

Для эффективных интегрированных маркетинговых коммуникаций выделения одного узкофункционального отдела или службы недостаточно. Целесообразно в структуре вузов создавать специализированные маркетинговые отделы, которые смогут использовать в маркетинговой коммуникации инструменты всех видов, от связей с общественностью до рекламы и стимулирования сбыта.

Особенно актуально это становится в связи с одной особенностью образовательных услуг — непостоянством по качеству. Изменчивость качества услуг обоснована изменчивостью «исходного материала», т.е. уровня способности студентов [5]. Поэтому, чтобы заинтересовать большое количество способных абитуриентов, при построении коммуникаций необходимо затрагивать как можно больше объектов маркетинга и формировать спонтанное знание о бренде и в отдельности о: товарах, услугах, идеях, организации, территории, личности, событиях, опыте, информации.

Коммуникация бренда с целевой аудиторией происходит посредством маркетинговых инструментов. Понятие «инструменты» подразумевает под собой комплекс действий или мер, используемых с целью оказания влияния на участников рынка. То есть это любые взаимодействия бренда с аудиторией с заранее заложенными целями и ожидаемым результатом от этих действий.

Так, исходя из определения маркетинга в образовании, а именно что это совокупность работ по исследованию, планированию, осуществлению и контролю за разработанными маркетинговыми программами, а также с опорой на общепринятую классификацию маркетинговых коммуникаций по 4 видам (реклама, прямые коммуникации, связи с общественностью, стимулирование продаж) [2], авторами была разработана карта цифровых инструментов для эффективного планирования

маркетинговых программ в разрезе маркетинга платных образовательных услуг (рис. 1).

На рис. 1 представлен полный разворот карты цифровых инструментов, разработанный с использованием эмпирического метода исследования. Далее для удобства восприятия будем рассматривать карту фрагментарно.

В карте используется схема из 6 элементов, включающая выделение маркетинговых инструментов по 4 основным видам (рис. 2):

- закругленный прямоугольник — маркетинговые каналы коммуникаций;
- овал — инструменты, относящиеся к виду маркетинговых коммуникаций «связи с общественностью»;
- параллелограмм — инструменты коммуникации вида «реклама»;
- закруглённый шестиугольник — инструменты коммуникации вида «прямой коммуникативный маркетинг и личные продажи»;
- горизонтальный шестиугольник — инструменты коммуникации вида «стимулирование сбыта»;
- круг с цифрами в центре — свёрнутая ветвь с количеством элементов в ней.

Здесь и далее карта будет укрупнена и представлена в виде отдельных фрагментов для подробного её рассмотрения и описания каналов и инструментов, представленных на полном развороте карты (рис. 3).

Так, на рис. 3 в иерархическом соотношении представлены следующие элементы карты: Интернет, интерактивные экраны, компьютеры и планшеты.

Интернет выступает основным общим каналом, благодаря чему удаётся использовать иные каналы и инструменты цифрового маркетинга.

Интерактивные экраны — устройства, которые не требуют подключения к компьютеру, проектору или дополнительному освещению. Они состоят из дисплея с сенсорным управлением. Выступают каналом коммуникации второго уровня. POS-терминалы — канал коммуникации третьего уровня, он имеет специфичный охват. Это банковские терминалы, на экранах которых можно разместить необходимую рекламную информацию, включая

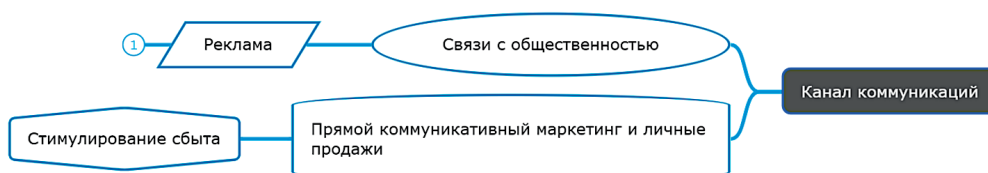


Рис. 2. Схема элементов в карте цифровых инструментов, включающая выделение маркетинговых инструментов по основным видам

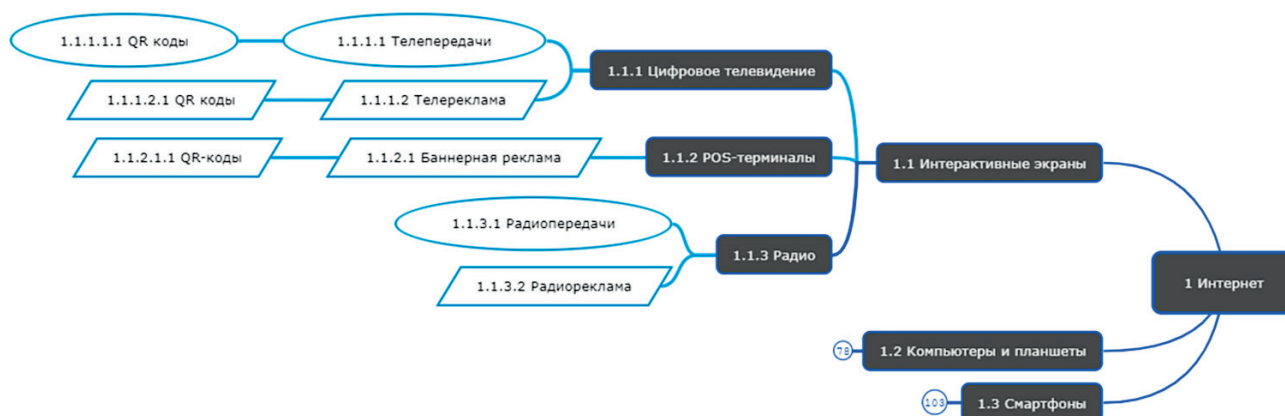


Рис. 3. Развёрнутая ветвь «Интерактивные экраны» и корень карты цифровых инструментов для продвижения платных услуг вузов РФ

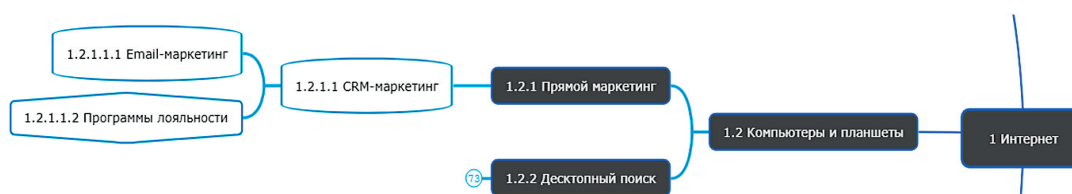


Рис. 4. Элементы второй глобальной ветви «Компьютеры и планшеты» карты цифровых инструментов

баннерную рекламу — размещение рекламного баннера в интерфейсе банковского автомата наравне с медийной рекламой. Радио — это еще один канал, к нему относятся звуковые системы в помещениях, где может воспроизводиться определённая тематическая информация.

Компьютеры и планшеты — основные широкоформатные устройства, рядовых пользователей Интернета для поиска и более детального анализа информации, выступают каналом коммуникации второго уровня (рис. 4).

Вторая глобальная ветвь (рис. 4) карты — «Компьютеры и планшеты» с дальнейшими ответвлениями: прямой маркетинг, CRM-маркетинг, десктопный поиск, веб-сайт.

Прямой маркетинг — такое продвижение товаров или услуг, когда бренд взаимодействует с клиентом напрямую. Инструмент вида «прямой коммуникативный маркетинг и личные продажи».

CRM-маркетинг — комплексный подход в продвижении продукта или бренда, направленный на улучшение отношений с покупателями. Включает email-маркетинг и инструмент «программы лояльности» — мероприятия, направленные на удержание клиентов и повышение их доверия с помощью скидок, бонусов, призов и т.п.

Десктопный поиск — поиск информации в поисковых машинах, таких как Яндекс, Гугл, Бинг, совершаемый с широкоформатного

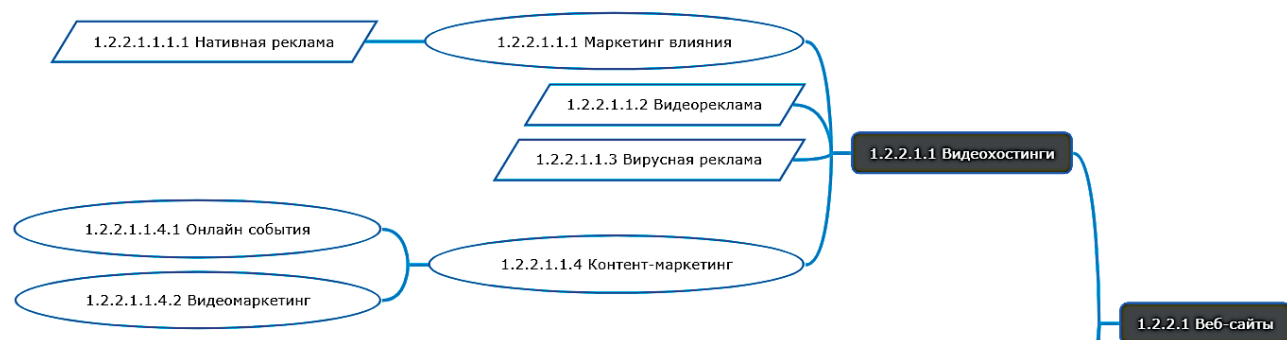


Рис. 5. Инструменты канала «Видеохостинги», входящего в канал четвёртого уровня «Веб-сайты» карты цифровых инструментов

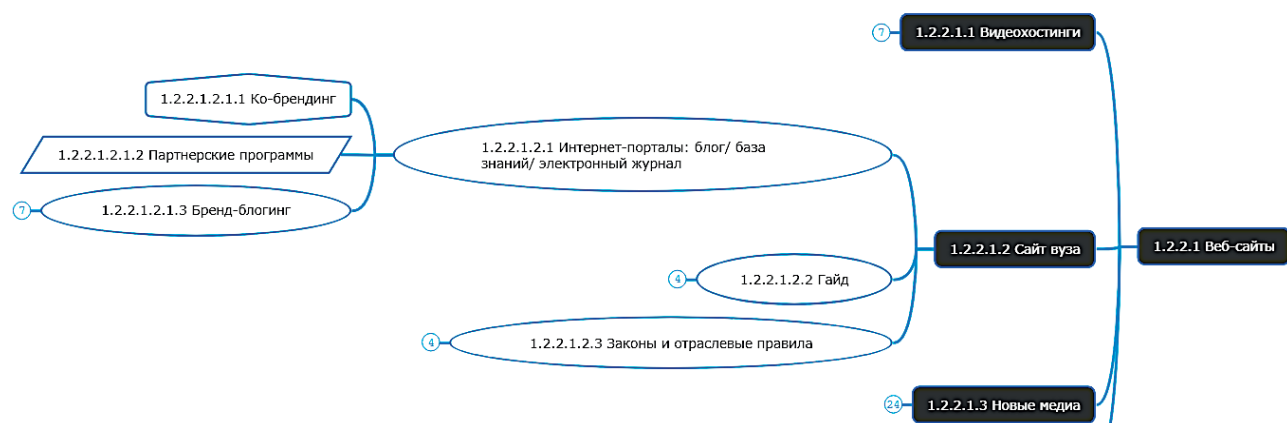


Рис. 6. Свёрнутые элементы ветви «Сайт вуза», входящей в канал четвёртого уровня «Веб-сайты» карты цифровых инструментов

устройства, является каналом коммуникации третьего уровня.

Веб-сайт за счёт своего разнообразия тематик и форм выступает обобщённым каналом коммуникации четвёртого уровня (рис. 5).

Видеохостинги (ВК-видео, Rutube и пр). Современная целевая аудитория вузов большую часть времени (в Интернете) проводит именно на видеохостингах. Включает маркетинг влияния (influencer marketing). В контексте маркетинга вузов может подойти такой формат, как обзор вуза сторонними блогерами с разных сторон без прямой рекламы услуг и продуктов. Нативная реклама — формат рекламы, который продвигает продукт, но не раздражает получателя, интегрируясь и подстраиваясь под формат площадки и инфлюенсера. Например, блогер с основным контентом про подготовку к ЕГЭ может разбирать нюансы поступления в конкретный вуз, параллельно объясняя, почему стоит поступить именно в него.

Видеореклама — реклама в видеоформате, транслирующаяся и приобретающаяся непосредственно на хостинг-платформе, а не у авторов. Вирусная реклама — форма интернет-рекламы, которая распространяется с использованием вирусных механизмов или методов. Как правило, такая реклама представлена в виде видеороликов с запоминающимся синглом, странным сюжетом и иным вызывающим обсуждение содержанием.

Контент-маркетинг — многообразие контента различной тематики, форм и смыслов, призванного привлечь и удержать внимание целевой аудитории к объекту маркетинга. Включает видеомаркетинг: например, записи конференций и научных мероприятий, видеолекций, иной видеоконтент.

Сайт вуза (рис. 6) — один из важнейших каналов коммуникации с целевыми группами. Интернет-порталы: блог/база знаний/электронный журнал. Ко-брендинг — размещение



Рис. 7. Иерархия инструментов бренд-блогинга карты цифровых инструментов для продвижения платных услуг вузов РФ

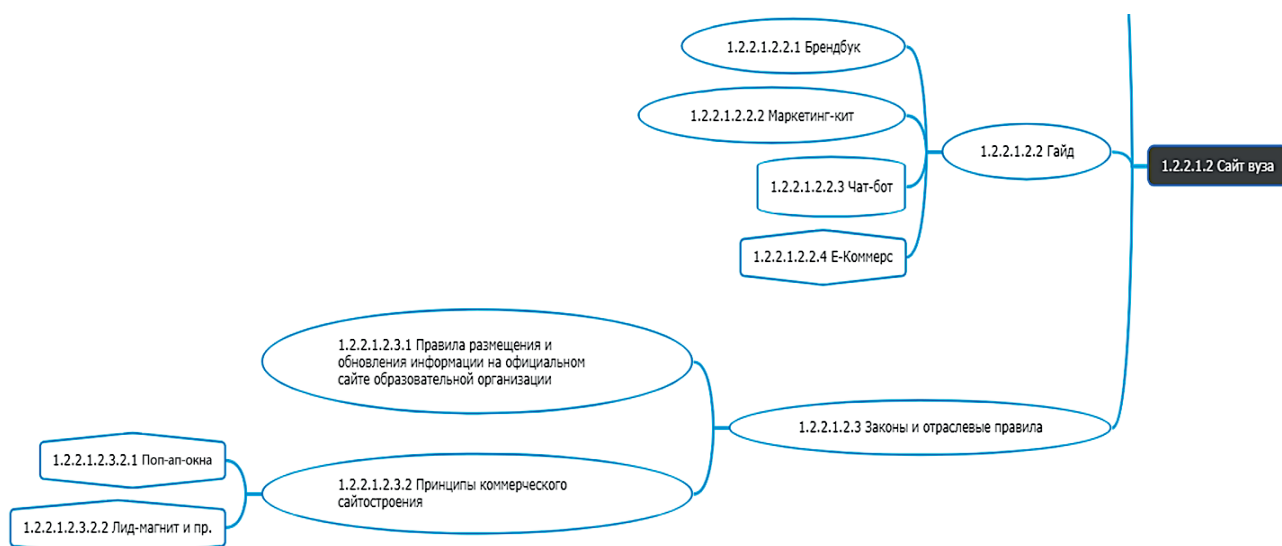


Рис. 8. Иерархия инструментов «Гайд» и «Законы и отраслевые правила» в канале «Сайт вуза»

в рекламном поле двух или более брендов, объединённых одной целью и сообщающих о программах для потребителя. Партнерские программы — это например, оплата застройщиком обучения в определённом вузе при приобретении квартиры.

Бренд-блогинг (рис. 7) — ведение блога от лица бренда. К примеру, ВШЭ ведёт блог на собственном сайте и на сторонних площадках, давая уникальный контент, вовлекающий пользователей в его изучение и изучение иного контента и информации вуза. Тем самым вуз занимает больше пространства в Интернете, привлекая пользователей

и увеличивая свою значимость в их глазах. Включает контент-маркетинг, и ниже по иерархии можно отметить такой инструмент, как публикация экспертных комментариев. Это позволяет привлечь внимание тех, кто участвует в обсуждении или наблюдает за дискуссией. Отличной площадкой для этого могут стать блог вуза и другие медиаресурсы, где представлен вуз.

Гайд — руководство или общий свод правил работы с брендом внутри компании, представлен на рис. 8. Гайд содержит брендбук, являющийся путеводителем по бренду, это документ, в котором описан фирменный

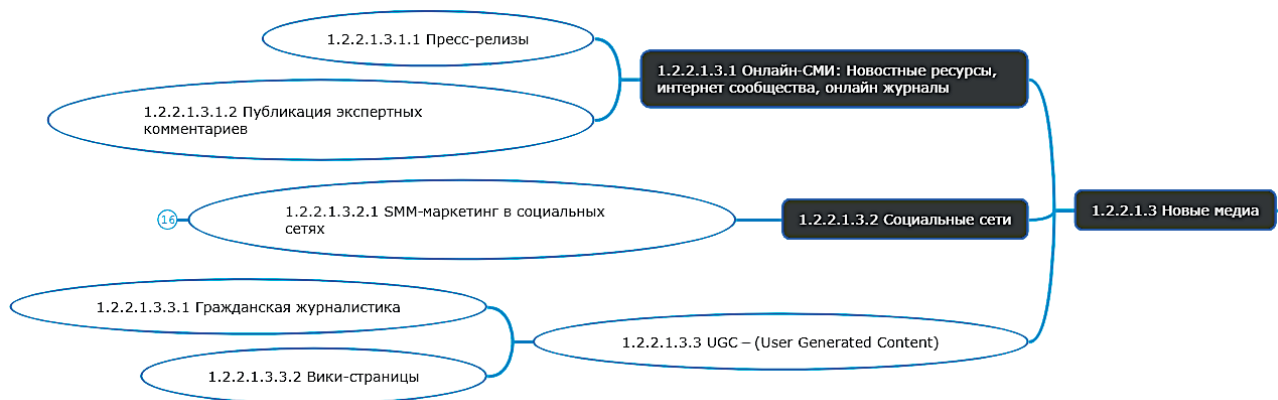


Рис. 9. Ветви канала «Новые медиа» карты цифровых инструментов

стиль, позиционирование, способы применения логотипа и фирменных цветов, а также способы того, как эти атрибуты использовать не рекомендуется. Кроме того, содержит маркетинг-кит — документ, чаще презентацию, с чёткой структурой и подробной информацией о товарах, услугах, команде, истории создания бренда, конкурентных преимуществах, реализованных решениях. Предназначен для потенциальных партнёров, реже для клиентов. Поп-ап-окна — всплывающие окна, а также иные инструменты, вовлекающие во взаимодействие с сайтом и способствующие повышению конверсии в целевые действия.

Лид-магнит — это контент или бонус, который пользователю предлагают бесплатно в обмен на его контактные данные. Также иные инструменты, призванные собрать персональные данные для дальнейшей коммуникации с пользователем.

На рис. 9 проиллюстрирована ветвь карты цифровых инструментов «Новые медиа» — канал коммуникации пятого уровня, который включает в себя такие элементы, как онлайн-СМИ: новостные ресурсы, интернет-сообщества, онлайн-журналы, пресс-релизы, User Generated Content (UGC) — материалы о бренде, которые создают люди, не связанные с вузом, и выкладывают в публичный доступ.

Элемент «Социальные сети» подробно представлен на рис. 10 и включает многообразие инструментов маркетинга в социальных сетях (SMM), среди которых можно

выделить видеомаркетинг; сторителлинг — подача контента и смыслов через вовлекающую историю на языке целевой аудитории; подкасты — разговорный формат экспертного контента; ретаргетинг (ремаркетинг) — рекламный механизм, посредством которого онлайн-реклама направляется тем пользователям, которые уже просмотрели рекламируемый продукт, посетив веб-страницу рекламодателя и др.

Скрытый маркетинг — это не инструмент прямой рекламы продукта, а способ ненавязчивого донесения информация о нём до потенциального покупателя, который не подозревает, что стал объектом рекламы. Из рис. 11 видно, что скрытый маркетинг включает в себя ещё ряд инструментов, таких как маркетинг рекомендаций/сарафанное радио, управление репутацией в Интернете (ORM), управление репутацией в поисковых системах (SERM), а также оптимизация под социальные медиа (SMO).

На рис. 12 проиллюстрирована ветвь канала «Десктопный поиск» с дальнейшими ответвлениями инструментов, используемых непосредственно в поисковых системах: перформанс-маркетинг — стратегия продвижения, в которой используется контекстная реклама, баннерная реклама, ретаргетинг, промо-страницы Яндекса (публикации, с которых пользователь попадает на сайт рекламодателя).

Customer Journey Map (CJM) — это метод конструирования пути клиента и его

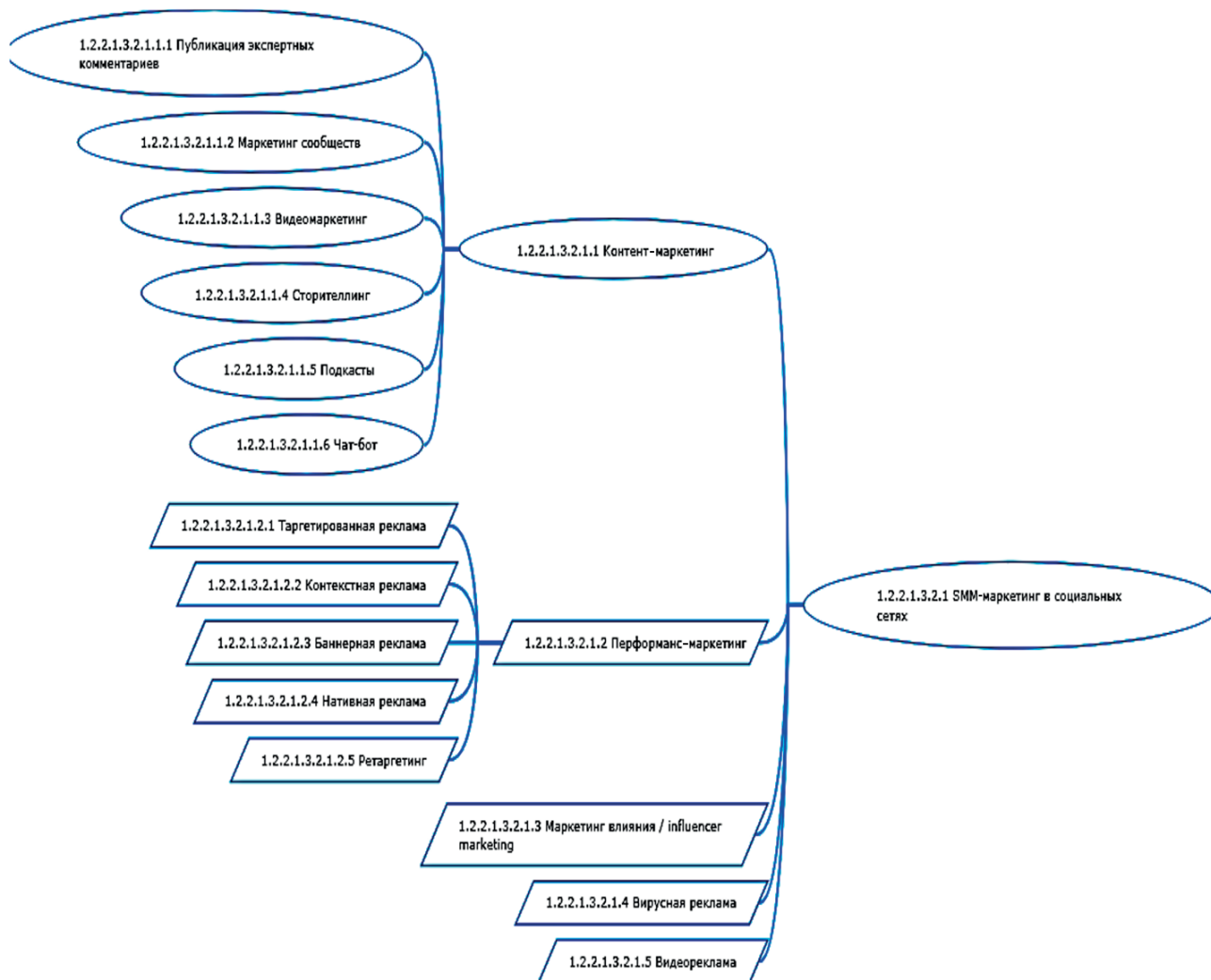


Рис. 10. Структура иерархии инструментов маркетинга в социальных сетях
(на карте цифровых инструментов)

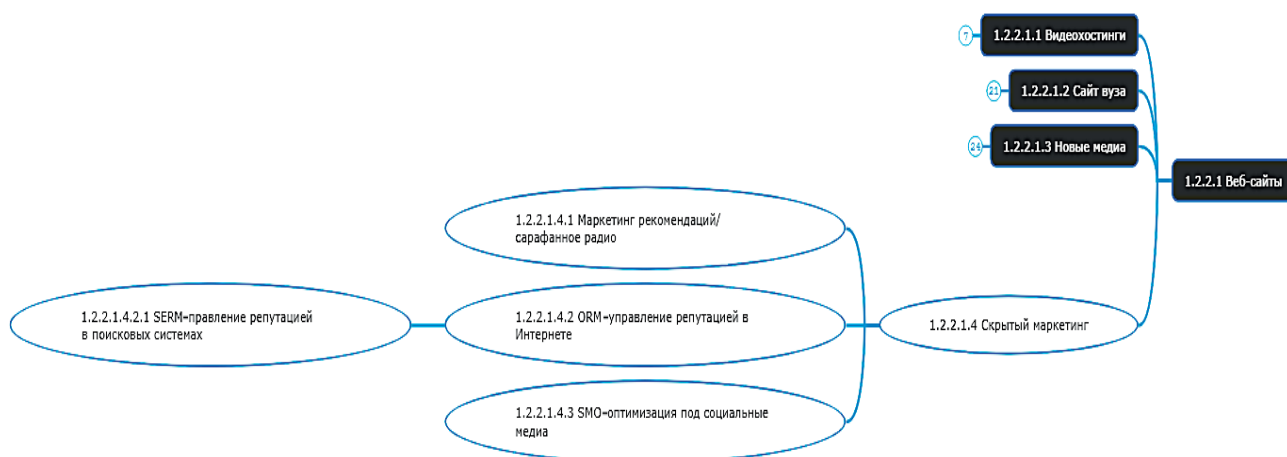


Рис. 11. Инструменты карты цифровых инструментов, входящие непосредственно в канал
«Веб-сайты»

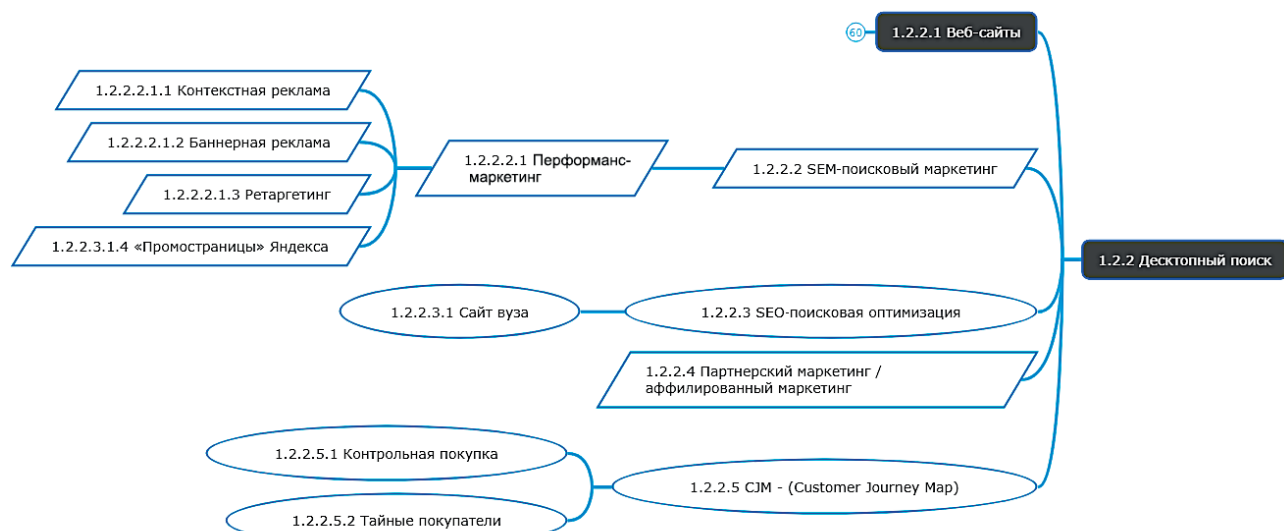


Рис. 12. Инструменты карты диджитал-инструментов, напрямую входящие в канал «Десктопный поиск»

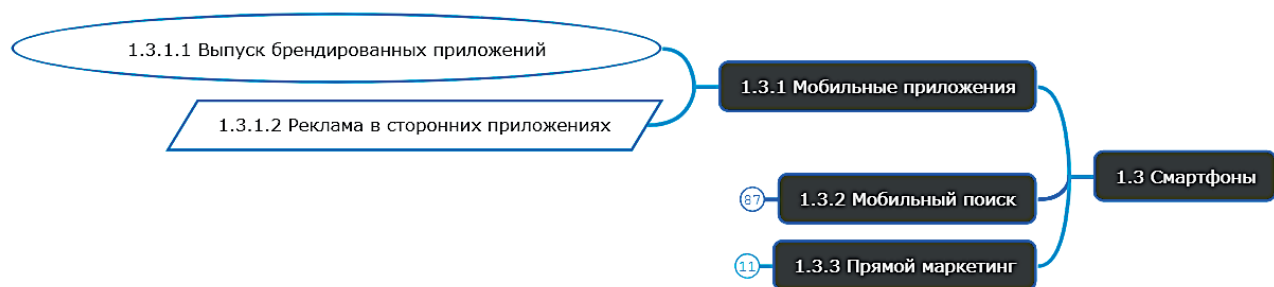


Рис. 13. Ветвь «Смартфоны» карты цифровых инструментов

корректировки до конечной цели — оплаты. Контрольная покупка выступает инструментом контроля качества предоставляемых услуг и товаров, позволяет выявить слабые места продукта. Тайные покупатели выполняют контрольную функцию, помогают корректировать маркетинговую программу и увеличивать конверсию на последних этапах клиентского пути.

Смартфоны — один из общих каналов маркетинговых коммуникаций второго уровня, который был представлен на рис. 1 в виде свёрнутой ветви. Рассмотрим ветвь канала подробнее (рис. 13). Мобильные приложения — канал коммуникации третьего уровня, включает выпуск собственных брендированных профильных и прикладных приложений, качество которых в глазах потребителя является маркером привлекательности вуза по косвенным признакам.

Реклама в сторонних приложениях осуществляется посредством баннеров, видео за вознаграждение (Rewarded Video), видеоролики, которые предлагают пользователям предварительный просмотр приложения перед загрузкой (Playable ads).

Ветвь «Мобильный поиск» аналогична ветви «Десктопный поиск» с той разницей, что контент и взаимодействие пользователя с каналами и инструментами осуществляется с поправкой на формат мобильного устройства.

На рис. 14 представлены инструменты, применяемые в канале «Прямой маркетинг». Он содержит такие элементы, как, например, звонобот — робот для автоматизации звонков, распознающий и генерирующий человеческую речь; заменяет менеджеров на разных задачах. Мессенджер-маркетинг — стратегия, когда бизнес общается с клиентами,

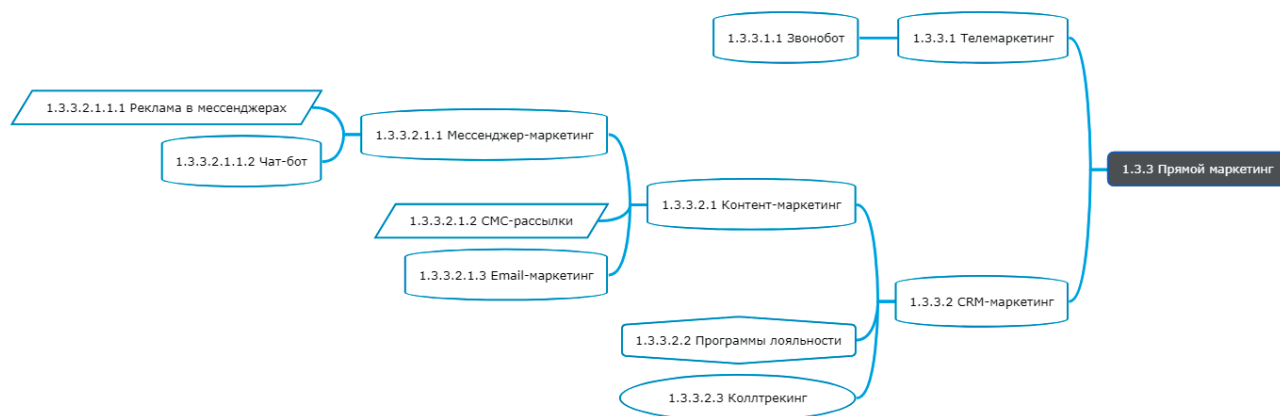


Рис. 14. Инструменты прямого маркетинга карты цифровых инструментов

продвигает и продаёт продукт через мессенджеры. Коллтрекинг — инструмент отслеживания телефонных звонков, оценки рентабельности рекламных каналов и пр.

Таким образом, рассмотрение большей части каналов и инструментов взаимодействия с потенциальными потребителями образовательных услуг позволяет сделать ряд выводов и дать некоторые рекомендации.

Современные реалии требуют многоканального подхода к продвижению вуза и его услуг, эффект от продвижения прямо пропорционален количеству используемых при этом каналов за счёт возможности охвата более широкой аудитории абитуриентов и их референтных групп.

Многообразие форматов, видов, типов контента с постепенным удешевлением его производства позволяет создавать его в больших объёмах и более разнообразным, а также делать его персонализированным до уровня средних социальных групп, а применение инструментов по типу лид-магнитов в связке с CRM-системами даёт возможность создавать и доставлять персонализированный контент точно до субъекта маркетинга в вузе. Подобный подход последние десять лет активно применяется в коммерческих организациях. Ведущие вузы страны уже переняли этот способ коммуникации с целевой аудиторией и подтвердили её эффективность.

Современные абитуриенты и абитуриенты последующих поколений, с раннего возраста имеющие доступ к цифровым устройствам,

лучше реагируют на интересные интерактивные площадки, вовлекающие их в изучение своей визуальной составляющей или самим наполнением. Так, устаревающие сайты с большим объёмом информации на странице и статичным изображением не только не привлекают, а даже отталкивают при изучении и поиске нужной информации. В противовес им сайты с простым и лёгким для восприятия интерфейсом, с выделением самой важной информации или динамичным визуальным наполнением задерживают внимание пользователей на более продолжительное время. Взаимодействие с потенциальными студентами через комментарии, вебинары и личные коммуникации по телефону, в мессенджере, помогает создать более крепкие связи и убедить выбрать конкретный вуз.

Оценка эффективности каждого инструмента и постоянный анализ данных помогут оптимизировать стратегию продвижения услуг образовательной организации и достичь лучших результатов для каждого регионального вуза путем приобретения им собственной идентичности.

Потенциал человеческих ресурсов вузов, в частности, педагогических кадров, не используются в полной мере. Включение преподавателей в маркетинговые коммуникации учебного заведения может значительно повысить их эффективность. Преподаватели могут делиться своими знаниями, исследованиями и опытом, что добавит авторитета учебному заведению и привлечет внимание

студентов и потенциальных абитуриентов. Использование изображений и видео с преподавателями в рекламных материалах поможет показать высокое качество преподавания и престиж факультета, а также создаст более глубокую связь с аудиторией.

Итак, современный подход к маркетингу вузов сложен и не ограничивается посещением школ и агитацией школьников 10 и 11 классов, чтобы они поступали в вуз. Разработанная карта цифровых инструментов продвижения платных образовательных услуг вуза показывает, что в условиях многообразия способов продвижения для большего охвата аудитории и эффективности подхода целесообразна организация на базе вузов полноценного маркетингового отдела для централизованного планирования и проведения непрерывной маркетинговой кампании с участием всех институтов, факультетов и кафедр вуза по привлечению абитуриентов и планомерному повышению имиджа высшего учебного заведения с последующей корректировкой и улучшением реализуемых

маркетинговых мероприятий и накоплением компетентного опыта вуза в деле собственного продвижения.

Библиографический список

1. Более 44 тыс. заявлений подали абитуриенты в МГУ в 2023 году // Российский союз ректоров. URL: <https://rsr-online.ru/news/2023/8/30/bole-44-tys-zayavlenij-podali-abiturienty-v-mgu-v-2023-godu/> (дата обращения: 18.03.2024).
2. Коблева А.Л., Маслова Т.Ф. Маркетинг образовательных услуг: функции, технологии и опыт: учебное пособие. Ставрополь, 2019.
3. Конкурс 2004–2023 гг. и границы баллов на бюджет и контракт // Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова. URL: <https://www.econ.msu.ru/entrance/bachelor/2023/scores/> (дата обращения: 18.03.2024)
4. Кубанский государственный университет. URL: https://kubsu.ru/sites/default/files/insert/page/itogi_priema_v_kubgu_-_2023.pdf (дата обращения: 18.03.2024)
5. Панкрухин А.П. Маркетинг образовательных услуг // Маркетинг в России и за рубежом. 2011. № 7.

УДК 338.57

МОДЕЛИ ЦЕНОВОЙ ДИСКРИМИНАЦИИ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

*М.В. ПРОНИК, студент факультета
экономики и бизнеса, Финансовый
Университет при Правительстве
Российской Федерации, Москва, Россия
e-mail: maria_kirzhaeva@mail.ru*

*К.А. ТРОЩЕНКОВ, студент факультета
экономики и бизнеса, Финансовый
Университет при Правительстве
Российской Федерации, Москва, Россия
e-mail: troshchenkovkirill@mail.ru*

Аннотация

Статья посвящена анализу развития ценовой дискриминации, на основании которого осуществляется прогнозирование дальнейшего ее проявления в эпоху цифровизации. Материалом для исследования стали как научные труды по экономической теории, так и статистические исторические данные с привязкой к тематике работы. Результаты исследований по указанной тематике дадут возможность повышения прибыли и увеличения спроса и предложения товаров и услуг.

Ключевые слова: дискриминация, модели ценовой дискриминации, ценовая дискриминация, экономическая дискриминация.

DOI: 10.31429/2224042X_2024_74_82

Введение

Впервые ценовая дискриминация (далее — «ЦД») как социально-экономическое явление было описано в середине XIX в. французским научным деятелем Жюлем Дюпюи. Однако само появление данного феномена связано с образованием первых рыночных систем — ярмарок и рынков в древних государствах. В ходе эволюции человеческого общества суть ценовой дискриминации, ее понимание и признаки изменились, влияние ЦД стало более масштабным.

Цель данной статьи — изучение явления ценовой дискриминации, его теоретического и практического аспектов (с примерами), выработка умений использования ЦД в различных отраслях экономической деятельности. Проследить возможное развитие ЦД в будущем и научиться применять ее, зная положительные и отрицательные последствия — вот почему именно сегодня данная тема в фокусе

внимания и есть необходимость проведения научных исследований.

Задачи, поставленные в рамках исследования для достижения описанной цели, и последовательность действий следующие:

- обработать информационную базу для определения основы работы и исследования теоретических подходов к моделированию ценовой дискриминации, выделить сущность и особенности, привести примеры моделей ЦД в экономической теории в разное время;
- акцентировать основные этапы эволюции методов и способов применения ЦД;
- определить факторы, оказывающие непосредственно прямое и косвенное влияние изнутри и извне на образование последствий ценовой дискриминации на микро- и макроуровнях;
- изучить все возможные стороны проявления ценовой дискриминации и ее последствия в эпоху цифровизации.

Объект исследования — явление ценовой дискриминации. Предметом исследования выступают причины и последствия, а также функции дискриминирующего ценообразования, которые оно может выполнять на благо общества.

Теоретико-методологической основой и информационной базой исследования являются: труды зарубежных ученых-экономистов XIX–XX вв.: Ж. Дюпюи, Ж.-Б. Сэя, А. С. Пигу, Дж. В. Робинсона, Дж. Р. МакКуллох и др.; документированные факты из истории Российской империи, СССР, новейшей истории мира. При выполнении научного исследования использовались следующие методы: описание, сравнение, аналогия, ретроспективный анализ, обобщение, рассуждение.

Сравнительный анализ теоретических подходов к моделированию ценовой дискриминации

Информационной основой данного исследования в области образования и функционирования ценовой дискриминации являются труды по экономической теории, достижения науки за всю историю ее развития и практический опыт современности. В вопросе изучения явления ЦД у каждого ученого, труды которого были взяты за основу, подходы и методы исследования, как и видение самого вопроса, были свои. Чтобы углубиться в тематику данной работы, рассмотрим каждый из основополагающих трудов.

Еще в начале XIX в. Джон Рамсей МакКуллох высказал мнение о взаимосвязи ценности продукта — общего именованного товаров и услуг — и его полезности. По словам шотландского профессора политической экономики, понятие «ценность» употребляемо для обозначения и меновой ценности продукта, и его полезности — ценных свойств, определенным образом удовлетворяющих потребности или способствующих благополучию потребителя.

Суть явления ценовой дискриминации определяется понятиями «ценность» и «полезность», описанными в трудах представителя французской экономической мысли Жана-Батиста Сэя. В своей работе [15] ученый трактует ценность продукта как меру полезности, которую этот продукт приносит потребителю, а значит, как меру цены и стоимости, и для всех потребителей эта ценность разная. В свою очередь, полезность описывается как основа ценности — спроса на продукт. Исходя из этих постулатов, цена становится соразмерной полезности для потребителя, и насильно заданная цена на продукт будет ограничивать его полезность для потребителей.

Основоположником экономических исследований в области неравенства ценообразования для различных слоев населения является Жюль Дюпюи, в 1844 г. выпустивший в свет статью [2], ставшую точкой отсчета в изучении явления ценового торгового неравенства. В своем труде французский экономист дал самую первую формулировку сущности ценовой

дискриминации, ее проявления в обществе того времени, исходя из понятия полезности продукта для отдельного потребителя: каждый раз, когда происходит купля-продажа, в первую очередь потребитель приобретает полезность, содержащуюся в продукте, а не сам продукт. Такого рода полезность разнится как для одного и того же потребителя в разных продуктах, так и в одном продукте для разных потребителей, и в объемах этого потребляемого продукта. Полезность — эквивалентная мера естественной ценности от меновой ценности для потребителя, а потому наличие фиксированной негибкой цены на продукт лишает потребителей с отклоняющейся от средней величины полезности возможностью потребить этот продукт, а значит, это становится потерей для продавца, так как слишком малая часть продаваемого продукта была бы оплачена.

Впервые само понятие ценовой дискриминации в том виде, в котором оно дошло до наших дней, ввел и сформулировал Артур Сесиль Пигу в своей научной работе 1920 г. [8]. В основу своей теории деятель положил разработки своих предшественников в этой области экономической теории (Ж. Дюпюи, Ж.-Б. Сэя и Д. Ларднера), развил их идеи до самостоятельного направления экономических исследований. В своем труде представитель кембриджской неоклассической школы детально описал и выделил три вида ценовой дискриминации: дискриминация по объему покупки, дискриминация по зависимости от потребителей и так называемая индивидуальная дискриминация (более подробно они будут раскрыты нами далее).

Расширила и усовершенствовала терминологию ценовой дискриминации первого рода представитель посткейнсианского направления в экономической науке Джоан Вайолет Робинсон в своем трактате 1933 г. [13]. Она ввела в научный оборот термин «совершенная основная дискриминация», подробнейшим образом конкретизировала ее особенности, признаки и последствия для экономики государства.

Из всех указанных публикаций можно взять выдержки, которые и будут теоретической

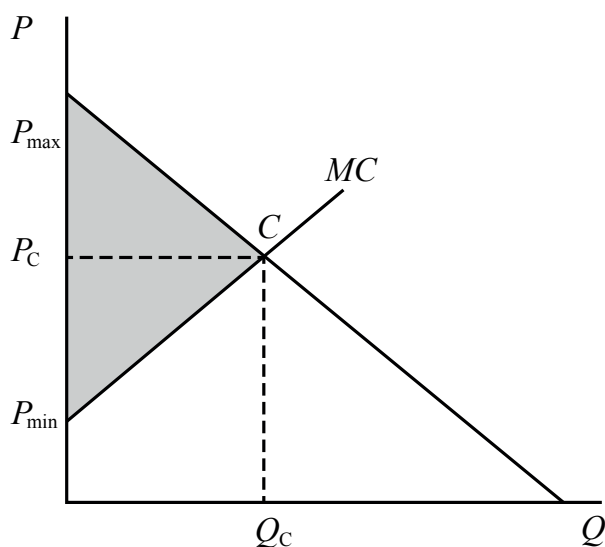


Рис. 1. Ценовая дискриминация первого рода:

P_{\max} — максимальная установленная цена на товар;
 P_{\min} — минимальная установленная цена на товар;
 C — точка пересечения P_c (средней цены) и Q_c (объема товара, проданного по цене P_c); MC — предельные издержки продавца.

Составлен авторами [6, 14]

основой исследования: максимизация выручки путем ценовой дискриминации — беспринципный экономический расчет, торговая игра со слоями населения с различной эластичностью спроса и способностью к потреблению. Цель подобной игры проста и неизменна: склонить потребителя платить за предоставленный продукт не его истинную цену, а ту, в которую сам покупатель определяет для этого продукта.

Различают три степени (рода) ценовой дискриминации. Рассмотрим каждый более подробно на практических примерах.

1. *Ценовая дискриминация первой степени (или совершенное ценообразование)* представляет собой таргетирование платежеспособности потребителей продукта. Персонализированное ценообразование происходит, когда продавец устанавливает индивидуальную цену для каждого потребителя отдельно, т.е. максимально возможную, которую готов заплатить покупатель. В некоторых изданиях такую политику называют ценовой дискриминацией по доходам покупателя, или индивидуальной дискриминацией.

Совершенное ценовое неравенство (рис. 1) подразумевает осведомленность производителя всеми возможными кривыми спроса каждого потребителя, что означает обладание монополиста всем потребительским излишком. Когда продавец выбирает использование ценовой дискриминации первой степени для повышения уровня заработка, он продает продукцию по максимальной цене ее спроса для отдельного покупателя и получает прибыль в пределах от наименьшей до наибольшей цены продукции (на графике прибыль продавца будет составлять площадь треугольника $P_{\max}CP_{\min}$).

Приведем примеры ценовой дискриминации первого рода.

1.1. *Ценообразование на местных базарах и ярмарках.* Зачастую на торгах подобного вида цена на продукт изначально завышена, но не фиксирована, а потому для каждого заинтересованного потребителя она может поменять свое значение на необходимое. В большинстве случаев на местных рынках цена зависит от данных самого покупателя — национальности, возраста, пола или внешних данных. К примеру, по статистике цены для немцев выше в Турции на 30%, а для молодых пар на 10–15%. Если же покупателем является молодая женщина, пришедшая одна, то цена будет ниже на 10–15%, для пожилого человека скидка может достигать до 20% [17]. Такой метод ценовой дискриминации позволяет охватить как можно большее количество потребителей для продавца с маленьким масштабом продаж, для которого каждый покупатель играет важную роль в образовании прибыли.

1.2. *Совершенная ценовая дискриминация.* Тот случай, когда покупатели — малый, ограниченный круг лиц, а потому примером такого рода ценообразования являются аукционы, на которых потребители самостоятельно назначают индивидуальную предельную стоимость продукта. С 5 по 18 марта 2007 г. на аукционе «Christies» была выставлена картина русского живописца Василия Верещагина «Стена Соломона» [1]. Конечная стоимость полотна составляла 3,624 млн дол., тогда как изначально цена картины составляла 3 млн дол. На данном

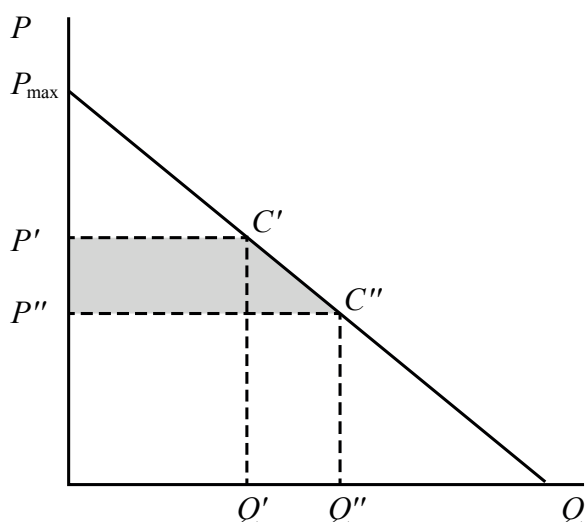


Рис. 1. Ценовая дискриминация второго рода.
Составлен авторами [6, 14]

примере отчетливо видно, как один и тот же продукт может быть продан потребителям по совершенно разной цене, это и есть проявление феномена ценовой дискриминации.

2. *Ценовая дискриминация второй степени (нелинейное ценообразование)* представляет собой таргетирование объемов потребления продукции. Ценообразование данного рода происходит в зависимости от объема приобретаемой продукции или в тех случаях, когда для повышения потребляемости продукта покупателю предоставляется скидка по самоотбору либо возможность участия в маркетинговой схеме (акции, розыгрыши, лотереи и т.д.). В некоторых изданиях такую политику называют ценовой дискриминацией в зависимости от объемов потребления. Продавец, используя данный тип ЦД, получает свою дополнительную прибыль за оптовую продажу, связанные продажи двух взаимодополняемых товаров и/или за временную тарификацию цен на продукцию (скидки, акции, распродажи и т.д.).

Когда продавец выбирает использование ценовой дискриминации второй степени (рис. 1) для повышения уровня заработка, весь объем продаваемого продукта группируется в определенные партии (на графике — партии $P'C'$, $P''C''$), для каждой из которых устанавливаются свои уровни цен P и объем продукта Q . В таком случае покупатель по принципу

самостоятельного отбора сам выбирает приемлемый для него тариф и производит покупку продукции согласно своему тарифу, тогда как продавец получает прибыль в пределах от наименьшего до наибольшего по цене тарифов (на графике — трапеция $P'C'C''P''$).

Далее приведены примеры ценовой дискриминации второго рода.

2.1. Продажа продукции в составе наборов или оптом — один из случаев ЦД по объему. Примером может служить продажа пакетов программ Microsoft Office: в пакет входит стандартно 7 программ компании «Microsoft», и пакет является намного более выгодной покупкой чем приобретение отдельных программ. И даже в случае, если пользователю необходимы только 5 программ из 7 и он никогда не воспользуется 2 программами из пакета, в большинстве случаев будет принято решение купить пакет программ, так как это выгоднее. Подобный маркетинговый ход покрывает издержки компании на обслуживание всех программ, причем учитывая тот факт, что какой-то из 7 программ может не пользоваться ни один из потребителей, а для потребителя стоимость пакета перераспределяется как стоимость используемых им программ, это все еще рациональный и выгодный вариант [7].

2.2. ЦД второго рода — это те случаи, когда происходит самоотбор среди потребителей в группы для получения скидок или участия в акциях компаний. Так, с 17 по 19 марта и со 2 по 7 ноября 2017 г. сеть ювелирных магазинов «Санлайт» запускала акцию: покупатели могли прийти в красной одежде или с красным аксессуаром и получить скидку 20% на весь ассортимент. Компания предоставила потребителям возможность самим сегментировать на группы участвующих в акции для получения сниженной цены, тем самым привлекая дополнительный поток покупателей из разных социальных групп и получая повышенную прибыль.

2.3. Кэшбек по карте системы «Мир» с 3 марта по 3 июня 2024 г. при покупке билетов на матчи российских спортивных сборных [12]. Участник акции получает возврат денежных средств в размере 50% от первой

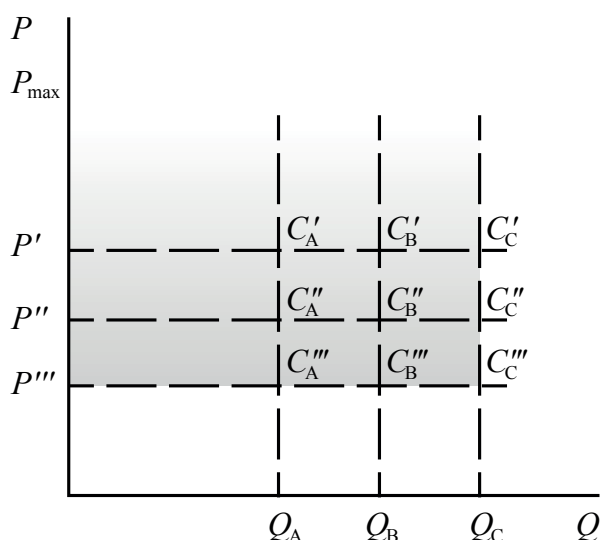


Рис. 3. Ценовая дискриминация третьего рода.
Составлен авторами [6, 14]

покупки и 30% от последующих приобретений. Целью данной акции является стимулирование потребителя к активному использованию карты «Мир» при оплате указанных продуктов, а потребители получают, в свою очередь, сниженную цену на билеты за участие в акционной программе.

3. *Ценовая дискриминация третьей степени (сегментируемое ценообразование)* представляет собой таргетирование спроса, когда на основе сегментации рынка и выделения некоторого количества групп потребителей происходит назначение цены для каждой из групп в отдельности: меньшая цена для менее обеспеченной и большая для более обеспеченной категорий покупателей, притом вне зависимости от объема/времени и иных условий покупки. В некоторых изданиях такую политику называют ценовой дискриминацией в зависимости от эластичности спроса потребителя.

Когда продавец выбирает использование ценовой дискриминации третьей степени (рис. 1.3) для повышения уровня выручки, весь рынок потребителей разделяется на небольшие сегменты (на графике — сегменты $P'/P''/P'''$), каждый из которых имеет свой уровень эластичности спроса и возможность потребления продукта, в зависимости от чего

устанавливаются цены и объем продукта для каждой группы потребителей ($P'/P''/P'''$ и $Q_A/Q_B/Q_C$ соответственно), что позволяет продавцу охватить большее количество спроса и за счет этого получить большую прибыль (на графике — область вверх от минимальной $P'''C'''$).

Далее приведены примеры ценовой дискриминации третьего рода.

3.1. Сегментация покупателей на отечественных и зарубежных явно прослеживается при покупке билетов на экскурсии в Петергоф в 2024 г. [18] (см. таблицу).

Цены на экскурсионные билеты в Петергоф на 3 апреля 2024 г.

Категория	Цена, р. на 1 человека
Взрослые иностранные граждане	1200,00
Взрослые граждане РФ и ЕАЭС	600,00
Налоговые резиденты РФ и аккредитованные в РФ	600,00
Учащиеся от 14 до 18 лет (РФ и ЕАЭС)	450,00

Для взрослых иностранных граждан, желающих посетить экскурсию в Петергоф, билет будет стоить ровно в 2 раза больше, чем для взрослого гражданина РФ или стран ЕАЭС, что является ценообразованием третьей степени по признаку потребителя.

3.2. В г. Москве в системе льготного проезда на общественном транспорте действует специальное предложение для школьников, студентов, лиц с ограниченными возможностями и пожилых людей — «социальная карта москвича», дающая право на покупку проездного на 30 и 90 дней по сниженной цене [9]. Существование подобного рода льгот является ярким примером того, как ЦД может приносить пользу не только частным предприятиям, но и государству в целом.

3.3. Кредитование по сниженной процентной ставке лиц пенсионного возраста в банке «ВТБ» [10]: ставка составляет 0% в первый месяц и 4,4% в последующие месяцы. В данном примере ценовая дискриминация

позволяет банковским структурам привлечь большее количество прибыли и клиентов за счет потребителей из пенсионной социальной группы с высокой эластичностью спроса.

3.4. Кэшбек по карте системы «Мир» для молодежи до 25 лет на магазины партнеров с 20 марта по 30 апреля 2024 г. [11]. Денежное поощрение до 1000 р. по этой программе могут получить лица до 25 лет при подтверждении возраста (предъявлении паспорта). Таким образом, платежная система «Мир» привлекает новых клиентов и повышает количество платежных операций по карте «Мир», убеждая потребителей в ее надежности и полезности.

Несмотря на негативное восприятие термина «дискриминация» в современном обществе, ценовая дискриминация является полезной как для потребителей и производителей продуктов, так и для государства в целом: каждый из субъектов экономических отношений получает вследствие ЦД свою выгоду: частные потребители получают возможность приобрести необходимый для них продукт по цене полезности этого продукта, потребители увеличивают количество продаж через понижение цен для сегментированных групп населения, государство использует феномен ценовой дискриминации для обеспечения достойного уровня жизни населения и улучшения возможностей развития экономики государства. Примером положительного влияния ценовой дискриминации на ситуацию на рынке в государстве на микроуровне может послужить политика платежной системы «Visa». С 1 февраля 2022 г. компания ввела льготные тарифы на обслуживание продаж для крупных маркетплейсов. Если годовые транзакции площадки будут от 25 млрд до 150 млрд р., комиссия будет составлять всего 1,4% при оплате через Apple Pay, Samsung Pay другие системы быстрого платежа, при оплате с вводом данных карты потребителя — 1,5%. При сумме годовых транзакций площадки свыше 150 млрд р. комиссия составит 1,2% и 1,3% соответственно [5]. Таким образом, компания стимулирует потребителей своих услуг к повсеместному использованию именно ее платежной системы, что повысит доходы

компаний в несколько десятков раз. В свою очередь, компании, использующие данные льготные тарифы, смогут сэкономить средства для развития своего бизнеса и увеличения количества продаж, что приведет к еще большей прибыли для обеих сторон.

Исходя из всех описанных исторических фактов экономической деятельности, отметим, что ценовая дискриминация может иметь как негативные, так и позитивные последствия для экономической системы государств и отдельных компаний. Рациональное использование методов ценовой дискриминации и качественный контроль позволят как фирмам, так и государственному сектору выйти на новый уровень доходов, что в масштабе государства постепенно приведет к всеобщему благополучию и повышению качества жизни в стране.

Для более подробного анализа последствий влияния ценовой дискриминации на различные сферы экономической деятельности рассмотрим примеры проявления ЦД на макроуровне (из истории Европы в XVI в. и Российской империи в конце XIX в.) и микроуровне (из новейшей истории Российской Федерации).

Эволюция методов и способов применения ценовой дискриминации сквозь призму времени: оценка последствий

Одним из примеров ценовой дискриминации в Средние века является продажа соли в Европе. В те времена соль была необходима не только для приготовления пищи, она использовалась в медицине, консервировании продуктов, а также для очистки тканей и кожи. Продажа соли велась по разным ценам в зависимости от того, где она была произведена и кем была продана. Например, соль, произведенная на соляных заводах, стоила дороже, чем соль, добытая вручную на берегу моря. Также цена на соль зависела от того, кто ее продавал: церковь, государство или частные торговцы. Причиной такой ценовой дискриминации были ограниченные ресурсы и высокий спрос на соль. Государства старались контролировать производство и продажу соли, чтобы получить максимальную

прибыль и обеспечить свою экономическую стабильность. Частные торговцы, в свою очередь, стремились купить соль по самой низкой цене, чтобы продать ее с прибылью. Бедные люди не могли позволить себе купить дорогую соль, что могло привести к недостатку важных минералов в организме и заболеваниям. Также ценовая дискриминация на соль могла привести к социальным конфликтам и бунтам, как это произошло во Франции в 1549 г., когда народ выступил против повышения цен на соль. В целом ценовая дискриминация на соль в Средние века была одним из факторов, который усугублял социальное и экономическое неравенство в обществе. Впоследствии такая практика оказалась под запретом, и соль продавалась по единой цене за аналогичный продукт для всех покупателей.

Ценовая дискриминация существует там, где есть свободная торговля, а потому это явление формировалось и в России. Одним из примеров ценовой дискриминации на макроуровне в Российской империи был связан с продажей алкоголя. Еще задолго до введения акцизов в 1767 г. повсеместно были введены откупы, которые являлись своеобразным налоговым бременем для производителей и продавцов алкогольной продукции. Выплата откупа государству означала приобретение некой лицензии, которую нужно было возобновлять новым откупом. У политики откупов не было сформировано общего стандарта оплаты и стоимости, а потому ближе к концу XIX в. опубликован указ, по которому устанавливались неодинаковые акцизные взимания с питейных мест и разные цены на алкоголь для различных социальных групп населения. Более высокие цены были установлены для бедных слоев населения, таких как крестьяне и рабочие, а более низкие цены — для более обеспеченных слоев (дворян и купцов). Причиной такой ценовой дискриминации была экономическая политика правительства, которое стремилось увеличить доходы от продажи алкоголя и одновременно ограничить его потребление среди бедных слоев населения. Правительство считало, что обеспеченные слои населения могут употреблять алкоголь более ответственно

и не станут нарушать общественный порядок. Однако такая ценовая дискриминация привела к негативным последствиям. Бедное население стало покупать алкоголь у нелегальных продавцов, что привело к распространению контрабанды и криминальных группировок. Кроме того, высокие цены на алкоголь усугубляли бедность и социальную напряженность в обществе. В итоге правительство Российской империи было вынуждено отменить ценовую дискриминацию на алкоголь к 1896 г. рядом указов, в числе которых «Свод уставов об акцизных сборах» и питейная реформа «Винная монополия» С. Ю. Витте [4].

Одним из более поздних, но и более явных примеров может служить ситуация с тяжелой промышленностью в Российской империи. В период правления Николая I началось активное строительство железнодорожных узлов. Однако вся элита того времени и окружение императора были настроены категорически против строительства железных дорог, так как их использование означало демократизацию: и интеллигенция, и буржуазия, и дворяне, и простой люд перемещались бы по одной и той же дороге в одних и тех же вагонах. По этой причине строительство дорог было очень медленным, пока поражение в Крымской войне в 1855 г. не доказало необходимость строительства железнодорожных узлов.

Выделяемого государством бюджета не хватало для строительства всех необходимых путей, а потому государство проводило активную политику для привлечения средств как отечественных инвесторов, как и иностранных. Тем, кто вкладывался в строительство частных железных дорог, полагалось 5% на вложенный частный капитал [16]. Таким образом в Российской империи к 1870 г. из всех железных дорог 93% составляли частные участки, которые конкурировали между собой и устанавливали собственные тарифы за перевоз груза. На тот момент существовало 3 элемента тарифной оплаты: плата взималась за эксплуатацию самого участка рельсовых путей, за пользование подвижным составом поезда и за транспортировку самого товара. В этом и начала проявляться

ценовая дискриминация: все компании грузоперевозок выполняли одну и ту же работу, но получали совершенно разный доход. Потребители же услуги грузоперевозки теряли львиную долю прибыли, так как издержки на оплату тарифов на разных частях железнодорожных путей отнимали большую часть выручки. Торговля между регионами государства начала затормаживаться, поскольку стала невыгодной, а сами компании грузоперевозок по железнодорожным путям оказались на грани банкротства.

Для решения возникшей проблемы в 1889 г. государство приняло на себя полное руководство действиями компаний по установлению тарифов с целью защиты интересов населения, промышленности, торговли и казны. Были установлены нормы единого тарифа по себестоимости (но с разными величинами для разных грузов по направлениям) на всей протяженности железной дороги. В данном примере четко прослеживается негативное последствие ЦД как для потребителя, большая часть прибыли которого шла на оплату перевозки своего груза, так и для продавца, что вылилось в резкое падение спроса на грузоперевозки по железнодорожным путям вследствие их невыгодности. ЦД стала позитивной стороной лишь после государственного вмешательства, что свидетельствует о важности государственного контроля в политике ЦД на законодательном уровне.

Самым первым примером ЦД в Европе считается публикация в 1845 г. Британских Железнодорожных статей «Консолидационного акта» [19], по которому компаниям грузоперевозки запрещалось выдавать одному покупателю услуги больший чек на оплату транспортировки груза, чем другому за такую же оказанную услугу. В том же документе указывалось, что экономической дискриминацией будет являться распространенная в те времена практика отказа владельца или хостеса гостиницы предоставить комнату посетителю в надежде сдать эту комнату дороже другому постояльцу. В те времена само понятие ценовой, или экономической, дискриминации означало неоправданную разницу в стоимости продукта

для разных лиц, покупающих данный продукт. Подобного рода законы в Средние века применялись для профилактики вероятного предвзятого отношения к католикам и евреям.

Таким образом, ценовая дискриминация на макроуровне способна стать причиной не только экономического и социального упадка государства, но и гибели целой отрасли промышленности. Поначалу ценовая дискриминация на внутреннем рынке государства применялась исключительно в интересах продавца, что и стало причиной негативных последствий. Оказавшись объектом государственного регулирования, отрицательный эффект ЦД сменился для всех субъектов экономических отношений на позитивный.

К началу XX в. явление ценовой дискриминации стало включать предвзятость или создание заведомо неравных условий в отношении компаний-конкурентов или частных лиц. Первой мерой, принятой в США, чтобы обезопасить общий рынок от захвата крупной компанией и не допустить возможность недобросовестной и противозаконной конкуренции среди компаний, был «Антимонопольный закон Шермана» [20], подписанный и вступивший в силу в 1890 г. Необходимость принятия данного закона можно объяснить тем, что такие компании, как «Американский железнодорожный союз» и «Standard Oil», монополизировали отдельные отрасли торговли, не давая новым компаниям-конкурентам выйти на рынки этих отраслей и завышая цены на продукты для потребителей.

Вводимое данным законом строгое регулирование экономической деятельности открыло дорогу для новых, усовершенствованных и также необходимых законов, к примеру, «Антимонопольного Закона Клейтона» 1914 г. [3]. В целях сохранения конкурентоспособности рынков законы предусматривали не только административное, но и уголовное наказание: штрафы могли достигать 1 000 000 дол. США по тому курсу для физических и 100 000 000 дол. США по тому курсу для юридических лиц, а тюремное наказание назначалось до 10 лет лишения свободы.

Для устранения и профилактики недобросовестной конкуренции и предотвращения образований предприятий-монополистов в Соединенных Штатах в 1936 г. был принят «Закон Робинсона – Патмана», согласно которому был введен запрет в межгосударственной торговле на аккредитование различий в цене между потребителями аналогичных продуктов. Представленные законы антимонопольной политики органично вписываются в антидискриминационную политику внутреннего рынка, способствуя регулированию нормативно-правовыми актами проводимой ценовой дискриминации в рамках выгоды не только для продавца продукта, но и для его потребителя, что способствует регулированию и формированию мотивации спроса на продукт в нужном для государственной экономики ключе.

Из крупных компаний, обвинявшихся в нарушении «Закона Шермана», можно назвать Google, Microsoft и Apple, к ним были поданы иски за проводимую политику и стремление к монополизации. Компания Victoria's Secret также участвовала в судебных тяжбах после того, как в 1996 г. общественность узнала о рассылке данной компанией каталогов продукции своим клиентам с различными прайсами. Компания выиграла судебный процесс, аргументировав свои действия «стратегией гибких цен», что по законодательству не является правонарушением. В свою очередь, торговая площадка Amazon в 2000 г. столкнулась с волной критики со стороны недовольных покупателей, когда на веб-странице маркет-плейса, заходя с разных устройств, фиксировали различные цены за один и тот же товар: таким образом на их официальном портале проходило тестирование политики «динамичного ценообразования». Предотвратить подобные действия со стороны олигопольных фирм и компаний может законодательство и влияние большой массы основных потребителей их продуктов, так как именно от спроса и желания потреблять зависит прибыль данных предприятий.

В век цифровых технологий, достижений в области нанопрограммирования

и включения в процесс торговли искусственного интеллекта AI купля-продажа в большей степени перешла в сети интернет-магазинов. Большинство крупнейших сетей магазинов и гипермаркетов давно перешли на онлайн-продажи, а производители, размещающие свои продукты на страницах интернет-магазинов, получают в десятки раз большую прибыль, чем ту, что могли бы получить, открой они офлайн-магазин.

Почему цифровая торговля так выгодна для компаний в наши дни? Дело в том, что торговля в сети Интернет позволяет фирме охватить больший круг потребителей, не только в ближайшем регионе, но и на другом конце континента. Компания получает возможность самой контролировать ценообразование на свой продукт. Издержки на производство, хранение и сбыт продукта снижаются: в интернет-пространстве нет необходимости арендовать помещение, для работы на сайте потребуются не так много квалифицированных специалистов, а на саму торговлю уходит меньше времени, ведь большая часть процесса купли-продажи в Интернете автоматизирована. Эти условия еще больше располагают к использованию политики ценовой дискриминации в торговле, что обуславливает выгоду не только производителя, но и потребителя.

Акции, скидки при оптовом приобретении продукта, льготные цены, аукционы и временное снижение цен «для тех, кто успел», — все разновидности ценовой дискриминации стимулируют потребителя покупать больше и больше, экономя средства по сравнению с аналогичными закупками в офлайн-магазинах. А поиск максимально удовлетворяющего потребности покупателя продукта становится все проще и быстрее с появлением таргетированной рекламы. Повсеместно в интернет-сети с предварительного разрешения потребителя идет сбор и поиск информации о его предпочтениях, ведется анализ его покупательной способности, состояния эластичности спроса, чтобы в нужный момент применить ЦД и спровоцировать приобрести продукт. Карты лояльности и программы накопления кэшбека популяризированы для

сбора данных о торговых предпочтениях каждого покупателя, а веб-сайт способен за один клик перестроиться под обновленные потребности. К тому же подстроиться под потребителя может не только продукт, но и цена на него: отслеживание финансовой активности при использовании банковских карт поможет продавцу рассчитать покупательную способность человека в данный момент и его понимание полезности и ценности продукта, а значит предложить актуальную для покупателя цену. Объемы покупки, предыдущие покупки, существуют сотни методов анализа данных о потребителях для построения наиболее качественной и рациональной персональной политики ЦД. В офлайн-продаже все перечисленные схемы стали бы источниками дополнительных издержек как временных, так и материальных, однако с появлением электронной коммерции эта проблема ушла в историю.

Ценовая дискриминация недавно начала проникать в интернет-пространство, но уже сейчас явление ЦД выходит на новый виток своего развития, и возможно уже в ближайшее время человечество откроет для себя новейший этап развития ценовой дискриминации — персонализированное ценообразование. Такой вид ЦД будет наиболее легитимным и доступным, так как каждый потребитель продукта сможет приобрести его вне зависимости от своих возможностей.

Заключение

При анализе приведенных примеров развития ценовой дискриминации с течением времени можно выявить следующие внутренние и внешние факторы, воздействующие на образование и распространение ценовой дискриминации на рынке продукта.

К внешним факторам, влияющим на формирование политики ценовой дискриминации, относятся:

- монополизированность рынка: чем большее влияние имеет компания на рынок (являясь монополией), тем успешнее она сможет провести политику ЦД;
- уровень контроля государственной власти за экономической деятельностью на внутреннем рынке: чем выше уровень контроля

государством рынка, тем более регулируемыми будут принимаемые законы и строже ответственность за их нарушение;

- разнородность социальных групп населения: чем больше социальное неравенство и чем больше классов можно выделить в обществе потребителей продукта, тем легче проводить политику ЦД;

- изменения в потребительском поведении: чем более нестабилен потребительский спрос, и чем более он эластичен, тем чаще компания будет применять ЦД для удержания клиентов и увеличения продаж;

- конкуренция: чем меньше альтернативных предложений аналогичного продукта или его заменителей, тем больше влияние компании как единственного поставщика продукта и тем успешнее проводимая политика ЦД.

К внутренним факторам, влияющим на формирование политики ценовой дискриминации, относятся:

- стоимость производства: чем выше себестоимость предлагаемого к потреблению продукта, тем маловозможнее политика ЦД;

- инновации и технологии: способствуют снижению себестоимости продукта для производителя, что поможет расширить допускаемые границы ЦД;

- бренд и имидж компании: чем более известна компания, тем больше шанс стать монополистом отрасли, что является путем к успешному ведению политики ЦД.

Если при ведении политики ценовой дискриминации компания будет учитывать указанные факторы, при успешном использовании полученных данных компания получит возможность минимизировать или вовсе предотвратить упущенную прибыль от повышенных продаж продукта различным слоям населения.

Подводя итоги данного научного исследования, стоит отметить, что реализация политики неравномерного ценообразования зависит от компаний в частности, от проводимой государством политики в общем на экономическом рынке. В наши дни в Российской Федерации повсеместно успешно применяются методы ценовой дискриминации на различных

уровнях экономических отношений, вследствие чего актуальным направлением развития для России может быть в том числе принятие дополнительных нормативно-правовых актов, регулирующих ценообразование путем ценовой дискриминации для повышения товарооборота на внутреннем рынке государства.

Список литературы

1. *Верещагин В. В.* (1842–1904) Стена Соломона, холст, масло, 78½ × 59½ дюйма (199,4 см × 151,8 см). URL: <https://www.christies.com/lot/lot-4886997> (дата обращения: 03.04.2024).
2. *Дююи Ж.* О мере полезности гражданских сооружений // *Annales des ponts et chaussées*. Т. 8I, 2 serie. P. 332–375.
3. *Константинов В. В.* Становление и развитие антимонопольного регулирования в США и России // *Современные инновации*. 2018. №2 (24). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/stanovlenie-i-razvitie-antimonopolnogo-regulirovaniya-v-ssha-i-rossii>. (дата обращения: 03.04.2024).
4. *Мингазов С.* Visa ввела льготные комиссии за прием карт в крупнейших онлайн-магазинах. URL: <https://www.forbes.ru/finansy/445759-visa-vvela-l-gotnye-komissii-za-priem-kart-v-krupnejshih-onlajn-magazinah>. (дата обращения: 03.04.2024).
5. *Мухамедина Ш.* Акцизы и винная монополия в Российской империи // *Финансы и кредит*. 2009. №37 (373). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktsizy-i-vinnaya-monopoliya-v-rossijskoj-imperii> (дата обращения: 03.04.2024).
6. *Николаев В. А.* Ценовая дискриминация // *Справочник экономиста*. 2012. №5 (107).
7. Официальный сайт компании «Microsoft». URL: <https://www.microsoft.com/ru-ru> (дата обращения: 03.04.2024).
8. *Пигу А.С.* Экономическая теория благосостояния: пер. с англ. М.: Прогресс, 1985. Т. 1. URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01001227246> (дата обращения: 03.04.2024).
9. Правила использования социальной карты москвича // Официальный портал мэра Москвы. URL: <https://www.mos.ru/karta-moskvicha/> (дата обращения: 03.04.2024).
10. Правила получения льготного кредитования для пенсионеров // Официальный сайт банковской организации ПАО «Банк ВТБ» — URL: <https://www.vtb.ru/personal/kredit/pensioneram/> (дата обращения: 03.04.2024).
11. Правила проведения акции оператора «Активируй свой “Мир” в рамках Программы лояльности АО “НСПК”». URL: <https://privetmir.ru/upload/docs/rules-young.pdf> (дата обращения: 03.04.2024).
12. Правила проведения акции оператора «Добро пожаловать в мир футбола» в рамках Программы лояльности АО “НСПК”». URL: https://privetmir.ru/sports/football/assets/docs/Rules_rpl.pdf (дата обращения: 03.04.2024).
13. *Робинсон Дж. В.* Экономическая теория несовершенной конкуренции: пер. с англ. М.: Прогресс, 1986. URL: <https://viewer.rsl.ru/ru/rsl01001306108?page=1&rotate=0&theme=white> (дата обращения: 03.04.2024).
14. *Савицкая Е. В.* Курс лекций по микроэкономике. М., 2002. URL: https://mipt.ru/dasr/forstudents/study/study/2course/f_3lqv94/f_3lr0b3/ (дата обращения: 03.04.2024).
15. *Сэй Ж. Б.* Трактат политической экономии: пер. Е. Н. Каменецкой. М., 1896. URL: <https://viewer.rsl.ru/ru/rsl01003640172?page=1&rotate=0&theme=white> (дата обращения: 03.04.2024).
16. *Хусаинов Ф.* Ценовая дискриминация в системе железнодорожных грузовых тарифов: теория и практика. URL: https://www.youtube.com/watch?v=W_Mgi2AhHu8. (дата обращения: 03.04.2024).
17. *Шерементьева А. С.* Ценовая дискриминация: виды и примеры // Образовательная платформа Электронная библиотека БГУ. URL: <https://elbib.bsu.by/handle/123456789/54030> (дата обращения: 03.04.2024).
18. Экспозиция «нижний парк», Петергоф. Расценки на билеты экскурсии на 03.04.2024. URL: <https://tickets.peterhofmuseum.ru/event/4046EDDBB29D414AFC8389375F56BD13A3691222/2024-04-03>. (дата обращения: 03.04.2024).
19. Экономическая дискриминация // Официальный сайт информационной системы ВикибриФ. URL: https://ru.wikibrief.org/wiki/Economic_discrimination (дата обращения: 03.04.2024).
20. *Kenton W.* Sherman Antitrust Act: Definition, History, and What It Does — Текст : электронный. URL: https://translated.turbopages.org/proxy_u/en-ru.ru.fb242fb3-64451afa-9e5c0fba-74722d776562/https/www.investopedia.com/terms/s/sherman-antitrust-act.asp (дата обращения: 03.04.2024).

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ (ПО ИТОГАМ ВСЕРОССИЙСКОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ С МЕЖДУНАРОДНЫМ УЧАСТИЕМ «ГАЛАКТИКА НАУКИ – 2024»)

*Т.С. МАЛАХОВА, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры мировой экономики и менеджмента ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»
e-mail: malakhovats@mail.ru*

Аннотация

В современных условиях мировое хозяйство переживает трансформационные процессы, касающиеся всех сторон общественной жизни. Внешние и внутренние вызовы заставляют ученых пересмотреть теоретические и практические основы экономической науки. Поэтому подготовка и проведение научных мероприятий способствуют дискуссии, а также выявлению современных тенденций развития экономической науки.

Ключевые слова: научная жизнь, образование, предпринимательство, молодежная наука, цифровые технологии, экономика и управление.

DOI: 10.31429/2224042X_2024_74_93

Не вызывает сомнений, что сегодня мировое хозяйство переживает трансформационные процессы [3]. Это связано с современными глобальными кризисами, ужесточением санкционного режима, пандемией, которая на время парализовала межстрановые отношения во всем мире [4]. Исходя из этого, в научной сфере изменяются представления о современном развитии экономических взаимоотношений [5]. В данной ситуации важно глубокое переосмысление фундаментальных основ экономической науки [6]. Сегодня ученые во всем мире проводят различные научные мероприятия, в том числе конференции, конгрессы, форумы, посвященные исследованию развития ключевых экономических субъектов (интеграционных групп, транснациональных корпораций, банковских структур, международных организаций и т.д.). Указанное направление является актуальным для специалистов в данной области.

Ежегодно на экономическом факультете Кубанского государственного университета проходит Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием «Галактика науки». В 2024 г. данное мероприятие было проведено с 24 по 27 апреля. Оно включало в себя выступления ведущих зарубежных и российских ученых на пленарном заседании, организацию секционных заседаний, в которых представляли свои исследования молодые ученые; проведение круглых столов для магистрантов и аспирантов. Указанное научное мероприятие вызвало огромный интерес у участников и слушателей.

Открыл пленарное заседание Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Галактика науки – 2024» декан экономического факультета, доктор экономических наук, профессор И. В. Шевченко. В своем выступлении Игорь Викторович особое внимание обратил на то, что конференция объединила широкий круг участников: ученых из стран СНГ, представителей ведущих российских вузов, молодых специалистов, студентов и т.д. Игорь Викторович подчеркнул, что в рамках конференции студенты могут проявить свои таланты, способности и представить собственные научные исследования. В своем выступлении И. В. Шевченко выделил четыре направления, которые динамично развиваются на экономическом факультете КубГУ: образование, предпринимательство, воспитательная работа и научные исследования. Если говорить об образовании, то, несомненно, студенты получают необходимые знания на

лекциях, семинарских и лабораторных занятиях. Преподаватели делятся своим профессиональным опытом. Все полученные умения и навыки студента в дальнейшем будут применять в профессиональной деятельности. Помимо образовательной сферы было отмечено предпринимательское направление, которое активно развивается на экономическом факультете. Крайне важно студентам во время обучения в университете проявлять свои предпринимательские способности, разрабатывать проекты, получать гранты на развитие своих идей [7]. Кроме того, Игорь Викторович отметил воспитательную сферу. В современных условиях очень важна взаимная поддержка, формирование патриотической позиции в обществе и др. Четвертое направление связано с научно-исследовательской работой. Это особенно важное направление, поскольку студенты не только должны уметь исследовать проблемное поле, но и предлагать пути решения. Важная форма научной дискуссии — научно-практические конференции. Завершая свое выступление, Игорь Викторович отметил, что для некоторых студентов данное научное мероприятие будет первым, а кто-то представит фундаментальные исследования и разработки по выбранным темам.

На пленарном заседании выступили ученые из стран СНГ, ведущих вузов России. Так, доклад Т. Н. Налецкой, кандидата экономических наук, доцента, декана факультета цифровой экономики Белорусского государственного экономического университета был посвящен теме «Формирование цифровых компетенции у специалистов экономического профиля в БГЭУ». Она отметила, что сегодня цифровые технологии динамично развиваются и студентам важно обладать самыми актуальными, востребованными навыками в данной области. В образовании также активно используются цифровые технологии, которые дают возможность студентам и выпускникам в кратчайшие сроки адаптироваться в профессиональной сфере.

Доцент кафедры экономического анализа, статистики и финансов Кубанского государственного университета В. В. Чапля особое

внимание в ходе своего выступления обратил на цифровую трансформацию финансовой системы. Он отметил, что именно в сфере валютно-финансовых отношений активно развиваются цифровые технологии. Так, по мнению Василия Васильевича, необходимо рассматривать цифровую трансформацию финансовой системы через инструменты научного познания, выявлять взаимосвязь не только инструментов, институциональных форм, но и ключевых принципов.

Также с интересным докладом на пленарном заседании выступил Адильчаев Рустем Турсынбаевич, заведующий кафедрой экономики Каракалпакского государственного университета им. Бердаха, по теме «Цифровая экономика как новый этап информатизации общества в Узбекистане». Очевидно, что цифровизация напрямую влияет на все сферы общественной жизни. Узбекистан также включен в данные процессы, что подталкивает общество к изучению цифровой экономики и результатов ее развития.

Профессор кафедры экономики предприятия, регионального и кадрового менеджмента Кубанского государственного университета Николай Романович Молочников поддержал дискуссию и выступил с крайне интересной темой «Производственный менеджмент как средство минимизации рыночной турбулентности и прогностический вектор развития отечественного бизнеса». Николай Романович в своем докладе отметил, что устойчивость, качество и конкурентоспособность — это главные проблемы для организаций любого сектора национальной экономики [8]. Поэтому важно определить критерии, показатели устойчивости организации и согласовать их с топ-менеджментом.

Доклад С. В. Зенченко, доктора экономических наук, профессора, начальника управления международного образования Северо-Кавказского федерального университета был посвящен теме «Актуальные вопросы международного образования». В своем выступлении Светлана Вячеславовна обратила внимание на интернационализацию образования, академическую мобильность студентов, современные

тенденции развития российского образования. Она в выступлении отметила, что как ученым, так и студентам важно включаться в мировые программы, процессы обучения, которые позволяют значительно укрепить их позиции в научной сфере [9]. Помимо этого, следует оценивать финансовые возможности университета, в котором работаешь, его экономическую репутацию, конкурентоспособность студентов. Сегодня академическая мобильность крайне важна для повышения позиций университетов в рейтингах. Необходимо исследовать систему образования ведущих университетов мира.

В завершение пленарного заседания молодой ученый Андрей Дмитриевич Ерок выступил с докладом «Россия в дискурсе глобального посткапитализма». Андрей Дмитриевич является доцентом кафедры мировой экономики и менеджмента Кубанского государственного университета. Ученый затронул крайне острую и актуальную тему, связанную с влиянием внешних и внутренних угроз на развитие современной капиталистической системы, которые привели к глубоким трансформациям экономических субъектов и кризису во всем мире [1]. Особое внимание в своем выступлении Андрей Дмитриевич обратил на влияние цифровизации, информатизации, которые уже сегодня приводят к увеличению уровня безработицы в мире, серьезным изменениям на рынке труда.

После пленарного заседания кафедрами экономического факультета было организовано и проведено 13 секций. В рамках каждой из них обсуждались темы, связанные с современными вызовами и перспективами бухгалтерского учета и контроля, актуальными проблемами трансформации интернет-маркетинга и онлайн-торговли в цифровой среде. Помимо этого, рассматривались поликонцептуальные подходы к экономическому дискурсу в условиях эволюции санкционных ограничений, современные инструменты системной и бизнес-аналитики в экономике, экономика инноваций и трансфер технологий, актуальные вопросы статистики и т. д.

На кафедре мировой экономики и менеджмента Кубанского государственного

университета было организовано и проведено три секции по темам мировой экономики, менеджмента и экономической безопасности.

Так, доценты М. А. Половченко и А. К. Кочиева — члены комиссии секции «Обеспечение безопасности экономических субъектов в условиях современных вызовов и угроз» — отметили, что научные работы участников конференции вызвали огромный интерес, а также живую дискуссию у слушателей и членов жюри. Доцент М. А. Половченко подчеркнула, что в современных реалиях общество, бизнес, государство, наука вовлечены в процессы формирования новых идей и предложений по обеспечению экономической безопасности. На секции велась дискуссия по существующим рискам ведения бизнеса. Доцент А. К. Кочиева обратила внимание на то, что доклады были посвящены актуальным вопросам экономической безопасности, таким как: потенциал топливно-энергетического комплекса, влияние государства на экономическую безопасность, безопасность регионов в период кризиса, финансово-экономические угрозы, проблемы экологической безопасности и др. [2]. Помимо этого, в данной секции обсуждались тактические вопросы, касающиеся реализации стратегий развития регионов и муниципальных образований.

Профессор кафедры мировой экономики и менеджмента Кубанского государственного университета Е. Ф. Линкевич — модератор секции «Актуальные проблемы развития международных экономических отношений в условиях трансформации мировой экономики» — отметили, что организация и проведение секции предоставляет студентам бакалавриата возможность презентации собственных наработок, обмена теоретическими знаниями и приобретения опыта ведения дискуссий. Елена Федоровна подчеркнула, что студенты, занявшие призовые места (Д. К. Костенко, А. А. Кутенёва, В. И. Разенко), продемонстрировали высокий уровень подготовки по выбранным направлениям исследований, успешно раскрыли выбранные для научных работ темы. Особый интерес вызвали также работы П. А. Ануфриевой, И. И. Базиля, А. В. Вецлик, А. О. Гущиной, Д. В. Славко и других студентов.

Важно отметить, что мероприятие прошло в доброжелательной атмосфере, что способствовало продуктивности совместной работы. Подобные мероприятия имеют особую значимость, так как обеспечивают формирование условий для научных исследований студентов в области международных отношений и мировой экономики.

На секции «Приоритетные направления развития менеджмента: мировой опыт и российская практика», которая также была организована представителями кафедры мировой экономики и менеджмента КубГУ, а именно: профессором Л. И. Егоровой, доцентом С. М. Саввиди и молодым ученым Л. В. Мишуниной, рассматривались актуальные темы в области менеджмента. Обсуждались возможности онлайн-торговли, связанные с деятельностью российских экспортеров; влияние цифрового маркетинга на поведение потребителей; роль управленческого учета в ведении малого и среднего бизнеса; развитие инструментов статистического анализа внешнеэкономической деятельности малого бизнеса и т. д. Членами комиссии был отмечен высокий уровень подготовки и презентации студентами их научно-исследовательских работ.

Помимо этого, в рамках научного мероприятия на экономическом факультете было организовано шесть круглых столов для магистрантов и аспирантов. На кафедре мировой экономики и менеджмента КубГУ было организовано два круглых стола «Актуальные вопросы современной экономики: взгляд молодых ученых» и «Проблемы и перспективы менеджмента в SHIVA-Мире». Молодые ученые с огромным удовольствием поучаствовали в данных мероприятиях и представили свои научные разработки и практические рекомендации касательно объектов исследования. Участники круглых столов выбрали актуальные темы в области экономики и менеджмента, связанные с совершенствованием системы диагностики финансовой несостоятельности компаний сферы услуг в современных экономических условиях, инструментами повышения доступности финансовых услуг на основе формирования экосистемной модели банкинга, инструментами финансирования малого предпринимательства

в РФ и т. д. Плодотворная дискуссия в рамках научных мероприятий позволила молодым ученым определить вектор дальнейших исследований, сделать промежуточные выводы по своим научным разработкам, ответить на актуальные вопросы членов комиссии и т. д.

Таким образом, организация и проведение научно-практических конференций позволяют участникам представить свои научные разработки, обсудить их с высококвалифицированными специалистами, а также наметить направления дальнейших исследований. Конструктивная дискуссия в ходе научных мероприятий позволяет специалистам обнаружить новые грани в объектах исследования и найти партнеров для совместной работы.

Библиографический список

1. Ерок А.Д. Угрозы цифровой трансформации высшего образования России // Экосистема предпринимательского университета: стратегические реакции в эпоху изменений: материалы Междунар. науч.-практ. конф. Краснодар, 2023. С. 119–123.
2. Кочиева А.К. Реальный сектор экономики России: тенденции, проблемы и направления развития // Экономика: теория и практика. 2023. № 1(69). С. 36–41.
3. Малахова Т.С. Внешнеэкономические и торговые отношения стран Содружества Независимых Государств в условиях трансформации интеграционных процессов в мире // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2023. Т. 19, № 3. С. 578–602. URL: <https://doi.org/10.24891/ni.19.3.578> (дата обращения: 14.05.2024).
4. Малахова Т.С. Управление внешнеэкономическими отношениями стран Содружества Независимых Государств в процессе реализации разноуровневой и разнотемпной интеграции // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2023. Т. 19, № 1. С. 146–166. URL: <https://doi.org/10.24891/ni.19.1.146> (дата обращения: 14.05.2024).
5. Hansen F.S. Do the CIS member states share foreign policy preferences? // Journal of Eurasian Studies. 2015. Vol. 6. P. 69–78.
6. Šćepanović J. Commonwealth of Independent States at 30: why does Russia still support this organization? // Southeast European and Black Sea Studies. 2022. Vol. 22. <https://doi.org/10.1080/14683857.2022.2057637> (дата обращения: 14.05.2024).
7. Shevchenko I., Tololina A. Digital innovations in the global exhibition industry – synergy of new digital

technologies and live communication measures // Advances in Intelligent Systems and Computing. 2019. T. 850. P. 103–110.

8. *Vukovich G.G., Nikitina A.V., Molochnikov N.R.* Theoretical aspects of personnel management research // European Journal of Natural History. 2019. № 2. P. 31–34.

9. *Zenchenko S.V., Kurmanalina A.K.* Some problems of intergovernmental relations of the republic of kazakhstan in the context of globalization // Bulletin of Karaganda University. Economy Series. 2017. T. 86. № 2. P. 219–225.

UDC 332.871

RISK MANAGEMENT IN THE REAL ESTATE SECTOR

I.V. SHEVCHENKO, *Doctor of Economics,
Full Professor, Dean of Economic
Faculty, Kuban State University*
e-mail: dean@econ.kubsu.ru

D.G. PETRICHENKO, *Postgraduate Student
of the Department of World Economy and
Management, Kuban State University*
e-mail: petrichenkod179@gmail.com

Abstract

The article discusses the process of risk management in the real estate sector. The results of application of a hierarchical modeling system in real estate management sector are presented. The purpose of the study is to develop a methodological approach to risk assessment in situational management and a scientifically sound choice of investment projects in the real estate sector.

Keywords: *management, real estate, real estate industry, real estate management process, risks, risk management, investments, decision making, hierarchy analysis method.*

References

1. Domnikov A.Yu., Khodorovsky M.Ya., Domnikova L.V. Study of investment risks of energy generating companies based on the rating approach. Sustainable development of the industrial region - competitiveness and development of socio-economic systems: works of the Second Ural scientific forum and the VI International Scientific Conference held within the forum, in memory of Academician A.I. Tatarkina, Chelyabinsk. October 26–28. 2022. Chelyabinsk. Chelyabinsk State University. 2022. Pp. 76–80.
2. Kravtseva Yu.D. Risks of implementing investment projects in the residential real estate market: concept and classification of risks. Investments, urban planning, real estate as drivers of socio-economic development of the territory and improving the quality of life of the population. Materials of the XI International Scientific and Practical conferences. Vol. 2. Tomsk. March 02–04. 2021. Edited by T.Yu. Ovsyannikova, I.R. Salagor. Vol. 2. Tomsk: Tomsk State University of Architecture and Civil Engineering, 2021. Pp. 714–719.

3. Musaev M.M., Bodrov A.A., Yantsen D.D. Risk management during the implementation of investment projects. Business Bulletin of the Entrepreneur. 2023. No. 2(12). Pp. 90–94.

4. Mukhin V.I., Inozemtseva E.A., Voronov D.G. Mathematical model of decision-making for identifying innovative activities based on the cognitive approach. Automation and modern technologies. 2014. No. 10. Pp. 32–38.

5. Head of Administration (Governor) of the Krasnodar Territory Resolution No. 426 of July 8, 2022 On the implementation of individual elements of the support system for new investment projects in the Krasnodar Territory. URL: <https://docs.cntd.ru/document/406686265?marker>.

6. Petrichenko G.S., Poverenny Yu.S. Methodology for modeling management situations using a hierarchical fault system. Automation and modern technologies. 2007. No. 10. Pp. 42–45.

7. Saati T. Decision making: a method for analyzing hierarchies. Transl. from English M.: Radio and communication., 1989. P. 315.

8. Svintsov E.S., Zyuzina N.N. Risks in property management. News of the St. Petersburg Transport University. 2009. No. 1(18). Pp. 135–140.

9. Ginevičius R., & Podvezko V. Some problems of evaluating multicriteria decision methods. International Journal of Management and Decision Making. (2007). No 8(5/6). Pp 527–539.

10. KarimiAzari A., Mousavi N., Mousavi S. F., & Hosseini S. B. Risk assessment model selection in construction industry. Expert Systems with Applications. 2011. No. 38(8). Pp 9105–9111. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2010.12.110>.

UDC 338.45

TOOLS TO SUPPORT UNIVERSITY TECHNOLOGICAL ENTREPRENEURSHIP IN THE RUSSIAN FEDERATION

A.S. PROSHKINA, *Senior lecturer, Department of Applied Economics,
St. Petersburg State Electrotechnical University “LETI”*
e-mail: alexproshkina@mail.ru

Abstract

Increasing the country's innovative potential in the context of the need to ensure technological sovereignty is becoming one of the most important tasks in the development of the national economy. In this regard, stimulating the innovative activity of young people and involving universities into the development of technological entrepre-

neurship seems to be a relevant area of research. This article provides an overview of modern tools for supporting project teams that are used by universities to unlock youth entrepreneurial potential.

Keywords: *technological entrepreneurship, university, innovation, startups, accelerator, project management.*

References

1. Barykin A.N., Ikryanikov V.M. White spots of the theory and practice of technological entrepreneurship. *Innovation management*. 2010. No. 3. Pp. 202–213.
2. Golichenko O.G., Samovoleva S.A. State policy in the national innovation system: theory and practice. *Innovations*. 2014. No. 10. Pp. 83–94.
3. Korotkov A.V., Fonotov A.G. Comparative analysis of entrepreneurial education in technical universities in Russia and the USA. *Innovations*. 2015. No. 10. Pp. 59–63.
4. Kulibanova V.V. The influence of technological entrepreneurship on the reputation of the region. *Problems of transformation and regulation of regional socio-economic systems*. 2023. No. 51. pp. 69–76.
5. Poleshchenko K.N., Verkhoglyad E.V. Intellectual entrepreneurship: conceptual and educational aspects. *Bulletin of Omsk University*. 2011. No 2 (60). pp. 334–338.
6. Popov A.N. Startup studio as a promising model for the development of innovations in the context of the venture market and corporate innovations in Russia. *Public Administration. Electronic Bulletin*. 2020. No. 80. Pp. 260–285.
7. Rating of 1000 university startups. Official website of the Platform for University Technological Entrepreneurship. URL: <https://top1000.univertechpred.ru>.
8. Dorf R., Byers T. *Technology Ventures: From Idea to Enterprise*. McGraw-Hill. 2005.
9. Johannisson B., Kwiatkowski S., Dandridge T. *Intellectual Entrepreneurship. Emerging Identity in a Learning Perspective*. URL: <http://www.wspiz.pl/unesco/articles/book1/tekst1.pdf>.
10. Kriewall T., Mekemson K. Instilling the Entrepreneurial Mindset Into Engineering Undergraduates. *The Journal of Engineering Entrepreneurship*. 2009. URL: <https://dl.acm.org/doi/abs/10.1109/FIE43999.2019.9028370>.
11. Kutsenko E., Meissner D. Key Features of the First Phase of the National Cluster Program in Russia. HSE Working Paper WP BRP 11 URL: <http://www.clusterobservatory.eu/eo/uploaded/pdf/1366786413378.pdf>.
12. Petti C. *Cases in Technological Entrepreneurship*. Books, Edward Elgar Publishing. 2009.
13. Roberts E., Wainer A. Some characteristics of technical entrepreneurs. URL: <http://hdl.handle.net/1721.1/49131>.

UDC 338.012

CURRENT ISSUES OF CYBER SECURITY DEVELOPMENT IN MODERN RUSSIA

E.N. ALEXANDROVA, Candidate of economic sciences (Ph.D.), Associate Professor, Associate Professor, Department of World Economy and Management, Kuban State University
e-mail: al-helen@mail.ru

Abstract

The article examines the issues of cyber security and its growing importance both in the world and in Russia. Based on cross-country ratings and indices, Russia's international position is determined and the country's limitations in the field of cyber security are specified. The key indicators are analyzed to identify the prospects and weaknesses in the development of the Russian cyber security market. Special attention is paid to the dual role of digital technologies in ensuring cyber security.

Keywords: *cyber security, cyber attacks, cyber threats, digital technologies*

References

1. Current cyber threats: The fourth quarter of 2023. *Positive technologies*. 2024. URL: <https://www.ptsecurity.com/ru-ru/research/analytics/cybersecurity-threats-cape-2023-q4/#id3>.
2. More than 200 thousand dangerous cyber attacks were committed on the infrastructure of the Russian Federation in 2023. *News*. February 7, 2024. URL: <https://iz.ru/1646311/2024-02-07/bolee-200-tys-opasnykh-kiber-atak-sovershen-na-infrastrukturu-rf-v-2023-godu>.
3. Cybersecurity has increased the forecast. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6296464?ysclid=luct02sxtf644614321>.
4. Cybercrimes in Russia: Review of incidents for the 1st half of 2023. URL: <https://vc.ru/u/296768-cloud-networks/786542>.
5. Decree of the President of the Russian Federation dated 05/01/2022 No. 250 "On additional measures to ensure information security of the Russian Federation". URL: <https://www.alta.ru/tamdoc/22uk0250/?ysclid=lnvq62v5mh837749798>.
6. From "unprecedented" cyber attacks to zero-day threats: what trends to expect in 2023. URL: <https://www.interfax.ru/digital/879102>.
7. Development of measures for the return of IT specialists who have left for Russia. *Forbes*. URL: <https://www.forbes.ru/tekhnologii/483592-kommersant-uznal-o-razrabotke-mer-po-vozraseniu-v-rossiu-uehavsit-specialistov?ysclid=ludyvfjht4192921728>.
8. The average Russian company loses 20 million rubles a year due to hackers, and the damage is constantly growing. *Cnews*. URL: https://safe.cnews.ru/news/top/2023-07-14_rossijskie_kompanii_teryayut.
9. The number of cyber attacks in Russia and in the world. URL: <https://www.tadviser.ru/index.php>.
10. Yankovskaya E.S. Digitalization and technological sovereignty of Russia. *Scientific notes of the St. Petersburg*

burg branch of the Russian Customs Academy named after V. B. Bobkov. 2023. No 1 (85).

11. Aghajani G., Ghadimi N. Multi-objective energy management in a micro-grid. *Energy Rep.* 2018. No 4. Pp. 218–225.

12. Cost of a Data Breach Report 2023. IBM. URL: <https://www.ibm.com/reports/data-breach>.

13. Cybersecurity Almanac 2022. URL: <https://cybersecurityventures.com/cybersecurity-almanac-2022>.

14. Global Cybersecurity Index. 2020. URL: <https://www.itu.int/epublications/publication/D-STR-GCI.01-2021-HTML-E>.

15. How Dangerous are Deepfakes and Other

AI-Powered Fraud? Statista. URL: <https://www.statista.com/chart/31901/countries-per-region-with-biggest-increases-in-deepfake-specific-fraud-cases>.

16. Li Y., Liu Q. A comprehensive review study of cyber-attacks and cyber security; Emerging trends and recent developments. *Energy Reports.* 2021. Vol. 7. Pp. 8176–8186.

17. National Cyber Security Index, NCSI. URL: <https://ncsi.ega.ee/methodology/>

18. What is cybersecurity? IBM. URL: <https://www.ibm.com/topics/cybersecurity>.

19. What is cybersecurity? TechTarget. URL: <https://www.techtarget.com/searchsecurity/definition/>.

UDC 330.341.11

PECULIARITIES OF FUNCTIONING OF E-COMMERCE MARKETPLACES IN MODERN CONDITIONS: OPPORTUNITIES AND THREATS

*A.I. BABENKO, Lecturer, Department of Economic Analysis of Statistics and Finance, Kuban State University
e-mail: bain@inbox.ru*

*I.V. BABENKO, Candidate of economic sciences (Ph.D.), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economic Analysis, Statistics and Finance, Kuban State University
e-mail: bain@inbox.ru*

Abstract

Retail trade, like other areas of economic activity, is undergoing a continuous process of technological base evolution. Marketplace platforms operating through the global information and communication Internet network have become an actual evolutionary stage in the development of trade. The authors consider various positive and negative aspects of marketplaces as a form of trade activity.

Keywords: marketplaces, retail, Internet, digital economy, digitalization, delocalization.

References

1. Babenko A.I., Babenko I.V. Artificial intelligence and digitalization in the capitalist economy: problems, challenges, risks and opportunities. *Economics: theory and practice.* 2024. № 1 (73). Pp. 16–35. DOI: 10.31429/2224042X_2024_73_16.

2. Marketplaces sales research 2022–2023: average check, competition, orders. ShopStat. URL: <https://shopstat.ru/blog/ozon/issledovanie-prodazh-na-marketpleysah-2022-2023>

3. The history of the development and success of Ozon. Business environment. URL: <https://dasreda.ru/learn/blog/article/1865-istoriya-razvitiya-i-uspeha-kompanii-ozon>

4. Marketplaces in Russia: a new era of electronic commerce. VTSIOM. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/marketpleisy-v-rossii-novaja-ehra-ehlektronnoi-torgovli>

5. The label “Original product”. Ozon. URL: <https://docs.ozon.ru/common/tovary/original/?country=RU>

6. Mokronosov, A.G. Mavrina I.N.. Competition and competitiveness. Yekaterinburg. Ural University Publishing House. 2013. 194 p. ISBN 978-5-7996-1098-2. URL: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/28814/1/978-5-7996-1098-2_2014.pdf

7. Natalia Kaspersky: most leaks in Russian companies are the fault of their employees. Russian News. URL: <https://news.myseldon.com/ru/news/index/222866070>

8. Goods on the way: Russian marketplaces were flooded with counterfeit goods. RIA-Novosti. URL: <https://ria.ru/20221016/marketpleys-1824081891.html>

9. Fedorova A.Yu., Economics of industry markets: textbook, 2nd edition, amended and supplemented. edited by Prof. S.B. Smirnov. St. Petersburg: ITMO University. 2016. 89 p. URL: <https://books.ifmo.ru/file/pdf/1936.pdf>

10. Alibaba. URL: <https://www.alibaba.com>

11. Made-in-China. URL: <https://ru.made-in-china.com>

12. Ozon. URL: <https://ozon.ru>

13. Ozon will develop pick-up points in villages and small towns with the help of entrepreneurs. Ozon. URL: <https://corp.ozon.ru/tpost/srfljj5p11-ozon-budet-razvivat-punkti-vidachi-v-sel>

14. Marketplace. Russian translation. Linguee. URL: <https://www.linguee.com/english-russian/translation/marketplace.html>

UDC 336.76:004.8

PROVIDINGG DIAGNOSTICS OF STOCK MARKET PATTERNS BY ARTIFICIAL INTELLIGENCE TOOLS

*I.V. KOLOS, senior lecturer of the Department of International Economy, FGBU «Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky»
e-mail: d19880921@yandex.ru*

*G.G. SKIBENKO, senior lecturer of the Department of Digital Analysis and Control, FGBU «Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky»
E-mail: galina_skibenko@mail.ru*

*E.Y. TOMASHEVSKAYA, candidate of economic sciences, associate professor, associate professor of the department of digital analysis and control, FGBU «Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky»
e-mail: toreyu@mail.ru*

*D.V. SHCHETININA, student of the Department of International Economy, FGBU «Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky»
E-mail: shchetininadasha@mail.ru*

Abstract

The work focuses on the analysis of instruments and mechanisms of stock market regulation on the basis of the use of artificial intelligence (AI) for forecasting and making investment decisions. The article also studies various patterns of technical analysis and their impact on the process of forecasting trends in stock markets. It provides an overview of effective AI tools used in financial markets, as well as examples of successful AI applications in the financial industry.

Keywords: stock market, artificial intelligence, forecasting, patterns, investment, machine learning.

References

1. Artificial intelligence in stock market forecasting: methods and algorithms. FREEDOM broker. URL: <https://ffin.kz/>
2. The “bullish takeover” candlestick and other patterns of candlestick analysis. Yerin Roman Trading School. URL: <https://scalping.pro/blog/svecha-byche-pogloshhenie/#>
3. Candlestick pattern “Dark Cloud Curtain” and “Cloud Gap”. ForexMQ. URL: <https://forexmq.ru/>
4. Stop Loss and Take Profit: Why Investors Need These Instruments and How They Work. banki.ru. URL: <https://www.banki.ru/>
5. Trading patterns and figures of technical analysis

on the stock market chart. TINYKOFF. URL: <https://www.tinkoff.ru/>

6. Stock Market // Big Russian Encyclopedia. URL: <https://bigenc.ru/>

7. What are “bull” and “bear” flags and how to use them for trading. BINANCE. URL: <https://www.binance.com/ru>

8. Japanese candlesticks: how to read charts and understand patterns - instruction for novice investors. GAZPROMBANK. Investments. URL: <https://gazprom-bank.investments/>

9. Jake Vander Plas Python Data Science Handbook: Essential Tools for Working with Data. Gravenstein Highway North, Sebastopol, CA: O'Reilly Media, 2017.

10. Machine learning for stock market prediction: a tech overview. Itransition. URL: <https://www.itransition.com/>

11. Morningstar Premium Review – An In-Depth Look at the Service. Day trade review. URL: <https://day-tradereview.com/>

12. OpenAI and Microsoft extend partnership // OpenAI. URL: <https://openai.com/>

13. S&P Capital IQ Pro Competitor and Overview. Extractalpha. URL: <https://extractalpha.com/>

14. What is AlphaSense? AITOOLNET. URL: <https://www.aitoolnet.com/ru>

15. YCharts Review – Is It Really Worth The Price in 2024? Wallstreetzen. URL: <https://www.wallstreetzen.com>

UDC 336.64

THE IMPACT OF ESG RATING ON THE INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF COMPANIES IN DEVELOPING COUNTRIES

*A.I. GALI, Assistant of the Department of International Economic Relations, Kazan Federal University
e-mail: askar-gali@mail.ru*

Abstract

The purpose of this research is to assess the impact of ESG ratings on the investment attractiveness of companies, expressed through profitability ratios and market multiples. Research methods include regression analysis

of the relationship between a company's position in the ESG rating and profitability ratios and market multiples. The results of the regression analysis showed a positive and statistically significant relationship between ESG rating and market multiples of companies.

Keywords: sustainable development, ESG, investment attractiveness, developing countries, market value.

References

1. Bataeva B. S., Kokurina A. D., Karpov N. A. The impact of disclosing ESG indicators on the financial results of Russian public companies. *Manager*. 2021. No. 6. Pp. 20–32.
2. Efimova O.V., Volkov M.A., Koroleva D.A. Analysis of the influence of ESG principles on the return on assets: an empirical study. *Finance: theory and practice*. 2021. No. 4. Pp. 82–97.
3. Nazarova V.V., Tikhomirov E.D. Influence of environmental characteristics of oil and gas companies on their financial results. *Bulletin of Moscow University. Series 6. Economics*. 2022. No. 5. Pp. 145–171.
4. Official website of the Moscow Exchange. URL: <https://www.moex.com>.
5. ESG rating. URL: <https://www.spglobal.com/esg/solutions/data-intelligence-esg-scores>.
6. Chininga E., Alhassan A. L., Zeka B. ESG ratings and corporate financial performance in South Africa. *Journal of Accounting in Emerging Economies*. 2023.
7. Gao W., Li M., Zou C. Analysis of the impact of ESG on corporate financial performance under the epidemic based on static and dynamic panel data. *Wireless Communications and Mobile Computing*. 2022.
8. Naeem N., Cankaya S., Bildik R. Does ESG performance affect the financial performance of environmentally sensitive industries? A comparison between emerging and developed markets. *Borsa Istanbul Review*. 2022. No. 2. Pp. 128–140.
9. Shakil M. H. et al. Do environmental, social and governance performance affect the financial performance of banks? A cross-country study of emerging market banks. *Management of Environmental Quality: An International Journal*. 2019. No. 6. Pp. 1331–1344.
10. Sinha Ray R., Goel S. Impact of ESG score on financial performance of Indian firms: static and dynamic panel regression analyses. *Applied Economics*. 2023. No. 15. Pp. 1742–1755.

UDC 336.226.1, 330.8

THE CONCEPT OF DIFFERENTIATED METHOD OF TAXATION OF CORPORATE PROFITS

*V.B. DUBKOVA, Candidate of economic sciences (Ph.D.), Associate Professor
e-mail: nako@bk.ru*

Abstract

The purpose of this article is to present the concept of the differentiated method of corporate profit taxation developed by the author. The article reveals its regulations and elements. The definitions of economic categories and principles of differentiated method are proposed. The possibilities of tax control and management of tax basis, tax burden, its compensation, financial stability of enterprises and the economy as a whole, transition of sectoral enterprises from group to group in conditions of this concept are considered.

Keywords: concept, the internal contradictions of the profit taxation system, the economic categories, the principles of taxation.

References

1. Business helps the country, the country helps business. *Rossiyskaya Gazeta*. 2024. April 26.
2. Dubkova V. B. Analysis, valuation and reserves of branch of economics and region potential of taxation. *Finances of state sector of economy: monograph*. Sankt-Peterbyrg: Sankt-Peterbyrg state economic university. 2023. P. 222.
3. The concise political dictionary Moscow. *Polizdat*. 1983. P. 367.
4. Marx K. *Capital*: Vol. 3 B-3, part.1. Moscow. The Political literature, 1978. P.508.
5. Marshall A. *Principles of Economic Science*: in 3 vol. M., 1993.
6. *Tax Code of the Russian Federation*. Moscow. 2006.
7. *Taxation in the Russian Federation*. Current taxes and fees. Profit tax of organizations. URL: <https://www.nalog.ru/taxation/taxes/profitul>
8. Message of the President of the Russian Federation to the Federal Assembly. *Rossiyskaya gazeta*. 2023. February 22.
9. Message of the President of the Russian Federation to the Federal Assembly. *Rossiyskaya gazeta*. 2024. February 29.
10. Stiglitz J.Y. *The economics of public sector*. Moscow State University publishing house. Publishing house «Infra – M». 1987. 740 p.

UDC 341.655

ANALYSIS OF SANCTIONS AND ASSESSMENT OF METHODS TO COMBAT THEM

S.I. GOLOVKINA, *Candidate of economic sciences (Ph.D.), Associate Professor of the Department of Economic Theory, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University*
e-mail: golovkina_si@spbstu.ru

N.V. VALEBNIKOVA, *Candidate of economic sciences (Ph.D.), Associate Professor of the Department of Economic Theory, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University*
e-mail: na0903@gmail.com

M.N. KONOPLEV, *student, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University*
e-mail: konoplev.mn@edu.spbstu.ru

Abstract

The article examines the sanctions imposed against Russia, Iran, Cuba and Syria. In the process of research, countries with similar restrictions are identified, the main sanction focuses and the consequences of the applied sanctions regimes are revealed. Sanctions have a significant impact on the Russian economy. Identifying and understanding measures to combat their influence that are effectively applied in other countries can help assess the effectiveness of Russia's anti-sanctions policy.

Keywords: *sanctions, sanctions regime, export, import, sanction focuses.*

References

1. Adaptation of Russian industrial companies to sanctions: first steps and expectations [Text]: report, to the XXIV Yasinsk (April) international. scientific conf. on problems of economic and social development, Moscow, 2023 / Yu. V. Simachev (head of the editorial team), A. A. Yakovlev (head of the editorial team), V. V. Golikova, etc.; National research University "Higher School of Economics". M.: Publishing house. House of the Higher School of Economics. 2023. 38 p. ISBN 978-5-7598-2790-0 (in the region). ISBN 978-5-7598-2855-6 (e-book).
2. Vaganova O.V. Russia and sanctions. Scientific result. Economic research. 2022. Vol. 8. No. 1. P. 4–11. DOI: 10.18413/2409-1634-2022-8-1-0-1

3. Valebnikova, N.V., Golovkina S.I. Transformation of economic interaction between Russia and China. Russian Economic Internet Journal. 2023. No. 1.
4. Veselov, D. S. Transformation of foreign trade relations of the Russian Federation in the conditions of economic sanctions. Economics: theory and practice. 2023. No. 4(72). Pp. 64–69. DOI 10.31429/2224042X_2023_72_64.
5. Zernova, L.E., Farzanian M. Classification of sanctions and risks due to sanctions. 2014. No 3(10). Pp. 98–101.
6. Redkina, T. M. Pudovkina O. I., H.M.A.D. Malik Sanctions as a tool of political influence. Science and business: ways of development. 2021. No 4(118). Pp. 179–181.
7. Sorokin D.A. Sanctions regimes: from the effect of established international relations to the factor of their formation. 2020.
8. GDP per capita (current US\$). The World Bank. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD>.
9. Pobedin, A.A. Reconsidering contemporary classifications of sanctions in the light of the Russian sanctions regime. R-economy, 2022. No 8(3). Pp. 196–207.
10. World Economic Outlook Database. International Monetary Fund URL: <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/weo-database/2023/April/>

UDC 339.138

DEVELOPMENT OF A MAP OF DIGITAL TOOLS TO PROMOTE PAID EDUCATIONAL SERVICES OF UNIVERSITIES IN RUSSIA

A.K. KOCHIEVA, *Candidate of economic sciences (Ph.D.), Associate Professor, Associate professor of World Economy and Management Department, Kuban State University*
e-mail: akadeh@yandex.ru

D.V. SCHRADER, *Master's student, Marketing Management in the Digital Economy program, Department of World Economics and Management, Kuban State University*
e-mail: perz344@mail.ru

Abstract

The article is devoted to the development of a map of digital tools in order to promote paid educational services by higher educational institutions in Russia. The article analyzes the individual branches of the map, including desktop search, direct marketing via smartphones, websites, including the university website, online media and others.

The variety of forms of digital tools for promoting the services of a university and creating its attractive image for applicants is shown. Based on the study, recommendations regarding university marketing are formulated.

Keywords: *map of digital tools, paid educational services, digital marketing, university.*

References

1. More than 44 thousand applications were submitted by applicants to Moscow State University in 2023. Russian Union of Rectors: website. URL: <https://rsr-online.ru/news/2023/8/30/bole-44-tys-zayavlenij-podali-abiturienty-v-mgu-v-2023-godu/>
2. Kobleva, A.L., Maslova, T.F. Marketing of educational services: functions, technologies and experience: textbook [Text] / A.L. Kobleva, T.F. Maslova. – Stavropol: Stavrolite, 2019. 116 p. (date of access: 04/09/2024)

3. Competition 2004–2023 and the limits of points for the budget and the contract. FACULTY OF ECONOMICS MSU named after M.V. Lomonosov. URL: <https://www.econ.msu.ru/entrance/bachelor/2023/scores/>
4. Kuban State University: URL: https://kubsu.ru/sites/default/files/insert/page/itogi_priema_v_kubgu_-_2023.pdf
5. Pankrukhin, A. P. Marketing of educational services. Marketing in Russia and abroad. 2011. No. 7.

UDC 338.57

MODELS OF PRICE DISCRIMINATION: THEORY AND PRACTICE

*M.V. PRONIK, Candidate of economic sciences
(Ph.D.) Financial University under the Government
of the Russian Federation, Moscow, Russia
e-mail: maria_kirzhaeva@mail.ru*

*T.A. KIRILL, Candidate of economic sciences
(Ph.D.) Financial University under the Government
of the Russian Federation, Moscow, Russia
e-mail: troshchenkovkirill@mail.ru*

Abstract

The article is devoted to the analysis of the development of price discrimination through time, on the basis of which the forecast of its further manifestation in the era of digitalization is made. The scientific research is based on both scientific publications made by economic theory practitioners and statistical historical data with reference to the subject of the paper which is price discrimination. New possible areas of development are identified. The research topic is a source of increasing profits and increasing the demand and supply of goods and services.

Keywords: *discrimination, models of price discrimination, price discrimination, economic discrimination.*

References

1. Vereshchagin V. V. The Wall of Solomon, canvas, oil, 78½ x 59½ inches (199.4 cm. x 151.8 cm.) (1842-1904) Source: Official site of Christie's auction, lot closed 18.04.2007. URL: <https://www.christies.com/lot/lot-4886997>.
2. Dupuit J. On the Measure of the Usefulness of Civic Buildings. On the Usefulness of Civic Buildings. Dupuit. 1844, DE LA MESURE DE L'UTILITE DES TRAVAUX PUBLICS. Annales des ponts et chaussées, Vol. VIII, 2 serie. Pp. 332-375.
3. Konstantinov V.V. Formation and development of antimonopoly regulation in the United States and Russia. Modern Innovations. 2018. No2 (24). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/stanovlenie-i-razvitiye-antimonopolnogo-regulirovaniya-v-ssha-i-rossii>.
4. Mingazov S. News article "Visa introduced preferential commissions for accepting cards in the largest online stores" edited by Forbes on 12.11.2021. Official website of Forbes network edition. URL: <https://www.forbes.ru/finansy/445759-visa-vvela-l-gotnye-komis>

sii-za-priem-kart-v-krupnejsih-onlajn-magazinah.

5. Mukhamedina Sh. Excises and wine monopoly in the Russian Empire. Finance and Credit. 2009. No 37 (373). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktsiyy-i-vinnaya-monopoliya-v-rossiyskoy-imperii>.
6. Nikolaev V. A. Price discrimination. Handbook of economist. 2012. No5 (107).
7. Official site of the company "Microsoft" URL: <https://www.microsoft.com/ru-ru>.
8. Pigou A. C. The Economic Theory of Welfare : for scientific libraries : translated from English. intro. by Dr. G. B. Khromushin ; ed. by S. P. Aukuzionik. Moscow: Progress. 1985. 21 cm. (Economic thought of the West). Vol. 1. 1985. 512 p. Source: Educational platform Russian State Library URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01001227246>.
9. Rules for the use of the Muscovite social card. Official portal of the Mayor of Moscow. URL: <https://www.mos.ru/karta-moskvicha/>.
10. Rules for obtaining preferential lending for pensioners. Official website of the banking organization PJSC "VTB Bank". URL: <https://www.vtb.ru/personal/kredit/pensioneram/>.
11. Rules of the Operator's Promotion "Activate your "Mir" within the framework of the Loyalty Program of JSC "NSPK" (hereinafter - Rules; Promotion). URL: <https://privetmir.ru/upload/docs/rules-young.pdf>.
12. Rules of the Operator's Promotion "Welcome to the World of Football" within the framework of the Loyalty Program of NSPC JSC (hereinafter - Rules; Promotion). URL: https://privetmir.ru/sports/football/assets/docs/Rules_rpl.pdf.
13. Robinson J. W. Economic theory of imperfect competition: Transl. from English. Introductory article and general ed. by I. M. Osadcha. M. Osadcha. Moscow. Progress. 1986. 471, [1] c.: graph.; 21 cm. (Econ. thought

of the West. EMZ).; ISBN. Source: Educational platform Russian State Library URL: <https://viewer.rsl.ru/ru/rsl01001306108?page=1&rotate=0&theme=white>.

14. Savitskaya E. V. Course of lectures on microeconomics. Moscow. 2002. Official portal of the Moscow Institute of Physics and Technology (National Research University) VUZ MIPT. URL: https://mipt.ru/dasr/forstudents/study/study/2course/f_3lqv94/f_3lr0b3/.

15. Say J.B. Treatise of political economy. translated E. N. Kamenetskaya. Moscow. K. T. Soldatenkov, 1896. 400 c. Separate pag. ; 21 cm. - (Library of economists; Vol. 7). Educational platform Russian State Library. URL: <https://viewer.rsl.ru/ru/rsl01003640172?page=1&rotate=0&theme=white>.

16. Khusainov F. 2017. Price discrimination in the system of railroad freight tariffs: theory and practice. Public speech at the Conference “Capitalism and Freedom” 2017. URL: https://www.youtube.com/watch?v=W_Mgi2AhHu8.

Mgi2AhHu8.

17. Sherementieva A. S. PRICE DISCRIMINATION: TYPES AND EXAMPLES. Educational platform Electronic Library BSU. 2012. URL: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/54030>.

18. Exposition “LOWER PARK”. Peterhof. Tour ticket prices for 03.04.2024. URL: <https://tickets.peterhofmuseum.ru/event/4046EDDBB29D414AFC8389375F56BD13A3691222/2024-04-03>.

19. Article “Economic Discrimination”. Official site of Wikibrief information system. URL: https://ru.wikibrief.org/wiki/Economic_discrimination.

20. Will Kenton W. (2022), Sherman Antitrust Act: Definition, History, and What It Does. Official Site of Investopedia Information System. URL: https://translated.turbopages.org/proxy_u/en-ru.ru.fb242fb3-64451afa-9e5c0fba-74722d776562/https/www.investopedia.com/terms/s/sherman-antitrust-act.asp.

UDC 339.9

MODERN TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF ECONOMIC SCIENCE (FOLLOWING THE RESULTS OF THE ALL-RUSSIAN SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE WITH INTERNATIONAL PARTICIPATION «GALAXY OF SCIENCE-2024»)

*T.S. MALAKHOVA, Candidate of economic sciences (Ph.D.), Associate Professor, Associate professor of World Economy and Management Department, Kuban State University
e-mail: malakhovats@mail.ru*

Abstract

In modern conditions the world economy is experiencing transformation processes in all spheres of public life. External and internal challenges are pushing scientists to reconsider the basic theoretical and practical foundations in the economic sphere. Therefore, forming and conducting scientific events is an important component for discussion, as well as identifying current trends in the development of economic science.

Keywords: *scientific life, education, entrepreneurship, youth science, digital technologies, economics and management*

References

1. Erok A.D. Threats to the digital transformation of higher education in Russia. Ecosystem of an entrepreneurial university: strategic reactions in an era of change. Materials of the International Scientific and Practical Conference. Kuban State University. 2023. Pp. 119–123.
2. Kochieva A.K. Real sector of the Russian economy: trends, problems and directions of development. Economics: theory and practice. 2023. No. 1 (69). Pp. 36–41.
3. Malakhova T.S. Foreign Economic and Trade Relations of the CIS Countries in the Context of the Transformation of Integration Processes Worldwide. National Interests: Priorities and Security. 2023. Vol. 19. No. 3. Pp. 578–602. <https://doi.org/10.24891/ni.19.3.578>

4. Malakhova T.S. Management of Foreign Economic Relations of Countries of the Commonwealth of Independent States in the Implementation of Different Level and Different-Speed Integration. National Interests: Priorities and Security. 2023. Vol. 19. No. 1. Pp. 146–166. <https://doi.org/10.24891/ni.19.1.146>

5. Hansen F.S. Do the CIS member states share foreign policy preferences? Journal of Eurasian Studies. 2015. Vol. 6. Pp. 69–78.

6. Šćepanović J. Commonwealth of Independent States at 30: why does Russia still support this organization? Southeast European and Black Sea Studies. 2022. Vol. 22. <https://doi.org/10.1080/14683857.2022.2057637>

7. Shevchenko I., Tololina A. Digital innovations in the global exhibition industry – synergy of new digital technologies and live communication measures. Advances in Intelligent Systems and Computing. 2019. Vol. 850. Pp. 103–110.

8. Vukovich G.G., Nikitina A.V., Molochnikov N.R. Theoretical aspects of personnel management research. European Journal of Natural History. 2019. No 2. Pp. 31–34.

9. Zenchenko S.V., Kurmanalina A.K. Some problems of intergovernmental relations of the republic of kazakhstan in the context of globalization. Bulletin of Karaganda University. Economy Series. 2017. Vol. 86. No. 2. Pp. 219–225.

УСЛОВИЯ ПУБЛИКАЦИИ

В ЖУРНАЛЕ «ЭКОНОМИКА: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА»

Уважаемые авторы!

В журнале публикуются научные статьи по актуальным проблемам мировой и российской экономики, экономической теории, финансов, менеджмента, маркетинга, логистики и предпринимательства. К изданию принимаются только ранее неопубликованные статьи на русском языке, не представленные к рассмотрению в другие журналы.

Журнал выходит 4 раза в год. Сроки приёмов статей:

- в №1 — до 15 февраля;
- в №2 — до 15 мая;
- в №3 — до 15 сентября;
- в №4 — до 15 ноября.

Сроки приёма статей могут быть сокращены редакцией при досрочном достижении предельного объёма номера журнала.

В одном номере журнала может быть опубликована только одна статья одного автора.

Статьи, публикуемые в журнале «Экономика: теория и практика», проходят обязательное рецензирование (подробнее в «Положении о рецензировании»), тестируются на оригинальность текста программой «Антиплагиат». Рекомендуемый уровень — не менее 90 %.

Максимальный объём статьи — 40 тыс. знаков, включая пробелы (1 п. л.), минимальный — 0,5 п. л. (10 стр. А4).

Статьи публикуются только при положительной рецензии. Публикации платные. Плата за издательско-редакционные услуги — 600 р. за страницу формата А4, оформленную по требованиям редакции. Оплата производится через Сбербанк РФ по договору, высылаемому автору при включении статьи в очередной номер.

Плата за публикацию не взимается с:

- аспирантов очной формы обучения (бюджет) при предоставлении оригинала справки из отдела аспирантуры вуза;
- членов редакционного совета, редакционной коллегии и редакции журнала «Экономика: теория и практика».

мика: теория и практика».

Представленные статьи должны включать: индекс УДК, сведения об авторах, аннотацию, ключевые слова, основной текст публикуемого материала, список литературы (*прил. 1*).

Сведения об авторах должны содержать следующие элементы (*прил. 2*).

Аннотацию помещают перед текстом рукописи после заглавия и сведений об авторе(ах). Объём аннотации не более 500 печатных знаков, включая пробелы. Ключевые слова (5—7) помещают отдельной строкой после аннотации перед текстом статьи. Ключевые слова приводятся в именительном падеже.

Библиографический список (в алфавитном порядке) помещается после текста статьи и должен соответствовать ГОСТ Р 7.0.5–2008 (*прил. 3*). Ссылки на источники оформляются по тексту в квадратных скобках. Постраничные ссылки на источники не допускаются.

Название статьи, сведения об авторах, аннотация, ключевые слова и список литературы на английском языке представляются в конце статьи.

Статьи должны быть подготовлены в текстовом редакторе Word в формате А4. Параметры страниц: все поля — 2,0 см; ориентация — книжная; шрифт — Times New Roman, выравнивание — по ширине; кегль — 14; межстрочный интервал — 1,5; абзацный отступ — 1, 2 см. Автоматический перенос, зона переноса — 1 см, максимальное число переносов подряд — 3. Рисунки, таблицы и формулы набираются в редакторе Word. Рисунки и графики группируются, представляются только в черно-белом варианте.

Статьи направлять в электронном виде: *Фамилия автора статья.doc* и *Фамилия автора_анкета.doc* по адресу e-mail: etip@kubsu.ru.

Статьи, оформленные без соблюдения указанных требований редакцией не рассматриваются.

Редакция

ПРИМЕР ОФОРМЛЕНИЯ СТАТЬИ

УДК 336.717

**МИРОВАЯ ВАЛЮТНАЯ СИСТЕМА КАК ИСТОЧНИК
СОВРЕМЕННОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА**

Э.Н. Терещенко, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры мировой экономики и менеджмента, Кубанский государственный университет

e-mail: yourn@yourmail.ru

А.А. Иванова, аспирант кафедры финансов и кредита, Кубанский государственный университет

e-mail: yourn@yourmail.ru

Аннотация

В статье выявляются проблемы действующей валютной системы, обосновывается необходимость её реформирования. Рассматриваются варианты новой мировой валюты, основанные на различных принципах. Показывается, что ни СДР, ни национальные, ни коллективные валюты не способны выполнять роль мировой резервной валюты. Авторы приходят к выводу, что настоящий кризис является затяжным и будет преодолен только переходом мировой экономики к новой валютной системе.

Ключевые слова: *мировая валютная система, трансформация, финансовый кризис, резервная валюта, национальная валюта.*

ТЕКСТ СТАТЬИ**Библиографический список**

1. Ильшева Н.Н., Ильменская А.В. Применение консолидированной отчётности по РПБУ для оценки результатов деятельности банковской (консолидированной) // Международный бухгалтерский учёт. 2009. № 2. С. 37–41.
2. Письмо Банка России от 07.05.2008 № 15-1-3-16 / 2271 «Об оценке кредитных рисков в банковской группе» на запрос Ассоциации российских банков от 20.03.2008 № А-02/5-166.
3. Прудникова А.А. Инвестиции в условиях открытой экономики // Проблемы прогнозирования. 2007. № 3. С. 140–146.
4. Торговая политика и значение вступления в ВТО для развития России и стран СНГ / под ред. Дэвида Г. Тарра. М.: Весь Мир, 2006.
5. Указание Банка России от 16.01.2004 № 1376-У «О перечне, формах и порядке составления и представления форм отчётности кредитных организаций в Центральный Банк Российской Федерации», зарегистрировано в Минюсте России 23.01.2004 № 5488.

WORLD CURRENCY SYSTEM AS A SOURCE OF THE MODERN ECONOMIC CRISIS

E.N. Tereshchenko, Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of chair of World economy, Kuban State University

e-mail: yourn@yourmail.ru

A.A. Ivanova, graduate student of chair the Finance and the credit, Kuban State Agrarian University

e-mail: yourn@yourmail.ru

Abstract

The article identifies the problems of action-ing of the monetary system, justifies the need for reform. Are examined options for a new world currency based on different principles. Being shown that neither the SDR nor national, nor the collective currency is not able to perform the role of world reserve currency. The authors conclude that the present crisis is-etsya lengthy and will be overcome only move the world economy to a new monetary system.

Keywords: *world monetary system, transformation, financial crisis, reserve currency, national currency*

References*

1. *Ilysheva N.N., Ilmenskaya A.V.* Using the consolidated financial statements prepared in accordance with Russian Accounting Standards for the value of the financial results of the Bank (consolidated) Groups. J. International Accounting, 2009. no. 2. pp. 37-41.
2. Bank of Russia (2008). №15-1-3-16/2271 Letter of the Central Bank of Russian Federation «On the value of credit risks in the Bank (consolidated) Group», for the request of Russian Banks Association №A-02/5-166 dated 20.03.2008. Central Bank of Russian Federation, Moscow, Russia.
3. *Prudnikova A.A.* Investing in an open economy. J. Problems of Forecasting, 2007. no. 3. pp. 140–146.
4. Trade policy and the importance of accession to the WTO for the development of Russia and CIS countries. David G. Tarr (ed.). Moscow, All World, 2006.
5. Bank of Russia (2004) № 1376-U Direction of the Bank of Russia. «On the List, Forms and Procedure of Drawing up and Submission of the Forms of Reports of Credit Organizations to the Central Bank of the Russian Federation», Central Russian Federation, Moscow, Russia.

* Обращаем внимание, что в библиографических записях (References) не используются разделительные знаки («//» и «-»).

В редакцию журнала
«Экономика: теория и практика»
от автора(ов)
Фамилия, Имя, Отчество

Направляю(ем) статью «**Управление инвестиционными финансовыми потоками холдинга**» для публикации в журнале «Экономика: теория и практика».

Статья ранее не публиковалась. В другие журналы на рассмотрение не представлена.

С публикационной этикой журнала ознакомлен(ы). С условиями публикации согласен(ны).

Против воспроизведения данной статьи в других средствах массовой информации (включая электронные) не возражаю(ем).

На гонорар не претендую(ем).

В случае публикации статьи авторские экземпляры журнала прошу(сим) выдать в редакции журнала (выслать по адресу: индекс, город, улица, дом, квартира).

Дата Ф.И.О. автора(ов)

АНКЕТА АВТОРОВ

1. Фамилия Имя Отчество;
2. Место работы (учёбы) (для аспирантов форма обучения, для магистрантов — программа и курс);
3. Должность;
4. Учёная степень;
5. Учёное звание;
6. Почтовый адрес (с индексом);
7. Тел. дом.
8. Тел. моб.
9. e-mail

Дата Подпись

**ПРИМЕРЫ ОФОРМЛЕНИЯ ССЫЛОК
в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5–2008 «Библиографическая ссылка.
Общие требования и правила составления»**

Статья в журнале

Демьяненко А.Н. Пространственная экономика: эволюция подходов и методология // Экономическая наука современной России. 2010. № 3 (50). С. 7—26.

Книга, монография

Мотовилов А.Н., Погодина Р.Ф. Инвестиционный потенциал региона. СПб: Питер, 2015. 180 с.

Диссертация

Кудрявцев Ю.Н. Совершенствование механизма стимулирования инвестиционной активности промышленных предприятий: дис. ... д-ра экон. наук. М.: ВШЭ, 2011. 345 с.

Автореферат диссертации

Андреев С.В. Совершенствование налогового стимулирования малого инновационного предпринимательства: автореф. дис. ... д-ра экон. наук. М.: ВШЭ, 2012. 40 с.

Тезисы доклада

Владимирова А.П. Факторы, влияющие на экономическую безопасность региона // Тезисы докладов V международной научно-практической конференции. М.: МГУ, 2010. С. 253—259.

Переводное издание

Кэмпбелл В.Ф. Инвестиционная стратегия корпорации в условиях глобализации: пер. с англ. М.: Экономика, 2014. 282 с.

Раздел книги

Нечаев А.Б. Методика оценки инвестиционной привлекательности предприятий // Инвестиционная привлекательность предприятия. М.: Экономика, 2011. С. 12—34.

Раздел отдельного тома многотомного издания

Иванов С.В. Управление маркетинговыми инновациями // Управление инновациями. М.: Прогресс, 2012. Т. 2. С. 120—163.

Издание, не имеющее индивидуального автора

Малое предпринимательство в России. М.: Росстат, 2012. 120 с.

Электронные ресурсы

Реестр региональных организаций, образующих имущественную инфраструктуру поддержки МСП. URL: <http://corpmsp.ru/infrastruktura-podderzhki/imushchestvennaya-infrastruktura> (дата обращения: 15.05.2020).